



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**La informalidad en la prestación de servicios turísticos y la
demanda turística en Huaraz - Ancash, 2016**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Gestión Pública**

AUTOR:

Br. Luis Alberto Pasco López

ASESOR

Mg. Cristián Medina Sotelo

SECCIÓN:

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Dirección

PERÚ - 2017

Página del jurado

Dra. Paula Liza Dubois
Presidenta

Mg. Fernando Nolazco Labajos
Secretario

Mg. Cristian Medina Sotelo
Vocal

DEDICATORIA

A mi hija Sofía Valeria, por ser la luz que ilumina mi sendero y la fuente inagotable de aliento en el imperecedero intento de ser mejor.

A mis padres, Luis Pasco y Elida López, por ser los pilares de mi formación, por su comprensión, y estima sempiterna.

Luis Alberto

AGRADECIMIENTO

La elaboración de la presente investigación ha sido un proceso largo en el que participaron un gran número de personas: profesionales, expertos en la materia, familiares y amigos. Es gracias a la contribución de estas personas que, de un modo u otro, me ha permitido finalizar la presente tesis.

En primer lugar, expreso mi agradecimiento a Vanesa Lozano y Patricia Pasco, por todo el apoyo y aliento brindando, durante el inicio, proceso y culminación de la investigación.

Al Mgtr. Cristian Medina, por la orientación y apoyo constante en el desarrollo de esta investigación, sin cuya colaboración este trabajo hubiese sido más tedioso, y menos rico y entretenido.

Agradezco los aportes académicos del Dr. Richard Pasco - mi tío, por enriquecer y enaltecer la tesis con su valiosa contribución.

Gracias a los profesionales que tuvieron la buena disposición de contribuir en el desarrollo de la presente investigación, a quienes invoco que no soslayen en su ímpetu por seguir investigando en harás de contribuir al desarrollo de tan noble profesión y al crecimiento de la actividad turística, desde donde se encuentren.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Luis Alberto Pasco López, estudiante del Programa de Maestría, de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 41731123 con la tesis titulada: La informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en la ciudad de Huaraz, Ancash-2016.

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría.
2. He respetado las reglas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por ende, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Las informaciones consignadas en los resultados son veraces, ya que no han sido modificados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se consignan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De corroborarse algún tipo de falta o fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que mi acción deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, setiembre del 2017



Luis Alberto Pasco López

DNI. 41731123

Presentación

Señores miembros del jurado:

En concordancia a la normatividad vigente para el diseño de tesis, presento ante ustedes el trabajo de investigación titulado: “Informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en la ciudad de Huaraz, 2016”.

El documento consta de cuatro capítulos:

Capítulo I: Introducción concerniente a los antecedentes, marco teórico, justificación, planteamiento del problema, hipótesis y objetivos.

Capítulo II: Marco Metodológico donde corresponde la identificación de las variables, operacionalización de variables, metodología, tipos de estudio, diseño, población, muestra y muestreo, técnicas e instrumentos de recolección de datos, métodos de análisis de datos.

Capítulo III: Resultados

Capítulo IV: Discusión, conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos.

La investigación se realizó con la finalidad de establecer la relación entre las dos variables: Informalidad y demanda turística.

La presente Tesis ha sido fruto de un profundo trabajo de investigación y dedicación en base a conocimientos teóricos y prácticos obtenidos a través de la formación profesional y experiencia laboral, los mismo que se aplicaron para el desarrollo de la presente investigación, esperando se ajuste a las exigencias establecidas por la Universidad y sea merecedora de su aprobación, la pongo a vuestra disposición.

El autor

Índice

	Pág.
Páginas Del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria De Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	xii
Abstract	xiii
I. Introducción	14
1.1. Antecedentes	15
1.1.1. Antecedentes internacionales.	15
1.1.2. Antecedentes nacionales.	17
1.2. Fundamentación científica y técnica	19
1.2.1. Bases teóricas de la variable Informalidad.	19
1.2.2. Dimensiones de la variable informalidad.	24
1.2.3. Dimensión Gestión turística	24
1.2.4. Dimensión Formalización	26
1.2.5. Bases teóricas de la variable demanda turística	27
1.2.6. Dimensiones de la variable demanda turística	31
1.2.7. Dimensión desplazamiento turístico	31
1.2.8. Dimensión determinantes económicas	32
1.2.9. Dimensión determinantes sociológicas	33
1.3. Justificación	34
1.3.1. Justificación teórica.	34
1.3.2. Justificación metodológica	35
1.3.3. Justificación social.	35
1.4. Problema	35
1.4.1. Problema general.	38
1.4.2. Problemas específicos.	38
1.5. Hipótesis	39
1.5.1. Hipótesis general.	39

1.5.2. Hipótesis específicas.	39
1.6. Objetivos	39
1.6.1. Objetivo general.	39
1.6.2. Objetivos específicos.	40
II. Marco metodológico	41
2.1. Variables	42
2.1.1. Variable informalidad	42
2.1.2. Variable demanda turística	42
2.2. Operacionalización de variables	43
2.3. Metodología	45
2.4. Tipo de estudio	45
2.5. Diseño	46
2.6. Población	47
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	47
2.7.1. Técnicas.	47
2.7.2. Instrumentos de recolección.	48
2.7.3. Validez.	49
2.7.4. Confiabilidad.	50
2.8. Métodos de análisis de datos	51
2.9. Aspectos éticos	52
III. Resultados	53
3.1. Resultados descriptivos	54
3.2. Resultados de niveles relacionales	54
3.2.1. Prueba de hipótesis general.	60
3.2.2. Prueba de hipótesis específica 1	62
3.2.3. Prueba de hipótesis específica 2	63
3.2.4. Prueba de hipótesis específica 3	65
IV. Discusión	68
Conclusiones	71
Recomendaciones	74
Referencias	77

Apéndices		81
Apéndice A	Matriz de consistencia	82
Apéndice B	Instrumentos de recopilación de datos	85
Apéndice C	Base de datos	92
Apéndice D	Certificado de validez del contenido de los instrumentos	93
Apéndice E	Artículo científico	120
	Declaración Jurada	130

Índice de tablas

		Pág.
Tabla 1	Evolución de la informalidad	21
Tabla 2	Criterio para segmentar el mercado turístico	30
Tabla 3	Operacionalización de la variable informalidad	43
Tabla 4	Operacionalización de la variable demanda turística	44
Tabla 5	Relación de expertos	49
Tabla 6	Niveles de confiabilidad Alpha de Cronbach	50
Tabla 7	Resumen de procesamiento de casos	51
Tabla 8	Estadísticas de fiabilidad	51
Tabla 9	Niveles de relación entre la informalidad y la demanda turística	54
Tabla 10	Niveles de relación de la demanda turística con la informalidad	55
Tabla 11	Distribución de frecuencias entre la informalidad y la dimensión Desplazamiento turístico	57
Tabla 12	Distribución de frecuencias entre la informalidad y la dimensión Determinantes económicas	58
Tabla 13	Distribución de frecuencias entre la informalidad y la dimensión Determinantes sociológicas	59
Tabla 14	Coeficiente de correlaciones entre las variables	61
Tabla 15	Análisis correlacional entre la variable informalidad y la Dimensión desplazamiento turístico	62
Tabla 16	Análisis correlacional entre la variable informalidad y la Dimensión determinantes económicas	64
Tabla 17	Análisis correlacional entre la variable informalidad y la Dimensión determinantes sociológicas	66

Índice de figuras

Figura 1: Niveles de relación del turismo informal en la prestación De servicios turísticos y la demanda turística	55
Figura 2: Niveles de relación de la demanda turística en la Ciudad de Huaraz	56
Figura 3: Distribución porcentual de la informalidad y el Desplazamiento turístico	57
Figura 4: Distribución porcentual de la informalidad y la Dimensión determinantes económicas	58
Figura 5: Distribución porcentual de la informalidad y la Dimensión determinantes sociológicas	59

Resumen

El propósito principal de la presente investigación fue 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 del 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 Likert 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.

Palabras claves: Turismo, informalidad y demanda turística.

Abstract

The general purpose of the investigation was to determine the existing relationship between the informality in the provision of touristic services and the touristic demand in the city of Huaraz.

Methodologically, the investigation was of basic type, non-experimental design, cross-correlation level, since it was determined the relationship between the variables in a determined time. The population census was of 40 officials who work in the promoters of tourism in the city of Huaraz. For the collection of data was used the technique of survey, whose instrument was the LIKERT scale questionnaire of 25 items per variable.

The descriptive statistical processing was performed by the EXCEL program and the inferential with the statistical program SPSS 22.

The results of the investigation showed that there is a direct and significant relationship between informality in the provision of tourist services and the tourist demand in the city of Huaraz; having found a correlation coefficient Rho of Spearman = 0,352, which implies that there is a relationship between the variables.

Keywords: Tourism, informality and tourist demand.

I. Introducción

1.1. Antecedentes

El turismo es una de las fuentes que genera más puestos de trabajo y dinamiza la economía, no obstante, se debe poner especial énfasis en la prestación del servicio y en la formalización del sector, ya que en el panorama nacional gran parte de las empresas ligadas a la actividad turística son “informales”.

A la fecha aún no existe un estudio exhaustivo acerca del problema de la informalidad en el sector turístico y las repercusiones que tiene en la demanda turística, siendo el turismo una actividad muy sensible es preciso abordar en este tema a profundidad para establecer las causas que lo originan.

Para el análisis de la providencia en materia de turismo y demanda turística, fue necesario consultar diferentes fuentes y trabajos relacionados al tema de estudio.

1.1.1. Antecedentes internacionales

Ontivero (2011): en su tesis titulada: Normas de calidad al sector de alojamiento turístico, necesidad de armonización de la legislación aplicable, para optar el grado de magister en gestión turística, en la escuela de post grado de la Universidad Nacional de la Plata, con una muestra a hoteles de categoría 4 y 5 estrellas de la República Argentina, siendo el instrumento utilizado las encuestas, concluye; la identificación y descripción preliminar de los criterios y requisitos determinantes para clasificar y categorizar a los establecimientos de hospedaje, debe sustentarse en un nuevo marco normativo, en el cual se establezcan claramente los criterios que deben cumplir para la prestación de sus servicios, el cual debe partir de los resultados de un análisis precedente. Por ello la normativa vigente, debe ceñirse a parámetros más flexibles que posibiliten en parte, la formalización del sector hotelero.

Molinari (2012), en su tesis titulada: Las Nuevas tendencias en Gestión Municipal, Argentina, para obtener el grado académico de Magíster en Gestión Turística, en la Universidad Nacional de La Plata, con una muestra conformada por los funcionarios de La Municipalidad de La Plata, siendo el instrumento utilizado las entrevistas personales, concluye; la capacidad hotelera es escasa, por ello es primordial la inversión privada para generar nuevos puestos de trabajo que enfrente una demanda en permanente aumento; por ende se requerirá mano de obra

calificada, y desde las entidades se tendrán que evaluar la generación de oportunidades de negocio para los que vean conveniente invertir en el sector estableciendo los mecanismos y herramientas de apoyo.

Guevara (2012), en su tesis titulada: Demanda Turística en la Comunidad de Madrid; para optar el grado de Doctora en la Universidad Rey Juan Carlos, con una muestra de 908 turistas, siendo el instrumento utilizado las entrevistas, arribo a la siguiente conclusión; la demanda debe estudiarse a través de diferentes grupos existentes en cuanto a comportamientos turísticos, realizando un estudio a profundidad a fin de conocer todas las tendencias de la demanda, agrupándola por grupos etarios, niveles socioeconómicos, grado de instrucción, entre otros factores.

Martínez (2014) en su tesis Doctoral denominada La planificación estratégica como instrumento de la política turística, en la Universidad de Alicante, España, siendo el tamaño de la muestra 17 entrevistas en la primera ronda y 17 entrevistas en la segunda ronda aplicada a expertos en turismo, concluye; la política turística es entendida como una política económica sectorial, pero sin perder su condición de ser independiente para poder expresar sus objetivos sobre la base del nivel de influencia que tenga o persiga tener la actividad en determinado espacio geográfico. Esta política debe centrarse en objetivos claros y en instrumentos bien definidos, los cuales pueden ser de índole normativo, administrativo o económico, que deben estar enmarcados dentro de un plan estratégico. (p. 428)

Armenteros (2012) en su trabajo de investigación que lleva por título "Procedimientos para la elaboración del plan estratégico de la agencia de viajes UEB Cobatur polo centro" para la obtención del grado de Máster en Gestión Turística en la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas, sostiene que a través de la planificación estratégica se puede proporcionar a las empresas turísticas un marco de referencia para que logren conseguir sus objetivos y de esta manera situarla en una posición ventajosa y competitiva dentro del sector, lo cual va constituir en una herramienta para gestionar adecuadamente, ello implica respetar las leyes y los marcos normativos que rigen la actividad. (p.74).

1.1.2. Antecedentes nacionales:

A nivel nacional se presentan las siguientes investigaciones:

Santander (2013), en su tesis titulada: Estrategias para inducir a la formalidad de la MYPE de la industria gráfica offset por medio de la gestión competitiva, para obtener el grado de magister en Derecho de la Empresa con mención en Gestión Empresarial, en la Pontificia Universidad Católica del Perú, concluye; las entidades públicas como: el Ministerio de la Producción, SUNAT, OSCE, etcétera; establecen y alientan normas y políticas públicas enfocadas a mejorar de la competitividad y el acceso a la formalidad para las medianas y pequeñas empresas, que van desde la instauración de un régimen especial tributario-laboral, ideas de negocio, asesorías, programas de gestión, capacitaciones, bonificación, ente otras estrategias.

El Estado, promueve y dirige las políticas públicas encaminadas a la formalización de las empresas, y con ello incentivar a la competitividad y la formalización, concientizando al empresario a alejarlo de falsos paradigmas que implicaran que conozca de los beneficios que conlleva estar en el sector formal.

Vargas y Paucar (2011), en su investigación de Tesis titulada: La informalidad en el microempresario peruano: determinantes, costos e implicancias políticas; en la Universidad Mayor de San Marcos, arribo a las siguientes conclusiones; las dos teorías que buscan revelar la existencia del sector informal en una economía, se basan en dos aspectos: Por un lado se tiene a las razones de exclusión que indican, que la economía estaría segmentada en un sector formal y otro informal, esta segmentación está asociada a las problemas del mercado, que pueden dar lugar a un racionamiento en el mercado laboral y a la presencia de una economía dual. Bajo este contexto, el sector informal juega un papel secundario en la economía, en donde los estándares de satisfacción que pueden obtener los agentes económicos podrían ser menores a las que se obtendrían en el mercado formal.

Por otro lado, se tiene a las razones de escape en el cual se sostiene que el mercado informal es el fruto de decisiones adoptadas por agentes económicos, que se encuentran en el sector informal de la economía ya que ofrece algunas ventajas respecto a la economía formal, como bajos costos en los servicios.

Figuroa (2013) en su tesis Doctoral, denominada: Turismo, pobreza y desarrollo sostenible en el Perú, los casos de Cuzco, Cajamarca y La Libertad, de la Universidad de San Martín de Porres, quien concluye que; los desplazamientos migratorios evidenciados en todas las regiones del país, llevan ineludible e indefectiblemente la marca de la pobreza ya sea en aspectos socioeconómicos como en lo relacionado a la capacidad individual de que puedan lograr la satisfacción personal. El arribo de las poblaciones rurales regionales a las zonas urbanas donde se genera la actividad turística no puede ser asumida por la existencia de factores anclados en torno al turismo, ya que esas personas no tienen el nivel educativo suficiente, dicho de otro modo, no cuentan con la capacidad de disfrutar su libertad a fin de garantizar un desarrollo humanamente conveniente, por lo que en gran porcentaje optan por emplearse en sectores informales. (p.398)

Alpiste, Carpio y Coll (2015), en su tesis que lleva por nombre: Análisis de la situación financiera y operativa y propuestas para mejorar la gestión del hotel Inkallpa, para optar el grado académico de Magíster en administración de empresas, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, luego de una profunda investigación concluye: Cada vez más la imagen de los negocios (sobre todo en el sector servicios) se basan en la percepción de los clientes, por lo que disponer de un personal calificado, comprometido y debidamente capacitado para brindar una atención de calidad en todo momento es clave para el éxito del negocio (p. 95).

Pasco (2012) en la investigación *Clusters turísticos para la competitividad de la industria del turismo en el Callejón de Huaylas*, en una de sus conclusiones asume que, las condiciones para la implementación de los clusters turísticos en el Callejón de Huaylas son beneficiosas porque cuenta con excelentes atractivos turísticos, existe la buena disposición e interés de agentes promotores y operadores del turismo, y los factores que deben de influir serían la capacidad de los agentes promotores para liderar, el compromiso de los operadores y las alianzas estratégicas. Pero con operadores de servicios turísticos dentro de la informalidad no se lograría el propósito, por cuanto lejos de mejorar el turismo en la ciudad de Huaraz, terminan desordenándolo con quejas de turistas por permanentes mal tratos y de incumplimientos de normas y requisitos dispuestos por los agentes promotores, los mismos que terminan dañando la imagen de un buen turismo.

1.2. Fundamentación científica y técnica

La investigación se fundamenta científicamente en Arbaiza (2001), quien sostiene que en el sector informal se caracteriza por la fácil entrada, la evasión de impuestos, las transacciones de pequeña escala, la mano de obra intensiva, la adaptación tecnológica a partir de las habilidades que son aprendidas al margen del sistema educativo y la presencia de mercados que son competitivos pero que no son controlados.

Del mismo modo en cuanto a la demanda turística se fundamenta científicamente en la definición de la OMT, Organismo que la define como, el conjunto de visitantes que ya sea individual o en grupos, son motivados a desplazarse de su lugar de residencia habitual a otro, por una serie de servicios turísticos con la finalidad de satisfacer sus requerimientos.

Económicamente, se define como la suma de “producto turístico” que los turistas están en las condiciones de obtener en un momento específico a un precio establecido.

Técnicamente se fundamentará, en que la investigación será utilizada como herramienta de consulta por los entes encargados de dirigir la actividad turística, así como el ámbito empresarial, sector académico, entre otras instituciones y/o personas interesadas en los alcances y resultados de la presente investigación.

1.2.1. Bases teóricas de la variable Informalidad

De Soto (1989) El sector informal está conformado por las empresas, colaboradores y actividades que trabajan al margen de los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica en determinado territorio. En ese sentido estar en el sector informal implica no cumplir con las normas tributarias y legales, pero también acarrea no gozar del respaldo y los beneficios que el estado brinda.

Según Arbaiza (2001), el sector informal se caracteriza por la fácil entrada, la evasión de impuestos, las transacciones de pequeña escala, la mano de obra intensiva, la adaptación tecnológica a partir de las habilidades que son aprendidas al margen del sistema educativo y la presencia de mercados que son competitivos, pero que no son controlados.

Para la OIT (2002) hace alusión a todas las actividades económicas desarrolladas por los colaboradores y las unidades económicas que en el marco de las legislaciones vigentes o en la práctica están escasamente protegidos por sistemas formales o no lo están en lo absoluto.

Informalidad motivo de preocupación

Loayza (2006) La informalidad es la manera equivocada en la que una economía demasiado reglamentada como la nuestra reacciona tanto a la colisión que afronta como a sus posibilidades de desarrollo. Implica que es una aseveración distorsionada porque la informalidad implica un estipendio de capitales malo que conlleva a la pérdida, por lo menos parcial del negocio. Por evadir la vigilancia del estado, la mayoría de los negocios informales permanecen aún como empresas pequeñas, utilizando canales irregulares e inadecuados para lograr distribuir bienes y servicios, lo cual implica utilizar recursos frecuentemente para tapar sus actividades o comprar a funcionarios públicos.

Estudios económicos

La informalidad no obedece a un nivel ideal de contestación que esperan hallarse en un adecuado contexto con una economía sin una enorme y rígida reglamentación y un oportuno suministro de servicios públicos. Las repercusiones que esto trae consigo en aspectos políticos es irrefutable: el componente de la formalización es sumamente beneficioso por el efecto que genera en el mercado laboral, la eficiencia y el desarrollo económico. Si el proceso de formalización se argumenta únicamente en lograr que se ejecuten las reglas, es posible que ello genere desempleo y crecimiento por debajo de lo esperado.

Caracterizando la informalidad en el microempresario peruano

Un problema aun no resuelto y latente para el Perú, al igual que para muchos países en vías en desarrollo, es solucionar el problema de la informalidad.

En la tabla N°1 se refleja el proceso de este problema en el empleador peruano en el periodo 2007-2009, en el cual se aprecia el crecimiento constante de la informalidad. Lo que evidencia que las políticas económicas para contrarrestar la informalidad no han tenido buenos resultados. Se deja un abanico de posibilidades abiertas por las cuales dichas políticas no tuvieron mayor asimilación.

Tabla 1:

Perú: Evolución de la Informalidad en el Microempresario, 2007-2009

Año	Empleador formal	Empleador informal	Total
2007	168.769,79	666.841,18	835.610,97
2008	169.452,14	658.991,97	828.444,10
2009	164.601,30	681.955,97	846.557,15

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza, continúa: 2007,2008,2009

Determinantes de la informalidad en el microempresario

Las razones que repercuten en la decisión de una persona o empresa por estar en el sector informal, pueden ser muy variadas. Así tenemos una vertiente de pensamiento que señala a la enorme carga tributaria como efecto de que una empresa sea informal. Otro estudio indica que, más que la carga impositiva, se debe a la repercusión entre informalidad y los gastos para entrar al sector formal, en cuestiones de procedimiento, gasto monetario y tiempo (Djankov, 2002; Auriol y Warltessm 2005). Otra corriente lo atribuye a la capacidad de las instituciones (corrupción, débil sistema legal) y la abrumante regulación, sobre todo de la fuerza laboral como factor preponderante de la informalidad.

Di Giannatale (2008) indica la existencia de tres aspectos como las causas que van a determinar en el sector (formal o informal) donde operará una microempresa, que son: factor humano, acceso al crédito y rubro de la economía al cual va pertenecer la empresa.

En el Perú, son pocos los estudios desarrollados acerca de los aspectos fundamentales de la informalidad desde una perspectiva de negocio. En esta senda sólo se encontró la investigación de Loayza (2006), para lo cual utiliza variables macroeconómicas, e índices globales, estableciendo como causas de la informalidad empresarial la mixtura de malos servicios públicos y un marco normativo que persigue a las empresas que se encuentran en el ámbito formal.

Como medir la informalidad

Loayza (1996) Definir este problema puede resultar simple y conciso, aun así, proyectar su tamaño no es sencillo por lo complejo que es. La informalidad se mantiene al margen de los marcos legales y normativos que se establecen en el estado, se le refiere como una variable para la que no existe una medición puntual, pero a la que se puede aproximar por medio de indicadores que reflejan sus distintos aspectos.

Las causas de la informalidad

Loayza (2007) Tiende a ser una característica de los países subdesarrollados en el que se encuentran sumidos muchos, y se constituyen a partir del de una organización socioeconómica adquirida por economías en transformación hacia el desarrollo partiendo de la relación que instaura el estado con el sector privado por medio de la ordenación, el monitoreo y el suministro de servicios públicos. Es por eso, que la informalidad es concebida como un fenómeno complejo y multifacético.

Este fenómeno aparece cuando los costos de inscribirse al marco legal y normativo establecido para tales fines son superiores a los beneficios que ello trae.

El sector formal por su parte incluye gastos en los cuales se incurre para entrar a este sector, así como extensos y tediosos pasos de inscripción y registro, como para permanecer dentro del mismo, ya sea a través del cumplimiento en el pago impuestos, ceñirse a las normas referidas a aspectos laborales y remuneraciones, seguro de salud, entre otros.

Es por eso que, en la informalidad prevalece cuando el marco legal y normativo es opresivo, cuando los servicios que brinda el estado no de mala calidad, y cuando la presencia y el control que ejerce el estado es débil o nula.

Respecto de la informalidad se deducen los siguientes puntos

Loayza (2007) Formalizarse implica realizar distintas gestiones en entidades estatales y/o municipales para efectuar ciertas obligaciones tributarias, a través de los cuales el negocio o proyecto de inversión estará constituido legalmente.

Los prestadores de servicios turísticos deben formalizarse, ya que de no hacerlo podrían: ser pasibles al cierre del negocio y la imposición de sanciones y multas, no podrían solicitar cualquier tipo de crédito en las bancas privadas, la formalidad por su parte, es un fuerte aliciente para integrarse al sistema crediticio, en el sector informal no se puede otorgar boletas y/o facturas disminuyendo la cantidad y la disposición de los clientes.

Los problemas que se visualizan por la informalidad, son los siguientes: ineptitud del sistema para aplicar las sanciones por el infracción de las normas y con ello combatir la informalidad en el ámbito del turismo, a la vez se encuentra con una débil capacidad de gestión turística de muchos gobiernos regionales y locales, desconocimiento de las normas vigentes por parte de las funcionarios competentes, mala atención al turista, cobro de comisiones, jaladores, insuficiente fiscalización por parte de las autoridades encargadas y el débil nivel de asociatividad entre los empresarios, además de otros, lo que repercute en que se denigre la imagen del destino.

Es preciso realizar las siguientes acciones: fomentar la conformación y fortalecer las asociaciones representativas de las empresas ligadas al sector, supervisiones periódicas a los prestadores de servicios turísticos, coordinar con las asociaciones representativas que tengan implicancia en la actividad turística, desarrollar programas, proyectos y actividades que permitan promover el desarrollo turístico de la región o localidad, organización del sector público y privado para la formalización de empresas, y la difusión del marco normativo.

Prestadores de servicios turísticos

MINCETUR (2016) Es toda persona natural o jurídica que usualmente brinde, intermedie o contrate directa o indirectamente con el cliente, la venta y prestación de servicios turísticos, el mismo que está en la obligación a inscribirse en el Registro Nacional de prestadores de servicios turísticos. El Ministerio de Comercio, Exterior y Turismo solicitará a los titulares de dichos establecimientos el registro correspondiente ante dicha entidad y en las regiones serán las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo las encargadas de dicho registro.

1.2.2. Dimensiones de la variable Informalidad

Habiendo realizado consultas a distintos autores, en la presente investigación tomaremos en consideración las posturas hechas por Arbaiza (2001), para definir las dimensiones.

1.2.3. Dimensión gestión turística

Maldonado (2012) lo define como, la forma de administrar los recursos naturales y/o artificiales de un determinado destino de manera óptima dando un equilibrio y cuidado a los mismos, lo cual proporciona bienestar económico a los involucrados, como son trabajadores, empresarios, población y además a los visitantes.

Por lo tanto, implica dirigir la administración de la empresa a través del diseño de estrategias, procesos, optimizando los recursos y cumpliendo los objetivos para contribuir al desarrollo y competitividad de la industria turística.

Habiendo realizado consultas a distintos autores, en la presente investigación tomaremos en cuenta los siguientes indicadores de acuerdo al objetivo de estudio.

Planes y programas de desarrollo

Para Navarro (2016), un plan de desarrollo es una propuesta integral que persigue ciertos objetivos, puede referirse a una entidad, gobernante, responsable de un área institucional o a algún líder de determinado sector. Se trata de un horizonte de

gobierno y de liderazgo, en el cual debe primar un sinnúmero de acciones que se van a realizar durante un periodo establecido de tiempo.

Tiene que incorporar ciertas características a la hora de su formulación. En primer lugar, añadir un componente participativo considerable, ya que el turismo al ser una actividad transversal requiere que se incluya a los especialistas específicos que van a ejecutar determinadas tareas.

Por último, en todo plan hay que establecer una serie de directrices claras y un presupuesto económico que permita su viabilidad y ejecución.

Gestión de agentes promotores

Es el rol que desempeñan las personas (funcionarios) de dirigir algún sector en este caso en particular el sector turístico para lo cual cabe indicar que un funcionario promotor es el que tiene la capacidad de desarrollar en la entidad, acciones, actitudes y procesos con los cuales se logren alcanzar resultados proactivamente en los diferentes ámbitos ya sea dentro o fuera de la entidad. Va a ser el encargado de empezar y de concretar cambios a escala en la entidad que trasciendan en la sociedad.

Tiene que propiciar la indagación constante en mejorar la eficacia dentro de la organización, creando un ambiente conveniente en su grupo de trabajo y la entidad de manera que los colaboradores no sean solo actores, sino participes estratégicos y empleados colaboradores en la transición al cambio, ya que de su trabajo al frente de la entidad que representen se verán los resultados en el desarrollo de los objetivos propuestos.

Gestión de operadores turísticos

Es la manera como dirigen y administran sus establecimientos, ya que al ser el turismo una actividad sumamente sensible, la gestión que desempeñen los operadores turísticos es vital para su desarrollo, por ello deben ofrecer un servicio en óptimas condiciones que este de acorde a las exigencias y expectativas de los turistas y a la vez deben estar alineados con las políticas de desarrollo nacional, regional y local.

1.2.4. Dimensión procesos de formalización

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2012), señala que la formalización debe entenderse más que como una obligación de registro o inscripción, como un mecanismo de inclusión económica, ambiental y social de las empresas en los diferentes sectores económicos.

Habiendo realizado consultas a distintos autores, en la presente investigación tomaremos la postura teórica de Chimoy (2011) el cual señala, formalizar una empresa es dotarla de las herramientas necesarias que demanda para su constitución, operación y mantenimiento, en una determinada actividad económica, manteniéndola siempre por el camino de la legalidad y la ética.

Barreras burocráticas

Ley N.º 28996 Artículo 2º, componen las barreras burocráticas los actos y disposiciones de las entidades estatales que establecen determinados requerimientos, procedimientos, obligaciones, prohibiciones y/o cobros para realizar actividades económicas, que tienen implicancia en los principios y normas de simplificación administrativa contenidos en la Ley N° 27444 y que dificultan la competitividad empresarial en el mercado.

Política tributaria

Salas (2010), es una parte de la política fiscal, es decir parte de la política pública, que se presenta bajo el esquema de un programa de acción gubernamental en un sector de la población o un determinado espacio geográfico en el cual se articulan el Estado y la sociedad civil, en el cual el Estado tiene una participación bastante activa.

Costos de formalización

Arruñada (2010), manifiesta que, es el pago en el cual incurren las personas naturales o jurídicas para registrarse ante las instancias correspondientes y con ello cumplir con todo lo estipulado para el inicio de sus actividades.

Política laboral

Según Gorelli (2013), es el conjunto de acciones que adoptan los poderes públicos con la finalidad de alcanzar el pleno empleo o, al menos, corregir los principales desequilibrios del mercado laboral.

Reglamentos turísticos

MINCETUR (2004), estableció los reglamentos, en el que se estipulan los requisitos mínimos de cumplimiento obligatorio por los prestadores de servicios turísticos, ello con la intención de regular la actividad del sector empresarial, que deben ser acatados a cabalidad por todas las empresas y personas que se dediquen a dicha actividad.

Respecto a los establecimientos informales, son considerados aquellos que no han recibido ninguna calificación sectorial, así como tampoco presentaron la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos (teniendo como plazo 30 días una vez iniciada sus actividades) y aquellos que ostenten una clase y/o categoría que no se les ha otorgado y brindan servicios previstos dentro del ámbito del sector turístico.

1.2.4. Bases teóricas de la variable Demanda turística

Según la OMT (2001), la define como: “el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades”.

Económicamente, se establece que es la cantidad de “producto turístico” que los clientes, en este caso turistas están en la disposición de adquirir en un momento determinado un precio establecido.

Según Roget y Domínguez (2000), indican que es, un modo similar a cualquier otro tipo de demanda, pero tiene unas particularidades que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, las que se tienen que tener en consideración para no caer en simplificaciones y para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían dar a lugar en caso las obviáramos.

Clasificación de la demanda turística

Según la postura de la OMT se clasifican en:

La demanda efectiva o actual: Es la cantidad efectiva de personas que son parte de la actividad turística, es decir, que evidentemente viajan. Este segmento es el que se calcula más fácilmente y el que se ve manifestado en las estadísticas a nivel global de turismo.

La demanda no efectiva: Es el segmento de población que no viaja por cierto motivo en particular. En de este grupo puede identificarse: la demanda potencial, son aquéllos que viajarán más adelante, cuando se dé un cambio en sus coyunturas personales (vacaciones, tiempo libre, dinero, etc.); y la demanda diferida, que es aquella que no ha logrado viajar debido a un problema relacionado el ambiente o en la oferta (problemas sociales, carencia de alojamientos, etc.). En este segmento no debemos dejar de lado al sector de la población que no puede viajar por considerarlo un lujo muy difícil de acceder.

La no demanda: Se diferencia por ser un grupo de gente enemigo a los viajes, son los que simplemente no tienen intenciones de viajar.

Características de la demanda turística:

Araya y Bravo (2000) Una característica de la demanda turística que destaca es su heterogeneidad o segmentación, ceñida por el beneficio particular de cada persona por realizar algún tipo de turismo. Esto obedece a varios factores como por su edad, intereses culturales, nivel económico, entre otros, estableciendo así la opción del turista por un destino o producto en especial.

Otra característica es su marcada elasticidad, debido a la diversificación en los precios de los servicios turísticos lo que genera reacciones en los clientes, por citar

un caso, aumentos notorios en los precios implicaran una disminución en la demanda de clientes.

Por último, uno de los factores que más caracterizan a la demanda turística es su marcada estacionalidad, caracterizada por el apogeo del turismo en temporadas altas, marcando para esas épocas una elevada concentración de la compra de bienes y servicios que los visitantes adquieren en esas fechas específicas del año. (p. 27).

Comportamiento del consumidor turístico

Bigné (2000). Sostiene que, es preciso abordar la demanda turística buscando habituar la oferta mejorando el empleo de las técnicas de mercado. Para conseguir una planificación turística correcta, se tendría que recopilar gran número de información, logrando optimizar los recursos disponibles y coordinando las distintas componentes que intervienen en el destino turístico (p. 34).

Valls, (2003). “El mercado turístico se encuentra en constantes evolución, por ello el agente económico debe centrar todo su esfuerzo en recabar información y realizar estudios de mercado a fin de garantizar que las innovaciones se den con rapidez que el mercado exige y encaminar la promoción al segmento adecuado para minimizar los posibles riesgos, si no se tiene en cuenta estos aspectos la demanda turística podría desplazarse hacia otros destinos que les ofrecen mejores condiciones. (p. 34).

Desde este enfoque, cada agente económico–social tendrá sus propias necesidades de información y pueden estar orientadas al estudio de dos vertientes: por un lado desde la oferta turística con el análisis de las entidades públicas que tenga injerencia sobre la actividad turística (infraestructura, seguridad, calidad y diversidad de servicios turísticos, transportes, restauración, etc.) y, por otro lado, desde la visión de la demanda turística a través del número de viajes, motivo, destino, tipo de alojamiento, medio de transporte empleado, duración de la estancia, edad y sexo del visitante, entre otros.

El mercado turístico de demanda

Borja (2002) Vendría a ser un mercado más dentro del ámbito económico, pero con particularidades bien específicos motivados por el hecho de ingresar de lleno en el marketing de los servicios y por las características del producto turístico.

Los servicios turísticos, pueden ser segmentados en el mercado sobre la base de razonamientos generales (que sirven para dividir cualquier población) o sobre la base de criterios específicos (que son afines con el producto o con el proceso de compra). (p.44).

Tabla 2

Criterio para segmentar el mercado turístico

	Generales	Específicos
Objetivos	<p>Sociodemográficos: Sexo, edad, tamaño, hogar, situación familiar.</p> <p>Socioeconómicos: Propiedades, renta, ocupación, estudios</p> <p>Geográficos: Localidad de origen</p>	<p>Duración, época y frecuencia de viajes.</p> <p>Lugar, transporte, alojamiento actividades.</p> <p>contratación y presupuesto en actividades turísticas.</p>
Subjetivos	<p>Personalidad y estilos de vida (aficiones)</p>	<p>Motivación de viaje.</p> <p>ventaja, beneficio buscado.</p> <p>Actitudes y percepciones.</p> <p>Preferencias y valoraciones.</p> <p>Viaje ideal.</p>

Fuente: Tomada de (Borja, 2012 pág. 44 "criterio para segmentar el mercado turístico").

Según Grande (2005) son necesarios cuatro pasos para segmentar un mercado: En principio se tiene que identificar que implica delimitar el mercado al cual se dirigirán las empresas según una serie de factores, en segundo lugar, la elección de los criterios de selección, la valoración de los segmentos (se debe verificar su viabilidad), y por último la selección de estrategias (para atender el mercado según sus características).

1.2.6. Dimensiones de la variable demanda turística

Habiendo realizado consultas a distintos autores, en la presente investigación tomaremos en consideración las posturas de la OTM (2001) para definir las dimensiones.

1.2.7. Dimensión desplazamiento turístico

Gurria (1991), implica el hecho de desplazarse de un lugar a otro con fines turísticos y que obedece a factores personales, motivados con la finalidad de conocer un lugar determinado ya sea por sus atractivos, costumbres, festividades, entre otros.

Atractivos turísticos

Acerenza (1984), son el componente primordial del producto turístico, ya que son los que definen la selección del lugar y vienen aquellos elementos naturales, culturales o actividad humana ya sea este tangible o intangible, que genera el interés entre los viajeros por visitarlo. (pág. 211).

Oferta turística

Quesada (2007), la define como el “conjunto de facilidades que y servicios utilizados por los turistas, para desplazarse, permanecer y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones” (p. 125).

Accesibilidad

Pérez y Gardey (2009), sostiene que, es el grado o nivel en el que una persona, mas allá de su condición física o facultades cognitivas puede desplazarse a un lugar, disfrutar de un servicio o hacer uso de la infraestructura.

Tipo de turismo

Según la OMT (1998) Para realizar la clasificación de los tipos de turismo se tiene en cuenta las motivaciones principales de las personas que generan el desplazamiento turístico, por ende, cada tipología está constituida por aquellas que son comunes y afines entre sí, lo que hace que se distingan y pertenezcan a determinado grupo.

Los tipos de turismo son la base para definir la segmentación del mercado y van a contribuir a evitar el embarullamiento de segmentos antagónicos entre sí, es por eso que se tiene varios tipos de turismo, como el de aventura, el rural comunitario, el de sol y playas, entre otros.

Estancia

DIMAS (2009), plantea que, es el lapso de tiempo que permanece una persona en un lugar determinado, para realizar una o varias actividades, cabe precisar que al visitante que pernocta se le considera turista.

1.2.8. Dimensión determinantes económicas

OMT (2001) Hace referencia a las condicionantes económicos de la unidad demandante, y juegan un papel preponderante al momento de decidir al lugar donde se va a viajar.

Nivel socioeconómico

National Center for Educational Statistics (2008), es una medición económica y sociológica como producto de la formación y preparación laboral de un individuo y de

la posición económica y social personal o familiar en función a otras personas, sustentada en sus ingresos, nivel educativo, y trabajo.

Calidad del servicio

Horovitz (1990), Es el número de prestaciones que el consumidor espera recibir, además del producto o servicio básico, como resultado del precio, la imagen y la reputación que se genere del mismo, y que pueda satisfacer sus expectativas. (p. 7).

Gasto turístico

OMT (1998) Se refiere al total de gastos realizados por un visitante o de parte del visitante por causa de un viaje y durante su estancia en el destino.

1.2.9. Dimensión determinantes sociológicas

Según la OMT (2001), son los relativos a las características personales de las unidades demandantes. Fundamentalmente, son edad, país de procedencia, nivel educativo entre otros factores que influyen en el aspecto sociológico para realizar un desplazamiento turístico.

Edad

Mozo (1996), es el periodo de tiempo cronológico que va acumulando una persona durante el transcurso de su vida desde la fecha de su nacimiento.

País de procedencia

OMT (2007), el país de residencia u procedencia de una persona se establece de conformidad con el foco de beneficio económico preponderante de sus miembros. Si una persona habita (o pretende habitar) por un periodo superior al de un año en un país determinado en el que tiene su centro de provecho económico (quiere decir en el que pasa la gran parte de su tiempo), se considera que esta persona es residente en este país.

Nivel educativo

Secretaría de Educación Jalisco (2011), son cada una de las etapas que establecen la educación de una persona tomando como base un promedio de edad determinada. El cual al finalizar se le otorga un certificado que acredita el nivel educativo obtenido.

Satisfacción del cliente

Para Kotler, (2005), indica que es, el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas cifradas sobre el mismo.

Reclamos

ISO 10002 (2010), en el cual se establece que es la acción de expresar insatisfacción hacia una empresa, relacionada con sus productos o servicios, ya sea de manera oral o escrita, por medio del cual se espera una solución explícita o implícita. Efectuar un reclamo es un derecho de los consumidores y está protegido por las leyes y normativas existentes al respecto.

1.3. Justificación

1.3.1. Teórica

La investigación va permitir un mejor entendimiento de la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la relación que tiene con la demanda turística en Huaraz – Ancash, además de contribuir con el marco teórico en función de la problemática que se abordó, para con ello se puedan dilucidar los factores que determinan este problema y a la vez va permitir definir las posibles alternativas de solución para poder superarlos y contribuir al desarrollo del turismo en la ciudad de Huaraz, que es el principal centro de soporte turístico de la región.

1.3.2. Metodológica

Al término de la investigación, tanto el método utilizado como la técnica empleada con los instrumentos respectivos, serán válidos y confiables al ser tomados por otros investigadores en futuras investigaciones que guarden relación con la presente.

1.3.3. Social

Considerando el rol trascendental que cumple el turismo en las sociedades, la investigación contribuirá a determinar las causas que originan la informalidad y la repercusión que trae consigo tanto en la sociedad como en la demanda turística, y con ello contribuir a sentar las bases para la formalización de las empresas del sector turístico, por ello será de utilidad social en la medida en que los agentes promotores del turismo regional asuman en lo posible los resultados de la presente investigación cuando asuman decisiones.

1.4. El problema

El Perú, luego de pasar por un proceso de renovación, cambios políticos y sociales, crecimiento económico sostenido y de progresiva consolidación, viene sorprendiendo al mundo por el gran potencial económico con el que cuenta; y el turismo no es ajeno a esta realidad ya que su variada biodiversidad y su invaluable patrimonio cultural e histórico son los que lo destacan y lo hace un país único. El Perú posee un sinnúmero de lugares privilegiados para ser visitados, a la espera de que se pongan en valor y desarrollar una actividad turística, sobre la base de una adecuada planificación asegurando la utilización sostenible de los recursos naturales, histórico-culturales.

El turismo en el Perú cuenta con el potencial necesario para convertirse en uno de los primordiales soportes de desarrollo sostenible de la economía nacional, por ser una fuente primordial de ingreso de divisas, debido a que cuenta con una gran variedad de circuitos turísticos, los cuales deben ser explotados al máximo de una manera responsable.

El vertiginoso crecimiento económico del turismo a nivel mundial tiene buenas perspectivas. En la actualidad, su aporte al PBI mundial alcanza el 9% (US\$ 6.6 billones), lo que genera aproximadamente 260 millones de puestos de trabajo. Es decir, uno de cada once puestos de trabajo es gracias al turismo. En medio de este crecimiento, el Perú cuenta con potencial para superar a muchos países de la región.

En el caso del turismo receptivo, por citar un ejemplo, el porcentaje de llegada de turistas y viajeros internacionales (8.1%) está por encima de la tasa promedio de la región (3.7% para América Latina), así como de la media mundial (2.2%). Para afianzar, el turismo interno se cuenta con buenos indicadores, debido a que la clase media goza de un mayor poder adquisitivo y lo cual repercute considerablemente en el aumento del flujo de viajeros, motivados con fines de esparcimiento, ocio, y negocios en el país. A la vez que estos desplazamientos internos generan desarrollo económico, cultivan el orgullo por nuestra tierra y refuerza la identidad nacional.

Con la llegada de turistas a los distintos atractivos turísticos con los que cuenta el Perú, se impulsan una variedad de servicios que se necesitan para hacer viable la actividad, tales como transporte, hospedajes, restaurantes, agencias de turismo, etc.

Para lograr a ser considerado como un excelente centro de atracción turística, no solo se trata de contar con buenos atractivos, sino que también se debe ofrecer un servicio eficiente que colme las expectativas de los turistas.

A nivel internacional la competencia es fuerte, ya que al igual que el Perú, también cuentan con atractivos y servicios turísticos e incluso este último en muchos casos mejor planificados. Por ende, urge una política integral para promover el turismo nacional que nos coloque en el sitio que nos corresponde estar.

La industria turística hoy enfrenta muchos problemas que repercuten en su desarrollo. El turismo es un sector de la economía que, últimamente ha experimentado un desarrollo considerable y sostenible, con grandes índices de crecimiento, superando a otros sectores de la economía con desarrollo tradicional, y que le ha permitido cobrar mayor auge en la economía mundial. Para que el desarrollo del turismo sea integral, depende mucho del servicio que brinden los prestadores de servicios turísticos, llámese hoteles, agencias de viajes, restaurantes, entre otros. En el contexto tanto nacional como a nivel regional, la realidad y los estudios evidencian un elevado porcentaje de informalidad en el sector (más del

50%), y son en su mayoría este tipo de empresas y/o personas los que terminan brindando un mal servicio y por consiguiente que el turista se lleve una mala imagen del lugar.

La informalidad en el Perú ha logrado niveles desbordantes y que afecta de diferentes maneras la economía, repercutiendo en el objetivo de crecer con inclusión y equidad para alcanzar mayor bienestar y prosperidad. No se trata de una seguimiento y sanción a los informales, como algunos piensan, por ende, en principio se deben precisar las causas que lo originan, su repercusión en la economía y la sociedad y en base en ello, ver las alternativas de solución, pues como se verá en el desarrollo de la presente investigación es el propio sector público quien en gran medida genera este problema.

Ciertamente las estadísticas de la informalidad son alarmantes. Se considera que el Perú se ha transformado en la sexta economía con mayor índice de informalidad en el mundo y en la tercera en la región latinoamericana, tan solo superados por Bolivia y Panamá; se estima que el 60.9% de la economía peruana pertenece al sector informal. Si lo reflejamos en porcentajes de empleabilidad los estudios indican que el 79.4% de la Población Económicamente Activa (PEA) se encuentra dentro del ámbito de la informalidad, siendo 60% el promedio de América Latina; estas diferencias a nivel de las regiones del Perú se incrementan.

Respecto a los establecimientos informales en materia turística, son considerados aquellos que no han recibido ninguna calificación sectorial, así como tampoco presentaron la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos y que no obstante ostentan una clase y/o categoría que no se les ha otorgado y brindan servicios previstos dentro del ámbito del Sector Turismo.

La Región Ancash es una zona privilegiada por la madre naturaleza, ya que cuenta con impresionantes parajes como el Nevado del Huascarán y el Alpamayo, el glaciar de Pastorruri, las lagunas de Llanganuco y Parón, para citar alguno de ellos; cuenta también con restos arqueológicos como el Castillo de Chavín de Huantar; y festividades culturales tradicionales como el Carnaval y la Semana Santa Huaracina, presentando toda una diversidad para el turismo, dándole cierta ventaja comparativa para el desarrollo de actividades turísticas tendiente a generar la oferta turística necesaria para satisfacer la demanda de los visitantes.

La ciudad de Huaraz es el centro de operaciones del turismo en la Región Ancash, pero evidenciándose un alto grado de informalidad en la prestación de servicios turísticos, probablemente debido a la inoperancia de los agentes promotores y la decidía de los propios gestores de las empresas prestadoras, y que, por evadir impuestos, obligaciones labores, entre otros, no se registran ante el ente competente, los mismos que serán materia de la presente investigación.

Lamentablemente la informalidad que se evidencia en los servicios turísticos en la ciudad de Huaraz, termina afectando la imagen del buen desarrollo de turismo que debería presentar. Resulta toda una constante los reiterados maltratos a los turistas, con incumplimiento de normas y requisitos básicos para la prestación de los servicios a los turistas, las continuas quejas de los turistas por la calidad, los precios, las atenciones, las estafas con paquetes turísticos ofrecidos al momento de la transacción y que luego no se concretan.

Por las razones expuestas, esta investigación pretende identificar y analizar las causas, así como los efectos de la informalidad en la prestación de servicios turísticos en la ciudad de Huaraz, para con su conocimiento plantear lineamientos de políticas que deberán de desarrollar las organizaciones promotores del turismo como la Dirección Regional de Turismo de Ancash, la Municipalidad Provincial de Huaraz, la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ancash y otros comprometidos a fin de garantizar el desarrollo del turismo regional con calidad y garantía que satisfaga las expectativas de los ilustres visitantes.

1.4.1. Problema general

¿De qué manera se relaciona la informalidad en la prestación de servicios turísticos con la demanda turística en la ciudad de Huaraz, 2016?

1.4.2. Problemas específicos:

¿En qué medida se relaciona la informalidad en la prestación de servicios turísticos con el desplazamiento turístico en Huaraz - Ancash, 2016?

¿De qué manera se relaciona la informalidad en la prestación de servicios turísticos con las determinantes económicas de la demanda turística en Huaraz - Ancash?

¿De qué manera la informalidad en la prestación de servicios turísticos se relaciona con las determinaste sociológicas de la demanda turística en Huaraz - Ancash?

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

Existe una relación directa entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016.

1.5.2. Hipótesis Específicas:

Existe relación significativa de la informalidad en la prestación de servicios turísticos con el desplazamiento de la demanda turística en Huaraz - Ancash.

Existe relación significativa entre la informalidad en la prestación de servicios turístico y las determinantes económicas de la demanda turística en Huaraz - Ancash.

Existe relación significativa entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos con las determinantes sociológicas de la demanda turística en Huaraz – Ancash.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz - Ancash, 2016.

1.6.2. Objetivos específicos:

Determinar la relación que existe entre la informalidad de la prestación de servicios turísticos con el desplazamiento turístico en Huaraz - Ancash, 2016.

Determinar la relación que existe entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos con las determinantes económicas, en Huaraz – Ancash 2016.

Determinar la relación existente entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos con las determinantes sociológicas de la demanda en Huaraz – Ancash 2016.

II. Marco metodológico

2.1. Variables

2.1.1. Variable (1): La informalidad en la prestación de servicios turísticos.

Según Arbaiza (2001), el sector informal se caracteriza por la fácil entrada, la evasión de impuestos, las transacciones de pequeña escala, la mano de obra intensiva, la adaptación tecnológica a partir de las habilidades que son aprendidas al margen del sistema educativo y la presencia de mercados que son competitivos pero que no son controlados.

En la dimensión gestión turística, se ha considerado como los de mayor importancia para la presente investigación los indicadores: planes y programas de desarrollo, gestión de agentes promotores y gestión de operadores turísticos.

En cuanto a la dimensión proceso de formalización, se ha considerado como los de mayor importancia para la presente investigación los indicadores: barreras burocráticas, política tributaria, costos de formalización, política laboral y reglamentos turísticos.

2.1.2. Variable (2): Demanda turística.

Según la OMT (1993) es el conjunto de visitantes que ya sea individual o colectivamente, son motivados a desplazarse de su lugar de residencia habitual a otro, por una serie de servicios turísticos con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

En la dimensión desplazamiento turístico, se ha considerado como los más importantes para efectos de la presente investigación los indicadores: atractivos turísticos, oferta turística, accesibilidad, tipo de turismo y tiempo de permanencia.

Para la dimensión determinantes económicas, se ha tomado en cuenta los indicadores: nivel socioeconómico, calidad del servicio y gasto turístico.

En cuanto a la dimensión determinantes sociológicas, se ha considerado los indicadores: edad, país de procedencia, nivel educativo, satisfacción del cliente y reclamos.

2.2. Operacionalización de variables

Tabla 3

Operacionalización de la variable (1): Informalidad en la prestación de servicios turísticos.

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas y Valores	Niveles o Rangos
Gestión Turística	• Planes y programas de desarrollo	1-3		
	• Gestión de agentes promotores	4-8	Muy de Acuerdo (5)	Eficiente (30-40)
	• Gestión de operadores turísticos	9-11	De Acuerdo (4)	Medianamente eficiente (19-29)
Proceso de Formalización	• Barreras burocráticas	12-14	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	
	• Política tributaria	15-16	En Desacuerdo (2)	Deficiente (1-18)
	• Costos de formalización	17-18		
	• Política laboral	19	Muy en	
	• Reglamentos turísticos	20-25	Desacuerdo (1).	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4

Operacionalización de la variable (2): Demanda turística

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas y Valores	Niveles o Rangos
Desplazamiento turístico	• Atractivos turísticos	1-3		
	• Oferta turística	4-5	Muy de	
	• Accesibilidad	6-7	Acuerdo (5)	Eficiente
	• Tipo de turismo	8-10		(30-40)
	• Estadía	11-13	De Acuerdo (4),	
Determinantes económicas	• Nivel socioeconómico	14-17	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	Medianamente eficiente (19-29)
	• Calidad del servicio	18-19		
	• Gasto turístico	20	En Desacuerdo (2)	
Determinantes sociológicas	• Edad	21		Deficiente (1-18)
	• País de procedencia	22	Muy en	
	• Nivel educativo	23	Desacuerdo (1).	
	• Satisfacción del cliente	24		
	• Reclamos	25		

Fuente: Elaboración propia

2.3. Metodología

La presente investigación se basa en la metodología hipotético-deductivo. Al respecto (Tamayo, 1990, citado en Valderrama, 2014), sostiene que:

La metodología representa la parte primordial del proyecto; se refiere a la descripción de las unidades de análisis o de investigación, a las técnicas de observación y recolección de datos, los instrumentos de medición, los procedimientos y las técnicas de análisis. (p.163)

El método hipotético-deductivo permite probar las hipótesis planteadas mediante un diseño estadístico seleccionado y correctamente estructurado.

2.4. Tipo de estudio

La presente investigación es básica porque no tiene intenciones aplicativas inmediatas, ya que principalmente se pretende ampliar y ahondar el bagaje de conocimientos científicos que se tienen de la realidad en cuanto a la problemática de estudio. Para Carrasco (2009) la esencia de la investigación lo constituyen los planteamientos científicos los cuales se analizan para mejorar sus contenidos.

En lo referente a los niveles de la investigación se planteó el descriptivo correlacional. Al respecto Hernández, (2010, citado en Valderrama 2014), argumenta que la investigación descriptiva busca especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que sea plausible de un análisis. Equivale a decir, que únicamente busca medir y recabar información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren. (p.168).

Asimismo, respecto a la investigación correlacional Hernández (2014) sostiene con respecto a los estudios de alcance correlacional: Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables.

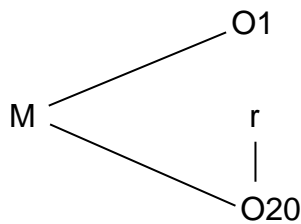
2.5. Diseño

El diseño de investigación del estudio es no experimental y de corte transversal.

Al respecto de los estudios no experimentales Carrasco (2009), señaló que en estos diseños las variables no han sido manipuladas intencionalmente, no cuentan con un grupo de control, ni mucho menos experimental, se centran en analizar e investigar los hechos y fenómenos de la realidad después de que ocurran.

En ese mismo sentido, respecto a los diseños transversales o transaccionales Hernández (2003), manifiesta que este diseño recoge información en un solo instante, en un tiempo determinado; su finalidad es describir variables y analizar su repercusión e interrelación en un momento exacto. (p.270).

Esquema:



Dónde:

M: Muestra con quien(es) vamos a realizar el estudio.

O1: Variable 1

O 2: Variable 2

r: Relación de las variables de estudio

2.6. Población

La población constituye un universo finito porque está conformada por los funcionarios y personal que labora en entidades que tenga injerencia en la actividad turística en la ciudad de Huaraz. Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2006), argumentan “la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 238).

En ese sentido, en el presente trabajo de investigación la población es censal, dado que la investigación se realizó con todos los elementos de la población, por tanto, la muestra es igual a la población. Al respecto Córdova (2003) manifestó que: “después de definir la investigación estadística a realizar, se debe decidir entre investigar toda la población o sólo una parte de ella. El primer procedimiento es denominado censo y el segundo es llamado muestreo” (p. 3).

La población está compuesta por 40 funcionarios de los entes promotores distribuidos de la siguiente manera; 13 funcionarios de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, diez de La Municipalidad Provincial de Huaraz, seis de La Municipalidad Distrital de Independencia, cuatro representantes de La Cámara de Comercio, industria y Turismo, cuatro profesionales del Parque Nacional Huascarán y tres catedráticos como referentes del sector académico.

Al ser la población censal, se opta por no realizar muestra ni muestreo, por cuanto en la investigación se consideró al total de la población.

2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.7.1. Técnicas

La técnica de recolección de datos que se utilizó, fue la aplicación de una encuesta dirigida a los funcionarios de los entes promotores que tengan injerencia en la actividad turística en la ciudad de Huaraz.

Por lo que refiere Merino (2010) en la encuesta “el encuestador se pone en contacto con el encuestado con el fin de obtener información, ya sea escrita o verbal”. (p.82).

2.7.2. Instrumentos de recolección

Para desarrollar esta parte de la investigación se recurrió al cuestionario, sobre este instrumento Kothari (2004, citado en Arbaiza, 2014), explica que un cuestionario presenta un número determinado de preguntas, formuladas en función al propósito de la investigación, se espera que los encuestados analicen las preguntas y contesten por escrito. (p. 209).

Hernández (2010) “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis”. (p. 217).

Se utilizó como instrumento dos cuestionarios estructurados en 25 preguntas por cada variable que, es el medio útil eficaz para recabar información en un tiempo bastante breve.

Ficha Técnica del instrumento

Nombre Original: Informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz, Ancash-2016.

Autor: Luis Pasco López

Procedencia: Huaraz - Perú, 2016

Objetivo: Determinar en qué medida la informalidad de los prestadores de servicios turísticos en la ciudad de Huaraz, se relaciona con la demanda turística.

Administración: Individual

Duración: No tiene límite de tiempo. Aproximadamente 10 minutos.

Significación: La escala está orientada a establecer la relación entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos con la demanda turística. Para los cálculos estadísticos a partir de los datos obtenidos de la muestra se ha empleado un nivel de significación de 0.05.

Estructura: La escala consta de 25 ítems por cada variable, con alternativas de respuesta de opción múltiple, de tipo Lickert, y cada ítem está estructurado con cinco alternativas de respuestas, que son: Muy de Acuerdo (5), De Acuerdo (4), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), En Desacuerdo (2) y Muy en Desacuerdo (1).

2.7.3. Validez del instrumento

En el presente estudio, la validez está referida al grado en que un instrumento verdaderamente mide a la variable de estudio. Para el presente caso la validez del instrumento se estableció mediante los siguientes pasos:

Validez Interna

Se corroboró que el instrumento fue elaborado en base a conceptos teóricos, luego se estableció dimensiones, indicadores e ítems, así como el sistema de evaluación en base al objetivo de investigación, logrando determinar lo que se había planificado en la investigación.

Validez de constructo

Este proceso se elaboró en función a los fundamentos teóricos de (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2006) quienes indican que el instrumento diseñado en base a una teoría responde al objetivo de investigación, esta debe ser operacionalizada cuando menos en dimensiones, indicadores e ítems.

Opinión de expertos

El instrumento fue sometido a un juicio de expertos, todos ellos catedráticos universitarios y expertos en Gestión Pública y Planificación, sus aportes fueron necesarios en la verificación de la construcción y el contenido del instrumento, de manera que estos se ajusten al estudio planteado, para tal efecto, se hizo revisar el cuestionario, siendo los expertos las siguientes personalidades que se muestran a continuación.

Tabla 5

Relación de expertos a los que fue sometida la investigación

N.º	Experto	Resultado
01	Mg. Cristian Medina Sotelo	Aplicable
02	Dr. Richard Pasco Amez	Aplicable
03	Dr. Felix Lirio Loli	Aplicable

Nota: Los datos se obtuvieron del certificado de validez

2.7.4. Confiabilidad del Instrumento

Se realizará en la población conformada por los 40 funcionarios de los entes promotores del turismo en la ciudad de Huaraz. El estadístico a emplearse es el Alfa de Cronbach el cual requiere de una sola administración del instrumento de medición y produce valores que fluctúan entre 0 y 1.

Al respecto, Valderrama (2014), sostiene sobre la confiabilidad del instrumento “para evaluar la confiabilidad o la homogeneidad de las preguntas, es común emplear el coeficiente de Alfa de Cronbach. Este coeficiente tiene valores entre 0 y 1, donde 0 significa confiabilidad nula, y 1 representa confiabilidad total” (p. 218).

En la tabla 6 se detalla los niveles de confiabilidad del Alfa de Cronbach.

Tabla 6

Niveles de confiabilidad para Alfa de Cronbach

Valores	Nivel
<i>De -1.00 a 0.00</i>	<i>No es confiable</i>
<i>De 0.01 a 0.49</i>	<i>Baja confiabilidad</i>
<i>De 0.50 a 0.75</i>	<i>Moderada confiabilidad</i>
<i>De 0.76 a 0.89</i>	<i>Fuerte confiabilidad</i>
<i>De 0.90 a 1.00</i>	<i>Alta confiabilidad</i>

Nota: se obtuvo del libro “La tesis de maestría y doctorado en 4 pasos” de Soto Quiroz (2014)

Tabla 7

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
	Válido	40	100
Casos	Excluido ^a	0	0.0
	Total	40	100

A: La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento

Nota: La elaboración es con el SPSS 22 con datos obtenidos de las encuestas

Tabla 8

Estadísticas de fiabilidad

Alpha de Cronbach	N° de elementos
0,934	40

Nota: Elaboración en SPSS 22 con datos obtenidos de la encuesta.

2.8. Métodos de análisis de datos

De acuerdo a (Bernal 2010, citado en Arbaiza, 2014) en cómo elaborar una tesis de grado explica este paso de la siguiente manera:

Consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) conseguidos de la población objeto de estudio a través del trabajo de campo, y tiene como propósito generar resultados (datos agrupados y ordenados), a partir de los cuales se realizará el análisis según los objetivos y las hipótesis o preguntas de la investigación. (p. 226).

Al respecto, se aplicó el instrumento según cada variable de investigación, para luego proceder a calificar y procesar los instrumentos aplicados.

Se procesó la información recabada a través del análisis estadístico en SPSS, en los siguientes niveles:

Estadística descriptiva: con la finalidad de describir los valores de la medición de las variables a través de estadísticos descriptivos y gráficos de barras.

Estadística inferencial: para la prueba de hipótesis, cada una de las hipótesis formuladas es objeto de una verificación mediante el estadígrafo Rho de Spearman con un 95% de confianza en que la correlación sea verdadera y un 5% de probabilidad de error (nivel de significancia igual a 0.05).

2.9. Aspectos éticos

En la presente investigación se tomó en cuenta los siguientes principios: La identidad de las personas a los cuales se les aplicó la encuesta se mantuvo y se mantendrá en reserva, no se ha manipulado los resultados que se obtuvieron de las encuestas, y se ha cumplido rigurosamente con las normas determinadas por el APA.

III. Resultados

3.1.- Resultados descriptivos

Luego de la obtención de los datos a partir de los instrumentos descritos, se procedió a realizar el análisis, en primer lugar, se presentan los resultados generales en cuanto a los niveles de las variables de estudio de manera descriptiva, para después tratar la prueba de hipótesis general y las específicas.

Para la presentación de los resultados, se tomarán las puntuaciones de la variable informalidad y demanda turística, para posteriormente presentar los resultados por niveles.

3.1.1- Nivel Relacional

3.1.2.- Niveles de relación de la informalidad y la demanda turística en la ciudad de Huaraz.

Tabla 9

		Demanda turística		Total
		Turismo informal	Turismo formal	
Variable Informalidad	Gestión Turística	24	9	33
		57.5%	22.5%	82.5%
	Proceso de formalización	6	1	7
		15.0%	2.5%	17.5%
Total		29	11	40
		72.5%	25.0%	100.0%

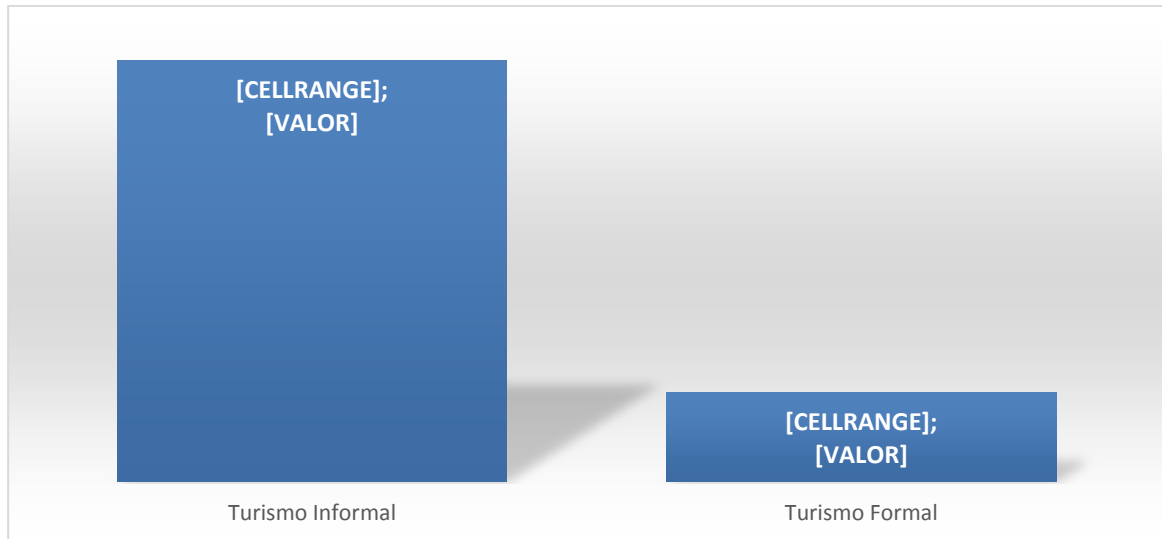


Figura 1. Niveles de relación del turismo informal en la prestación de servicios turísticos en la ciudad de Huaraz.

De los resultados generales mostrados en la Figura 1, en cuanto a la percepción sobre el turismo informal en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en la ciudad de Huaraz, se tiene que el 82.5% se dedica al turismo informal y sólo el 17.5% al turismo formal.

3.1.3.- Niveles de relación de la demanda turística con la informalidad en turismo en la ciudad de Huaraz.

Tabla 10

		Informalidad en turismo		Total
		Turista insatisfecho	Turista satisfecho	
Desplazamiento turístico		14	7	21
		35.0%	17.5%	52.0%
Variable demanda turística	Determinantes económicas	7	4	11
		17.5%	10.0%	27.5%
	Determinantes sociológicas	5	3	8
		12.5%	7.5%	20.0%
Total		26	14	40
		35.0%	65.0%	100.0%

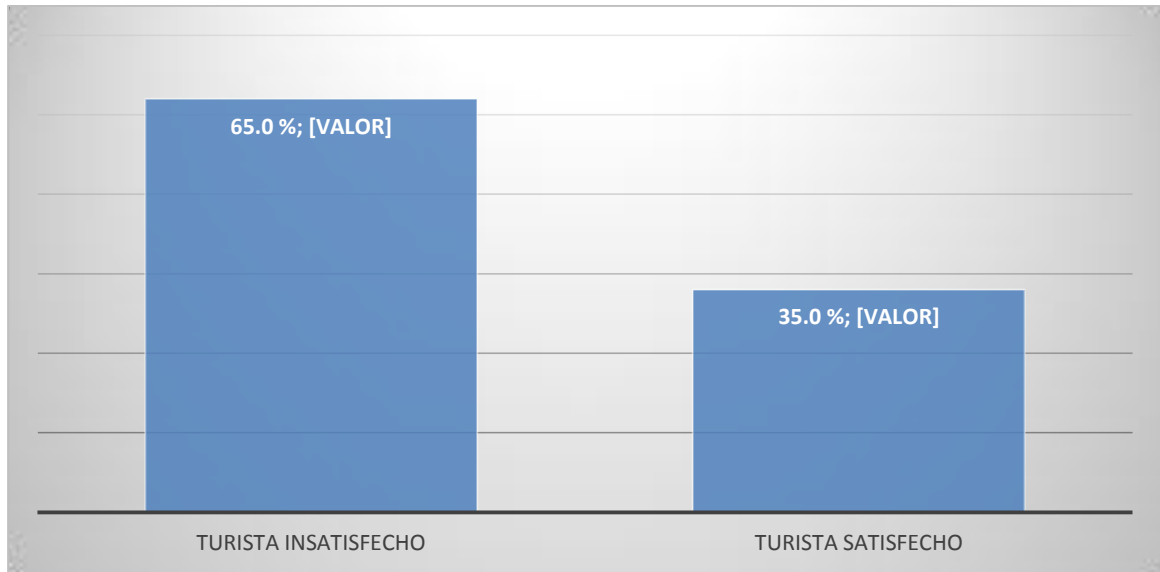


Figura 2. Niveles de relación de satisfacción de la demanda turística en la ciudad de Huaraz.

Asimismo, en la Figura 2, se presenta el resultado general de la variable demanda turística, en el que se nota que los encuestados perciben que los turistas se sienten insatisfechos en un 65.0% y satisfechos el 35.0%, no encontrando respuesta de algún encuestado que indique que los turistas se sienten complacidos por los servicios turísticos que se ofrecen en la ciudad de Huaraz.

3.2.- Resultados específicos entre la variable informalidad y las dimensiones de la variable demanda turística.

3.2.1.- Distribución de frecuencias entre la variable informalidad y la dimensión desplazamiento turístico.

Tabla 11

		Desplazamiento turístico			Total
		Turista Insatisfecho	Turista Satisfecho	Turista Complacido	
Variable Informalidad	Gestión Turística	23	9	1	33
		57.5%	22.5%	2.5%	82.5%
	Proceso de formalización	6	1	0	7
		15.0%	2.5%	0.0%	17.5%
Total		29	10	1	40
		72.5%	25.0%	2.5%	100.0%

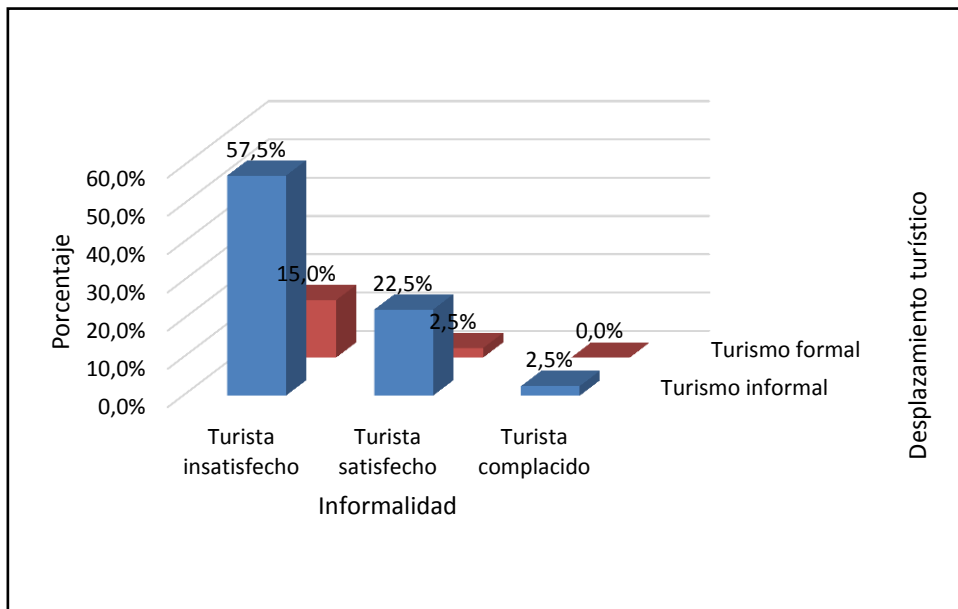


Figura 3. Distribución porcentual de la informalidad y desplazamiento turístico.

De acuerdo a la tabla 11 y la figura 3, observamos que el 57.5% de los encuestados refieren que se sienten insatisfechos, observándose asimismo que el 22.5% se sienten satisfechos con el turismo informal.

3.2.2.- Distribución de frecuencias entre la variable informalidad y la dimensión determinantes económicas.

Tabla 12

Variable	Informalidad	Determinantes económicas			Total
		Turista Insatisfecho	Turista Satisfecho	Turista Complacido	
Gestión turística		28	3	2	33
		70.0%	7.5%	5.0%	82.5%
Proceso de formalización		4	2	1	7
		10.0%	5.0%	2.5%	17.5%
Total		32	5	3	40
		80.0%	12.5%	7.5%	100.0%

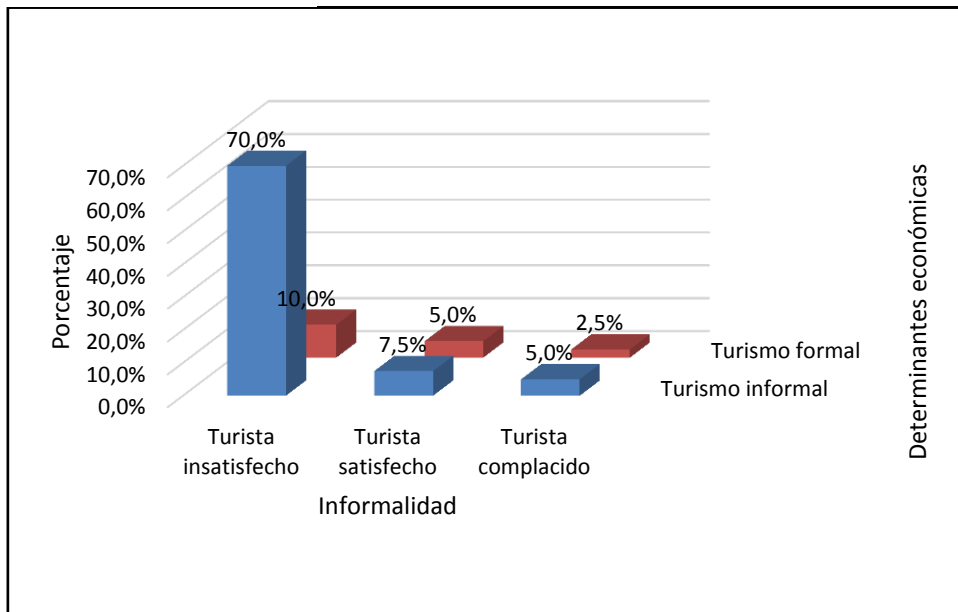


Figura 4. Distribución porcentual de la informalidad y la dimensión determinantes económicas.

De acuerdo a la tabla 12 y la figura 4, observamos que el 70% de los encuestados refieren que se sienten insatisfechos con relación a las determinantes económicas,

observándose que solo el 10% se sienten insatisfechos con el turismo formal; el 7.5% de los encuestados refieren que el turista se siente satisfecho con el turismo informal, mientras que el 5% de siente insatisfecho con el turismo formal.

3.2.3.- Distribución de frecuencias entre la variable informalidad y la dimensión determinantes sociológicas.

Tabla 13

		Determinantes sociológicas			Total
		Turista Insatisfecho	Turista Satisfecho	Turista Complacido	
Variable Informalidad	Gestión turística	27	6	0	33
		67.5%	15.0%	0.0%	82.5%
	Proceso de formalización	3	2	2	7
		7.5%	5.0%	5.0%	17.5%
Total		30	8	2	40
		75.0%	20.0%	5.0%	100.0%

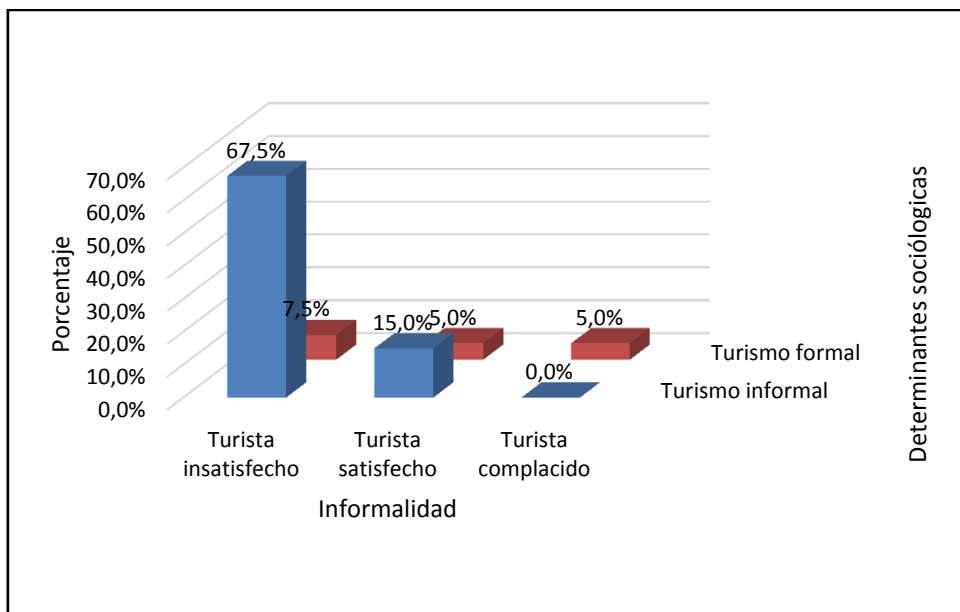


Figura 5. Distribución porcentual de la informalidad y la dimensión determinantes sociológicas.

De acuerdo a la tabla 13 y la figura 5, observamos que el 67.5% de los encuestados refieren que se sienten insatisfechos con relación al turismo informal acerca de las determinantes sociológicas, mientras que; el 15% de los encuestados refieren que el turista se siente satisfecho con el turismo informal.

3.2. Resultados inferenciales

García (2001) sostiene que una hipótesis estadística es una aseveración que se realiza respecto a alguna particularidad de una población y contrastar una hipótesis equivale a comparar los pronósticos con la realidad que evidenciamos. Si dentro del margen de error que nos permitimos aceptar, hay coincidencia, aceptaremos la hipótesis y en caso contrario la rechazaremos. La hipótesis formulada se suele designar por H_0 y se llama Hipótesis nula o hipótesis del estudio, porque parte del hipotético caso que las diferencias entre el valor verdadero del parámetro y su valor hipotético son debidas al azar, lo cual implica que no hay diferencia. La hipótesis contraria se designa por H_1 y se llama Hipótesis alterna o hipótesis del investigador.

3.2.1. Prueba de Hipótesis general

H_0 : No existe relación entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016.

H_1 : Existe relación directa y significativa entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05 = 5\%$ de margen máximo de error.

Regla de decisión: $p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0
 $p < \alpha \rightarrow$ se rechaza la hipótesis nula H_0

Tabla 14

Coeficiente de correlación de Spearman de las variables: informalidad y demanda turística en la ciudad de Huaraz, región Ancash.

		Variable Informalidad		Variable demanda turística
Rho de Spearman	Variable Informalidad	Coeficiente de correlación	de 1.000	,352*
		Sig. (bilateral)	.	,026
		N	40	40
Rho de Spearman	Variable demanda turística	Coeficiente de correlación	de ,352*	1.000
		Sig. (bilateral)	,026	.
		N	40	40

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Podemos apreciar que el valor del coeficiente Rho de Spearman tiene un valor de 0,352* siendo el valor positivo, por lo que se puede concluir que existe relación inversa entre las variables de estudio; la fuerza de esta relación es baja e inversa, puesto que el $p_valor = 0.26$.

Entonces:

Se rechaza H_0 , por consiguiente, se acepta H_1 , por lo tanto: Existe relación inversa y significativa entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016.

3.2.2. Prueba de hipótesis específica 1

Ho: No existe relación entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la dimensión desplazamiento turístico de la variable demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016.

Hi: Existe relación directa y significativa entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la dimensión desplazamiento turístico de la variable demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05 = 5\%$ de margen máximo de error.

Regla de decisión: $p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula Ho
 $p < \alpha \rightarrow$ se rechaza la hipótesis nula Ho

Tabla 15

Análisis correlacional entre la variable informalidad y la dimensión desplazamiento turístico de la variable demanda turística.

Correlaciones

			Variable Informalidad	Desplazamiento turístico
Rho de Spearman	Variable	Coeficiente de correlación	1.000	,139
	Informalidad	Sig. (bilateral)	.	,039
		N	40	40
	Desplazamiento turístico	Coeficiente de correlación	,139	1.000
		Sig. (bilateral)	,391	.
		N	40	40

La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas)

Según el cuadro anterior se tiene:

$r =$ Coeficiente de correlación = 0.139

$p_valor =$ nivel de significancia = 0,039

Entonces:

Se rechaza H_0 , asumiendo la aceptación de la H_1 .

Por tanto:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el grado de correlación entre la variable informalidad y la dimensión desplazamiento turístico de la variable demanda turística, determinado por el Rho de Spearman = 0,139, indica una correlación muy baja e inversa entre las variables, con un p valor de 0,039 donde $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

Decisión estadística

Se puede concluir que se valida la siguiente hipótesis de investigación: existe relación inversa y significativa entre la variable informalidad y la dimensión desplazamiento turístico de la variable demanda turística.

3.2.3. Prueba de hipótesis específico 2

H_0 : No existe relación entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la dimensión determinantes económicas de la variable demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016.

H_1 : Existe relación directa y significativa entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la dimensión determinantes económicas de la variable demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05 = 5\%$ de margen máximo de error.

Regla de decisión: $p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0
 $p < \alpha \rightarrow$ se rechaza la hipótesis nula H_0

Tabla 16

Análisis correlacional entre la Variable informalidad en la prestación de servicios turísticos y la dimensión determinantes económicas de la variable demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016.

Correlaciones

				Variable	Determinantes
				Informalidad	económicas
Rho de Spearman	Variable	Coeficiente	de	1.000	,258
	Informalidad	correlación			
		Sig. (bilateral)		.	,019
		N		40	40
Rho de Spearman	Determinantes	Coeficiente	de	,258	1.000
	económicas	correlación			
		Sig. (bilateral)		,190	.
		N		40	40

La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Según el cuadro anterior se tiene:

$r =$ coeficiente de correlación = 0.258

$p_valor =$ nivel de significancia = 0,019

Entonces:

Se rechaza H_0 , asumiendo la aceptación de la H_1 .

Por tanto:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el grado de correlación entre la variable informalidad y la dimensión determinantes económicas de la variable demanda turística, establecido por el Rho de Spearman = 0,258, indica una correlación baja e inversa entre las variables, con un p valor de 0,019 donde $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

Decisión estadística

Se puede concluir que se valida la siguiente hipótesis de investigación: existe relación inversa y significativa entre la variable informalidad y la dimensión determinantes económicas de la variable demanda turística.

3.2.4. Prueba de hipótesis específico 3

H_0 : No existe relación entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la dimensión determinantes sociológicas de la variable demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016.

H_1 : Existe relación directa y significativa entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la dimensión determinantes sociológicas de la variable demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05 = 5\%$ de margen máximo de error.

Regla de decisión: $p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0
 $p < \alpha \rightarrow$ se rechaza la hipótesis nula H_0

Tabla 17

Análisis correlacional entre la variable informalidad en la prestación de servicios turísticos y la dimensión determinantes sociológicas de la variable demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016.

Correlaciones

		Variable		Determinantes	
		Informalidad		sociológicas	
Rho de Spearman	Variable	Coeficiente de correlación	de	1.000	,385 [*]
	Informalidad	Sig. (bilateral)		.	,014
		N		40	40
	Determinantes sociológicas	Coeficiente de correlación	de	,385 [*]	1.000
		Sig. (bilateral)		0,14	.
		N		40	40

^{*} La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Según el cuadro anterior se tiene:

$$R = \text{Coeficiente de correlación} = 0.385^*$$

$$P_valor = \text{nivel de significancia} = 0,014$$

Entonces:

Se rechaza H_0 , asumiendo la aceptación de la H_1 .

Por tanto:

De acuerdo a los resultados estadísticos, el grado de correlación entre la variable informalidad y la dimensión determinantes sociológicas de la variable demanda turística, determinado por el Rho de Spearman = 0,385^{*}, indica una correlación baja e inversa entre las variables, con un p valor de 0,014 donde $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

Decisión estadística

Se puede concluir que se valida la siguiente hipótesis de investigación: existe relación inversa y a la vez significativa entre la variable informalidad y la dimensión determinantes sociológicas de la variable demanda turística.

IV. Discusión

De acuerdo a los resultados estadísticos que se observan en la tabla N.º 09 se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables establecida, por el Rho de Spearman con un valor de 0,352 siendo el valor positivo con un $p_valor = 0.26$ lo cual, nos permite indicar que existe una relación inversa y significativa entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016. Tales resultados coinciden con lo planteado por Pasco (2011) quien en su tesis titulada “Clusters turísticos para la competitividad de la industria del turismo en el Callejón de Huaylas” concluye que las condiciones para la implementación de los clusters turísticos en el Callejón de Huaylas son favorables porque cuenta con buenos atractivos turísticos, y existe la buena disposición e interés de agentes promotores y operadores del turismo. Pero con operadores de servicios turísticos dentro de la informalidad no se lograría el propósito, por cuanto lejos de mejorar el turismo en la ciudad de Huaraz, terminan desordenándolo con quejas de turistas por permanentes mal tratos y de incumplimientos de normas y requisitos dispuestos por los agentes promotores, los mismos que terminan dañando la imagen de un buen turismo y como consecuencia de ello se ve reflejado en la demanda.

Asimismo, se corrobora lo planteado por Ontivero (2011), cuando concluye que la identificación y descripción preliminar de los criterios y requisitos determinantes para la clasificación y categorización de los establecimientos de hospedaje, debe sustentarse en un nuevo marco normativo, en el cual se establezcan claramente los parámetros que deben cumplir, el cual debe partir de los resultados de un análisis precedente, a fin de que los establecimientos se adecuen y cumplan con los requisitos que se establezcan para el funcionamiento y operatividad de los establecimientos de hospedaje.

Se corrobora lo planteado por Santander (2013), en el cual concluye que, el hecho de pertenecer al sector formal o informal para un empresario muchas veces depende de sus convicciones personales (culturales, sociales, económicas), alejar al empresario de falsos paradigmas implica darle a conocer los beneficios que le otorgan las normas, a fin de que se adhiera a estas y cumpla con todo lo que estipula la ley para la constitución y operación de su negocio.

Se corrobora lo planteado por Alpiste, Carpio y Coll, (2015), quienes concluyen: Cada vez más la reputación de los negocios (sobre todo en el sector servicios, en el cual se encuentra el turismo) se basan en la percepción de los clientes acerca del servicio, por lo que disponer de un personal comprometido y debidamente capacitado para brindar una atención óptima en todo momento es vital para el éxito del negocio, más aun siendo el turismo una actividad económica tan sensible, es imprescindible tener en cuenta estos factores.

Con respecto a la primera hipótesis específica: La dimensión gestión turística se relaciona con la dimensión desplazamiento turístico de la variable demanda turística, determinado por el Rho de Spearman = 0.139 con un p valor de 0,039 donde $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Concluyendo que se valida la siguiente hipótesis de investigación: existe relación inversa y significativa entre la variable informalidad y la dimensión desplazamiento turístico de la variable demanda turística.

Con respecto a la segunda hipótesis específica: La informalidad en la prestación de servicios turísticos se relaciona inversa y significativamente con la dimensión determinantes económicas de la variable demanda turística en la ciudad de Huaraz-Ancash, mostrando un coeficiente de correlación de Rho Spearman = 0.258 que indica que existe una relación inversa entre las variables, con un p valor de 0.019, y un $p < 0,05$, que hace que se contradiga la hipótesis nula y se acepte la hipótesis alterna. Concluyendo que existe una relación inversa y significativa entre la variable informalidad y la dimensión determinantes económicas de la variable demanda turística en la ciudad de Huaraz-Ancash.

Finalmente, en función a la tercera hipótesis específica: la informalidad en la prestación de servicios turísticos y su relación con la dimensión determinantes sociológicas de la variable demanda turística, determinado por el Rho de Spearman = 0,385* indica una correlación baja e inversa entre las variables, con un p valor de 0,014 donde $p < 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Lo cual permite concluir que, existe una relación inversa y a la vez esta es significativa entre la variable informalidad con la dimensión determinantes sociológicas de la variable demanda turística en la ciudad de Huaraz, 2016.

Conclusiones

Primera:

Existe relación significativa entre la informalidad en la prestación del servicio turístico y la demanda turística en la ciudad de Huaraz por el Rho de Spearman = 0,352 y el $p_valor = 0.26$ lo cual, nos permite indicar que existe una relación de tipo inversa y significativa siendo esta una correlación moderada entre las variables. Concluyendo que la informalidad en la prestación de los servicios turísticos tiene relación significativa con la demanda turística en la ciudad de Huaraz, ya que cuando los índices de informalidad son altos genera menor demanda. También cabe mencionar que existe un sector de la población que opta por tomar este tipo de servicios por ser más económicos y que en cierto modo alienta la informalidad en el sector turístico.

Segunda:

Existe relación inversa y significativa entre la informalidad y la dimensión desplazamiento turístico de la variable demanda turística. (Rho de Spearman = 0,139* y $p = 0,039 < 0,05$) representando una correlación moderada entre las variables. Por lo tanto, se puede aseverar que cuando existe informalidad en la prestación de servicios turísticos el desplazamiento turístico se ve afectado notoriamente ya que los turistas optan por otros destinos que les ofrezcan mayor seguridad y garantía en la prestación de los servicios.

Tercera:

Para el segundo resultado específico se evidencia el grado de correlación determinada por el Rho de Spearman es de 0.258 demostrándose que existe una relación baja e inversa entre las variables y frente al $p < 0.019$ (grado de significación estadística), que nos indica que rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Concluyéndose que existe una relación de tipo inversa y significativa entre la variable informalidad y la dimensión determinantes económicas.

Cuarta:

Concorre una relación inversa y significativa entre la informalidad y la dimensión determinantes sociológicas del turista. (Rho de Spearman = 0,385* y $p = 0,014 < 0,05$) siendo ésta una correlación moderada entre las variables. Por lo que se puede afirmar que cuando existe informalidad en la prestación de servicios turísticos esta influye en las determinantes sociológicas que adoptan los turistas al momento de elegir un destino a ser visitado.

Recomendaciones

Primera:

En la presente investigación se evidenció que la informalidad en la prestación de servicios turísticos tiene una relación significativa con la demanda turística, ya que se demostró que a menor informalidad la demanda turística sería más alta. Por lo cual se sugiere que los entes promotores de velar por el desarrollo turístico, tomen las acciones correctivas al respecto, fomentando la formalización en el sector, el cual debe llevarse a cabo mediante la simplificación de los trámites burocráticos, fortaleciendo las labores de supervisión y ofreciendo beneficios e incentivos a quienes opten por el camino correcto de la formalización. Por su parte los prestadores de servicios turísticos, deben asumir con mayor responsabilidad el rol trascendental que desempeñan en el desarrollo de la actividad turística, para brindar un servicio dentro de los parámetros establecidos, en condiciones idóneas y adecuándose a la reglamentación vigente, que este a la altura de cubrir las necesidades de los turistas.

Segunda:

La informalidad en la prestación de servicios turísticos y el nivel de la calidad de los servicios que se ofertan, tienen repercusión significativa al momento de elegir un destino para ser visitado, es bajo este contexto que el servicio debe prestarse en óptimas condiciones que satisfagan las expectativas de los turistas, con personal calificado y capacitado, instalaciones adecuadas y un trato amable para con ello lograr enaltecer la imagen del destino.

Tercera:

El precio de los servicios turísticos es un factor determinante al momento de elegir un destino a ser visitado, pero este muchas veces se ve afectado por variaciones de precios que establecen los prestadores de servicios tanto informales como formales, ya que para temporadas denominadas altas, donde se concentra el mayor número de turistas, incrementan ostensiblemente el precio de sus servicios, generando un profundo malestar entre los visitantes y dañando la imagen del destino, por lo que

urge concientizar a los empresarios que esta política de precios a la larga perjudica al lugar y por ende también a ellos mismos, ya que el beneficio no solo debe verse pensando en una fecha sí no con una planificación a futuro, que permita hacer sostenible a la actividad turística en el tiempo e incremente el índice de pernoctaciones.

Cuarta:

Mejorar la prestación de los servicios turísticos es fundamental para lograr satisfacer al turista, para ello se recomienda, contar con personal idóneo debidamente capacitados y calificados, diversificar los servicios, cumplir con todo lo pactado en cuanto a los términos del servicio, cobrar el precio justo, no fomentar ni ser partícipes de la informalidad y realizar un trabajo articulado entre el sector público y privado, con eso se contribuirá a satisfacer las expectativas del turista, con lo cual se garantiza el éxito del negocio y consecuentemente el del turismo.

Referencias

- Arbaiza, L. (2014). *Cómo elaborar una tesis de grado*. Perú
- Arruñada, Benito (2010). *La lógica de la formalización contractual de la empresa*.
Perú.
- Boullon, Roberto (2003). *Calidad turística en la pequeña y mediana empresa*.
Argentina.
- Casanova, Gonzalo, (2008). *Turismo de Calidad y experiencia Normativa*. Argentina.
- Cárdenas y Mejía (2007). *Consecuencias de la informalidad en los establecimientos*.
Colombia.
- De Soto, Hernando (1998). *The invisible Revolution in the third*, HapperCollins.
Estados Unidos
- Echevín David y F. Martín (2009). *Brechas de la producción entre los sectores
formales e informales*. México.
- Guevara Otero, (2011): *Demanda Turística en la Comunidad de Madrid; para
obtener el grado de Doctora en la Universidad Rey Juan
Carlos*. España.
- Gurria, Manuel (1991). *Introducción al turismo*. Mexico: Trillas.
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación
(cuarta ed.)*. México: Mc Graw Hill.

Hurtado Mendoza (2001). *Agencias de viajes en el Perú*.

INEI (2009). *La informalidad en el microempresario peruano, determinantes, costos e implicancias políticas. Perú*.

Loayza, Norman (2006). *Variables macroeconómicas e índices globales. Perú*

Loayza, Norman (2007). *Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú*.

Banco Central de Reserva del Perú.

Ontivero, (2011). *Normas de calidad al sector de alojamiento turístico, necesidad de armonización de la legislación aplicable. Para la obtención del grado de Magister en Gestión Turística. Argentina.*

Navarro, Javier (2016). *Plan de desarrollo. España.*

Mantilla, Shirley (2009). *Impacto económico generado por el ecoturismo en los pobladores dedicados a esta actividad en el Santuario Nacional de los Manglares de Tumbes-Perú.*

Maldonado, Selene (2012). *Administración turística. España.*

Molinari, (2012), *en su tesis titulada: Las Nuevas tendencias en Gestión Municipal, Argentina.*

Sancho Pérez, Amparo (2008). *Apuntes de metodología de investigación en turismo.*

Santander, Cintya (2013): *Estrategias para inducir a la formalidad de la MYPE de la industria gráfica offset por medio de la gestión competitiva, para obtener el grado de magister en Derecho. Perú.*

Tello, Mario. (2010). *Indicadores del sector informal en el Perú.*

Vargas y Paucar, (2011). *La informalidad en el microempresario peruano: determinantes, costos e implicancias políticas; Tesis Maestría. Perú.*

Apéndices

APENDICE A: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES				
<p>Problema General:</p> <p>¿De qué manera se relaciona la informalidad en la prestación de servicios turísticos con la demanda turística en la ciudad de Huaraz, 2016?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación que existe entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz - Ancash, 2016.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe una relación directa entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz - Ancash, 2016.</p>	Variable 1: Informalidad				
<p>Problemas Específicos</p> <p>¿En qué medida se relaciona la informalidad en la prestación de servicios turísticos con el desplazamiento turístico en Huaraz - Ancash, 2016?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Determinar la relación que existe entre la informalidad de la prestación de servicios turísticos con el desplazamiento turístico en Huaraz - Ancash, 2016.</p>	<p>Hipótesis Específicos</p> <p>Existe relación significativa de la informalidad en la prestación de servicios turísticos con el desplazamiento de la demanda turística en Huaraz - Ancash.</p>	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Nivel y Rango
<p>¿De qué manera se relaciona la informalidad en la prestación de servicios turísticos con las determinantes</p>	<p>Determinar la relación que existe entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos con las determinantes</p>	<p>Existe relación significativa entre la informalidad en la prestación de servicios turístico y las determinantes</p>	Gestión turística	<ul style="list-style-type: none"> • Planes y programas de desarrollo • Gestión de agentes promotores • Gestión de operadores turísticos 	<p>1-3</p> <p>4-8</p> <p>9-11</p>	<p>Muy de Acuerdo (5)</p> <p>De Acuerdo (4)</p> <p>Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)</p>	<p>Eficiente (30-40)</p>
			Procesos de Formalización	<ul style="list-style-type: none"> • Barreras burocráticas • Política tributaria • Costos de formalización • Política laboral • Reglamentos turísticos 	<p>12-14</p> <p>15-16</p> <p>17-18</p> <p>19</p> <p>20-25</p>	<p>En Desacuerdo (2)</p> <p>Muy en Desacuerdo (1).</p>	<p>Medianamente eficiente (19-29)</p> <p>Deficiente (1-18)</p>

económicas de la demanda turística en Huaraz - Ancash?	económicas, en Huaraz – Ancash 2016.	económicas de la demanda turística en Huaraz - Ancash.	Variable 2: Demanda turística				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Nivel y Rango
¿De qué manera la informalidad en la prestación de servicios turísticos se relaciona con las determinantes sociológicas de la demanda turística en Huaraz - Ancash?	Determinar la relación existente entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos con las determinantes sociológicas de la demanda en Huaraz – Ancash 2016.	Existe relación significativa entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos con las determinantes sociológicas de la demanda turística en Huaraz – Ancash.	Desplazamiento turístico	• Atractivos turísticos	1-3	Muy de Acuerdo (5)	Eficiente (30-40)
				• Oferta turística	4-5		
• Accesibilidad	6-7						
• Tipo de turismo	8-10						
Determinantes económicas				• Estadía	11-13	De Acuerdo (4),	Medianamente eficiente (19-29)
				• Nivel socioeconómico	14-17		
Determinantes sociológicas				• Calidad del servicio	18-19	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	Deficiente (1-18)
				• Gasto turístico	20		
				• Edad	21	En Desacuerdo (2)	
				• País de procedencia	22		
				• Nivel educativo	23	Muy en Desacuerdo (1).	
				• Satisfacción del cliente	24		

				<ul style="list-style-type: none"> • Reclamos 	25		

METODOLOGÍA

Tipo de investigación: Básica

Diseño: No experimental de corte transversal

Método: Hipotético – deductivo

Alcance: Prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Huaraz

Población: 40 funcionarios

Muestra: Total de la población

Apéndice B: Instrumento de Investigación

CUESTIONARIO PARA LA VARIABLE 1:

Informalidad

Estimado (a) autoridad o funcionario, esperamos su colaboración, respondiendo con sinceridad el presente cuestionario. La prueba es anónima.

El presente tiene por objetivo recolectar información para realizar una investigación sobre la relación entre la informalidad de los prestadores de servicios turísticos y la demanda turística. Para ello recurrimos a su valiosa colaboración y desde ya agradecemos su aporte que contribuirá con el trabajo de investigación.

Genero del encuestado: sexo M () F ().

Edad del encuestado: _____

Nivel de instrucción: Secundaria () Superior No Universitaria () Superior Universitaria () Post Grado ()

INDICACIONES. - Marque usted el numeral que considere en la escala siguiente.

Muy en Desacuerdo (1),

En Desacuerdo (2),

Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3),

De Acuerdo (4) y

Muy de Acuerdo (5)

N°	Dimensión: Gestión turística	1	2	3	4	5
1	Cuentan con planes y/o programas para desarrollar la actividad turística					
2	Considera que el PENTUR (Plan Estratégico Nacional de Turismo) es					

	una herramienta de gestión en el cual se establecen las bases para el desarrollo del turismo a nivel nacional				
3	La población y el sector privado respaldan los planes y programas de desarrollo turístico				
4	Los entes promotores están dirigidos por profesionales con experiencia en el sector turístico				
5	Considera que la articulación entre el sector público y privado contribuye a fortalecer los destinos turísticos				
6	El rol que cumplen los entes promotores es crucial para el desarrollo del turismo				
7	Considera que el Estado brinda las facilidades y recursos para el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Huaraz				
8	La mayor parte de las empresas que brindan servicios turísticos pertenecen al sector informal, ya que no se encuentran registrados en la DIRCETUR				
9	El personal que labora en las empresas del sector turístico está capacitado para brindar un servicio de calidad				
10	En cuanto a la prestación del servicio, debido a los altos índices de informalidad y a la mala calidad de los mismos, es que se debe la desaceleración de la demanda				
11	Los turistas prefieren hacer uso de los prestadores de servicios turísticos informales ya que sus precios son más accesibles en comparación con las empresas formales				
	Dimensión: Proceso de formalización				
12	La informalidad en turismo tiene una alta incidencia y constituye una de las principales trabas al momento de establecer políticas para que				

	mejoren sus servicios					
13	Se deben de simplificar los procedimientos para la obtención de licencias, permisos, entre otros que faciliten la incorporación y adecuación de empresas al sector					
14	La política tributaria que maneja el Estado brinda las facilidades para el desarrollo de los negocios turísticos					
15	A la informalidad propia de la empresa se le adiciona la informalidad laboral y en porcentajes sumamente elevados					
16	Gran porcentaje del personal que labora en las empresas del sector turístico perciben bajos salarios y carecen de beneficios sociales					
17	Se deben de reducir los costos de los procedimientos para la obtención de licencias, permisos, registros, entre otros que faciliten la incorporación y adecuación de empresas al sector					
18	La difusión del marco normativo contribuirá con la formalización de los prestadores de servicios turísticos que a la fecha no se encuentren registrados					
19	Los municipios provinciales, distritales y la Dircetur deben realizar supervisiones periódicas a los prestadores de servicios turísticos a fin de garantizar que cuenten con la documentación pertinente y brinden el servicio en óptimas condiciones					
20	Lograr que el turista sea un agente de formalización en el sector será vital para la adecuación de más empresas a las normativas vigentes y las obligaciones que se deriven de las mismas					
21	Considera que la reglamentación para los prestadores de servicios turísticos esta de acorde a la realidad nacional					
22	La reglamentación para los prestadores de servicios turísticos, solo					

	debe registrarse a las empresas (hoteles y restaurantes) que ofertan sus servicios a turistas, mas no, a las que no están orientadas a dicho segmento de mercado				
23	Existe interés y voluntad del sector informal por adecuarse a las normas vigentes, en materia tributaria y de prestación del servicio				
24	Considera que los entes regionales y locales deben ser consultados cuando se elaboran los reglamentos para los prestadores de servicios turísticos				
25	Los prestadores de servicios turísticos que se formalicen deberían recibir algún tipo de incentivos por parte del Estado				

Anexo 2: Instrumento de Investigación

CESTIONARIO PARA LA VARIABLE 2:

Demanda turística

Estimado (a) autoridad o funcionario, esperamos su colaboración, respondiendo con sinceridad el presente cuestionario. La prueba es anónima.

El presente tiene por objetivo recolectar información para realizar una investigación sobre la relación entre la informalidad de los prestadores de servicios turísticos y la demanda turística. Para ello recurrimos a su valiosa colaboración y desde ya agradecemos su aporte que contribuirá con el trabajo de investigación.

Genero del encuestado: sexo M () F ().

Edad del encuestado: _____

Nivel de instrucción: Secundaria () Superior No Universitaria () Superior Universitaria () Post Grado ()

INDICACIONES. - Marque usted el numeral que considere en la escala siguiente.

Muy en Desacuerdo (1),

En Desacuerdo (2),

Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3),

De Acuerdo (4) y

Muy de Acuerdo (5)

N°	Dimensión: Desplazamiento turístico	1	2	3	4	5
1	Al momento de elegir un destino, las particularidades del destino son el motivo principal a tomar en cuenta					
2	Considera que la ciudad de Huaraz posee atractivos con el suficiente potencial para posicionarse como uno de los principales destinos del					

	País				
3	Los atractivos turísticos se encuentran en buen estado de conservación				
4	Considera que la oferta turística en la ciudad e Huaraz es variada y de buena calidad				
5	La oferta turística responde a las necesidades de los turistas				
6	Las vías de acceso a la ciudad de Huaraz se encuentran en buenas condiciones				
7	Se deben interconectar las vías de acceso a los diferentes puntos turísticos, con vías bien asfaltadas y seguras				
8	La modalidad de turismo que más acogida tiene es el convencional				
9	Se cuenta con el suficiente potencial para desarrollar otras modalidades de turismo y con ello asegurar un mayor flujo de turistas				
10	El índice de pernoctaciones en promedio solo es de dos noches				
	Dimensión: Determinantes económicos				
11	El segmento de mercado, en cuanto al nivel económico de los turistas que arriban a la ciudad de Huaraz en promedio es medio				
12	Los turistas prefieren hacer uso de los prestadores de servicios turísticos informales ya que sus precios son más accesibles en comparación con las empresas formales				
13	Un factor primordial en la elección de un destino, son los servicios que se pueden encontrar en el lugar				
14	La prestación de servicios turísticos representa la parte más sensible e importante de la cadena del turismo, tomando en cuenta la relación				

	directa que tiene con el turista y con la percepción de este con el destino.					
15	La informalidad y como consecuencia de ello el mal servicio, a su criterio es uno de los factores que más incide en el lento crecimiento del turismo en la ciudad de Huaraz					
16	La prestación de los servicios turísticos en la ciudad de Huaraz se da en óptimas condiciones y satisface las expectativas del turista					
17	El gasto promedio que efectúa el turista es inferior comparado con otras regiones					
18	El índice de pernoctaciones no supera las dos noches					
	Dimensión: Determinantes sociológicas					
19	El segmento de turistas en cuanto a la edad que más visita la ciudad de Huaraz son jóvenes entre 25 y 35 años de edad					
20	El principal país emisor de turistas hacia la ciudad de Huaraz es Estados Unidos					
21	En cuanto al turismo interno la ciudad de Lima es el principal punto de emisión de turistas hacia la ciudad de Huaraz					
22	Gran porcentaje de los turistas que llegan a la ciudad de Huaraz son estudiantes de universidades, institutos y colegios					
23	Los turistas suelen presentar quejas a menudo por un mal servicio o por cobros indebidos de parte de los prestadores de servicios turísticos					
24	Las agencias de viajes y turismo son el tipo de operador turístico que más quejas y/o reclamos recibe de parte de los turistas					
25	Por lo general los reclamos presentados por los turistas no llegan a instancias finales ya que los procesos son engorrosos					

Apéndice D: Validez del contenido de los instrumentos



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mg. Cristian Medina Sotelo

Presente.

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es grato comunicarme con usted para expresarle cordiales saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del programa de Pos Grado con mención en Maestría en Gestión Pública de la UCV, en la sede Los Olivos, promoción 2015 - 2, aula 150-C, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación y con la cual optaré el grado de Magister.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: "Informalidad en la prestación de servicios turísticos y demanda turística en la ciudad de Huaraz, 2016", y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Apellidos y nombre:

Pasco López Luis Alberto
D.N.I: 41731123

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable 1: Informalidad

Dimensiones	indicadores	Ítems	Niveles o rangos
Gestión turística	<ul style="list-style-type: none"> • Planes y programas de desarrollo. • Gestión de agentes promotores. • Gestión de operadores turísticos. 	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)
Procesos de formalización	<ul style="list-style-type: none"> • Barreras burocráticas. • Política tributaria • Costos de formalización • Política laboral • Reglamentación turística 	12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)

Fuente: Elaboración propia.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: INFORMALIDAD

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	DIMENSIÓN 1: GESTION TURISTICA Cuentan con planes y/o programas para desarrollar la actividad turística	✓		✓		✓		
2	Considera que el PENTUR (Plan Estratégico Nacional de Turismo) es una herramienta de gestión en el cual se establecen las bases para el desarrollo del turismo a nivel nacional	✓		✓		✓		
3	La población y el sector privado respaldan los planes y programas de desarrollo turístico	✓		✓		✓		
4	Los entes promotores del turismo trabajan de manera responsable en beneficio del turismo	✓		✓		✓		
5	Considera que la articulación entre el sector público y privado contribuye a fortalecer los destinos turísticos	✓		✓		✓		
6	El rol que cumplen los entes promotores es crucial para el desarrollo del turismo	✓		✓		✓		
7	Considera que el Estado brinda las facilidades y recursos para el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Huaraz	✓		✓		✓		
8	La mayor parte de las empresas que brindan servicios turísticos pertenecen al sector informal, ya que no se encuentran registrados en la DirceTur	✓		✓		✓		
9	El personal que labora en las empresas del sector turístico está capacitado para brindar un servicio de calidad	✓		✓		✓		
10	En cuanto a la prestación del servicio, debido a los altos índices de informalidad y a la mala calidad de los mismos, es que se debe la desaceleración de la demanda	✓		✓		✓		
11	Los turistas prefieren hacer uso de los prestadores de servicios turísticos informales ya que sus precios son más accesibles en comparación con las empresas formales	✓		✓		✓		

DIMENSIÓN 2: PROCESOS DE FORMALIZACIÓN		Si	No	Si	No	Si	No
12	La informalidad en turismo tiene una alta incidencia y constituye una de las principales trabas al momento de establecer políticas para que mejoren sus servicios	✓		✓		✓	
13	Se deben de simplificar los procedimientos para la obtención de licencias, permisos, entre otros que faciliten la incorporación y adecuación de empresas al sector	✓		✓		✓	
14	La política tributaria que maneja el Estado brinda las facilidades para el desarrollo de los negocios turísticos	✓		✓		✓	
15	A la informalidad propia de la empresa se le adiciona la informalidad laboral y en porcentajes sumamente elevados	✓		✓		✓	
16	Gran porcentaje del personal que labora en las empresas del sector turístico perciben bajos salarios y carecen de beneficios sociales	✓		✓		✓	
17	Se deben de reducir los costos de los procedimientos para la obtención de licencias, permisos, registros, entre otros que faciliten la incorporación y adecuación de empresas al sector	✓		✓		✓	
18	La difusión del marco normativo contribuirá con la formalización de los prestadores de servicios turísticos que a la fecha no se encuentren registrados	✓		✓		✓	
19	Los municipios, provinciales, distritales y la DirceTur deben realizar supervisiones periódicas a los prestadores de servicios turísticos a fin de garantizar que cuenten con la documentación pertinente y brinden el servicio en óptimas condiciones	✓		✓		✓	
20	Lograr que el turista sea un agente de formalización en el sector será vital para la adecuación de más empresas a las normativas vigentes y las obligaciones que se deriven de las mismas	✓		✓		✓	
21	Considera que la reglamentación para los prestadores de servicios turísticos esta de acorde a la realidad nacional	✓		✓		✓	
22	La reglamentación para los prestadores de servicios turísticos, solo debe regirse a las empresas (hoteles y restaurantes) que ofertan sus servicios a turistas, mas no, a las que no están orientadas a dicho segmento de mercado	✓		✓		✓	
23	Existe interés y voluntad del sector informal por adecuarse a las						

	normas vigentes, en materia tributaria y de prestación del servicio	✓	✓	✓	
24	Considera que los entes regionales y locales deben ser consultados cuando se elaboran los reglamentos para los prestadores de servicios turísticos	✓	✓	✓	
25	Los prestadores de servicios turísticos que se formalicen deberían recibir algún tipo de incentivos por parte del Estado	✓	✓	✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] No aplicable []
 Apellidos y nombres del juez validador. D(Mg): CRISTIAN MEDINA SOTELO DNI: 10659133

Especialidad del validador: METODOLOGO DOCENTE

.....de.....del 2016


 Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
 Nota: Suficiencia, se dio suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Variable 2: Demanda turística

Dimensiones	indicadores	ítems	Niveles o rangos
Desplazamiento turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos turísticos • Oferta turística • Accesibilidad • Tipo de turismo • Estadía 	1,2,3,4,5,6,7,9,10,11	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)
Determinantes económicas	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel socioeconómico • Calidad del servicio • Gasto turístico 	12,13,14,15,16,17,18	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)
Determinantes sociológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Edad • País de procedencia • Nivel educativo • Satisfacción del cliente • Reclamos 	19,20,21,22,23,24,25	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)

Fuente: Elaboración propia.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: DEMANDA TURISTICA

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia 1		Relevancia 2		Claridad 3		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSION 1: DESPLAZAMIENTO TURISTICO							
1	Al momento de elegir un destino, las particularidades del destino son el motivo principal a tomar en cuenta	✓		✓		✓		
2	Considera que la ciudad de Huaraz posee atractivos con el suficiente potencial para posicionarse como uno de los principales destinos del País	✓		✓		✓		
3	Los atractivos turísticos se encuentran en buen estado de conservación	✓		✓		✓		
4	Considera que la oferta turística en la ciudad e Huaraz es variada y de buena calidad	✓		✓		✓		
5	La oferta turística responde a las necesidades de los turistas	✓		✓		✓		
6	Las vías de acceso a la ciudad de Huaraz se encuentran en buenas condiciones	✓		✓		✓		
7	Se deben interconectar las vías de acceso a los diferentes puntos turísticos, con vías bien asfaltadas y seguras	✓		✓		✓		
8	La modalidad de turismo que más acogida tiene es el convencional	✓		✓		✓		
9	Se cuenta con el suficiente potencial para desarrollar otras modalidades de turismo y con ello asegurar un mayor flujo de turistas	✓		✓		✓		
10	El índice de pernoctaciones en promedio no supera las 2 noches	✓		✓		✓		
	DIMENSION 2: DETERMINANTES ECONOMICAS	Si	No	Si	No	Si	No	
11	El segmento de mercado en cuanto al nivel económico de los turistas que arriban a la ciudad de Huaraz en promedio es medio	✓		✓		✓		
12	Los turistas prefieren hacer uso de los prestadores de servicios turísticos informales ya que sus precios son más accesibles en comparación con las empresas formales	✓		✓		✓		
13	Un factor primordial en la elección de un destino, son los servicios que se pueden encontrar en el lugar	✓		✓		✓		
14	La prestación de servicios turísticos representa la parte más sensible	✓		✓		✓		

	e importante de la cadena del turismo, tomando en cuenta la relación directa que tiene con el turista y con la percepción de este con el destino	✓		✓		✓		✓		
15	La informalidad y como consecuencia de ello el mal servicio, a su criterio es uno de los factores que más incide en el lento crecimiento del turismo en la ciudad de Huaraz	✓		✓		✓		✓		
16	La prestación de los servicios turísticos en la ciudad de Huaraz se da en óptimas condiciones y satisface las expectativas del turista	✓		✓		✓		✓		
17	El gasto promedio que efectúa el turista es inferior comparado con otras regiones	✓		✓		✓		✓		
18	El índice de pernoctaciones no supera las dos noches	✓		✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: DETERMINANTES SOCIOLÓGICAS									
19	El segmento de turistas en cuanto a la edad que más visita la ciudad de Huaraz son jóvenes entre 25 y 35 años de edad	✓		✓		✓		✓		
20	El principal país emisor de turistas hacia la ciudad de Huaraz es Estados Unidos	✓		✓		✓		✓		
21	En cuanto al turismo interno la ciudad de Lima es el principal punto de emisión de turistas hacia la ciudad de Huaraz	✓		✓		✓		✓		
22	Gran porcentaje de los turistas que llegan a la ciudad de Huaraz son estudiantes de universidades, institutos y colegios	✓		✓		✓		✓		
23	Los turistas suelen presentar quejas a menudo por un mal servicio o por cobros indebidos de parte de los prestadores de servicios turísticos	✓		✓		✓		✓		
24	Las agencias de viajes y turismo son el tipo de operador turístico que más quejas y/o reclamos recibe de parte de los turistas	✓		✓		✓		✓		
25	Por lo general los reclamos presentados por los turistas no llegan a instancias finales ya que los procesos son engorrosos	✓		✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____


Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Dr Mg: CRISTIAN MEDINA SORBA DNI: 10659133

Especialidad del validador: MAESTRO DE DOCENTE

.....de.....del 2016

.....



Firma del Experto Informante.

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

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

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Richard Pasco Amez

Presente.

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es grato comunicarme con usted para expresarle cordiales saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del programa de Pos Grado con mención en Maestría en Gestión Pública de la UCV, en la sede Los Olivos, promoción 2015 - 2, aula 150-C, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación y con la cual optaré el grado de Magíster.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: "Informalidad en la prestación de servicios turísticos y demanda turística en la ciudad de Huaraz, 2016", y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Firma

Apellidos y nombre:

Pasco López Luis Alberto
D.N.I: 4173112

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable 1: Informalidad

Dimensiones	indicadores	ítems	Niveles o rangos
Gestión turística	<ul style="list-style-type: none"> • Planes y programas de desarrollo. • Gestión de agentes promotores. • Gestión de operadores turísticos. 	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)
Procesos de formalización	<ul style="list-style-type: none"> • Barreras burocráticas. • Política tributaria • Costos de formalización • Política laboral • Reglamentación turística 	12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)

Fuente: Elaboración propia.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: INFORMALIDAD

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	DIMENSIÓN 1: GESTION TURISTICA Cuentan con planes y/o programas para desarrollar la actividad turística	✓		✓		✓		
2	Considera que el PENTUR (Plan Estratégico Nacional de Turismo) es una herramienta de gestión en el cual se establecen las bases para el desarrollo del turismo a nivel nacional	✓		✓		✓		
3	La población y el sector privado respaldan los planes y programas de desarrollo turístico	✓		✓		✓		
4	Los entes promotores del turismo trabajan de manera responsable en beneficio del turismo	✓		✓		✓		
5	Considera que la articulación entre el sector público y privado contribuye a fortalecer los destinos turísticos	✓		✓		✓		
6	El rol que cumplen los entes promotores es crucial para el desarrollo del turismo	✓		✓		✓		
7	Considera que el Estado brinda las facilidades y recursos para el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Huaraz	✓		✓		✓		
8	La mayor parte de las empresas que brindan servicios turísticos pertenecen al sector informal, ya que no se encuentran registrados en la DirceTur	✓		✓		✓		
9	El personal que labora en las empresas del sector turístico está capacitado para brindar un servicio de calidad	✓		✓		✓		
10	En cuanto a la prestación del servicio, debido a los altos índices de informalidad y a la mala calidad de los mismos, es que se debe la desaceleración de la demanda	✓		✓		✓		
11	Los turistas prefieren hacer uso de los prestadores de servicios turísticos informales ya que sus precios son más accesibles en comparación con las empresas formales	✓		✓		✓		

DIMENSIÓN 2: PROCESOS DE FORMALIZACIÓN		Si	No	Si	No	Si	No
12	La informalidad en turismo tiene una alta incidencia y constituye una de las principales trabas al momento de establecer políticas para que mejoren sus servicios	↙		↙		↙	
13	Se deben de simplificar los procedimientos para la obtención de licencias, permisos, entre otros que faciliten la incorporación y adecuación de empresas al sector	↙		↙		↙	
14	La política tributaria que maneja el Estado brinda las facilidades para el desarrollo de los negocios turísticos	↙		↙		↙	
15	A la informalidad propia de la empresa se le adiciona la informalidad laboral y en porcentajes sumamente elevados	↙		↙		↙	
16	Gran porcentaje del personal que labora en las empresas del sector turístico perciben bajos salarios y carecen de beneficios sociales	↙		↙		↙	
17	Se deben de reducir los costos de los procedimientos para la obtención de licencias, permisos, registros, entre otros que faciliten la incorporación y adecuación de empresas al sector	↙		↙		↙	
18	La difusión del marco normativo contribuirá con la formalización de los prestadores de servicios turísticos que a la fecha no se encuentren registrados	↙		↙		↙	
19	Los municipios provinciales, distritales y la Dircetur deben realizar supervisiones periódicas a los prestadores de servicios turísticos a fin de garantizar que cuenten con la documentación pertinente y brinden el servicio en óptimas condiciones	↙		↙		↙	
20	Lograr que el turista sea un agente de formalización en el sector será vital para la adecuación de más empresas a las normativas vigentes y las obligaciones que se deriven de las mismas	↙		↙		↙	
21	Considera que la reglamentación para los prestadores de servicios turísticos esta de acorde a la realidad nacional	↙		↙		↙	
22	La reglamentación para los prestadores de servicios turísticos, solo debe regirse a las empresas (hoteles y restaurantes) que ofertan sus servicios a turistas, mas no, a las que no están orientadas a dicho segmento de mercado	↙		↙		↙	
23	Existe interés y voluntad del sector informal por adecuarse a las						

	segmente de mercado	<input checked="" type="checkbox"/>					
23	Existe interés y voluntad del sector informal por adecuarse a las normas vigentes, en materia tributaria y de prestación del servicio	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
24	Considera que los entes regionales y locales deben ser consultados cuando se elaboran los reglamentos para los prestadores de servicios turísticos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
25	Los prestadores de servicios turísticos que se formalicen deberían recibir algún tipo de incentivos por parte del Estado	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []
 Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg. RICHARD DETERIO PASCO AMES DNI: 31674254
 Especialidad del validador: ECONOMISTA Y DOCTOR EN ECONOMIA Y INDUSTRIA

..... de del 2016



Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Variable 2: Demanda turística

Dimensiones	indicadores	ítems	Niveles o rangos
Desplazamiento turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos turísticos • Oferta turística • Accesibilidad • Tipo de turismo • Estadía 	1,2,3,4,5,6,7,9,10,11	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)
Determinantes económicas	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel socioeconómico • Calidad del servicio • Gasto turístico 	12,13,14,15,16,17,18	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)
Determinantes sociológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Edad • País de procedencia • Nivel educativo • Satisfacción del cliente • Reclamos 	19,20,21,22,23,24,25	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)

Fuente: Elaboración propia.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: DEMANDA TURISTICA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia 1		Relevancia 2		Claridad 3		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: DESPLAZAMIENTO TURÍSTICO							
1	Al momento de elegir un destino, las particularidades del destino son el motivo principal a tomar en cuenta	✓		✓		✓		
2	Considera que la ciudad de Huaraz posee atractivos con el suficiente potencial para posicionarse como uno de los principales destinos del País	✓		✓		✓		
3	Los atractivos turísticos se encuentran en buen estado de conservación	✓		✓		✓		
4	Considera que la oferta turística en la ciudad e Huaraz es variada y de buena calidad	✓		✓		✓		
5	La oferta turística responde a las necesidades de los turistas	✓		✓		✓		
6	Las vías de acceso a la ciudad de Huaraz se encuentran en buenas condiciones	✓		✓		✓		
7	Se deben interconectar las vías de acceso a los diferentes puntos turísticos, con vías bien asfaltadas y seguras	✓		✓		✓		
8	La modalidad de turismo que más acogida tiene es el convencional	✓		✓		✓		
9	Se cuenta con el suficiente potencial para desarrollar otras modalidades de turismo y con ello asegurar un mayor flujo de turistas	✓		✓		✓		
10	El índice de pernотaciones en promedio no supera las 2 noches	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: DETERMINANTES ECONOMICAS	Si	No	Si	No	Si	No	
11	El segmento de mercado en cuanto al nivel económico de los turistas que arriban a la ciudad de Huaraz en promedio es medio	✓		✓		✓		
12	Los turistas prefieren hacer uso de los prestadores de servicios turísticos informales ya que sus precios son más accesibles en comparación con las empresas formales	✓		✓		✓		
13	Un factor primordial en la elección de un destino, son los servicios que se pueden encontrar en el lugar	✓		✓		✓		
14	La prestación de servicios turísticos representa la parte más sensible	✓		✓		✓		

	e importante de la cadena del turismo, tomando en cuenta la relación directa que tiene con el turista y con la percepción de este con el destino	✓		✓		✓		✓		
15	La informalidad y como consecuencia de ello el mal servicio, a su criterio es uno de los factores que más incide en el lento crecimiento del turismo en la ciudad de Huaraz	✓		✓		✓		✓		
16	La prestación de los servicios turísticos en la ciudad de Huaraz se da en óptimas condiciones y satisface las expectativas del turista	✓		✓		✓		✓		
17	El gasto promedio que efectúa el turista es inferior comparado con otras regiones	✓		✓		✓		✓		
18	El índice de promociones no supera las dos noches	✓		✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: DETERMINANTES SOCIOLÓGICAS	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
19	El segmento de turistas en cuanto a la edad que más visita la ciudad de Huaraz son jóvenes entre 25 y 35 años de edad	✓		✓		✓		✓		
20	El principal país emisor de turistas hacia la ciudad de Huaraz es Estados Unidos	✓		✓		✓		✓		
21	En cuanto al turismo interno la ciudad de Lima es el principal punto de emisión de turistas hacia la ciudad de Huaraz	✓		✓		✓		✓		
22	Gran porcentaje de los turistas que llegan a la ciudad de Huaraz son estudiantes de universidades, institutos y colegios	✓		✓		✓		✓		
23	Los turistas suelen presentar quejas a menudo por un mal servicio o por cobros indebidos de parte de los prestadores de servicios turísticos	✓		✓		✓		✓		
24	Las agencias de viajes y turismo son el tipo de operador turístico que más quejas y/o reclamos recibe de parte de los turistas	✓		✓		✓		✓		
25	Por lo general los reclamos presentados por los turistas no llegan a instancias finales ya que los procesos son engorrosos	✓		✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: *RICHARD FERRER PASTO ARIE* DNI: *31694274*

Especialidad del validador: *ECONOMISTA Y DOCENTE EN ECONOMIA Y DESARROLLO INDUSTRIAL*

.....de.....del 2016

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

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

[Firma manuscrita]

Firma del Experto Informante.



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Feliz Lirio Loli

Presente.

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es grato comunicarme con usted para expresarle cordiales saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del programa de Pos Grado con mención en Maestría en Gestión Pública de la UCV, en la sede Los Olivos, promoción 2015 - 2, aula 150-C, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación y con la cual optaré el grado de Magíster.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: "Informalidad en la prestación de servicios turísticos y demanda turística en la ciudad de Huaraz, 2016", y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Apellidos y nombre:

Pasco López Luis Alberto
D.N.I. 41731123

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable 1: Informalidad

Dimensiones	indicadores	ítems	Niveles o rangos
Gestión turística	<ul style="list-style-type: none"> • Planes y programas de desarrollo. • Gestión de agentes promotores. • Gestión de operadores turísticos. 	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)
Procesos de formalización	<ul style="list-style-type: none"> • Barreras burocráticas. • Política tributaria • Costos de formalización • Política laboral • Reglamentación turística 	12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)

Fuente: Elaboración propia.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: INFORMALIDAD

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ₁		Relevancia ₂		Claridad ₃		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	DIMENSIÓN 1: GESTION TURISTICA Cuentan con planes y/o programas para desarrollar la actividad turística	✓		✓		✓		
2	Considera que el PENTUR (Plan Estratégico Nacional de Turismo) es una herramienta de gestión en el cual se establecen las bases para el desarrollo del turismo a nivel nacional	✓		✓		✓		
3	La población y el sector privado respaldan los planes y programas de desarrollo turístico	✓		✓		✓		
4	Los entes promotores del turismo trabajan de manera responsable en beneficio del turismo	✓		✓		✓		
5	Considera que la articulación entre el sector público y privado contribuye a fortalecer los destinos turísticos	✓		✓		✓		
6	El rol que cumplen los entes promotores es crucial para el desarrollo del turismo	✓		✓		✓		
7	Considera que el Estado brinda las facilidades y recursos para el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Huaraz	✓		✓		✓		
8	La mayor parte de las empresas que brindan servicios turísticos pertenecen al sector informal, ya que no se encuentran registrados en la Dircetur	✓		✓		✓		
9	El personal que labora en las empresas del sector turístico está capacitado para brindar un servicio de calidad	✓		✓		✓		
10	En cuanto a la prestación del servicio, debido a los altos índices de informalidad y a la mala calidad de los mismos, es que se debe la desaceleración de la demanda	✓		✓		✓		
11	Los turistas prefieren hacer uso de los prestadores de servicios turísticos informales ya que sus precios son más accesibles en comparación con las empresas formales	✓		✓		✓		

DIMENSIÓN 2: PROCESOS DE FORMALIZACIÓN		Si	No	Si	No	Si	No
12	La informalidad en turismo tiene una alta incidencia y constituye una de las principales trabas al momento de establecer políticas para que mejoren sus servicios	✓		✓		✓	
13	Se deben de simplificar los procedimientos para la obtención de licencias, permisos, entre otros que faciliten la incorporación y adecuación de empresas al sector	✓		✓		✓	
14	La política tributaria que maneja el Estado brinda las facilidades para el desarrollo de los negocios turísticos	✓		✓		✓	
15	A la informalidad propia de la empresa se le adiciona la informalidad laboral y en porcentajes sumamente elevados	✓		✓		✓	
16	Gran porcentaje del personal que labora en las empresas del sector turístico perciben bajos salarios y carecen de beneficios sociales	✓		✓		✓	
17	Se deben de reducir los costos de los procedimientos para la obtención de licencias, permisos, registros, entre otros que faciliten la incorporación y adecuación de empresas al sector	✓		✓		✓	
18	La difusión del marco normativo contribuirá con la formalización de los prestadores de servicios turísticos que a la fecha no se encuentren registrados	✓		✓		✓	
19	Los municipios provinciales, distritales y la Dircetur deben realizar supervisiones periódicas a los prestadores de servicios turísticos a fin de garantizar que cuenten con la documentación pertinente y brinden el servicio en óptimas condiciones	✓		✓		✓	
20	Lograr que el turista sea un agente de formalización en el sector será vital para la adecuación de más empresas a las normativas vigentes y las obligaciones que se deriven de las mismas	✓		✓		✓	
21	Considera que la reglamentación para los prestadores de servicios turísticos esta de acorde a la realidad nacional	✓		✓		✓	
22	La reglamentación para los prestadores de servicios turísticos, solo debe regirse a las empresas (hoteles y restaurantes) que ofertan sus servicios a turistas, mas no, a las que no están orientadas a dicho segmento de mercado	✓		✓		✓	
23	Existe interés y voluntad del sector informal por adecuarse a las						

segmento de mercado	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23 Existe interés y voluntad del sector informal por adecuarse a las normas vigentes, en materia tributaria y de prestación del servicio	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24 Considera que los entes regionales y locales deben ser consultados cuando se elaboran los reglamentos para los prestadores de servicios turísticos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25 Los prestadores de servicios turísticos que se formalicen deberían recibir algún tipo de incentivos por parte del Estado	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Felix Antonio Lora Lo DNI: 3.66.9391

Especialidad del validador: Tr. S. S. C. C. S. en Asesoría Macroeconómica y Documentación Económica

.....de.....del 2016



Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Variable 2: Demanda turística

Dimensiones	indicadores	ítems	Niveles o rangos
Desplazamiento turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos turísticos • Oferta turística • Accesibilidad • Tipo de turismo • Estadía 	1,2,3,4,5,6,7,9,10,11	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)
Determinantes económicas	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel socioeconómico • Calidad del servicio • Gasto turístico 	12,13,14,15,16,17,18	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)
Determinantes sociológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Edad • País de procedencia • Nivel educativo • Satisfacción del cliente • Reclamos 	19,20,21,22,23,24,25	Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)

Fuente: Elaboración propia.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: DEMANDA TURISTICA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia 1		Relevancia 2		Claridad 3		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: DESPLAZAMIENTO TURÍSTICO							
1	Al momento de elegir un destino, las particularidades del destino son el motivo principal a tomar en cuenta	✓		✓		✓		
2	Considera que la ciudad de Huaraz posee atractivos con el suficiente potencial para posicionarse como uno de los principales destinos del País	✓		✓		✓		
3	Los atractivos turísticos se encuentran en buen estado de conservación	✓		✓		✓		
4	Considera que la oferta turística en la ciudad e Huaraz es variada y de buena calidad	✓		✓		✓		
5	La oferta turística responde a las necesidades de los turistas	✓		✓		✓		
6	Las vías de acceso a la ciudad de Huaraz se encuentran en buenas condiciones	✓		✓		✓		
7	Se deben interconectar las vías de acceso a los diferentes puntos turísticos, con vías bien asfaltadas y seguras	✓		✓		✓		
8	La modalidad de turismo que más acogida tiene es el convencional	✓		✓		✓		
9	Se cuenta con el suficiente potencial para desarrollar otras modalidades de turismo y con ello asegurar un mayor flujo de turistas	✓		✓		✓		
10	El índice de pernотaciones en promedio no supera las 2 noches	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: DETERMINANTES ECONÓMICAS	Si	No	Si	No	Si	No	
11	El segmento de mercado en cuanto al nivel económico de los turistas que arriban a la ciudad de Huaraz en promedio es medio	✓		✓		✓		
12	Los turistas prefieren hacer uso de los prestadores de servicios turísticos informales ya que sus precios son más accesibles en comparación con las empresas formales	✓		✓		✓		
13	Un factor primordial en la elección de un destino, son los servicios que se pueden encontrar en el lugar	✓		✓		✓		
14	La prestación de servicios turísticos representa la parte más sensible	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: *Felipe A. Jara* DNI: *31629391*

Especialidad del validador: *Abogado en Ejercicio y Doctorado en Educación*

.....de.....del 2016

[Firma]
 Firma del Experto Informante.

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

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

Apéndice E: Artículo científico

1. TÍTULO

La informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz-Ancash, 2016.

2. AUTOR

Br. Luis Alberto Pasco López licpasco27@hotmail.com

3. RESUMEN

El propósito principal de la presente investigación fue 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 del 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 Likert 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 positiva entre las variables.

4. PALABRAS CLAVE

Informalidad, turismo y demanda turística.

5. ABSTRACT

The general purpose of the investigation was to determine the existing relationship between the informality in the provision of touristic services and the touristic demand in the city of Huaraz.

Methodologically, the investigation was of basic type, non-experimental design, cross-correlation level, since it was determined the relationship between the variables in a determined time. The population census was of 40 officials who work in the promoters of tourism in the city of Huaraz. For the collection of data was used the technique of survey, whose instrument was the LIKERT scale questionnaire of 25 items per variable.

The descriptive statistical processing was performed by the EXCEL program and the inferential with the statistical program SPSS 22.

The results of the investigation showed that there is a direct and significant relationship between informality in the provision of tourist services and the tourist demand in the city of Huaraz; having found a correlation coefficient Rho of Spearman = 0,352*, which implies that there is a positive relationship between the variables.

6. KEYWORDS

Tourism, informality and tourist demand.

7. INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica que se encuentra en constante auge, pero lamentablemente no escapa de ciertos problemas y factores que repercuten en su desarrollo, tal es el caso de la informalidad que es una dificultad que afecta a muchos sectores económicos y el turismo no es ajena a ella.

Al respecto, para el análisis de la providencia revisaremos algunos antecedentes que abordan este tema.

Ontivero, (2011): en su tesis titulada: Normas de calidad al sector de alojamiento turístico, necesidad de armonización de la legislación aplicable, para optar el grado de magister en gestión turística, en la escuela de post grado de la Universidad Nacional de la Plata, con una muestra a hoteles de categoría 4 y 5 estrellas de la República Argentina, siendo el instrumento utilizado las encuestas, concluye; la identificación y descripción preliminar de los criterios y requisitos determinantes para clasificar y categorizar a los establecimientos de hospedaje, debe sustentarse en un nuevo marco normativo, en el cual se establezcan claramente los criterios que deben cumplir para la prestación de sus servicios, el cual debe partir de los resultados de un análisis precedente. Por ello la normativa vigente, debe ceñirse a parámetros más flexibles que posibiliten en parte, la formalización del sector hotelero.

Pasco (2012) en la investigación *Clusters turísticos para la competitividad de la industria del turismo en el Callejón de Huaylas*, en una de sus conclusiones asume que, las condiciones para la implementación de los clusters turísticos en el Callejón de Huaylas son beneficiosas porque cuenta con excelentes atractivos turísticos, existe la buena disposición e interés de agentes promotores y operadores del turismo, y los factores que deben de influir serían la capacidad de los agentes promotores para liderar, el compromiso de los operadores y las alianzas estratégicas. Pero con operadores de servicios turísticos dentro de la informalidad no se lograría el propósito, por cuanto lejos de mejorar el turismo en la ciudad de Huaraz, terminan desordenándolo con quejas de turistas por permanentes mal tratos y de incumplimientos de normas y requisitos dispuestos por los agentes promotores, los mismos que terminan dañando la imagen de un buen turismo.

Bajo esta perspectiva se planteó como el problema central de la presente investigación ¿De qué manera se relaciona la informalidad en la prestación de servicios turísticos con la demanda turística en la ciudad de Huaraz, 2016? Y como problemas específicos; ¿En qué medida se relaciona la informalidad en la prestación de servicios turísticos con el desplazamiento turístico en Huaraz - Ancash, 2016?, ¿De qué manera se relaciona la informalidad en la prestación de servicios turísticos con las determinantes económicas de la demanda turística en Huaraz - Ancash? Y ¿De qué manera la informalidad en la prestación de servicios turísticos se relaciona con las determinaste sociológicas de la demanda turística en Huaraz - Ancash?

Como objetivo principal se estableció; determinar la relación que existe entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz - Ancash, 2016.

La investigación se enfocó en abordar la informalidad en la prestación de servicios turísticos en la ciudad de Huaraz, destino turístico que cuenta con altos índices de informalidad, para lo cual se aplicó una encuesta como instrumento de recolección de información, a 40 funcionarios de los entes promotores del turismo en la ciudad de Huaraz, contando con el apoyo de los involucrados en la resolución de las mismas.

Planteando como hipótesis central; Existe una relación directa entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016.

La investigación tiene importancia teórica ya que va permitir un mejor entendimiento de la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la relación que tiene con la demanda turística en Huaraz – Ancash, y con ello se puedan dilucidar los factores que determinan este problema y a la vez va permitir definir las posibles alternativas de solución para poder superarlos y con ello contribuir al desarrollo del turismo en la ciudad de Huaraz, que es el principal centro de soporte turístico de la región.

En cuanto a la importancia metodológica, al término de la investigación, tanto el método utilizado como la técnica empleada con los instrumentos respectivos, serán válidos y confiables al ser tomados por otros investigadores en futuras investigaciones que guarden relación con la presente.

En lo concerniente a la importancia social esta radica en el rol trascendental que cumple el turismo en las sociedades, la investigación contribuirá a determinar las causas que originan la informalidad y la repercusión que trae consigo tanto en la sociedad como en la demanda turística, por ello será de utilidad social en la medida en que los agentes promotores del turismo regional asuman en lo posible los resultados de la presente investigación cuando asuman decisiones.

8. METODOLOGÍA

La población estuvo constituida por 40 funcionarios de los entes promotores del turismo en la ciudad de Huaraz. La población es igual a la muestra o censal, es decir no se utilizó el muestreo. Por lo tanto, se trabajó con la población censal, se aplicó la encuesta como método de recopilación de datos, el instrumento

La investigación que se realizó es del tipo básica pues intenta responder un problema teórico de las variaciones de un modelo y se orienta a describir y correlacionar. El nivel de la investigación fue descriptivo correlacional.

El Diseño fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables y transversal correlacional. Los instrumentos tuvieron validez y confiabilidad Alpha de Cronbach para las variables. En los métodos de análisis de datos se realizó estadística descriptiva e inferencial, pruebas no paramétricas Rho de Spearman.

9. RESULTADOS

En la prueba de hipótesis general se Puede apreciar que el valor del coeficiente Rho de Spearman tiene un valor de 0,352* siendo el valor positivo, por lo que se puede concluir que existe relación entre las variables de estudio; la fuerza de esta relación es Alta y Directa, puesto que el $p_valor = 0.26$.

En la primera hipótesis específica que dan cuenta de los resultados estadísticos, el grado de correlación entre la Variable informalidad y la dimensión desplazamiento turístico de la variable demanda turística, determinado por el Rho de Spearman = 0,139, indica una correlación baja e inversa entre las variables, con un p valor de 0,039 donde $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

En la segunda hipótesis específica que dan cuenta del grado de correlación entre la Variable informalidad y la dimensión determinantes económicas de la variable demanda turística, establecido por el Rho de Spearman = 0,258, indica una correlación baja y a la vez inversa entre las variables, con un p valor de 0,019

donde $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

En la tercera hipótesis específica que dan cuenta del grado de correlación entre la variable informalidad y la dimensión determinantes sociológicas de la variable demanda turística, determinado por el Rho de Spearman = 0,385^{*}, indica una correlación muy baja y directa entre las variables, con un p valor de 0,014 donde $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

10. DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados estadísticos que se observan en la tabla N.º 09 se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables establecida, por el Rho de Spearman con un valor de 0,352 siendo el valor positivo con un $p_valor = 0.26$ lo cual, nos permite indicar que existe una relación directa y significativa entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz – Ancash, 2016. Tales resultados coinciden con lo planteado por Pasco (2011) quien en su tesis titulada “Clusters turísticos para la competitividad de la industria del turismo en el Callejón de Huaylas” concluye que las condiciones para la implementación de los clusters turísticos en el Callejón de Huaylas son favorables porque cuenta con buenos atractivos turísticos, y existe la buena disposición e interés de agentes promotores y operadores del turismo. Pero con operadores de servicios turísticos dentro de la informalidad no se lograría el propósito, por cuanto lejos de mejorar el turismo en la ciudad de Huaraz, terminan desordenándolo con quejas de turistas por permanentes mal tratos y de incumplimientos de normas y requisitos dispuestos por los agentes promotores, los mismos que terminan dañando la imagen de un buen turismo y como consecuencia de ello se ve reflejado en la demanda.

En relación a la primera hipótesis específica: La dimensión gestión turística se relaciona con la dimensión desplazamiento turístico de la variable demanda turística, determinado por el Rho de Spearman = 0.139 con un p valor de 0,039 donde $p < 0,05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Concluyendo que se valida la siguiente hipótesis de investigación: existe relación

inversa y significativa entre la variable turismo e informalidad y la dimensión aspectos relativos a la decisión de ir de viaje de la variable demanda turística.

Con respecto a la segunda hipótesis específica: La informalidad en la prestación de servicios turísticos se relaciona directa y significativamente con la dimensión determinantes económicas de la variable demanda turística en la ciudad de Huaraz-Ancash, mostrando un coeficiente de correlación de Rho Spearman = 0.258 que indica que existe una relación inversa entre las variables, con un p valor de 0.019, y un $p < 0,05$, que hace que se contradiga la hipótesis nula y se acepte la hipótesis alterna. Concluyendo que existe una relación directa y significativa entre la variable informalidad y turismo y la dimensión aspectos relativos al gasto en la ciudad de Huaraz-Ancash.

Finalmente, en función a la tercera hipótesis específica: la informalidad en la prestación de servicios turísticos y su relación con la dimensión determinantes sociológicas de la variable demanda turística, determinado por el Rho de Spearman = 0,385* indica una correlación baja e inversa entre las variables, con un p valor de 0,014 donde $p < 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Lo cual permite concluir que, existe una relación directa y significativa entre la dimensión aspectos relativos al turista con la variable turismo e informalidad en la ciudad de Huaraz, 2016.

11. CONCLUSIONES

Existe relación y significativa entre la informalidad en la prestación del servicio turístico y la demanda turística en la ciudad de Huaraz por el Rho de Spearman = 0,352 y el $p_valor = 0.26$ lo cual, nos permite indicar que existe una relación inversa y significativa siendo esta una correlación moderada entre las variables. Lo que nos permite concluir que la informalidad en la prestación de los servicios turísticos tiene relación significativa con la demanda turística en la ciudad de Huaraz.

Existe relación directa y significativa entre la informalidad y la dimensión desplazamiento turístico de la variable demanda turística. (Rho de Spearman = 0,139* y $p = 0,039 < 0,05$) representando una correlación moderada entre las variables. Se puede aseverar que cuando existe informalidad en la prestación de servicios turísticos el desplazamiento turístico se ve afectado.

Para el resultado específico dos se evidencia el grado de correlación determinada por el Rho de Spearman es de 0.258 demostrándose que existe una relación baja e inversa entre las variables y frente al $p < 0.019$ (grado de significación estadística), que nos indica que rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Concluyéndose que existe una relación directa y significativa entre la variable informalidad y la dimensión determinantes económicas.

Concurre una relación directa y significativa entre la informalidad y la dimensión determinantes sociológicas del turista. (Rho de Spearman = 0,385* y $p = 0,014 < 0,05$) siendo ésta una correlación moderada entre las variables. Por lo que se puede afirmar que cuando existe informalidad en la prestación de servicios turísticos esta influye en las determinantes sociológicas que adoptan los turistas.

12. REFERENCIAS

Arbaiza, L. (2014). *Cómo elaborar una tesis de grado*. Lima, Perú: Ediciones Esan.

Arruñada, Benito (2010). *La lógica de la formalización contractual de la empresa*.
Perú.

Boullon, Roberto (2003). *Calidad turística en la pequeña y mediana empresa*.
Argentina.

Casanova Ferro, (2008). *Turismo de Calidad y experiencia Normativa*.

Cárdenas y Mejía (2007). *Consecuencias de la informalidad en los establecimientos*.
Colombia.

De Soto, Hernando (1998). *The invisible Revolution in the third*, HapperCollins.
Estados Unidos

Echevín David y F. Martín (2009). *Brechas de la producción entre los sectores formales e informales. México.*

Guevara Otero, (2011): *Demanda Turística en la Comunidad de Madrid; para obtener el grado de Doctora en la Universidad Rey Juan Carlos. España.*

Gurria, Manuel (1991). *Introducción al turismo. Mexico: Trillas.*

Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación (cuarta ed.). México: Mc Graw Hill.*

Hurtado Mendoza (2001). *Agencias de viajes en el Perú.*

INEI (2009). *La informalidad en el microempresario peruano, determinantes, costos e implicancias políticas. Perú.*

Loayza, Norman (2006). *VARIABLES MACROECONÓMICAS E ÍNDICES GLOBALES. Perú*

Loayza, Norman (2007). *Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú.*

Banco Central de Reserva del Perú.

Ontivero, (2011). *Normas de calidad al sector de alojamiento turístico, necesidad de armonización de la legislación aplicable. Para la obtención del grado de Magister en Gestión Turística. Argentina.*

Navarro, Javier (2016). *Plan de desarrollo. España.*

Mantilla, Shirley (2009). *Impacto económico generado por el ecoturismo en los pobladores dedicados a esta actividad en el Santuario*

Nacional de los Manglares de Tumbes-Perú.

Maldonado, Selene (2012). *Administración turística. España.*

Molinari, (2012), *en su tesis titulada: Las Nuevas tendencias en Gestión Municipal, Argentina.*

Sancho Pérez, Amparo (2008). *Apuntes de metodología de investigación en turismo.*

Santander, Cintya (2013): *Estrategias para inducir a la formalidad de la MYPE de la industria gráfica offset por medio de la gestión competitiva, para obtener el grado de magister en Derecho. Perú.*

Tello, Mario. (2010). *Indicadores del sector informal en el Perú.*

Vargas y Paucar, (2011). *La informalidad en el microempresario peruano: determinantes, costos e implicancias políticas; Tesis Maestría. Perú*

DECLARACIÓN JURADA**DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA Y AUTORIZACIÓN****PARA LA PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO**

Yo, Luis Alberto Pasco López., estudiante (), egresado (X), docente (), del Programa de Maestría en gestión pública de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado(a) con DNI 41731123, con el artículo titulado:

“La informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz-Ancash, 2016”

declaro bajo juramento que:

- 1) El artículo pertenece a mi autoría
- 2) El artículo no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.
- 3) El artículo no ha sido autoplagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para alguna revista.
- 4) De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.
- 5) Si, el artículo fuese aprobado para su publicación en la Revista u otro documento de difusión, cedo mis derechos patrimoniales y autorizo a la Escuela de Postgrado, de la Universidad César Vallejo, la publicación y divulgación del documento en las condiciones, procedimientos y medios que disponga la Universidad.

Lugar y fecha: Lima, setiembre del 2017

Nombres y apellidos: Luis Alberto Pasco López