

Informalidad en los servicios de las agencias de viajes y satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021

por Karol Ximena Santa Cruz Macedo

Fecha de entrega: 09-nov-2023 02:47p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2223095638

Nombre del archivo: sar_Enrique_Ar_valo_S_nchez_Karol_Ximena_Santa_Cruz_Macedo.docx (1.49M)

Total de palabras: 29291

Total de caracteres: 114591



Esta obra está bajo una [Licencia
Creative Commons Atribución -
4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vea una copia de esta licencia en
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>





² **FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

Tesis

Informalidad en los servicios de las agencias de viajes y satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Turismo

Autores:

Karol Ximena Santa Cruz Macedo
<https://orcid.org/0009-0009-8960-8947>

César Enrique Arévalo Sánchez
<https://orcid.org/0009-0008-4204-0867>

Asesor:

¹ Lic. Adm. Tur. Mtra. Vanessa Solís Flores
<https://orcid.org/0000-0001-7320-1805>

Tarapoto, Perú

2023



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

Tesis

Informalidad en los servicios de las agencias de viajes y satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Turismo

Presentado por

Karol Ximena Santa Cruz Macedo
César Enrique Arévalo Sánchez

Sustentada y aprobada el 18 de setiembre del 2023, ante el honorable jurado:

Presidente de Jurado

Lic. Adm.Tur. Mtro. Jesús Rodríguez Sánchez

Secretaria de Jurado

Lic. Tur. Mg. Very Rengifo Hidalgo

Vocal de Jurado

Lic. Adm.Tur. Mtra. Jessica del Pilar Cabel Rabines

Asesor

Lic. Adm.Tur. Mtra. Vanessa Solís Flores

Tarapoto, Perú

2023

Declaratoria de autenticidad

César Enrique Arévalo Sánchez, con DNI N° 70996524 y **Karol Ximena Santa Cruz Macedo**, con DNI N° 78462018, **bachilleres de la Escuela Profesional de Administración en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín**, autoras de la tesis titulada: **Informalidad en los servicios de las agencias de viajes y satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021.**

Declaramos bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de nuestra autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información que contiene la tesis no ha sido auto plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

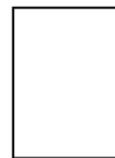
Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de nuestro accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 18 de setiembre del 2023.



.....
César Enrique Arévalo Sánchez

DNI N° 70996524



.....
Karol Ximena Santa Cruz Macedo

DNI N° 78462018

Ficha de identificación

<p>Título del proyecto</p> <p>Informalidad ²⁰ en los servicios de las agencias de viajes y satisfacción del ¹ visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021</p>	<p>Área de investigación: Turismo Línea de investigación: Gestión Turística Sublínea de investigación: Gestión de establecimientos de servicio turístico Grupo de investigación (indicar resolución): Tipo de investigación: Básica <input type="checkbox"/>, Aplicada <input checked="" type="checkbox"/>, Desarrollo experimental <input type="checkbox"/></p>
---	--

<p>Autor:</p> <p>Karol Ximena Santa cruz Macedo Cesar Enrique Arévalo Sanchez</p>	<p>¹ Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Turismo https://orcid.org/0009-0009-8960-8947 https://orcid.org/0009-0008-4204-0867</p>
---	--

<p>Asesor:</p> <p>Lic. Adm. Tur. Mtra. ¹ Vanessa Solís Flores</p>	<p>Dependencia local de soporte: Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Turismo Unidad o Laboratorio Turismo https://orcid.org/0000-0001-7320-1805</p>
---	---

Dedicatoria

Con todo el amor y entusiasmo a mi madre Patricia que me ha dado la vida y se ha entregado a amarme incondicionalmente, a Moisés por haberme demostrado su amor y apoyo absoluto en todos los sueños y metas que me he propuesto realizar, a Carol por llenarme de sabiduría y fuerza para afrontar la vida, a mis hermanas Leyla y Astrid que me han enseñado pilares fundamentales de hermandad.

Karol Ximena Santa Cruz Macedo

A mis padres Neiser y Carmen por todo el amor y afecto que me han brindado durante la trayectoria de mi carrera profesional, a mis hermanas Pamela y Ariana y a mi sobrino Valentino, que son mi principal motivo e inspiración para seguir superándome día a día.

Cesar Enrique Arévalo Sánchez

Agradecimientos

A nuestros padres por habernos brindado su ayuda absoluta durante todos estos años de estudios. A todo el personal educativo que conforma la Escuela profesional de Turismo, por otorgarnos conocimiento, gracias por las experiencias vividas.

A la Lic. Adm. Tur. Mtro. Vanessa Solís Flores, madre pedagógica desde el primer día de clases académica, y ahora asesora de la presente tesis, gracias infinitas por su compromiso, ayuda y dedicación durante todo el proceso de esta investigación.

A cada uno de los miembros que nos empaparon de conocimiento en el periodo de esta investigación y formaron parte de la recolección de datos, ya que sin ellos esta investigación no tendría un propósito.

Los autores

¹ Índice general

Ficha de identificación.....	6
Dedicatoria.....	7
Agradecimiento.....	8
Índice general.....	9
Índice de tablas.....	10
RESUMEN.....	11
ABSTRACT.....	12
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN.....	13
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	16
2.1. Antecedentes de la investigación.....	16
2.2. Fundamentos teóricos.....	18
CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS.....	27
3.1. Ámbito y condiciones de la investigación.....	27
3.2. Sistema de variables.....	28
3.3. Procedimientos de la investigación.....	29
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	35
4.1. Identificar ¹⁰ las agencias de viajes formales e informales de la ciudad de Tarapoto, 2021.....	35
4.2. Conocer la informalidad en los servicios desde la percepción de los ¹¹ trabajadores de las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto, 2021.....	41
4.3. Conocer la informalidad en ⁴ los servicios de las agencias de viajes desde la percepción de los visitantes de la ciudad de Tarapoto, 2021.....	42
4.4. Conocer ⁵ el nivel de satisfacción del visitante respecto al servicio de las ³ agencias de viajes en la ciudad de Tarapoto, 2021.....	42
4.5. Determinar la relación entre la informalidad en los ² servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021.....	43
CONCLUSIONES.....	48
RECOMENDACIONES.....	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51
ANEXOS.....	55

1 Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de la variable independiente: Informalidad	28
Tabla 2 Operacionalización de la variable dependiente: Satisfacción del visitante	29
Tabla 3 Distribución de la población de trabajadores	30
Tabla 4 Condición del Número de Registro de Contribuyente (RUC).....	35
Tabla 5 Tipo de régimen de contribuyente	35
Tabla 6 Comprobantes de pago que utilizan las agencias de viajes	36
Tabla 7 Tipo de licencia de funcionamiento	36
Tabla 8 Verificación del certificado de defensa civil	37
Tabla 9 Verificación del certificado de salubridad	37
Tabla 10 Condición de uso del local.....	38
Tabla 11 Condición laboral del personal	38
Tabla 12 Equipamiento del establecimiento.....	39
Tabla 13 Certificaciones de la DIRCETUR.....	39
Tabla 14 Inscrito en el directorio nacional de prestadores de servicios turístico.....	40
Tabla 15 Otras certificaciones del rubro.....	40
Tabla 16 Informalidad en los servicios desde la percepción de los trabajadores.....	41
Tabla 17 Informalidad en los servicios desde la percepción de los visitantes	42
Tabla 18 Nivel de satisfacción del visitante.....	42
Tabla 19 Análisis de normalidad de los datos procesados	43
Tabla 20 Relación entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante.....	44

RESUMEN

Informalidad en los servicios de las agencias de viajes y satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021

La informalidad en los servicios de las agencias de viajes es un problema frecuente en la ciudad de Tarapoto. A menudo, los visitantes se encuentran con descuidos por parte de los prestadores de servicios turísticos al visitar la ciudad. Esta informalidad en los servicios de las agencias de viajes se traduce en una insatisfacción por parte de los visitantes, quienes no reciben el trato y la atención adecuada durante su visita a la ciudad. Esto repercute en el turismo local, ya que los visitantes generalmente evitan regresar a Tarapoto si la experiencia fue mala. Ante ello, se ha establecido como propósito determinar la relación entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021. Se realizó un análisis de investigación descriptiva y correlacional, para la cual se ha considerado como muestra a 368 visitantes, 37 trabajadores de 11 agencia de viajes. Se recopiló información a través de una encuesta para conocer la percepción de estas personas y una lista de cotejo para recabar información de las empresas. Por lo tanto, el estudio ha logrado identificar que, todas las empresas cuentan con Registro Único de Contribuyente (RUC), perteneciendo de manera proporcional al Régimen Único Simplificado (RUS) y al Régimen Especial de Renta (RER); además, los comprobantes que en gran medida utilizan las empresas es la factura, boletas de venta y ticket electrónico; por otro lado, se evidencia que en su mayoría cuentan con licencia de funcionamiento definitiva, al igual que la certificación de defensa civil, solo algunos cuentan con certificación de salubridad y son pocos los cuentan con certificaciones complementarias otorgadas por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR). Respecto a la percepción de los trabajadores sobre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes, el 43% percibe que es media, el 30% tiene la percepción que es alta y el 27% tiene la percepción que la informalidad en estas empresas es baja. De la misma forma, en cuanto a la percepción de los visitantes a la ciudad de Tarapoto sobre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes, es calificada como media por el 73%, como alta por el 16% y como baja por el 11%. Prevalciendo la percepción de los visitantes a la ciudad de Tarapoto, se ha determinado a través del estudio que, la satisfacción es media en el 72% de visitantes y baja en el 17% de personas, al mismo tiempo, es alta en el 12%. El tanteo de la correlación Rho de Spearman mostró una fórmula de correlación positiva y media de 0,564, así como una relevancia de relación entre las dos variables de 0,000. Esto significa que al ser menor a 0,05 se aceptó la hipótesis de investigación, concluyendo que, efectivamente hay un vínculo entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021, con un nivel medio de correlación.

Palabras clave: Informalidad, agencia, viaje, turismo, satisfacción, visitante.

ABSTRACT

Informality in the services of travel agencies and visitor satisfaction in the city of Tarapoto, 2021

Informality in travel agency services is a frequent problem in the city of Tarapoto. Visitors often encounter carelessness on the part of tourism service providers when visiting the city. This informality in travel agency services leads to dissatisfaction on the part of visitors, who do not receive proper treatment and attention during their visit in the city. This has repercussions for local tourism, as visitors generally avoid returning to Tarapoto if their experience was bad. The purpose of this study was to determine the relationship between informality in travel agency services and visitor satisfaction in the city of Tarapoto, 2021. A descriptive and correlational research analysis was carried out, for which 368 visitors, 37 workers of 11 travel agencies were considered as a sample. Information was collected through a survey to identify the perception of these people and a checklist to collect information from the companies. Therefore, the study has identified that all the companies have a Single Taxpayer Registry (RUC), belonging proportionally to the Simplified Single Regime (RUS) and the Special Income Regime (RER); in addition, the receipts used by most of the companies are invoices, sales slips and electronic receipts. On the other hand, it is evident that most of them have a definitive operating license, as well as civil defense certification, only some have health certification, and few have complementary certifications issued by the Regional Directorate of Foreign Trade and Tourism (DIRCETUR). Regarding workers' perception about informality in travel agency services, 43% perceive it to be medium, 30% perceive it to be high, and 27% perceive informality in these companies to be low. Similarly, 73% of visitors to Tarapoto perceive the informality of travel agency services as medium, 16% as high and 11% as low. According to the perception of visitors to the city of Tarapoto, it has been determined through the study that 72% of visitors rate their satisfaction as medium and 17% rate it as low, while 12% rate it as high. The Spearman's Rho correlation test showed a positive correlation formula and a mean of 0.564, as well as a relationship significance between the two variables of 0.000. This means that being less than 0.05, the research hypothesis was accepted, concluding that there is indeed a link between informality in travel agency services and visitor satisfaction in the city of Tarapoto, 2021, with a medium level of correlation.

Keywords: Informality, agency, travel, tourism, satisfaction, visitor.

5 CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

Hoy, la informalidad es uno de los factores importantes que frenan el progreso económico y social en algunos países. Según un estudio realizado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2018), el 61% de los trabajadores trabajan en la economía sumergida. Esta situación se puede observar en todos los sectores, incluido el turismo.

Actualmente, la industria del turismo es responsable de generar aproximadamente 330 millones de puestos de trabajo en todo el globo (lo cual equivale al 10.3% del empleo global). Estas cifras sitúan al turismo como una de las principales fuentes de empleo del mundo, sin embargo, este debe lidiar con grandes problemas relacionados con la informalidad como son el escaso cumplimiento de la normativa, la falta de organización del trabajo, jornadas largas, los bajos salarios, escasa protección social y discriminación (OIT, 2020).

El turismo en el Perú es uno de los mayores empleadores de capital humano, por lo que en el 2018 el sector de agencias de viajes y turismo registró alrededor de 11,860 trabajadores formales empleados por 5,816 empresas, lo cual representó un aporte promedio de 766 millones de soles al Producto Bruto Interno (PBI) a nivel nacional. Sin embargo, existen empresas informales que pretenden apoderarse del mercado turístico, pues los visitantes siempre buscan precios cómodos mencionadas por la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (2020).

Siendo este un riesgo para los visitantes, pues son expuestos a robos, accidentes o estafas, como es el caso de Cusco que, a pesar de contar con 316 agencias de viajes, el 70% es informal, la mayoría no tiene Registro Único de Contribuyente (RUC), el 55% no tiene permiso municipal y el 55% no está registrado en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur, 2019).

El gobierno no está proporcionando una administración acertada, porque no se controla el cumplimiento tributario, lo cual es obvio en empresas legalmente constituidas dado que los informales aprovechan los espacios públicos como calles, plazas y centros de reunión como lugar para desempeñar sus actividades, además, ejercen sus oficios en condiciones deplorables, sin ninguna garantía de seguridad social ni patrocinio laboral, y con un salario que es inferior al mínimo establecido (Quispe, 2016).

La ciudad de Tarapoto es una de las zonas más privilegiadas por la naturaleza, pues existen diferentes parajes, tiene gran diversidad de flora, fauna y festividades culturales,

este atractivo ha generado que muchos empresarios vean a la región como una oportunidad de negocio, esto ha resultado en una gran cantidad de agencias de viajes informales que en su mayoría carecen de documentos legales, como licencias comerciales, permisos sectoriales, certificaciones, entre otros, para su funcionamiento, asimismo, muchas de las empresas, no mantiene un contrato formal con sus trabajadores quienes no reciben una remuneración de acuerdo al trabajo que realizan y que además no reciben los beneficios que está establecido por ley, que en su mayoría optan por ello, ya que buscan evadir impuestos y obligaciones, sin embargo, los visitantes que adquieren los servicios de este sector están expuestos al maltrato, incumplimiento de normas y requisitos básicos de prestación, por lo que, los visitantes con frecuencia manifiestan inconformidades por la calidad de los servicios, y la supuesta estafa en los paquetes turísticos. Además, se evidencia la falta de dirección por parte de los mandos locales, desconocimiento de las normas vigentes, cobro de comisiones, así como la fiscalización ineficaz de la autoridad competente, generando inconvenientes que ocasionan descontento en los visitantes.

De tal manera se planteó como pregunta general: ¿Cuál es el vínculo entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021? Así como preguntas específicas: ¿Qué agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto son formales e informales, 2021? ¿Cómo es percibida la informalidad de las agencias de viajes por los visitantes de la ciudad de Tarapoto, 2021? ¿Cómo es percibida la informalidad de las agencias de viajes por los trabajadores de la ciudad de Tarapoto, 2021? ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los visitantes entre las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto, 2021?

Al mismo tiempo, se establecieron como hipótesis general: H_1 : Existe una conexión significativa entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021. Así como hipótesis específicas: H_{11} : Hay más agencias de viajes informales que formales en la ciudad de Tarapoto, 2021. H_{12} : Los trabajadores perciben alta informalidad en las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto, 2021. H_{13} : Los visitantes perciben alta informalidad en las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto, 2021. H_4 : El grado de satisfacción del visitante es baja respecto al servicio de las agencias de viajes en la ciudad de Tarapoto, 2021.

En la misma línea, se establecieron como objetivo general: Determinar la relación entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021. Al igual que objetivos específicos: Identificar las agencias de viajes formales e informales de la ciudad de Tarapoto, 2021. Conocer la informalidad

en los servicios desde la percepción ⁴⁵ de los trabajadores de las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto, 2021. Conocer ⁴ la informalidad en los servicios de las agencias de viajes desde ¹ la percepción de los visitantes de la ciudad de Tarapoto, 2021. Conocer el nivel de satisfacción del visitante respecto al servicio de las agencias de viajes en la ciudad de Tarapoto, 2021.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Esta sección incluye un análisis de trabajos previos relacionados con las variables de estudio para demostrar categorías de investigación internacionales, nacionales y locales.

Es así que, Quispe (2016), la investigación básica y diseño no experimental, cubriendo una muestra de 96 personas, utilizando como técnicas la observación y la encuesta, y como herramientas guías de registro y cuestionarios, concluyó que las ofertas de las agencias de viajes informales tienen un impacto significativo en la satisfacción del visitante. $= 0,000 < 0,05$. Además, el 62,1% de los visitantes no está de acuerdo con la falta de los servicios mencionados, mientras que el 30,5% de los encuestados admitió que no son buenos. Lo cual nos demuestra que la oferta informal genera inconformidad en los visitantes, debido a que estas agencias informales no prestan garantías ni se encuentran en buenas condiciones para brindar un servicio confiable y responsable.

Por su parte Deza y Reyes (2017), a través de su estudio de carácter descriptivo, explicativo y cualitativo, sin intervención experimental, en el que se seleccionó una muestra de 42 personas con la que se aplicó una encuesta y un cuestionario, se determina que la introducción de tecnología no contribuirá a la reducción de la informalidad en los negocios minoristas de viajes y turismo en Lima; más bien, ha contribuido al desarrollo de todos los sectores del país. Por otro lado, se descubrió que los factores que generan la informalidad son: la falta de verificación, incumplimiento de pagos a Sunat y municipios, burocracia formalizada y una cultura institucional que carece de comerciantes. Este estudio es relevante, pues debido a la internet los visitantes han adquirido paquetes turísticos, provocando una insatisfacción en cuanto a los servicios ofrecidos como la inadecuada infraestructura, poca disponibilidad de guías turísticos, los equipos y materiales no proporcionan comodidad, pues no son como lo esperaban y otros pueden ser estafados.

A su vez Arévalo y Saldaña (2018), una cantidad de 13.809 personas fueron examinadas en un estudio aplicado no experimental, de las cuales 373 fueron elegidas como muestra. Se emplearon la encuesta y el cuestionario como herramientas metodológicas. Los resultados muestran que existe un efecto significativo entre las variables en estudio y que los visitantes que utilizan los servicios de las agencias de viajes informales en Tarapoto están menos satisfechos. Acorde a ello, es importante implementar mecanismos de difusión sobre la formalización, ya que la informalidad consiste en el incumplimiento de

los reglamentos y condiciones establecidas por el Gobierno, evadiendo impuestos, inseguridad de cualquier suceso, no entregan comprobantes, entre otros, la cual el visitante provoca una insatisfacción en cuanto a los servicios.

Asimismo, Gómez y Saldaña (2018), estudio descriptivo y ¹ no experimental de corte transversal con una población de 283.369 y una muestra de 267 personas, se utilizaron encuestas y cuestionarios como herramientas de recolección de datos. Se concluyó que mientras las instituciones formales brindaron el mejor servicio, las instituciones informales brindaron servicios insuficientes para garantizar la seguridad de los visitantes. Asimismo, tanto las instituciones formales como las informales ofrecen las mismas instalaciones turísticas con la misma infraestructura. Como resultado de este estudio, las instituciones informales ofrecen servicios turísticos a precios más bajos y sin la seguridad adecuada, mientras que las instituciones formales hacen lo contrario, por lo que los visitantes deben optar por aquellas empresas que brindan servicios óptimos y que estén de acuerdo a lo que el Estado manda.

Es así que, Rogel (2018), en su trabajo de investigación de tipo bibliográfica, cuya población y muestra estuvo compuesta por estudios, documentación, bibliotecas, entre otros, como técnicas y herramientas para el uso de fuentes bibliográficas y análisis documental. Establece que los agentes de viajes son actores clave en la compra de productos de viaje y que, por lo tanto, deben brindar a sus clientes una excelente experiencia de viaje, de esta manera logrará que las personas que tomen sus servicios se sientan seguros y contentos. Por lo tanto, la investigación concluye que, los prestadores de servicio deben conocer sus obligaciones y deberes al momento de ofrecer y brindar el servicio a los visitantes, ya que al tener en cuenta las pautas y parámetros, los prestadores turísticos estarían dando un excelente servicio a los visitantes y a su vez evitan verse perjudicados con sanciones o multas, lo cual mejorarían su calidad de servicio, personal capacitado, clima laboral adecuado y contribuyendo a más ventas gracias a la satisfacción.

Por su parte Molina et al. (2020), su trabajo de investigación descriptiva investigó el ³ diseño no experimental, población y muestra de 149 personas, siendo el instrumento empleado un cuestionario. De manera concluyente, se percibe una gran satisfacción general, con señales favorables que dejan entrever una favorable correspondencia entre el precio y la calidad. Una significativa cantidad de personas opta por el transporte de propiedad privada, aunque también se observó la presencia del transporte público y turístico. Por otra parte, la uniformidad del servicio ³³ es evidente, destacando que los Centros Turísticos de Conveniencia (CTC) siempre están listos para recibir y atender a

los visitantes con altos estándares de calidad, contribuyendo así al desarrollo sostenible de sus localidades. En base a estos resultados, las agencias turísticas informales siempre ofrecen sus servicios a menor precio, sin embargo, la calidad de transporte es pésima, además se encuentran en paraderos informales para embarcar y desembarcar, la cual no genera una satisfacción alta calidad en los visitantes ya que no son seguros.

2.2. Fundamentos teóricos

2.2.1. Agencia de viajes informales

Ahora mismo, muchas organizaciones no están inscritas ante los organismos municipales o tributarios; lo que permite inferir que la inobservancia de la ley es la situación que se presenta en una compañía o negocio que realiza operaciones comerciales, que se efectúan fuera de los preceptos y ordenamientos indispensables para ser implementados.

⁴ Según Loayza (2018), la informalidad es tanto causa como consecuencia de la falta de progreso económico e institucional. Esta situación conlleva a una ineficiencia en la producción y una cultura de evasión de impuestos e incumplimiento de la ley. A pesar de ello, la informalidad se presenta como una alternativa debido a sus beneficios como la flexibilidad y la oportunidad de empleo en una economía con bajo desempeño laboral y excesiva presión regulatoria.

Según Vargas (2018), la informalidad puede manifestarse de dos maneras: la desobediencia y eludir las leyes establecidas por el estado, inestabilidad y exclusión de actividades no reguladas. En otras palabras, aunque la informalidad existe en empresas de todos los tamaños es más común en pequeños negocios, zonas de bajos ingresos, tareas rudimentarias y entre aquellas personas con menor nivel de educación.

De acuerdo a Brown (2020), la informalidad es a la vez causa y consecuencia del subdesarrollo económico e institucional de un país. ²⁸ Esto crea inconvenientes considerables, ya que una gran parte de la población y una parte importante de la actividad económica no tienen acceso a la tecnología adecuada, la protección policial y legal y no pueden compartir el riesgo de enfermedad y desempleo.

Por su parte Loaysa (2006) citado por Quispe (2016), el sector informal está formado por empresas, personas y tareas, no son reguladas por las leyes y procedimientos establecidos para la operación económica. Qué significa a parte de las políticas fiscales, las leyes y reglamentos, también existe la desventaja de no poder acceder a los beneficios y servicios proporcionados por el estado o el gobierno.

La informalidad se refiere a aquellas ¹⁹empresas, trabajadores y actividades que operan fuera del entorno legal y regulatorio o fuera de la economía moderna (Garcés & Reyes, 2019). Esto se manifiesta en dos formas, un vínculo al incumplimiento de las normas del Estado y la otra relacionada con la carencia y exclusión de la labor informal (Pisani & Morales, 2020).

A pesar de que la informalidad puede abarcar una gama que va desde negocios legales hasta aquellos que se dedican a tareas de supervivencia, es más común en negocios pequeños, más alejados, actividades básicas y personas con menos educación (OIT, 2017).

La informalidad persiste debido ²⁸al ofrecimiento de flexibilidad, inventiva y colocación en economías reducidas debido a la baja productividad de los trabajadores, las empresas, el gobierno y los impuestos sobrecargados. En tales situaciones, sin informalidad, aumentaría el desempleo, la pobreza, el conflicto y la delincuencia.

Las empresas no estructuradas comprenden aquellas actividades que funcionan evadiendo las normas y leyes del país. Ante ello, Torres (2020), indica que durante años ha habido un tratamiento del problema de la informalidad, explicando cómo afecta a las empresas. Estas actividades no están reguladas, lo que causa una serie de dificultades para los participantes en el mercado, como la falta de seguridad jurídica y el desequilibrio en la competencia. Un negocio informal no podrá competir normalmente en el mercado y perderá la oportunidad de hacerse cargo. Además, no recibirá apoyo público por contingencias que se puedan presentar, lo que redundará en mayores costos a lo largo del tiempo. Siempre estará en riesgo, ya que la policía puede confiscar productos o incluso imponer sanciones, lo que afectará su presupuesto. Debido a la informalidad, no podrá obtener préstamos de las instituciones financieras, y no podrá trabajar bien con los clientes. Esto limitará el desarrollo económico del país.

Según la OIT (2015), la complejidad de los trámites, la tecnología y producción existente, el escaso control y fiscalización y la ignorancia de los datos son los principales determinantes de la informalidad. Estos factores están compuestos por indicadores que permiten detectar los elementos que contribuyen a la informalidad.

La informalidad reduce la productividad o la eficiencia de las empresas porque afecta (i) los derechos de propiedad que brindan acceso a ciertos bienes y servicios (es decir, crédito, educación y seguridad); (ii) protección de las formas jurídicas organizacionales heredadas; Fuera de los hogares de los trabajadores, ingresan al mercado proveedores y clientes. Sin embargo, además de estos efectos directos, la informalidad también tiene efectos indirectos sobre la actividad económica. Por un lado, el incumplimiento

claramente tiene costos financieros ⁵⁰ para la sociedad en su conjunto. Por otro lado, las empresas formales pierden su competitividad cuando hay un gran número de empresas informales en el mercado.

²⁹ El nuevo Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, que ²² busca asegurar la formalidad de las empresas y resguardar a los usuarios, fue publicado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en el cual establece la creación ¹⁷ de un distintivo para reconocer a las agencias de viajes y turismo registradas en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados, con el objetivo ¹² de diferenciar de forma más clara a las agencias de viajes y turismo que cumplen con la normativa, siendo una herramienta para mejorar las acciones de fiscalización y para la identificación de agencias formales por parte de los turistas. Por último, exhorta a las asociaciones representativas de agencias de viajes y turismo a impulsar la formalización del servicio y a la aplicación de mecanismos financieros que aseguren, ante el turista, el cumplimiento de los compromisos adquiridos por sus asociados (Mincetur, 2020).

De acuerdo al ⁶ Decreto Supremo N° 005-2020-MINCETUR (2020), aprueban el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, a través del cual el Mincetur establece que las agencias de viajes son entidades que por su propia naturaleza realizan una amplia gama de funciones, ya que son personas físicas o jurídicas dedicadas exclusivamente a la ² coordinación, mediación, producción, promoción, consultoría, organización y comercialización de servicios turísticos, que pueden prestar utilizando recursos propios o asignados de manera idéntica.

De acuerdo ¹⁰ con la normativa de agencias de viajes establecido en el decreto, se determinar la clasificación de las agencias de viajes y turismo de la siguiente manera:

- a) La agencia de viajes minorista ofrece a los visitantes directamente desde los proveedores son compensados por esto. Muchos paquetes turísticos se ofrecen de dos maneras, a través de comisión o con un aumento de precio.
- b) Las agencias mayoristas ⁵⁴ se especializan en la organización de viajes conjuntos, ofrecido a los visitantes a través de una red de agencias de viajes minoristas o directamente a los clientes interesados (si la agencia de viajes mayorista tiene un departamento minorista). Estas agencias adquieren porciones de productos para visitantes en grandes cantidades y diseñan paquetes turísticos a medida.
- c) Operador de turismo. Este personal se encarga de planear, diseñar, contratar, coordinar y ejecutar programas y servicios de turismo dentro de los límites del país, para ofrecerlos y comercializarlos ¹⁰ a través de agencias de viajes y agencias de

turismo en Perú y más allá. Además, puedes ofrecerlos y venderlos directamente a los consumidores.

De acuerdo al MINCETUR (2020), en su reglamento establece que existen tres condiciones básicas que las agencias deben regirse, la cuales son:

- a. Condiciones mínimas de infraestructura: El requisito básico es que la oficina administrativa sea de fácil acceso para los visitantes y dedicada a prestar de manera exclusiva el servicio de agencia de viajes y turismo. Debe estar aislado de las instalaciones circundantes de la empresa.
- b. Condiciones mínimas de equipamiento: la oficina administrativa debe contar con una computadora, conexión a la red y servicio de correo electrónico, un teléfono, una impresora y un escáner.
- c. Condiciones mínimas de personal calificado: Acreditar experiencia mínima y formación académica superior o técnico productivo en materia de turismo. El personal calificado que se dedique a brindar atención directa al turista, debe estar identificado señalando su nombre y cargo, mediante la placa respectiva u otro medio que permita su fácil identificación por los turistas.

La elevada cantidad de actividades no reguladas ha afectado drásticamente la industria turística, el reconocimiento internacional del lugar y el nivel de complacencia del visitante. Para ello, el gobierno a través del Mincetur (2019), ha desarrollado una estrategia "Turismo seguro", la cual consta de tres componentes principales: la formalización, la seguridad y el desarrollo de habilidades.

- La formalidad empresarial se enfoca en los requerimientos indispensables que la empresa debe satisfacer para garantizar un servicio fiable, así como asegurar el cumplimiento de sus deberes impositivos. Entre los elementos que se tienen en cuenta está el RUC, la emisión de documentos de abono, el otorgamiento de licencias de operación, los permisos específicos, las normas y certificaciones para empresas turísticas.
- Formalidad laboral, centrada en la contratación de personal, realizando el registro en planilla, además de, otorgar los beneficios laborales, así como cubrir las horas y esfuerzo de trabajo con una remuneración justa.
- La seguridad en el servicio es un factor clave para brindar confianza y guardar la protección del usuario, para que pueda recibir un bien o servicio sin temor a sufrir daños físicos, psicológicos o económicos. Los temas incluyen precios y

claridad en la documentación, facilidad de procesamiento, seguridad en el cuidado de la salud, equipos de acceso y comunicación para garantizar la seguridad, capacidad de la infraestructura y operación y mantenimiento adecuados de los equipos.

- El espíritu empresarial se refiere al uso y la mejora de todas las características de un servicio, así como a la expansión de las habilidades y capacidades técnicas de los empleados. En este sentido, se considera el cumplimiento de las normas, requisitos y procesos establecidos para el desempeño de sus actividades, la información previa a la concesión de los servicios, la idoneidad técnica y profesional del personal y la presencia de personal bilingüe

2.2.2. Satisfacción del visitante

Como industria orientada a los servicios, los operadores y destinos, las empresas de viajes deben esforzarse constantemente ⁴⁹ para satisfacer las necesidades y expectativas de los visitantes. en cuanto a productos, experiencias y servicios turísticos de calidad. La satisfacción del visitante está determinada por una combinación de valor y calidad percibidos, expectativas del consumidor y experiencia real (Molina et al., 2020).

Según Delgado y Oxa (2020), ² menciona que la satisfacción del cliente "es un término utilizado por los especialistas en marketing para indicar si el producto o servicio de una empresa (o ambos) cumple, supera o no cumple con las expectativas del cliente" (p. 61). En otras palabras, la satisfacción del cliente indica qué tan satisfechos están los clientes con el producto, servicio o experiencia de una empresa.

La satisfacción del cliente a menudo depende de lo que los clientes esperan antes de usar un producto o servicio. Del mismo modo, Daskalaki et al. (2020), que la satisfacción del cliente puede ser una medida compleja, pero optimizar una empresa para la satisfacción del cliente tiene numerosas ventajas potenciales, incluido el aumento de la lealtad del cliente a largo plazo y el valor de la vida útil del cliente.

En cuanto a Pérez et al. (2019), se cree que la satisfacción general del visitante influye en las visitas repetidas, la probabilidad de estancias prolongadas, el aumento del gasto, la mejora del ⁴¹ rendimiento y las referencias de boca en boca. Por lo tanto, la satisfacción del cliente es una medida de qué tan bien el producto o servicio de una empresa cumple o supera las expectativas del cliente.

Asimismo, Vladimir et al. (2020), ³⁰ mencionan la satisfacción del cliente, este es un objetivo importante para las empresas porque proporciona información sobre aspectos como la lealtad del cliente, la probabilidad de abandono y también ayuda a identificar problemas

con el producto o servicio. Las empresas que ofrecen un alto nivel de satisfacción del cliente también pueden utilizarlo para diferenciarse de sus competidores (Piguave, 2018).

Medir la satisfacción de los visitantes es un indicador clave del desempeño de un destino y puede ayudar a:

- Proporcionar una base para la planificación estratégica futura del desarrollo turístico, reconociendo la necesidad de alinear las percepciones y expectativas de los visitantes;
- Identificar brechas clave o áreas de mejora en el producto/servicio turístico;
- Identificar oportunidades de creación de valor en la oferta turística y aumentar el rendimiento en el destino;
- Identificar tendencias clave en las expectativas y demandas del mercado de visitantes.
- Incrementar la fidelidad de los clientes
- Obtenga ³¹compras más altas o más frecuentes de clientes existentes
- Obtenga ³¹nuevos clientes a través de referencias y de ³¹boca a boca
- Genera rumores para un crecimiento exponencial
- Reducir el gasto en adquisición de clientes
- Aumentar las ganancias (Burgos & Morocho, 2020).

Las marcas deben comprender los beneficios de la satisfacción del cliente antes de invertir esfuerzos y recursos en procesos y sistemas para mejorar su puntaje, Arévalo y Saldaña (2018), enumere algunos ¹⁵de los beneficios más importantes ¹⁵de la satisfacción ¹⁵del cliente que toda empresa debe conocer:

- Fidelización del cliente. Cuando sus ¹⁵clientes están satisfechos, creen en la marca ¹⁵y se vuelven leales.
- Pilares ¹⁵de soporte. Es más probable que los clientes satisfechos se mantengan al margen ¹⁵en tiempos de crisis; se preocupan por la marca y quieren verla prosperar (Arévalo y Saldaña, 2018).

De acuerdo con la explicación anterior, la cual consta de tres componentes, según lo esbozado por Arévalo y Saldaña (2018). Estos son:

1. El rendimiento percibido se refiere al valor entregado que los usuarios consideran haber recibido de un producto o servicio adquirido. Esto se evalúa a partir de la perspectiva del cliente y basándose en resultados, así como las opiniones que puedan influir en él. Adicionalmente, se considera la mentalidad y la lógica del

usuario para determinar el desempeño percibido. Por tratarse de un tema complejo, se requiere de una profunda investigación que comience y termine en el cliente (Arévalo y Saldaña, 2018).

2. La expectativa es la anticipación del cliente por algo. Las esperanzas del cliente son generadas por una o varias de las cuatro circunstancias mencionadas: La organización cumple con sus obligaciones con respecto al producto o servicio brindado; experiencia de compra previa; la importancia del contacto cercano, así como los compromisos de la competencia (Arévalo y Saldaña, 2018).

La compañía debe ser cautelosa al asignar el precio correcto. Si se establece una expectativa excesivamente baja, no habrá suficientes compradores, pero si el coste es excesivamente elevado, los usuarios quedarán desilusionados tras adquirir el producto.

3. Nivel de satisfacción: Luego de comprar un producto o servicio, un consumidor experimenta una de tres condiciones de satisfacción: Insatisfecho: Ocurre cuando el desempeño del producto no cumple con las expectativas del comprador. Satisfacción: Cuando la ejecución del proyecto cumple con las expectativas del cliente. Excelencia: ocurre cuando los resultados percibidos superan las expectativas del consumidor (Arévalo y Saldaña, 2018).

El comportamiento de los clientes puede ser un buen indicador de su nivel de satisfacción, pues los descontentos dejarán de apoyar a una empresa o marca de manera inmediata (falta de lealtad limitada). Sin embargo, aquellos satisfechos se mantendrán fieles a la marca o proveedor hasta que encuentren alguna mejor oferta (fidelidad condicional). Por otro lado, aquellos que sienten una afinidad emocional con la marca o empresa serán leales de forma incondicional, aun cuando encuentren alguna alternativa racionalmente más interesante.

En opinión de Hall et al. (2016) que el usuario esté satisfecho es fundamental para construir relaciones duraderas con el público. Por supuesto, lograr mantener esta relación a largo plazo no es una tarea sencilla. Una vez que se ha logrado la satisfacción inicial, es necesario seguir brindando un valor constante para mantener contento al cliente. Un gran porcentaje de los clientes satisfechos tienen alta probabilidad de realizar nuevamente transacciones con una empresa si han tenido una experiencia placentera. En cambio, si el resultado de la interacción no ha sido satisfactorio, el 95% de los usuarios tomarán acciones, como discutir sus quejas con personas allegadas o difundirlas en redes sociales.

El bienestar continuado conlleva a la fidelidad. Una vez que los usuarios hayan entregado su credibilidad a una organización y tengan la certeza de que la compañía seguirá cumpliendo, seguirán realizando sus transacciones con ellos (Dutta et al., 2017).

El nivel de satisfacción se determinará con base en los indicadores propuestos por el Mincetur (2018), que identifican tres componentes básicos, a saber, información personal, servicios e infraestructura.

- Información personal: son todos aquellos datos que deben conocer de los visitantes, tales como edad, género, y estado civil.
- Servicio: Son todas las características que definen y determinan la imagen de la agencia, dentro de estas se consideran guías turísticos, atención y servicio del personal, información proporcionada, establecimiento de precio, cumplimiento de contrato, comodidad, demora de atención, facilidad para obtener pasajes y disponibilidad de horarios.
- Infraestructura: son las condiciones estructurales del establecimiento, dentro de esta se considera la señalización, y limpieza del lugar.

Definición de términos básicos

Agencias de viajes. Son entidades privadas o públicas que se encargan de prestar servicios vinculados al turismo a toda la ciudadanía en nombre de los proveedores de hospedaje o transportes para ofrecer diversas clases de paquetes de viaje para cada lugar. Estas entidades tienen como objetivo ayudar a los visitantes a organizar sus viajes, desde los traslados hasta los alojamientos y los servicios adicionales (Arévalo y Saldaña, 2018).

Complacencia. Esto significa que cuando un servicio o producto comprado supera las expectativas de un cliente, genera clientes satisfechos y mayores ganancias para la empresa (Burgos y Morocho, 2020).

Cliente. También se los conoce como consumidores, ya que son los destinatarios finales de cualquier producto o servicio. Esto significa que la satisfacción del cliente es el factor determinante a la hora de elegir entre proveedores (Delgado y Oxa, 2020).

Expectativas. Las expectativas del cliente son un conjunto de ideas sobre un determinado bien, marca o servicio que un cliente tiene en mente. Ya que actualmente, los consumidores buscan un servicio proactivo (Dutta et al., 2017).

Satisfacción del visitante. Es el afecto, evaluación o manera de pensar de una persona frente a los servicios que le proporciona la compañía o al servicio ofrecido. Esto implica que la satisfacción tiene la posibilidad de ser comprendida como una sensación emotiva o cognitiva, y su apreciación se fundamenta en lo recibido con relación a lo previsto (Garcés y Reyes, 2019).

Servicios. Los servicios son una serie de tareas destinadas a cubrir las demandas de los usuarios. El rango de servicios varía entre el nivel de intangibilidad y tangibilidad de los bienes entregados al cliente (Quispe, 2016).

Visitante. Es la persona que viene a pasar tiempo con otros o quedarse con ellos, o en un lugar. Un visitante a menudo se queda un tiempo, por placer social, por negocios, turismo, etc. Cualquier persona que se mueva fuera de su entorno habitual por menos de 12 meses, y el propósito principal de su viaje no es realizar actividades remuneradas correspondientes al lugar o país visitado (Piguave, 2018).

5 CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Ámbito y condiciones de la investigación

3.1.1 Ubicación política

La investigación se realizó en la provincia de San Martín específicamente en el distrito de Tarapoto.

3.1.2 Ubicación geográfica

Las agencias de viajes están ubicadas en diferentes distritos de la ciudad de Tarapoto, las más famosas se encuentran en el centro de la ciudad



Figura 1.

Ubicación de las agencias de viajes en Tarapoto, 2021.

1
Fuente: Google maps

3.1.3 Periodo de ejecución

El presente estudio se puso en marcha en el año 2021.

3.1.4 Autorizaciones y permisos

La solicitud de autorización del desarrollo de la investigación en las agencias de Tarapoto, fue presentada por los estudiantes a los representantes de cada empresa, al mismo tiempo se dio a conocer a la Universidad Nacional de San Martín sobre su aceptación y/o aplicación del estudio.

5 3.1.5 Control ambiental y protocolos de bioseguridad

Teniendo en consideración durante el estado de emergencia por Covid-19, fue importante respetar los protocolos de bioseguridad para la interacción con los visitantes de las agencias en Tarapoto, las mismas que estuvieron centradas básicamente en el lavado de manos, distanciamiento social de dos metros, desinfección de calzado, en el empleo

espacios abiertos, el uso correcto de la mascarilla, el uso de alcohol de mano para una adecuada desinfección, asimismo, desinfección de espacios y materiales durante el proceso de la investigación.

5

3.1.6 Aplicación de principios éticos internacionales

Mediante esta investigación se fundamentó en la aplicación de la Normas Internacionales APA 7ª edición, así como también se respetó los criterios para citar los autores mencionados en todo el informe, evitando el plagio, para ello se referenció a todo autor citado.

1

3.2. Sistema de variables

Variable 1: Informalidad

Variable 2: Satisfacción del visitante

Tabla 1

Operacionalización de la variable independiente: Informalidad

Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Informalidad en los servicios	Formalidad empresarial	Información general de la empresa Información tributaria Comprobantes de pago Permisos sectoriales Reglamento de las agencias Otros requisitos	Nominal
	Formalidad laboral	Modalidad de contrato Registro en planilla Beneficios laborales Remuneración	
	Seguridad en el servicio	Claridad en el servicio Trato interpersonal Asegura atención medica Disposición de equipos de acceso y comunicación Capacidad en la infraestructura Garantizar el funcionamiento del objeto Asegura el mantenimiento de las instalaciones	Ordinal
	Capacidad empresarial	Cumplimiento de normas legales Brinda información previos al servicio de contratación Competencia profesional y técnica del personal. Proporcionar personal bilingüe	

2

Tabla 2*Operacionalización de la variable dependiente: Satisfacción del visitante*

Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Satisfacción del visitante	Información personal	Edad Género Estado civil	Ordinal
	Servicio	Guías turísticos Atención y servicio del personal Información proporcionada Establecimiento de precio Cumplimiento de contrato Comodidad Atención rápida Facilidad para obtener pasajes	
	Infraestructura	Disponibilidad de horarios Condiciones estructurales del establecimiento Señalización Limpieza del establecimiento	

3.3 Procedimientos de la investigación

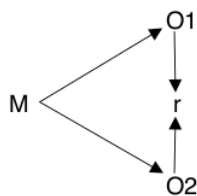
Conforme al objetivo del análisis, una indagación de naturaleza básica fue llevada a cabo, resultando en la obtención de los principios básicos de los sucesos y fenómenos observables, sin la intención de darle una utilización específica.

61

Para esta tesis el nivel de investigación es correlacional y descriptivo, según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), la descripción se basa en identificar rasgos de la realidad que determinan su estructura y comportamiento. El método de correlación, por su parte, se basa en establecer una relación entre dos variables a partir de la misma población de estudio que la muestra.

3

La investigación será desarrollada bajo el diseño no experimental, puesto que las variables no sufrieron ninguna manipulación, por lo que, fueron evaluadas tal y como se encuentran en un contexto dado.



Donde:

O1: Informalidad de agencia de viajes

O2: Satisfacción del visitante

M: muestra del estudio

r: relación entre las variables

Población: Para el presente estudio se consideraron dos poblaciones, la primera son ⁵ los visitantes de la ciudad de Tarapoto, que ^{de} acuerdo con el Mincetur (2020) son un total de 427,357 visitantes. Por otra parte, se consideró como muestra a los trabajadores de 11 agencias de viajes, que cuentan con un total de 37 empleados. La distribución de los trabajadores ⁶² se observa en la siguiente tabla, en donde se aprecia que la cantidad de trabajadores es relativamente homogénea.

Tabla 3

Distribución de la población de trabajadores

Empresa	Trabajadores	
	Frecuencia	Porcentaje
OPERADOR COLIBRÍ TRAVELS Y TOUR S.A.C.	3	8%
YURIPARI AMAZON FOREST S.A.C.	4	11%
"ALUX TRAVEL" AGENCIA DE VIAJE S.A.C.	3	8%
PIRATAS TOURS S.A.C.	4	11%
IRIS BERRU RAMOS	2	5%
DAVID VÁSQUEZ LÓPEZ ²³	2	5%
HUAMBRILO TOURS AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO E.I.R.L.	4	11%
TOURS TARAPOTO ²³ AJES Y TURISMO S.A.C.	3	8%
CSI HUIRÁ TOURS E.I.R.L.	4	11%
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO MARAÑÓN S.A.C.	4	11%
HUINGOS TRAVEL E.I.R.L.	4	11%
Total	37	100%

⁴ **Criterios de selección:** La muestra se tomó en base a los siguientes criterios de selección.

Para los visitantes:

- Criterios de inclusión: Visitantes mayores de 18 años que estén de acuerdo en responder las encuestas y la completen ²⁴ en su totalidad.
- Criterios de exclusión: Visitantes que sean menores ⁵ de edad y no acepten participar en el estudio.

Para los trabajadores de las empresas:

- Criterios de inclusión: Trabajadores de las empresas que estén en condiciones ²⁴ y acepten participar en el estudio llenando las encuestas de manera completa.
- Criterios de exclusión: Trabajadores que no pertenezcan a las empresas seleccionadas y que no deseen participar en la investigación.

Muestra: La muestra de la población de visitantes fue de un total de 368, seleccionados mediante un muestreo aleatorio simple, que es un método probabilístico para determinar la muestra, empleando una fórmula para ello. El proceso de muestreo se expone a continuación:

9
Datos:

(Z) Nivel de confianza: 1.96 =95%

(p) Probabilidad: 50%= 0.5

(q) (1 - p) = 0.5

(d) Margen de error: 5% = 0.05

(N) Población: 427 357

Formula:

$$n = \frac{NZ^2q}{(N-1)d^2 + Z^2q}$$

$$n = \frac{427\,357(1.96)^2(0.5)}{(427\,357 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)}$$

$$n = \frac{394016.3163}{1069.31}$$

$$n = 368$$

Con respecto a la segunda población, se considera como muestra censal por tener en cuenta a la totalidad de la población de trabajadores de las 11 empresas de Tarapoto que asciende a 37.

3.3.1 Registro de las empresas formales e informales

a) Actividades y tareas

La recopilación de la información de las empresas estuvo a cargo de los investigadores quienes fueron los responsables de recoger los datos necesarios para describir la realidad de la variable, en ese sentido fue necesario la creación y validación del instrumento, para el cual fue necesarios la opinión de tres expertos, quienes determinaron la validez del mismo. Posteriormente se solicitó la autorización correspondiente a los empresarios ¹³ para el recojo de datos respecto al objetivo del estudio.

b) Descripción de procedimientos

La evaluación de las variables se realiza mediante técnicas de observación y registro, pues lo más importante es saber qué empresas son formales y cuáles informales, también se brinda una lista de cotejo que se utiliza como herramienta de registro de datos, construyendo 6 indicadores principales para la medición de la variable.

¹ c) Técnicas de procesamiento y análisis de datos

El programa Excel se utiliza para el procesamiento de datos, donde los datos se recopilan en tablas, se presentan en forma de tablas y figuras para fines de análisis apropiados. Se presentarán tablas y gráficos en turno según los indicadores correspondientes a la meta.}

3.3.2 Análisis de la informalidad desde la percepción del trabajador

a) Actividades y tareas

El análisis de la informalidad estuvo a cargo de los investigadores quienes fueron los responsables de recoger los datos necesarios para describir la realidad de la variable, en ese sentido fue necesario la creación y validación del instrumento, para el cual fue necesarios la opinión de tres expertos, quienes determinaron la validez del mismo. Posteriormente se solicitó la autorización correspondiente para el recojo de datos respecto al objetivo del estudio, es decir, solicitar el consentimiento informado.

b) Descripción de procedimientos

La evaluación de la variable se realizó mediante el método de la encuesta, ya que funciona mejor en situaciones informales, también se utilizó el cuestionario como herramienta de registro de datos mediante la construcción de 15 ítems, el cual se realizó en base a aspectos del trabajo formal (4 puntos), seguridad en el servicio (7 puntos) y emprendimiento (4 puntos).

¹¹ c) Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de datos se utilizó Excel, sistema que permitió el desarrollo del proceso Baremo, el cual tabula los datos como se muestra en las tablas y figuras para su correcto análisis. A su vez, se presentan tablas y gráficos en base a criterios de evaluación de medidas y variables, y los resultados se analizan en base al sentir del personal de la agencia de viajes.

3.3.3 Análisis de la informalidad desde la percepción del visitante

a) Actividades y tareas

El análisis de la informalidad estuvo a cargo de los investigadores quienes fueron los responsables de recoger los datos necesarios para describir la realidad de la variable, en ese sentido fue necesario la creación y validación del instrumento correspondiente, para el cual fue fundamental la opinión de tres expertos, quienes determinaron la validez del mismo. Posteriormente se solicitó la autorización correspondiente ¹³ para el recojo de datos respecto al objetivo del estudio, es decir, solicitar el consentimiento informado.

b) Descripción de procedimientos

La variable se evaluó mediante el método de encuesta, por corresponder mejor a la informalidad ⁴ y se utilizó el cuestionario como herramienta de registro de datos mediante la construcción de 11 preguntas basadas en los indicadores de seguridad en el sector servicios (7 puntos) y emprendimiento (4 puntos).

c) Técnicas de procesamiento y análisis de datos ¹¹

Para el procesamiento de datos se utilizó ¹ Excel, sistema que permitió el desarrollo del proceso Baremo, el cual tabula los datos como se muestra en las tablas y figuras para su correcto análisis. A su vez, ²⁴ se presentan tablas y gráficos en base a medidas e indicadores variables, y los resultados se analizan en base a las observaciones de los visitantes.

3.3.4 Análisis de la informalidad desde la percepción del visitante

a) Actividades y tareas

El análisis de la satisfacción del visitante estuvo a cargo de los investigadores quienes fueron los responsables de recoger los datos necesarios para describir la realidad de la variable, en ese sentido fue necesario la creación y validación del instrumento correspondiente, para el cual fue fundamental la opinión de tres expertos, quienes determinaron la ¹³ validez del mismo. Posteriormente se solicitó la autorización correspondiente para el recojo de datos respecto al objetivo del estudio, es decir, solicitar el consentimiento informado.

b) Descripción de procedimientos

La evaluación de la variable se realiza por el método de la encuesta, ya que esta es la que facilita la encuesta de satisfacción, también se utiliza el cuestionario como

herramienta de registro de datos mediante la construcción de 16 preguntas, la indagación se realiza en base a dimensiones e indicadores establecidos por extranjeros.

¹¹
c) Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de datos se utilizó Excel, sistema que permitió el desarrollo del proceso Baremo, el cual tabula los datos como se muestra en las tablas y figuras para su correcto análisis. Por otro lado, se presentan tablas y gráficos según las dimensiones y criterios de evaluación de las variables, y los resultados se analizan en función de la percepción de los visitantes.

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Identificar las agencias de viajes formales e informales de la ciudad de Tarapoto, 2021

Tabla 4

Condición del Número de Registro de Contribuyente (RUC)

	Cuenta con RUC		Activo		Habido	
	Frec.	Porc.	Frec.	Porc.	Frec.	Porc.
Si	11	100%	9	82%	10	91%
No	0	0%	2	18%	1	9%
Total	11	100%	11	100%	11	100%

Fuente: lista de cotejo aplicada a las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto.

Como se puede observar en la Tabla 3, se constata que todas ellas, es decir, el 100%, cuentan con Registro Único de Contribuyentes (RUC), lo que evidencia su formalización ante la administración tributaria. Sin embargo, no todas las empresas se encuentran en la misma situación operativa, ya que el 82% de ellas se declaran como activas, es decir, que realizan actividades económicas de manera regular, mientras que el 18% restante se consideran como inactivas, es decir, que han cesado temporal o definitivamente sus operaciones. Por otro lado, se observa que la mayoría de las empresas, el 91%, identificaron algún tipo de problema o dificultad que afectó su desempeño durante el periodo de estudio, mientras que solo el 9% de ellas manifestaron no haber tenido ningún inconveniente o contratiempo.

Tabla 5

Tipo de régimen de contribuyente

	Frec.	Porc.
RUS	6	55%
RER	5	45%
Total	11	100%

Fuente: lista de cotejo aplicada a las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto.

Como puede verse en los resultados presentados en la Tabla 4, En cuanto al régimen tributario al que pertenecen las agencias de viajes, se aprecia que más de la mitad de ellas, el 55%, se acogen al Régimen Único Simplificado (RUS), que es un sistema especial para los contribuyentes que realizan actividades de pequeña escala y que les permite pagar un impuesto fijo mensual. Por otro lado, el 45% restante de las agencias de viajes se encuentran en el Régimen Especial de Renta

(RER), que es un sistema que les permite tributar sobre la base de sus ingresos netos anuales y que les otorga algunos beneficios como la deducción de gastos y la depreciación de activos.

Tabla 6

Comprobantes de pago que utilizan las agencias de viajes

	Frec.	Porc.
2 Recibo por honorarios	2	18%
Boletas de venta	6	55%
Factura	7	64%
Ticket electrónico	4	36%
Otro 9	1	9%

Fuente: lista de cotejo aplicada a las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto.

En relación con los tipos de comprobantes de pago que emplean los agentes de viajes de Tarapoto para documentar sus operaciones, se observa que el más utilizado es la factura, que representa el 64% del total, lo que indica que la mayoría de sus clientes son personas jurídicas o empresas. Le sigue el recibo por honorarios, que abarca el 55% de los casos, lo que muestra que una parte importante de los agentes de viajes son profesionales independientes que prestan servicios a terceros. En tercer lugar, se encuentra el boleto electrónico o e-ticket, que alcanza el 36%, lo que refleja el uso de las tecnologías de la información y la comunicación para facilitar las transacciones. En cuarto lugar, se ubica el recibo por arrendamiento de bienes muebles, que cubre el 18%, lo que evidencia que algunos agentes de viajes alquilan vehículos u otros bienes para ofrecer sus servicios. Finalmente, solo el 9% de los agentes de viajes utiliza otro tipo de comprobantes de pago, como boletas de venta, liquidaciones de compra o notas de crédito.

Tabla 7

Tipo de licencia de funcionamiento

	Frec.	Porc.
Provisional	3	27%
Definitiva	8	73%
En tramite 7	0	0%
Total	11	100%

Fuente: lista de cotejo aplicada a las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto.

En lo que respecta a la situación legal de los agentes de viajes, se analiza el tipo de licencia comercial que poseen para operar en el mercado turístico. Según los datos

presentados en las Tabla 6, se constata que la mayoría de ellos, el 73%, cuenta con una licencia formal, lo que significa que han cumplido con todos los requisitos y trámites exigidos por las autoridades competentes para obtener el permiso definitivo. Por otro lado, hay un porcentaje significativo, el 27%, que solo tiene una licencia provisional, lo que implica que están en proceso de regularizar su situación o que han obtenido un permiso temporal para brindar sus servicios.

Tabla 8

Verificación del certificado de defensa civil

	Frec.	Porc.
Si	9	82%
No	1	9%
Agencia virtual	1	9%
Total	11	100%

Fuente: lista de cotejo aplicada a las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto.

En relación con los documentos que acrediten el cumplimiento de las normas de seguridad y prevención de riesgos, se examina la posesión de los certificados de defensa civil por parte de las agencias de viajes. De acuerdo con la información que se muestra en la Tabla 7, se aprecia que la mayoría de las agencias de viajes, el 82%, cuentan con el certificado físico, lo que demuestra que han pasado la inspección técnica y que sus instalaciones cumplen con las condiciones mínimas de seguridad. Sin embargo, también hay un porcentaje importante, el 9%, que no tiene el certificado, lo que indica que no han solicitado o no han aprobado la evaluación correspondiente. Asimismo, hay otro 9% que tiene el certificado en forma virtual, lo que significa que han realizado el trámite en línea y que tienen una constancia digital que los habilita para operar.

Tabla 9

Verificación del certificado de salubridad

	Frec.	Porc.
Si	5	45%
No	5	45%
Agencia virtual	1	9%
Total	11	100%

Fuente: lista de cotejo aplicada a las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto.

En lo que se refiere a los documentos que certifican el estado de salud de los agentes de viajes, se analiza la existencia de los certificados médicos que avalan su aptitud

física y mental para desempeñar sus funciones. Según los datos que se presentan en la Tabla 8, se observa que hay una distribución equitativa entre los agentes de viajes que cuentan con el certificado médico y los que no, ambos con el 45%, lo que revela que hay una falta de uniformidad o de exigencia en este aspecto. Por otro lado, solo el 9% de los agentes de viajes tiene el certificado médico en línea, lo que implica que han realizado el proceso de forma virtual y que tienen una constancia electrónica que los acredita como aptos para trabajar.

Tabla 10

Condición de uso del local

	Frec.	Porc.
Exclusivo	4	36%
En recepción de establecimientos de hospedaje	0	0%
En centro comercial	1	9%
En terminales de servicios públicos de transporte terrestre o aéreo	0	0%
El local tiene libre acceso al público	8	73%
El local es apropiado para atender al visitante	8	73%
El área dedicada a la prestación del servicio está diferenciada	3	27%
El local es independiente de los locales de negocio colindantes	1	9%

Fuente: lista de cotejo aplicada a las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto.

Como se puede observar en la tabla 9, el 73% son lugares normalmente abiertos al público, otro 73% son lugares aptos para atender visitantes, el 36% son lugares reservados, el 27% es el área destinada a la prestación de servicios. variedad, el 9% de las tiendas están ubicadas en un centro comercial y otro 9% son tiendas independientes de la tienda de la empresa vecina.

Tabla 11

Condición laboral del personal

	Frec.	Porc.
Calificado para atender al público	8	73%
Sólo experiencia	7	64%
Sólo formación profesional	1	9%
Con formación profesional y experiencia	2	18%
Uniformado	4	36%
Identificado	1	9%

Fuente: lista de cotejo aplicada a las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto.

La Tabla 10 sobre la utilización del personal muestran que el 73 % de las agencias cuentan con personal calificado para atender a las personas, el 64 % emplean solo

personal con experiencia en el servicio, el 36 % cuentan con personal que viste uniformes apropiados, el 18 % cuentan con personal capacitado profesionalmente y con experiencia, 9 % son personal con formación únicamente especializada, y el 9% restante son empleados debidamente identificados.

Tabla 12

Equipamiento del establecimiento

	Frec.	Porc.
Cuenta con equipo de computo	11	100%
Cuenta con conexión a internet y correo electrónico	11	100%
Cuenta con teléfono	7	100%
Cuenta con equipo de impresora y escáner	11	100%

Fuente: lista de cotejo aplicada a las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto.

En relación con los recursos tecnológicos de los que disponen las agencias de viajes, se verifica que todas ellas tienen los equipos básicos para realizar sus actividades, tales como computadoras con conexión a Internet y correo electrónico, que les permiten acceder a la información y comunicarse con sus clientes y proveedores, teléfonos, que les facilitan la coordinación y la atención personalizada, así como equipos de impresión y escaneo, que les ayudan a generar y gestionar los documentos necesarios para sus operaciones.

Tabla 13

Certificaciones de la DIRCETUR

	Frec.	Porc.
Constancia de aplicación de Buenas Prácticas	4	36%
Certificación CALTUR para Agencias de Viaje	5	45%
No todavía	1	9%
No está asociado	1	9%
Total	11	100%

Fuente: lista de cotejo aplicada a las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto.

En lo que respecta a los reconocimientos que han obtenido las agencias de viajes por su calidad y profesionalismo, se analiza la existencia de las certificaciones que otorga el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR). Según la información que se muestra en la Tabla 12, se aprecia que la mayoría de las agencias de viajes, el 45%, cuentan con la certificación CALTUR para agencias de viajes, que es un distintivo que acredita el cumplimiento de los estándares de calidad establecidos por el MINCETUR. Asimismo, el 36% de las agencias de viajes cuenta

con la atestación de buenas prácticas, que es un documento que reconoce el esfuerzo por mejorar la gestión y la competitividad. Por otro lado, hay un porcentaje significativo, el 9%, que no tiene ninguna certificación, lo que indica que no han participado o no han logrado obtener el reconocimiento del MINCETUR. Además, hay otro 9% que no se ha vinculado a la DIRCETUR, lo que implica que no han establecido una relación formal con la entidad encargada de promover y regular el turismo en la región.

Tabla 14

Inscrito en el directorio nacional de prestadores de servicios turístico

	Frec.	Porc.
7		
Si	9	82%
No	2	18%
Total	11	100%

Fuente: lista de cotejo aplicada a las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto.

En relación con la inscripción de los agentes de viajes en el registro oficial que lleva el MINCETUR, se examina la pertenencia al directorio nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados (DNPSTC), que es una base de datos que contiene la información de los proveedores de servicios turísticos que han cumplido con los requisitos legales y técnicos para operar en el país. De acuerdo con los datos que se presentan en la Tabla 13, se observa que la mayoría de los agentes de viajes, el 82%, están registrados en el DNPSTC, lo que demuestra su formalización y su compromiso con la calidad. Por otro lado, hay un porcentaje importante, el 18%, que no están registrados en el DNPSTC, lo que implica que no han realizado el trámite correspondiente o que no han acreditado su idoneidad para brindar servicios turísticos.

Tabla 15

Otras certificaciones del rubro

	Frec.	Porc.
CARETUR	3	27%
AGOTUR	7	36%
Ninguno	4	36%
Total	11	100%

Fuente: lista de cotejo aplicada a las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto.

Finalmente, la Tabla 14 muestran que el 36% de los agentes de viajes están certificados por AGOTUR, el 27% están certificados por CARETUR, pero el 36% no tienen otra certificación.

Respecto a la investigación de Arévalo y Saldaña (2018), En su investigación, reveló que la informalidad de las empresas muchas veces está relacionada con el incumplimiento de las normas y requisitos establecidos por el estado, la evasión de impuestos, la falta de seguro en caso de accidente, no emiten recibos, etc. Los clientes no están satisfechos con el servicio. En la misma línea, Gómez y Saldaña (2018) indican que las agencias formales brindan servicios adecuados, mientras que las agencias informales brindan atención de baja calidad y no brindan la seguridad necesaria para los visitantes. Como resultado de este estudio, las agencias informales ofrecen sus paquetes de viaje a tarifas reducidas sin total garantía, mientras que las agencias oficiales lo hacen a tarifas más altas, pero con la confianza necesaria.

4.2. Conocer la informalidad en los servicios desde la percepción de los trabajadores de las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto, 2021

Tabla 16

Informalidad en los servicios desde la percepción de los trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje
Alta	11	30%
Media	16	43%
Baja	7	27%
Total	37	100%

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores de las agencias de viajes.

En lo que se refiere a la opinión del personal de las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto sobre el grado de informalidad que existe en estas empresas, se analizan los resultados de la encuesta realizada a los trabajadores. Según la información obtenida, se aprecia que la mayoría de ellos, el 43% en promedio, considera que el nivel de informalidad es moderado, es decir, que hay ciertas normas o protocolos que se siguen, pero también hay espacio para la flexibilidad y la adaptación. Por otro lado, hay un porcentaje significativo, el 30%, que cree que el nivel de informalidad es alto, lo que implica que hay poca o ninguna regulación o control sobre la calidad y la eficiencia de los servicios. Finalmente, solo el 27% de los trabajadores estima que el nivel de informalidad es bajo, lo que significa que hay un alto nivel de profesionalismo y formalidad en el desempeño de las actividades y la atención al cliente.

4.3. Conocer la informalidad en los servicios de las agencias de viajes desde la percepción de los visitantes de la ciudad de Tarapoto, 2021

Tabla 17

Informalidad en los servicios desde la percepción de los visitantes

	Frecuencia	Porcentaje
Alta	59	16%
Media	267	73%
Baja	42	11%
⁴ Total	368	100%

Fuente: encuesta aplicada a los visitantes de la ciudad de Tarapoto.

En lo que respecta a la forma en que los visitantes de la ciudad de Tarapoto evalúan el grado de informalidad que caracteriza a las agencias de viajes calificadas, se analizan los resultados de la encuesta realizada a los turistas. Según la información obtenida, se observa que la mayoría de ellos, el 73% en promedio, considera que el nivel de informalidad es moderado, indicando que hay un equilibrio entre la espontaneidad y la organización en la oferta turística. Sin embargo, también hay un porcentaje importante, el 16%, que percibe una alta informalidad en las agencias de viajes calificadas, lo que se refleja en una falta de seguridad, confianza y garantía en los servicios contratados. Por último, solo el 11% de los visitantes valora la informalidad como baja, lo que implica que aprecian un alto grado de profesionalismo, calidad y formalidad en las agencias de viajes calificadas.

4.4. Conocer el nivel de satisfacción del visitante respecto al servicio de las agencias de viajes en la ciudad de Tarapoto, 2021.

Tabla 18

Nivel de satisfacción del visitante

	Frecuencia	Porcentaje
Baja	61	17%
Media	264	72%
Alta	43	⁴ 12%
Total	368	100%

Fuente: encuesta aplicada a los visitantes de la ciudad de Tarapoto.

En cuanto a la segunda variable, la Tabla 22 muestran que la satisfacción es moderada para el 72% de los visitantes y baja para el 17% de los visitantes, mientras que la satisfacción es alta para el 12% de los visitantes.

Considerando estos resultados, se puede apreciar claramente que la similitud con el estudio de Arévalo y Saldaña (2018), ambos confirmaron que el nivel de satisfacción de los visitantes al utilizar los servicios de agencias de viajes no oficiales en Tarapoto es bajo. De manera similar, los hallazgos de Molina et al. (2020) concuerdan con lo anterior, pues indican claramente que existe un alto grado de uniformidad en la calidad del servicio debido al deficiente transporte, la ubicación informal y el incumplimiento de la normativa relacionada con el sector turismo. Por lo tanto, como lo establece Vladimir et al. (2020) la satisfacción del cliente, este es un objetivo importante para las empresas porque proporciona información sobre aspectos como la lealtad del cliente, la probabilidad de abandono y también ayuda a identificar problemas con el producto o servicio.

4.5. Determinar la relación entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021.

La prueba de correlación ha tomado como base de datos las respuestas de los visitantes, quienes dieron su percepción sobre cada una de las variables. Lo cual ha permitido establecer la relación entre la informalidad y la satisfacción del visitante a través de los estadísticos que a continuación se presentan.

Tabla 19

Análisis de normalidad de los datos procesados

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	Gl	Sig.
Informalidad	,050	368	,026
Satisfacción del visitante	,066	368	,001

Fuente: procesamiento de datos en el programa SPSS v.26

Los resultados de la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov muestran que la distribución de los datos sobre informalidad y satisfacción del usuario no es la misma, debido a que el nivel de significancia de ambas variables es menor a 0,05. Por lo tanto, se utilizaron las estadísticas de Ro Spearman para evaluar estos datos. Esto sugiere que los datos están distribuidos de manera desigual y que existe alguna relación entre la informalidad y la satisfacción del usuario.

Tabla 20

8
Relación entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante

			Informalidad	Satisfacción del visitante
43	Rho de Spearman	Informalidad	1,000	,564**
		Coeficiente de correlación	.	,000
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	368	368
		Satisfacción del visitante	,564**	1,000
		Coeficiente de correlación	,000	.
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	368	368

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

Fuente: procesamiento de datos en el programa SPSS v.26

Los resultados de la prueba de correlación Rho de Spearman muestran que el coeficiente de correlación es positivo y la media es de 0,564, lo que significa que existe una relación media entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante. Además, el nivel de significancia de la relación entre las dos variables es 0,000 menor que 0,05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Esto indica que la informalidad de los servicios de las agencias de viajes se relaciona significativamente con la satisfacción del visitante a la ciudad de Tarapoto. En cuanto a los hallazgos, estudios como el de Quispe (2016) muestran convergencia ya que muestran que las ofertas informales de los agentes de viajes tienen un impacto significativo en la satisfacción del visitante, $p = 0,000 < 0,05$. Por lo tanto, se concluye que las ofertas informales provocan insatisfacción turística, debido a que estas agencias no oficiales no garantizan o no pueden brindar servicios confiables y responsables.

Discusión de resultados

De acuerdo a los resultados de informalidad, se constata que todas ellas, es decir, el 100%, cuentan con Registro Único de Contribuyentes (RUC), lo que evidencia su formalización ante la administración tributaria. Sin embargo, no todas las empresas se encuentran en la misma situación operativa, ya que el 82% de ellas se declaran como activas, es decir, que realizan actividades económicas de manera regular, mientras que el 18% restante se consideran como inactivas, es decir, que han cesado temporal o definitivamente sus operaciones. Por otro lado, se observa que la mayoría de las empresas, el 91%, identificaron algún tipo de problema o dificultad que afectó

su desempeño durante el periodo de estudio, mientras que solo el 9% de ellas manifestaron no haber tenido ningún inconveniente o contratiempo.

Respecto a la investigación de Arévalo y Saldaña (2018), En su investigación, reveló que la informalidad de las empresas muchas veces está relacionada con el incumplimiento de las normas y requisitos establecidos por el estado, la evasión de impuestos, la falta de seguro en caso de accidente, no emiten recibos, etc. Los clientes no están satisfechos con el servicio. En la misma línea, Gómez y Saldaña (2018) indican, su investigación muestra que las agencias formales brindan servicios adecuados, mientras que las agencias informales brindan atención de baja calidad y no brindan la seguridad necesaria para los visitantes. Como resultado de este estudio, las agencias informales ofrecen sus paquetes de viaje a tarifas reducidas sin total garantía, mientras que las agencias oficiales lo hacen a tarifas más altas, pero con la confianza necesaria.

En cuanto a la segunda variable, se identificó que la satisfacción es moderada para el 72% de los visitantes y baja para el 17% de los visitantes, mientras que la satisfacción es alta para el 12% de los visitantes. Considerando estos resultados, se puede apreciar claramente que la similitud con el estudio de Arévalo y Saldaña (2018), ambos confirmaron que el nivel de satisfacción de los visitantes al utilizar los servicios de agencias de viajes no oficiales en Tarapoto es bajo. De manera similar, los hallazgos de Molina et al. (2020), concuerdan con lo anterior, pues indican claramente que existe un alto grado de uniformidad en la calidad del servicio debido al deficiente transporte, la ubicación informal y el incumplimiento de la normativa relacionada con el sector turismo. Por lo tanto, como lo establece Vladimir et al. (2020), la satisfacción del cliente, este es un objetivo importante para las empresas porque proporciona información sobre aspectos como la lealtad del cliente, la probabilidad de abandono y también ayuda a identificar problemas con el producto o servicio.

Asimismo, para satisfacer las necesidades, el 23% no decide manejar a los empleados, el 22% no determina la atención de la personalización, el 24% no decide la información proporcionada por el personal. El 25% ha sido probado por la total disputa Con el consentimiento del 25% del precio determinado por el servicio, el 23% no está de acuerdo con su satisfacción al precio, el 25% no decide recibir el servicio, el 25% no está de acuerdo con el espacio y los muebles convenientes, el 25% no es Determinado con la velocidad de atención, las decisiones del 25% para los objetos obtienen un párrafo y el 24% no está de acuerdo con la flexibilidad del cronograma

de atención. Dando resultados, la similitud con el estudio Quispe (2016) es evidencia de que esto es malo. Por tanto, cabe señalar que el nivel de satisfacción de los visitantes es el resultado de la prestación del servicio de los tours operadores. Lo cual según el MINCETUR (2018), comprende todas las características que definen y determinan la imagen de la agencia, dentro de estas se consideran guías turísticos, atención y servicio del personal, información proporcionada, establecimiento de precio, cumplimiento de contrato, comodidad, demora de atención, facilidad para obtener pasajes y disponibilidad de horarios.

Cuando se trata de la satisfacción de los visitantes con la infraestructura de la agencia de viajes, se identificó que el 24 % está indeciso sobre la condición estructural de la oficina, el 24 % está indeciso sobre las características de las instalaciones y el 24 % está indeciso sobre la limpieza y el orden de la oficina. instalación. Por otro lado, la insatisfacción con los servicios e infraestructura encontrada en este estudio se puede comparar con los resultados de Deza y Reyes (2017), cuando dicen que los visitantes expresan su insatisfacción con los servicios brindados, como infraestructura inadecuada, baja accesibilidad. Las instrucciones, el equipo y los materiales no brindan comodidad porque no cumplen con las expectativas y otros pueden ser engañados. Ante ello, el Mincetur (2018) precisa que un componente fundamental en la satisfacción de los visitantes es la infraestructura, las cuales comprende las condiciones estructurales del establecimiento, dentro de esta se considera la señalización, y limpieza del lugar.

Por último, los resultados de la prueba de correlación Rho de Spearman muestran que el coeficiente de correlación es positivo y la media es de 0,564, lo que significa que existe una relación media entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante. Además, el nivel de significancia de la relación entre las dos variables es 0,000 menor que 0,05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Esto indica que la informalidad de los servicios de las agencias de viajes se relaciona significativamente con la satisfacción del visitante a la ciudad de Tarapoto. En cuanto a los hallazgos, estudios como el de Quispe (2016) muestran convergencia ya que muestran que las ofertas informales de los agentes de viajes tienen un impacto significativo en la satisfacción del visitante, $p = 0,000 < 0,05$. Por lo tanto, se concluye que las ofertas informales provocan insatisfacción turística, debido a que estas agencias no oficiales no garantizan o no pueden brindar servicios confiables y responsables. Del mismo modo, resultados similares precisan Molina et al. (2020), pues en su estudio indicaron que las agencias de viajes informales siempre ofrecen sus servicios a precios más bajos, pero la

calidad del transporte es mala, además se ubican en puntos incorrectos de recogida y entrega, sin embargo, esto no es muy satisfactorio para los visitantes. no son seguros. Respecto a ello, Loayza (2018), expone que, la informalidad es tanto causa como consecuencia de la falta de progreso económico e institucional. Esta situación conlleva a una ineficiencia en la producción y una cultura de evasión de impuestos e incumplimiento de la ley. A pesar de ello, la informalidad se presenta como una alternativa debido a sus beneficios como la flexibilidad y la oportunidad de empleo en una economía con bajo desempeño laboral y excesiva presión regulatoria.

CONCLUSIONES

1. Sobre el objetivo general, se determinó que existe relación significativa y media entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante, mostrando según la prueba un coeficiente de Rho de Spearman de 0,564, con una significancia o p valor igual a 0.000 siendo menor a 0.05, lo que indica que hay una tendencia creciente entre las dos variables, es decir, que a mayor informalidad menor satisfacción o viceversa. Esto implica que se ha aceptado la hipótesis de investigación de que existe una relación entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción de los visitantes de la ciudad de Tarapoto, 2020, con una correlación moderada, es decir, que no es ni muy fuerte ni muy débil.
2. Respecto al primero objetivo específico, sobre identificar las agencias formales e informales, el análisis legal y fiscal de las empresas de turismo en la ciudad de Tarapoto, se identifica que las empresas tienen las condiciones formales para su labor, ya que el 100% poseen RUC, entre personas jurídicas y naturales, encontrándose dentro del régimen RUS (55%) y RER (45%). Entregan facturas (64%) y boletas de venta (55%) sobre todo. Todos cuentan con licencia de funcionamiento, ya sea definitiva o provisional, así como certificado de defensa civil. El 45% tiene certificado de salubridad, el 73% están calificados para atender al público, con un total equipamiento en el establecimiento de atención (100 %) y solo el 82% posee certificaciones del DIRCETUR.
3. Sobre el segundo objetivo específico, la percepción del grado de informalidad que existe en los servicios que ofrecen las agencias de viajes por parte de los trabajadores, muestra que el 43% de ellos opina que es moderado, es decir, que hay ciertas normas o protocolos que se siguen, pero también hay espacio para la flexibilidad y la adaptación. Por otro lado, el 30% de los empleados cree que la informalidad es alta, pues consideran que hay poca regulación o control sobre la calidad y la eficiencia de los servicios. Finalmente, el 27% de los empleados estima que la informalidad es baja, pues indican que hay un alto nivel de profesionalismo y formalidad en el desempeño de las actividades y la atención al cliente.
3. Respecto al tercer objetivo específico, sobre la opinión de los visitantes del nivel de informalidad que caracteriza a Tarapoto en los servicios que brindan las agencias de viajes, se observa que el 73% en promedio, la considera moderada, indicando que hay

un equilibrio entre la espontaneidad y la organización en la oferta turística. Sin embargo, también hay un porcentaje significativo, el 16%, que percibe una alta informalidad en Tarapoto, los cuales consideran que existe falta de seguridad, confianza y garantía en los servicios contratados. Por último, solo el 11% de los visitantes valora la informalidad como baja, pues consideran un alto grado de profesionalismo, calidad y formalidad en las agencias de viajes de Tarapoto.

5. Finalmente, respecto al cuarto objetivo específico, el análisis que se realiza sobre la forma en que los visitantes de la ciudad de Tarapoto evalúan su experiencia turística revela que la mayoría de ellos, el 72%, se siente moderadamente satisfecho con los servicios y atractivos que ofrece el destino, lo que significa que hay aspectos positivos, pero también negativos o mejorables. Por otro lado, hay un porcentaje importante, el 17%, que se muestra insatisfecho con su visita a Tarapoto, lo que indica que sus expectativas no fueron cumplidas o que tuvieron problemas o inconvenientes durante su estadía. Finalmente, solo el 12% de los visitantes expresa una alta satisfacción con Tarapoto, lo que implica que quedaron encantados con el lugar y que lo recomendarían a otros potenciales turistas.

RECOMENDACIONES

1. Los visitantes deben leer las reseñas ⁶⁹ de los servicios de viajes proporcionadas por las agencias de viajes, que incluyen las experiencias de visitantes anteriores con respecto a la calidad del alojamiento, los precios y el servicio al cliente. De esta forma, los visitantes pueden saber qué agencia de viajes se adapta mejor a sus necesidades. Además, deben verificar la experiencia del agente de viajes en la industria de viajes para asegurarse de que el agente esté calificado para brindar el servicio que está buscando.
2. Uno de los consejos clave para los emprendedores de agencias de viajes en la industria de viajes es obtener todos los permisos y certificaciones necesarios para operar de manera segura y legal. Esto significa que deben asegurarse de que se cumplan todas las leyes y reglamentos relevantes para la industria. Esto incluye el derecho estatal, nacional e internacional. Algunos ejemplos de estas regulaciones incluyen: la Ley General de Viajes, la Ley de Protección al Consumidor. Además, deben asegurarse de que cada empleado cuente con las certificaciones adecuadas para el trabajo que realiza.
3. Los operadores de agencias de viajes deben asistir a cursos y seminarios de capacitación para familiarizarse con las regulaciones, certificaciones, estándares de calidad y todos los documentos legales que su empresa debe tener para brindar un servicio de calidad. Para ello, se tendría que organizar todos los documentos para ganar una mayor confianza de los visitantes en los servicios prestados. Se alienta a los empresarios a gestionar los estándares de calidad de los servicios turísticos, los estándares ⁵⁶ deben estar en consonancia con los objetivos estratégicos de la empresa, después de definir los estándares, los empresarios de la agencia de viajes deben establecer procedimientos y reglas para garantizar que se cumplan los requisitos de la se cumplen los estándares.
4. Cabe señalar que la gestión de los estándares de calidad es un proceso estático, por lo que estos estándares deben ejecutarse continuamente y estar listos para ser ajustados según sea necesario.
5. Finalmente, utilizar plataformas digitales comprobadas a través de las cuales los visitantes pueden reservar vuelos, hoteles y paquetes de viaje, brindando así una reserva rápida y conveniente, mientras ofrece una variedad de precios y opciones para que los visitantes elijan de acuerdo a sus necesidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arévalo, M. S., & Saldaña, M. (2018). *Formalidad de las agencias de viajes y turismo y su influencia en el nivel de satisfacción del turista que visita Tarapoto, departamento de San Martín, año 2016*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Martín]. <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3497/TURISMO%20Manuel%20Stuart%20Ar%c3%a9valo%20Rojas%20%26%20Mabel%20Salda%c3%b1a%20C%c3%a1rdenas%20.pdf?sequence=Allowed=y>
- Brown, R. J. (2020). *La cultura tributaria y la informalidad en las mypes del sector comercial de la urbanización San Roque, Distrito de Santiago de Surco, en el año 2019*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Federico Villarreal]. <http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/4034/BROWN%20JARA%20RICHARD%20JESUS%20-%20MAESTRIA.pdf?sequence=1>
- Burgos, S. V., & Morocho, T. C. (2020). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018. *Revista De Investigación Valor Agregado*, 5(1), 22-39. <https://doi.org/10.17162/riva.v5i1.1279>
- Daskalaki, V., Voutsas, M., Boutsouki, C., & Hatzithomas, L. (2020). Service quality, visitor satisfaction and future behavior in the museum sector. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 6(1), 3-8. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.3603167>
- (2020). *Decreto Supremo N° 005-2020-MINCETUR: Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo. Diario Oficial El Peruano (2020)*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/710935/aprueban-reglamento-de-agencias-de-viajes-y-turismo-decreto-supremo-n-005-2020-mincetur-1866352-4.pdf>
- Delgado, S. P., & Oxa, Y. E. (2020). *Servicios de las agencias de viaje y turismo y su influencia en la satisfacción del turista LGTB en la ciudad del Cusco periodo 2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco]. https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/5176/253T20200049_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Deza, E. J., & Reyes, E. M. (2017). *Análisis de estrategias que permitan reducir la informalidad de las agencias de viaje y turismo minoristas de Lima*. [Tesis

de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622665/R?sequence=5>

Dutta, S., Kumar, R., & Chauhan, K. (2017). Factors affecting customer satisfaction of online travel agencies in India. *Tourism and hospitality management, 23*(2), 267-277. <https://doi.org/10.20867/thm.23.2.3>

Garcés, B., & Reyes, S. (2019). Analysis of Determinants and Costs of Informality in Small Businesses: An Empirical Study for Peru. *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa, 27*(1), 156–165. <https://doaj.org/article/b092698162c647a998268d5eb63c46da?>

Gomez, J. B., & Saldaña, J. K. (2018). *Oferta turística de las agencias de viajes formales y agencias de viajes informales en la ciudad de Huaraz 2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26728/gomez_mj.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hall, S., Oriade, A., & Robinson, P. (2016). Assessing Festival Attendees' Behavioral Intentions Through Perceived Service Quality and Visitor Satisfaction. *Cognizant Communication Corporation, 20*(1), 27-40. <https://doi.org/10.3727/152599516X14538326024955>

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1a ed.). México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C. V. https://www.academia.edu/41957962/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTAS_CUANTITATIVA_CUALITATIVA_YMIXTA

Loayza, N. (2018). Informality: Why Is It So Widespread and How Can It Be Reduced? *Research & Policy Briefs, 1*(20), 1- 4. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3360124

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). *Nivel de satisfacción del turista nacional y extranjero que visita SAN MARTÍN 2018*. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/NST/NST2018/04_NS_T_SANMARTIN_2018.pdf

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (12 de Octubre de 2019). *44% de limeños cree que viajar dentro del país es inseguro*.
<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/52456-44-de-limenos-creo-que-viajar-dentro-del-pais-es-inseguro>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). *Gobierno lanza estrategia "Turismo Seguro" para garantizar experiencia de viaje y estadía segura a los turistas en el Perú*.
<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/45552-gobierno-lanza-estrategia-turismo-seguro-para-garantizar-experiencia-de-viaje-y-estadia-segura-a-los-turistas-en-el-peru>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2020). *San Martín reporte regional de turismo*.
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4331703/Reporte%20Regional%20de%20Turismo%20San%20Mart%C3%ADn%20A%C3%B1o%202022.pdf?v=1680647000>
- Molina, E. R., Cabanilla, E. A., & Méndez, J. F. (2020). Preferencias, hábitos de viaje y grado de satisfacción de los visitantes a Centros de Turismo Comunitario en 6 Provincias del Ecuador. *Revista Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18(1), 27-52.
<http://revele.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/condet/article/view/26>
- Organizacion Internacional del Trabajo - OIT. (2017). *La formalización de las empresas. EESE Business create jobs*.
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf
- Organizacion Internacional del Trabajo. (2015). *Políticas para la formalización de las micro y pequeñas empresas en América Latina*. FORLAC.
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_368329.pdf
- Organización Internacional del Trabajo. (30 de 04 de 2018). *La economía informal emplea más de 60 por ciento de la población activa en el mundo, según la OIT*.
<https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/n627202/lang--es/index.htm>
- Organizacion Internacional del Trabajo. (2020). *Nota normativa de la OIT*.
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/briefingnote/wcms_748876.pdf

- Pérez, C. J., Díaz, S., Muñoz, G. A., & Ortega, M. (2019). La satisfacción del turista que visita la Isla Santay (Ecuador). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28(3), 696 – 714. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6973386>
- Piguave, K. L. (2018). *Análisis del nivel de satisfacción del turista drifter que visita el Malecón Simón Bolívar para proponer el Servicio de Guianza*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/22635/1/TESIS%20FINAL%2020%20DE%20SEP.pdf>
- Pisani, M., & Morales, A. (2020). Informality and Latino-Owned Businesses: A National Portrait of Unregistered Latino-Owned Businesses. *Social Science Quarterly*, 101(2), 588-603. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12763>
- Quispe, S. (2016). *Oferta informal de servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del turista en la calle procuradores de la ciudad del Cusco - 2016*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Andina del Cusco]. <https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/=3&isAllowed=y>
- Rogel, J. L. (2018). La Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente: Binomio clave en Agencias de Viajes en Ecuador. *Revista Memoralia*, 4(15), 142 - 155. <http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/memorialia/2018-I/ARTICULO15.pdf>
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú. (22 de Mayo de 2020). *Agencias de viaje y turismo, en la primera línea de la reactivación del sector*. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/agencias-de-viaje-y-turismo-en-la-primera-linea-de-la-reactivacion-del-sector>
- Torres, L. (5 de enero de 2020). *Cómo afecta la informalidad a tu negocio*. <https://www.pqs.pe/capacitacion/como-afecta-la-informalidad-tu-negocio>
- Vargas, E. L. (2018). *La informalidad y la cultura tributaria en la Parroquia Virgen de Fátima, del Cantón Yaguachi, Provincia del Guayas, 2016*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/29221/1/TRABAJO%20>
- Vladimir, G., Suárez, J. E., & Capa, S. F. (2020). Gestión de la felicidad y satisfacción del turista en Ecuador. *Conciencia Digital*, 3(4), 122-138. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i4.1432>

ANEXOS

Anexo1: Matriz de consistencia

Título de la investigación	Pregunta de investigación	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Tipo y diseño de estudio	Población de estudio y procesamiento	Instrumento de recolección de datos
<p>Informalidad en los servicios de las agencias de viajes y satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021</p>	<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021? Problemas específicos ¿Qué agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto son formales e informales, 2021? ¿Cómo es percibida la informalidad de las agencias de viajes por los visitantes de la ciudad de Tarapoto, 2021? ¿Cómo es percibida la informalidad de las agencias de viajes por los trabajadores de la ciudad de Tarapoto, 2021? ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los visitantes entre las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto, 2021?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021. Objetivos específicos Identificar las agencias de viajes formales e informales de la ciudad de Tarapoto, 2021. Conocer la informalidad en los servicios desde la percepción de los trabajadores de las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto, 2021. Conocer la informalidad en los servicios de las agencias de viajes desde la percepción de los visitantes de la ciudad de Tarapoto, 2021. Conocer el nivel de satisfacción del visitante respecto al servicio de las agencias de viajes en la ciudad de Tarapoto, 2021.</p>	<p>Hipótesis general Hi: Existe relación significativa entre la informalidad en los servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021. Hipótesis específicas Hi1: Hay más agencias de viajes informales que formales en la ciudad de Tarapoto, 2021. Hi2: Los trabajadores perciben alta informalidad en las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto, 2021. Hi3: Los visitantes perciben alta informalidad en las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto, 2021. Hi4: El nivel de satisfacción del visitante es baja respecto al servicio de las agencias de viajes en la ciudad de Tarapoto, 2021.</p>	<p>Tipo de estudio: Básica Diseño de estudio: Descriptivo simple</p>	<p>Población: 427 visitantes Muestra: 368 visitantes 37 trabajadores 11 empresas</p>	<p>Técnica: Observación Encuesta Instrumento: Lista de cotejo Cuestionario Validez: Criterio de jueces expertos Confiabilidad: Alfa de Cronbach</p>

Anexo 2: instrumentos de recolección de datos**LISTA DE COTEJO****1. Información general de la empresa**

Permiso natural con negocio Sí _____ No _____

Persona jurídica Sí _____ No _____

Razón social: _____

Nombre comercial: _____

Giro comercial: _____

Domicilio fiscal: _____

Representante legal: _____

Teléfono fijo: _____ Cel: _____

Correo electrónico: _____

Facebook: _____ Twitter: _____

2. Información tributaria

a) ¿Cuenta con Número de Registro de Contribuyente (RUC)?

Sí _____ No _____

RUC N° _____

Activo Sí _____ No _____

Habido Sí _____ No _____

b) Tipo de régimen de Contribuyente

RUS _____

RER _____

No tiene _____

3. Comprobantes de pago

Recibo por honorarios _____ Boletas de venta _____

Factura _____ Ticket electrónico _____

Otro _____

4. Permisos sectoriales

Licencia de funcionamiento

Provisional _____ Definitiva _____ En trámite _____

Certificado de Defensa Civil: _____

Certificado de salubridad: _____

5. Reglamento de las agencias

a. Cuenta con local:

Local	Marque
Exclusivo	
En recepción de establecimientos de hospedaje	
En centro comercial	
En terminales de servicios públicos de transporte terrestre o aéreo	
El local tiene libre acceso al público	
El local es apropiado para atender al visitante	
El área dedicada a la prestación del servicio está diferenciada	
El local es independiente de los locales de negocio colindantes	

b. Cuenta con personal:

Personal	Marque
Calificado para atender al público	
Sólo experiencia	
Sólo formación profesional	
Con formación profesional y experiencia	
Uniformado	
Identificado	

C. Del equipamiento:

Equipamiento	Marque
Cuenta con equipo de computo	

Cuenta con conexión a internet y correo electrónico	
Cuenta con teléfono	
Cuenta con equipo de impresora y escáner	
Otros:	

6. Otros requisitos

a. Certificaciones de la DIRCETUR:

Constancia de aplicación de Buenas Prácticas: _____

Certificación CULTUR para Agencias de Viaje: _____

Otras certificaciones: _____

b. Inscrito en el Directorio Nacional de prestadores de servicios turísticos:

c. Otras certificaciones:

CARETUR: _____

AGOTUR: _____

ENCUESTA A LOS TRABAJADORES

Con la finalidad de conocer la informalidad en los servicios de las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto desde la percepción de los trabajadores, se aplica el siguiente cuestionario de preguntas, la cual debe responder tomando en cuenta la siguiente escala de medición:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

N°	Ítems	Escala				
Formalidad laboral						
1	La empresa establece un contrato teniendo en cuenta los lineamientos laborales (horas de trabajo, días laborales, vacaciones) que se deben celebrar con el trabajador.	1	2	3	4	5
2	La empresa cumple con registrar en planilla al personal contratado.	1	2	3	4	5
3	Recibe usted los beneficios establecidos por ley (EsSalud, CTS, Gratificaciones).	1	2	3	4	5
4	Está de acuerdo con la remuneración mensual percibida.	1	2	3	4	5
Seguridad en el servicio						
5	Da a conocer con claridad a los visitantes las tarifas, beneficios y restricciones del servicio	1	2	3	4	5
6	Busca generar buenas relaciones interpersonales con los visitantes	1	2	3	4	5
7	Dada la pandemia, la empresa prevé la seguridad médica a trabajadores y visitantes.	1	2	3	4	5
8	La agencia dispone de cámaras de seguridad operativas en sus instalaciones	1	2	3	4	5
9	Considera que las condiciones estructurales de las instalaciones son óptimas	1	2	3	4	5
10	Se observa la supervisión y vigilancia permanente de las actividades del personal.	1	2	3	4	5
11	La empresa contrata personal que cumpla la función de realizar el mantenimiento y limpieza de las instalaciones.	1	2	3	4	5
Capacidad empresarial						
12	La empresa mantiene saneada su documentación legal.	1	2	3	4	5
13	Se asegura que el cliente comprenda las condiciones del servicio antes de cerrar el contrato.	1	2	3	4	5
14	Se esfuerza por ofrecer un servicio de calidad.	1	2	3	4	5
15	Domina otras lenguas extranjeras que le permitan comunicarse con los visitantes.	1	2	3	4	5

ENCUESTA A LOS VISITANTES

Con la finalidad de conocer la informalidad en los servicios de las agencias de viajes de la ciudad de Tarapoto desde la percepción de los visitantes, se aplica el siguiente cuestionario de preguntas, la cual debe responder tomando en cuenta la siguiente escala de medición:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

N°	Ítems	Escala				
Seguridad en el servicio						
1	Durante la atención el personal fue claro con las tarifas, beneficios y restricciones del servicio	1	2	3	4	5
2	El trato brindado fue personalizado y le generó confianza	1	2	3	4	5
3	En la oferta del servicio el personal le aseguro atención médica, ante cualquier suceso	1	2	3	4	5
4	La agencia dispone de cámaras de seguridad en sus instalaciones	1	2	3	4	5
5	Considera que las condiciones estructurales de las instalaciones son óptimas	1	2	3	4	5
6	Ha percibido que la agencia de viajes dispone de un personal encargado de supervisar y vigilar el desempeño de los trabajadores	1	2	3	4	5
7	Percibe que la agencia de viajes dispone de personal encargado de realizar el mantenimiento y limpieza de las instalaciones	1	2	3	4	5
Capacidad empresarial						
8	Considera que la agencia de viajes cumple con las normas y requisitos establecidos por ley (protocolos de bioseguridad, tarifas, entre de documentación legal, etc.)	1	2	3	4	5
9	El personal le brinda toda la información necesaria antes de cerrar el contrato, a fin de evitar cualquier inconveniente o malos entendidos.	1	2	3	4	5
10	El personal que lo atendió demuestra profesionalismo y conocimiento del servicio que ofrece	1	2	3	4	5
11	El personal que lo atendió maneja correctamente diversos idiomas.	1	2	3	4	5

ENCUESTA A LOS VISITANTES

Con la finalidad de identificar el nivel de satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021, se aplica el siguiente cuestionario de preguntas, la cual debe responder tomando en cuenta la siguiente escala de medición:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Ítems	Escala				
		1	2	3	4	5
1	Dentro del paquete le ofrecen guía turístico	1	2	3	4	5
2	Considera que la empresa dispone de suficientes guías turísticos que le permitan cubrir la demanda.	1	2	3	4	5
3	Ha recibido un trato amable por parte del personal que lo atendió	1	2	3	4	5
4	Ha recibido una atención personalizada	1	2	3	4	5
5	El personal le ha brindado información clara sobre los servicios que ofrece	1	2	3	4	5
6	El personal ha resuelto todas sus dudas sobre el servicio	1	2	3	4	5
7	Considera que el precio establecido por los servicios es acorde al mercado	1	2	3	4	5
8	Está satisfecho con el precio establecido	1	2	3	4	5
9	El servicio ofrecido es tal cual se estableció en el contrato previamente	1	2	3	4	5
10	Considera que los espacios y muebles le brindan comodidad y confort	1	2	3	4	5
11	La atención brindada por el personal es rápida	1	2	3	4	5
12	La agencia le brinda todas las facilidades para obtener pasajes de forma oportuna	1	2	3	4	5
13	El horario de atención es flexible	1	2	3	4	5
14	Las condiciones estructurales de la agencia se encuentran en óptimas condiciones	1	2	3	4	5
15	Las instalaciones tienen las señalizaciones correspondientes y obligatorias por ley	1	2	3	4	5
16	Ha percibido si el establecimiento se mantiene limpio y ordenado.	1	2	3	4	5

(Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, 2018)

Anexo 3: Solicitud para aplicación de encuestas

SOLICITA: CARTA DE PRESENTACIÓN

SEÑOR CPCC. DR.**ANIBAL PINCHI VASQUEZ****DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTIN****S.D.**

CESAR ENRIQUE AREVALO SANCHEZ, Bachiller de Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín, con código de matrícula No 70996524, con domicilio en el Jr. Progreso N° 437 CPM Nueve de Abril - Tarapoto, a usted con el debido respeto me presento y expongo:

Que teniendo que levantar observaciones de mi Tesis recurro a su Digno Despacho para solicitarle de Presentación para la Municipalidad de Tarapoto, para recabar información y así levantar mis observaciones para mi Tesis.

POR LO EXPUESTO:

Agradeciéndole de antemano por la atención que brinde a la presente, me suscribo de usted.

Tarapoto, 04 de setiembre del 2023



CESAR ENRIQUE AREVALO SANCHEZ
DNI No 70996524

Anexo 4: Solicitud de información a la municipalidad



**UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN**



**FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS**

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

Tarapoto, 04 de setiembre del 2023

CARTA N° 412-2023-UNSM/FCE.

**Señores:
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN MARTÍN**

Ciudad

ASUNTO: Presento a bachiller de la Escuela Profesional de Turismo con la finalidad de recabar información

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para saludarle cordialmente como representante de la **Facultad de Ciencias Económicas** de la **Universidad Nacional de San Martín** y al mismo tiempo nos permitimos presentarle al bachiller de la **ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, CESAR ENRIQUE AREVALO SANCHEZ**, que por razones de levantar sus observaciones del Informe Final de Tesis denominado **"Informalidad en los Servicios de las Agencias de Viajes y Satisfacción del Visitante en la Ciudad de Tarapoto, 2021"** en la institución que usted preside, se solicita brindar las facilidades al mencionado bachiller a fin de recolectar información necesaria para el desarrollo de su informe final de tesis, para optar el Título Profesional de Licenciado en Turismo.

Agradeciéndole, la atención que se sirva brindarle a la presente me suscribo de usted.

Atentamente,



**Firma
Digital**

Firmado digitalmente por PINCHI VÁSQUEZ
ANIBAL, C.C. Anibal Pinchi Vásquez
Móvil: Soy el autor del documento
Fecha: 04/09/2023 11:35:35 -05:00

Dr. ANIBAL PINCHI VÁSQUEZ
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas

📁 Archivo:
APV/Lery

Jr. Amorarca N° 334 - Ciudad Universitaria - Morales
042 - 480134 (anexo 3100)
fce@unsm.edu.pe

<https://unsm.edu.pe/>

Anexo 5: Análisis de fiabilidad

Escala: Informalidad - percepción de los trabajadores

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	37	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	37	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,894	15

Escala: Informalidad- percepción de los visitantes

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	368	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	368	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,718	11

Escala: Satisfacción del visitante

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	368	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	368	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,721	16

Anexo 6: Descripción de las empresas en estudio

OPERADOR COLIBRÍ TRAVELS Y TOUR S.A.C.
RAZÓN SOCIAL: OPERADOR COLIBRÍ TRAVELS Y TOUR S.A.C. GIRO COMERCIAL: Agencia de viajes y tour operador REPRESENTANTE LEGAL: Tatiana Fernández CORREO ELECTRÓNICO: colibrítratour@gmail.com RUC: 20610480803

YURIPARI AMAZON FOREST S.A.C.
RAZÓN SOCIAL: YURIPARI AMAZON FOREST S.A.C. GIRO COMERCIAL: Agencia de viajes y turismo REPRESENTANTE LEGAL: Jazmín Francesca Saavedra Hidalgo CORREO ELECTRÓNICO: yuripariamazon@gmail.com RUC: 20493819721

"ALUX TRAVEL" AGENCIA DE VIAJE S.A.C.
RAZÓN SOCIAL: "ALUX TRAVEL" AGENCIA DE VIAJE S.A.C. GIRO COMERCIAL: Venta de boletos y paquetes nacionales e internacionales REPRESENTANTE LEGAL: Carlos Junior Sinti Pinedo CORREO ELECTRÓNICO: lizsinti93@gmail.com RUC: 10711345057

PIRATAS TOURS S.A.C.
RAZÓN SOCIAL: PIRATAS TOURS S.A.C. GIRO COMERCIAL: Agencia de viajes y tour operador REPRESENTANTE LEGAL: Ede Cena Sánchez CORREO ELECTRÓNICO: pirata_tours@hotmail.com RUC: 20602678793

IRIS BERRU RAMOS
RAZÓN SOCIAL: IRIS BERRU RAMOS GIRO COMERCIAL: Venta de pasajes aéreos y tours operador REPRESENTANTE LEGAL: Iris Berrú Ramo0073 CORREO ELECTRÓNICO: selvaticostraveltour@gmail.com RUC: 10701688096

DAVID VÁSQUEZ LÓPEZ

RAZÓN SOCIAL: DAVID VÁSQUEZ LÓPEZ

GIRO COMERCIAL: Venta de pasajes aéreos y tours operador

REPRESENTANTE LEGAL: David Vásquez López

CORREO ELECTRÓNICO: davistours@gmail.com

RUC: 10011217155

HUAMBRILLO TOURS AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO E.I.R.L.

RAZÓN SOCIAL: HUAMBRILLO TOURS AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO E.I.R.L.

GIRO COMERCIAL: Venta de pasajes aéreos y tours operador

REPRESENTANTE LEGAL: Estéfany Amasifuen Ruiz

CORREO ELECTRÓNICO: reservas@tourshuambrillo.pe

RUC: 20609254417

TOURS TARAPOTO VIAJES Y TURISMO S.A.C.

RAZÓN SOCIAL: TOURS TARAPOTO VIAJES Y TURISMO S.A.C.

GIRO COMERCIAL: Tours operador

REPRESENTANTE LEGAL: Sandro Panduro Vásquez

CORREO ELECTRÓNICO: reservas@tourtarapotoperu.com

RUC: 20542367513

CSI HUIRÁ TOURS E.I.R.L.

RAZÓN SOCIAL: CSI HUIRÁ TOURS E.I.R.L.

GIRO COMERCIAL: Venta de paquetes turísticos

REPRESENTANTE LEGAL: José Saavedra Vela

CORREO ELECTRÓNICO: cauhuita.tours@hotmail.com

RUC: 20608973100

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO MARAÑON S.A.C.

RAZÓN SOCIAL: AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO MARAÑON S.A.C.

GIRO COMERCIAL: Tours operador

REPRESENTANTE LEGAL: Tito Rabanal Ribeiro

CORREO ELECTRÓNICO: titorabanal123@gmail.com

RUC: 20609850745

Huingos Travel E.I.R.L

RAZÓN SOCIAL: Huingos Travel E.I.R.L

GIRO COMERCIAL: Agencia de viajes y Turismo

REPRESENTANTE LEGAL: Fray Pinchi Orbe

CORREO ELECTRÓNICO: huingostravel@gmail.com

RUC: 20611185881

Anexo 7: Base de datos

Encuesta sobre informalidad a trabajadores

	INFORMALIDAD - PERCEPCIÓN DE LOS TRABAJADORES														
	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15
Trabajador 1	3	5	1	3	3	3	2	4	3	3	5	4	4	2	5
Trabajador 2	2	1	1	1	1	3	2	1	4	1	3	2	3	4	1
Trabajador 3	4	4	3	3	5	3	3	5	5	5	4	5	3	5	3
Trabajador 4	3	5	3	4	4	3	5	5	5	5	3	5	5	4	3
Trabajador 5	1	4	5	4	2	5	3	4	5	4	3	3	4	2	1
Trabajador 6	4	5	4	3	3	3	4	2	4	4	5	3	4	4	2
Trabajador 7	5	5	4	4	3	5	3	4	4	4	4	5	5	3	4
Trabajador 8	3	1	2	3	1	1	3	1	1	3	2	2	3	2	3
Trabajador 9	3	5	5	3	4	3	4	3	5	3	3	5	5	3	4
Trabajador 10	3	3	5	3	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	5
Trabajador 11	2	2	2	3	5	5	1	4	3	3	2	5	3	2	1
Trabajador 12	4	3	3	3	5	4	3	4	5	3	4	5	5	4	4
Trabajador 13	4	5	3	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	3	3
Trabajador 14	3	3	3	1	1	2	2	2	1	3	3	2	1	3	3
Trabajador 15	3	2	2	2	3	3	2	1	2	1	2	2	3	2	1
Trabajador 16	3	2	1	2	1	2	2	3	1	2	1	3	1	1	2
Trabajador 17	5	3	4	3	4	5	5	5	4	5	4	5	3	4	5
Trabajador 18	5	4	5	5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	4	4
Trabajador 19	3	3	3	5	3	1	2	2	2	3	4	1	5	3	5
Trabajador 20	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	4	4	3	5
Trabajador 21	2	2	2	3	1	1	2	1	1	3	1	3	2	1	3
Trabajador 22	5	3	1	4	4	5	2	5	2	4	1	4	5	1	2
Trabajador 23	1	3	3	2	2	2	3	3	1	3	3	2	3	2	3
Trabajador 24	2	2	3	5	1	2	4	5	2	5	5	1	5	1	1
Trabajador 25	1	3	1	3	2	2	2	3	1	2	3	3	3	1	1
Trabajador 26	5	3	2	4	3	4	2	3	5	3	1	1	3	1	3
Trabajador 27	1	3	4	4	4	3	5	1	4	2	1	1	5	3	1
Trabajador 28	5	1	2	3	3	1	4	1	1	2	1	4	3	3	2
Trabajador 29	3	3	2	3	1	1	3	3	1	3	3	3	1	3	3
Trabajador 30	5	3	3	4	4	3	5	5	4	3	4	3	3	4	4
Trabajador 31	5	3	5	3	1	2	2	1	4	4	2	5	2	2	4
Trabajador 32	5	1	5	4	2	3	5	4	4	1	2	1	5	5	1
Trabajador 33	2	1	5	1	4	2	3	3	2	2	3	4	3	2	1
Trabajador 34	2	1	2	2	3	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1
Trabajador 35	1	1	3	2	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1	3
Trabajador 36	2	3	2	1	3	2	3	2	1	2	1	1	2	2	2
Trabajador 37	1	3	2	3	1	1	3	1	3	2	1	3	1	2	1

Encuesta sobre informalidad a visitantes

	INFORMALIDAD - PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES										
	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11
Visitante 1	2	4	5	3	2	2	5	4	4	3	1
Visitante 2	5	1	3	3	3	3	2	2	4	2	1
Visitante 3	4	1	2	5	4	1	5	2	1	4	2
Visitante 4	4	5	3	3	4	4	4	5	5	3	4
Visitante 5	5	5	2	2	2	2	2	1	1	1	3
Visitante 6	2	2	2	1	1	1	3	3	1	2	2
Visitante 7	4	4	2	4	2	2	3	2	4	3	4
Visitante 8	4	1	4	2	1	4	2	2	5	5	2
Visitante 9	2	1	5	4	1	1	2	1	5	2	1
Visitante 10	3	5	4	3	1	5	1	4	4	5	4
Visitante 11	4	1	5	4	2	5	5	3	1	4	4
Visitante 12	1	1	4	4	5	2	3	4	4	5	2
Visitante 13	4	3	3	4	3	4	2	2	4	3	3
Visitante 14	1	3	4	4	5	2	2	5	2	5	5
Visitante 15	2	5	4	4	5	2	3	4	3	2	2
Visitante 16	3	3	2	2	4	1	1	4	5	5	3
Visitante 17	5	5	4	1	3	3	4	3	4	4	4
Visitante 18	1	2	3	4	3	4	2	3	2	5	3
Visitante 19	2	2	4	2	3	2	1	2	2	1	4
Visitante 20	3	4	3	4	5	4	3	5	5	5	4
Visitante 21	1	4	5	2	2	4	5	4	5	1	2
Visitante 22	2	5	5	2	5	1	4	1	5	5	4
Visitante 23	2	2	1	2	3	3	2	1	1	1	2
Visitante 24	2	4	1	4	4	1	4	3	4	4	4
Visitante 25	2	5	4	2	3	5	4	5	3	4	1
Visitante 26	3	5	4	2	5	2	5	2	3	1	1
Visitante 27	2	2	5	5	2	4	2	4	4	4	2
Visitante 28	5	2	3	2	2	1	2	3	5	4	2
Visitante 29	2	4	2	2	5	3	1	3	1	4	3
Visitante 30	5	1	4	2	1	4	2	1	1	1	1
Visitante 31	2	1	3	2	2	2	2	4	5	3	1
Visitante 32	5	5	3	2	5	5	2	4	2	1	3
Visitante 33	4	4	2	1	4	3	1	5	1	4	5
Visitante 34	4	3	5	3	5	5	5	3	4	5	5
Visitante 35	1	4	4	1	4	5	3	5	2	2	4
Visitante 36	5	3	4	2	3	3	1	5	1	3	5
Visitante 37	3	5	4	1	3	4	2	4	3	1	3
Visitante 38	4	4	3	2	3	5	4	2	3	5	5
Visitante 39	4	1	4	2	1	3	2	3	4	4	4
Visitante 40	3	5	4	4	3	4	5	4	3	5	3
Visitante 41	4	4	4	4	3	1	1	4	5	5	2
Visitante 42	2	4	2	1	3	3	3	2	5	3	2
Visitante 43	1	5	1	3	1	3	4	5	3	5	2

Visitante 44	1	1	5	2	3	5	4	2	5	2	1
Visitante 45	3	5	1	1	5	1	1	3	1	3	4
Visitante 46	2	1	1	1	3	3	1	2	1	1	1
Visitante 47	3	3	2	2	4	1	3	5	3	1	2
Visitante 48	2	1	1	5	5	5	1	1	1	4	2
Visitante 49	1	1	1	1	1	3	3	3	5	1	1
Visitante 50	3	2	2	2	5	2	4	1	4	2	2
Visitante 51	2	3	1	3	3	3	1	2	1	2	1
Visitante 52	3	1	3	5	1	2	2	1	2	5	4
Visitante 53	2	3	2	1	2	1	1	2	3	3	3
Visitante 54	4	2	2	2	5	2	2	2	5	2	5
Visitante 55	4	2	4	1	4	2	1	1	3	1	4
Visitante 56	4	4	3	1	3	4	1	3	5	2	2
Visitante 57	3	2	1	5	5	1	1	5	4	5	4
Visitante 58	3	2	5	5	5	1	2	1	3	3	2
Visitante 59	4	3	2	1	5	3	3	1	4	2	4
Visitante 60	3	1	1	1	3	1	1	1	5	3	5
Visitante 61	2	2	2	1	1	4	5	2	1	5	4
Visitante 62	2	2	2	4	3	4	3	4	4	4	1
Visitante 63	2	4	5	3	3	2	4	2	5	1	4
Visitante 64	2	4	3	1	5	2	3	3	3	5	5
Visitante 65	5	1	2	3	3	1	4	3	4	3	4
Visitante 66	2	3	2	1	5	2	1	5	4	3	4
Visitante 67	4	1	2	2	3	1	2	2	2	4	2
Visitante 68	2	2	5	2	5	2	4	2	3	2	4
Visitante 69	3	4	5	3	5	3	5	5	4	3	4
Visitante 70	4	3	3	1	1	3	4	5	2	4	1
Visitante 71	3	4	5	1	1	3	2	4	3	1	2
Visitante 72	2	1	1	5	2	1	3	4	5	4	4
Visitante 73	3	1	2	2	3	1	2	2	1	3	2
Visitante 74	1	4	3	4	1	1	5	1	3	5	4
Visitante 75	2	2	5	2	3	2	3	1	2	5	3
Visitante 76	1	4	3	1	4	3	2	1	1	1	5
Visitante 77	2	1	2	1	2	2	3	2	3	3	3
Visitante 78	4	2	5	5	2	2	4	3	1	3	1
Visitante 79	2	1	3	3	5	3	4	1	2	5	2
Visitante 80	1	4	5	4	4	2	5	5	1	3	3
Visitante 81	2	4	4	1	5	2	2	3	1	4	5
Visitante 82	5	3	1	4	2	4	5	5	5	2	1
Visitante 83	1	1	4	2	5	5	2	3	2	1	2
Visitante 84	3	3	5	1	5	2	2	2	2	2	3
Visitante 85	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Visitante 86	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5
Visitante 87	4	2	3	3	5	2	5	2	2	5	1
Visitante 88	2	2	1	1	3	1	3	1	2	3	2
Visitante 89	5	2	4	2	4	1	2	1	5	2	1
Visitante 90	1	5	4	5	3	4	2	3	2	4	4

Visitante 91	3	4	1	4	5	4	2	2	4	5	3
Visitante 92	1	3	1	1	2	2	2	1	3	1	2
Visitante 93	2	4	4	5	3	5	2	5	1	5	4
Visitante 94	1	3	1	2	2	3	2	1	3	1	1
Visitante 95	3	1	1	5	2	4	3	5	3	4	2
Visitante 96	1	4	3	4	4	3	1	3	5	1	4
Visitante 97	3	3	1	2	2	3	3	2	1	3	1
Visitante 98	4	5	4	4	5	1	2	5	1	3	1
Visitante 99	1	3	3	2	1	2	2	3	1	3	2
Visitante 100	1	3	5	1	4	2	1	3	3	2	2
Visitante 101	4	1	1	1	5	3	4	1	4	4	2
Visitante 102	3	4	5	2	2	4	3	2	5	3	1
Visitante 103	5	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4
Visitante 104	5	2	3	4	3	1	2	5	4	1	2
Visitante 105	3	1	2	3	2	1	2	3	3	2	1
Visitante 106	4	1	3	1	3	5	5	5	3	1	4
Visitante 107	1	3	1	3	1	1	2	2	2	1	2
Visitante 108	1	5	2	1	2	4	1	5	3	5	1
Visitante 109	3	4	5	3	5	5	5	3	5	5	4
Visitante 110	1	2	5	4	5	1	1	1	4	3	4
Visitante 111	5	5	5	2	4	1	4	4	2	1	2
Visitante 112	5	4	3	1	4	4	4	3	3	3	5
Visitante 113	1	2	1	5	3	5	1	4	1	3	2
Visitante 114	1	3	1	2	2	2	2	2	3	3	3
Visitante 115	4	3	1	3	3	3	5	3	2	2	5
Visitante 116	3	3	1	2	1	2	3	2	3	2	3
Visitante 117	5	4	5	4	3	5	5	4	5	4	5
Visitante 118	5	5	3	4	5	5	3	4	4	4	4
Visitante 119	5	3	3	4	5	3	1	2	2	5	4
Visitante 120	3	4	5	4	3	3	3	4	4	5	5
Visitante 121	4	4	4	5	2	5	1	4	2	3	3
Visitante 122	2	4	2	3	3	4	3	4	5	4	4
Visitante 123	3	5	4	2	4	1	1	4	2	1	1
Visitante 124	1	2	4	5	1	3	1	3	1	4	1
Visitante 125	1	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3
Visitante 126	1	2	1	3	2	5	3	1	3	3	3
Visitante 127	2	2	1	1	1	3	3	3	1	3	1
Visitante 128	2	2	1	3	3	3	1	3	2	3	2
Visitante 129	4	3	3	4	3	4	5	5	3	4	3
Visitante 130	2	2	2	4	1	5	4	3	3	2	2
Visitante 131	4	4	1	2	2	2	1	3	3	1	4
Visitante 132	4	4	5	3	3	3	3	4	5	4	5
Visitante 133	2	3	3	1	2	2	2	2	1	3	1
Visitante 134	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	3
Visitante 135	3	5	2	5	3	2	1	5	3	5	3
Visitante 136	2	1	3	2	1	1	1	1	3	3	2
Visitante 137	4	3	3	1	1	4	5	2	4	5	2

Visitante 138	1	2	2	3	2	1	3	1	1	3	3
Visitante 139	2	5	2	5	1	2	3	3	2	2	1
Visitante 140	4	3	5	3	5	5	4	4	3	3	4
Visitante 141	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3
Visitante 142	3	5	3	5	3	1	4	2	3	3	3
Visitante 143	5	3	3	3	4	5	3	4	4	4	4
Visitante 144	4	2	3	3	3	1	5	3	1	3	5
Visitante 145	1	3	2	1	2	3	3	3	2	1	1
Visitante 146	2	2	3	4	2	1	4	2	1	2	3
Visitante 147	2	4	2	5	5	5	2	1	2	2	2
Visitante 148	4	1	2	5	3	2	2	1	1	5	5
Visitante 149	5	5	4	5	5	3	1	1	2	2	2
Visitante 150	1	3	3	3	1	1	2	3	2	1	3
Visitante 151	1	2	3	5	2	2	2	5	4	1	5
Visitante 152	4	5	2	4	5	4	2	4	1	3	1
Visitante 153	4	3	1	1	1	4	5	5	1	2	3
Visitante 154	3	1	5	1	1	2	4	3	5	4	3
Visitante 155	2	1	1	5	1	2	1	2	2	5	2
Visitante 156	1	2	1	1	2	3	2	2	1	3	1
Visitante 157	4	2	1	1	4	4	1	1	3	3	4
Visitante 158	4	5	2	3	4	1	1	1	1	1	3
Visitante 159	4	5	5	2	2	1	4	4	1	5	3
Visitante 160	2	1	4	5	3	2	2	2	5	3	3
Visitante 161	1	1	3	1	1	1	2	1	2	3	3
Visitante 162	3	2	1	4	4	2	3	4	4	1	1
Visitante 163	3	3	1	1	1	3	2	3	1	2	2
Visitante 164	5	1	2	1	4	3	3	3	3	5	3
Visitante 165	2	1	3	2	3	2	3	3	3	1	3
Visitante 166	1	1	1	3	2	3	3	3	2	2	1
Visitante 167	4	2	2	5	5	1	5	5	4	2	1
Visitante 168	5	5	5	2	3	5	5	2	2	1	5
Visitante 169	5	5	2	1	5	5	1	2	4	3	5
Visitante 170	1	2	3	1	1	3	3	3	1	2	1
Visitante 171	2	4	2	1	1	3	2	3	1	2	1
Visitante 172	3	3	5	5	4	2	5	3	5	1	1
Visitante 173	2	3	1	3	1	3	2	1	3	2	2
Visitante 174	5	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4
Visitante 175	5	3	1	4	1	5	1	1	2	3	5
Visitante 176	1	1	3	2	1	2	3	1	3	2	2
Visitante 177	2	5	1	4	5	1	4	1	2	1	5
Visitante 178	1	2	2	3	2	1	3	3	1	2	1
Visitante 179	2	3	5	4	5	5	5	3	5	4	1
Visitante 180	4	3	5	2	5	4	2	1	1	3	2
Visitante 181	5	2	4	3	1	4	1	5	4	5	3
Visitante 182	3	3	4	1	2	2	5	1	1	4	4
Visitante 183	3	2	3	3	2	3	1	1	1	3	3
Visitante 184	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	3

Visitante 185	5	3	5	4	5	4	5	3	5	4	5
Visitante 186	2	1	4	3	1	3	3	5	1	1	5
Visitante 187	4	4	5	5	3	5	4	4	3	3	3
Visitante 188	1	3	2	3	1	2	2	2	1	2	2
Visitante 189	2	5	5	2	2	3	3	5	5	2	5
Visitante 190	1	1	3	3	2	1	3	1	2	3	2
Visitante 191	1	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4
Visitante 192	3	4	2	1	1	3	3	4	4	3	5
Visitante 193	2	5	4	1	5	2	3	2	5	2	3
Visitante 194	2	1	4	2	5	4	5	5	3	3	5
Visitante 195	2	3	3	1	1	1	1	2	1	2	1
Visitante 196	5	1	5	3	2	4	3	5	4	1	2
Visitante 197	2	2	3	2	1	1	3	3	2	3	1
Visitante 198	1	3	4	2	3	5	1	4	3	4	1
Visitante 199	3	1	1	3	2	3	3	1	1	3	2
Visitante 200	3	4	3	2	2	2	3	5	2	4	1
Visitante 201	1	1	3	1	1	1	2	3	1	3	3
Visitante 202	3	1	3	1	1	1	1	1	1	3	3
Visitante 203	2	2	5	4	2	3	1	2	3	1	3
Visitante 204	4	3	1	3	3	5	1	2	2	2	5
Visitante 205	3	4	2	1	2	5	2	2	2	1	3
Visitante 206	4	5	3	3	2	4	3	1	4	1	5
Visitante 207	1	4	4	1	3	3	1	1	4	4	3
Visitante 208	4	4	2	5	2	1	4	2	3	5	5
Visitante 209	3	1	2	5	4	5	2	2	4	2	1
Visitante 210	1	4	5	3	3	5	5	4	3	1	2
Visitante 211	2	2	2	3	2	1	2	2	1	3	1
Visitante 212	5	1	1	4	4	1	2	5	4	5	4
Visitante 213	3	2	3	2	2	3	3	1	2	2	3
Visitante 214	2	4	4	1	3	3	3	5	5	2	4
Visitante 215	3	5	1	5	1	1	4	1	1	5	1
Visitante 216	5	1	2	2	4	4	3	2	3	4	3
Visitante 217	1	5	4	5	3	3	3	4	5	5	1
Visitante 218	2	3	3	2	1	3	3	2	3	3	2
Visitante 219	1	2	1	3	2	1	1	3	2	1	2
Visitante 220	3	2	3	3	4	1	1	1	3	4	3
Visitante 221	1	1	2	2	1	3	3	1	1	1	3
Visitante 222	4	3	3	5	2	1	4	2	1	2	5
Visitante 223	3	2	1	5	1	2	5	2	5	3	2
Visitante 224	3	3	3	2	4	5	2	4	5	2	2
Visitante 225	1	2	2	5	3	3	3	3	5	4	4
Visitante 226	3	2	5	1	2	2	5	2	4	1	3
Visitante 227	5	2	1	5	2	1	4	3	5	3	1
Visitante 228	1	2	2	5	5	4	5	1	2	3	2
Visitante 229	3	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1
Visitante 230	2	5	3	4	2	3	4	4	5	3	2
Visitante 231	1	3	3	3	3	2	2	3	1	3	1

Visitante 232	2	3	3	5	1	1	3	1	1	2	4
Visitante 233	3	2	3	3	1	3	4	2	5	3	2
Visitante 234	3	1	1	3	3	2	3	2	3	2	1
Visitante 235	2	1	1	4	4	2	5	1	5	5	3
Visitante 236	5	3	5	5	3	1	5	5	4	1	4
Visitante 237	1	5	1	4	1	3	4	5	1	5	2
Visitante 238	3	4	1	4	2	3	2	2	2	3	2
Visitante 239	5	3	3	3	2	4	3	5	2	5	3
Visitante 240	3	1	4	2	2	3	5	1	2	1	1
Visitante 241	4	3	1	2	1	2	4	3	5	2	5
Visitante 242	1	2	1	1	3	2	1	2	5	4	4
Visitante 243	5	4	4	1	5	5	1	1	3	1	4
Visitante 244	3	1	3	2	1	3	1	3	2	3	3
Visitante 245	2	5	1	3	4	4	4	5	4	1	5
Visitante 246	2	4	1	3	3	2	2	1	5	4	3
Visitante 247	4	3	5	3	3	5	3	3	5	4	3
Visitante 248	4	2	3	4	5	2	2	4	5	1	4
Visitante 249	1	3	5	5	1	1	4	5	3	3	1
Visitante 250	3	3	5	4	3	1	5	1	4	2	5
Visitante 251	3	1	2	2	2	1	1	3	3	1	2
Visitante 252	1	1	1	1	3	1	1	3	2	1	3
Visitante 253	3	4	5	4	3	4	2	4	4	3	3
Visitante 254	3	2	2	2	3	3	1	1	1	2	3
Visitante 255	3	1	3	2	5	3	1	5	4	3	2
Visitante 256	3	1	2	5	3	4	5	5	3	1	3
Visitante 257	5	4	4	5	4	3	3	2	2	3	3
Visitante 258	5	1	3	4	4	3	4	2	2	4	1
Visitante 259	4	3	3	5	3	5	5	5	2	5	4
Visitante 260	1	1	3	1	3	3	3	1	3	1	3
Visitante 261	4	5	3	3	3	2	1	4	4	3	1
Visitante 262	1	2	1	1	1	5	5	1	4	5	4
Visitante 263	1	1	2	2	3	5	3	3	5	3	3
Visitante 264	4	2	5	1	5	3	5	1	3	5	4
Visitante 265	1	2	3	3	2	5	1	2	2	5	2
Visitante 266	3	5	5	4	4	4	2	1	4	2	4
Visitante 267	4	2	3	3	5	5	1	2	2	1	5
Visitante 268	4	1	1	2	5	4	5	5	3	3	3
Visitante 269	3	5	1	2	1	3	4	2	4	3	1
Visitante 270	3	3	1	2	2	1	3	1	3	3	1
Visitante 271	1	4	4	1	5	1	5	5	5	3	3
Visitante 272	3	3	3	2	3	1	1	2	1	3	2
Visitante 273	2	2	2	4	3	4	1	1	2	4	5
Visitante 274	5	1	2	1	2	4	3	1	3	4	3
Visitante 275	3	5	2	4	5	5	2	2	3	4	4
Visitante 276	3	4	5	5	3	3	5	4	5	4	4
Visitante 277	4	3	1	2	2	5	2	2	3	4	3
Visitante 278	3	4	1	5	4	5	2	4	5	2	4

Visitante 279	4	2	1	5	5	2	4	1	1	4	4
Visitante 280	1	5	2	1	4	1	4	1	4	3	2
Visitante 281	3	4	5	4	3	3	3	3	5	5	5
Visitante 282	4	3	4	5	1	4	5	2	1	4	4
Visitante 283	1	1	2	3	2	1	3	1	3	1	2
Visitante 284	2	5	4	4	2	1	1	5	3	5	2
Visitante 285	1	4	2	5	5	1	3	2	1	4	4
Visitante 286	1	3	5	1	5	5	1	2	5	3	2
Visitante 287	4	3	3	1	5	1	5	4	4	2	3
Visitante 288	4	3	3	5	5	3	3	3	3	5	5
Visitante 289	3	2	1	1	3	2	3	4	5	5	2
Visitante 290	3	1	2	3	3	2	1	3	3	1	2
Visitante 291	5	4	1	1	1	1	1	1	5	4	1
Visitante 292	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	5
Visitante 293	3	1	1	3	2	1	2	1	2	3	4
Visitante 294	4	3	4	4	4	3	5	4	5	3	3
Visitante 295	2	2	3	3	2	2	3	2	1	1	3
Visitante 296	4	3	2	2	4	1	3	5	2	1	2
Visitante 297	2	2	2	5	3	3	3	4	5	1	5
Visitante 298	1	3	3	5	2	5	5	4	4	2	3
Visitante 299	4	4	3	5	5	5	3	3	3	3	4
Visitante 300	4	1	5	3	3	2	4	1	5	3	5
Visitante 301	4	4	5	5	4	5	3	3	4	4	4
Visitante 302	1	1	1	4	5	5	5	4	5	4	3
Visitante 303	3	2	2	3	3	1	2	2	3	3	1
Visitante 304	3	2	1	3	2	2	1	2	1	1	2
Visitante 305	4	5	3	4	5	5	3	1	3	4	2
Visitante 306	5	2	4	1	5	2	1	2	4	5	4
Visitante 307	4	3	1	5	2	4	1	1	3	2	5
Visitante 308	1	1	4	2	2	5	5	2	1	4	3
Visitante 309	4	3	3	1	1	3	5	4	4	3	4
Visitante 310	1	4	5	1	5	3	3	1	1	2	3
Visitante 311	1	3	3	2	3	4	5	4	1	3	3
Visitante 312	5	5	5	1	5	4	1	1	1	4	1
Visitante 313	2	5	2	2	3	1	2	5	1	5	5
Visitante 314	3	4	3	5	2	3	1	2	4	5	3
Visitante 315	2	5	5	3	5	5	4	1	1	1	2
Visitante 316	5	1	2	5	2	2	5	1	1	3	2
Visitante 317	3	2	3	1	3	3	4	5	5	5	4
Visitante 318	1	4	5	5	3	1	3	4	5	2	5
Visitante 319	3	5	4	3	4	3	5	3	4	5	3
Visitante 320	5	3	5	3	4	2	1	1	5	2	2
Visitante 321	2	4	1	5	4	5	2	1	3	5	5
Visitante 322	3	5	3	1	3	2	1	1	4	3	2
Visitante 323	5	2	3	4	5	3	5	4	5	3	4
Visitante 324	3	1	2	1	4	4	4	3	1	3	1
Visitante 325	2	4	4	5	4	1	4	3	1	4	1

Visitante 326	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	1
Visitante 327	2	4	2	1	1	1	5	1	1	2	1
Visitante 328	5	3	4	5	5	4	4	2	3	3	3
Visitante 329	3	3	1	5	2	3	1	2	3	4	2
Visitante 330	1	4	5	2	3	2	5	5	2	5	2
Visitante 331	3	4	4	5	5	3	4	3	3	5	3
Visitante 332	4	1	1	1	4	1	2	5	3	3	5
Visitante 333	5	5	3	1	3	4	1	5	2	2	5
Visitante 334	1	1	4	3	4	1	5	3	5	1	4
Visitante 335	4	3	5	1	5	1	4	2	1	5	1
Visitante 336	3	3	3	3	3	3	2	1	3	1	1
Visitante 337	3	1	4	1	2	1	2	4	5	4	5
Visitante 338	5	3	1	5	4	4	2	2	3	1	5
Visitante 339	2	5	1	4	2	3	2	1	3	4	4
Visitante 340	3	1	5	1	2	3	4	2	2	2	3
Visitante 341	5	4	5	2	5	5	3	5	4	3	4
Visitante 342	1	2	4	2	1	3	4	2	3	3	5
Visitante 343	2	1	5	2	2	1	5	4	3	3	1
Visitante 344	1	3	5	2	4	3	2	1	3	1	5
Visitante 345	4	5	3	5	3	4	5	4	5	5	3
Visitante 346	3	4	4	5	3	3	3	4	3	5	4
Visitante 347	5	3	3	5	5	4	3	4	5	3	3
Visitante 348	5	3	1	3	1	5	5	4	1	2	5
Visitante 349	2	1	3	2	2	5	2	1	2	4	5
Visitante 350	4	1	2	2	1	5	2	4	1	5	1
Visitante 351	3	4	5	4	3	5	4	3	3	5	5
Visitante 352	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5
Visitante 353	4	4	3	5	5	3	4	5	4	5	5
Visitante 354	4	5	5	2	2	5	3	3	2	3	4
Visitante 355	4	3	2	1	1	5	2	1	4	5	1
Visitante 356	3	5	3	3	4	4	4	5	3	1	1
Visitante 357	5	2	2	3	2	4	4	5	3	3	5
Visitante 358	3	4	5	3	4	2	2	1	2	2	2
Visitante 359	3	1	5	2	4	5	3	4	2	2	5
Visitante 360	1	3	1	4	3	2	1	2	5	2	1
Visitante 361	2	4	2	5	3	2	5	5	5	2	1
Visitante 362	1	5	2	1	3	5	5	5	2	2	2
Visitante 363	5	2	3	4	2	5	4	1	4	1	5
Visitante 364	5	5	3	4	4	2	2	3	4	3	4
Visitante 365	2	3	5	3	1	1	1	1	2	4	2
Visitante 366	4	3	3	4	3	1	4	4	2	4	4
Visitante 367	4	3	2	1	2	3	4	5	5	1	4
Visitante 368	1	3	4	5	3	1	2	5	3	3	4

Encuesta sobre satisfacción a visitantes

	SATISFACCIÓN - PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES															
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16
Visitante 1	5	2	5	5	2	4	1	1	1	2	2	4	1	5	3	1
Visitante 2	2	5	2	5	5	5	5	3	2	4	4	3	2	3	3	3
Visitante 3	3	5	5	3	3	2	5	1	3	3	3	2	2	3	1	2
Visitante 4	3	5	5	3	4	3	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5
Visitante 5	2	4	3	5	3	4	3	5	4	3	4	1	2	3	2	1
Visitante 6	3	1	3	1	3	1	2	3	2	2	2	1	3	3	1	3
Visitante 7	2	4	2	1	1	5	1	2	1	1	1	4	3	3	4	5
Visitante 8	1	5	3	2	2	3	2	3	3	3	4	2	1	2	4	4
Visitante 9	3	5	4	1	1	1	1	3	5	3	5	4	2	5	3	4
Visitante 10	4	3	5	1	1	1	3	2	1	2	5	1	1	3	1	5
Visitante 11	5	4	4	1	2	2	5	5	5	2	5	1	3	5	3	4
Visitante 12	2	2	5	5	1	3	4	4	1	1	1	5	2	2	1	3
Visitante 13	5	2	5	3	3	3	4	4	1	2	5	1	3	5	4	4
Visitante 14	1	5	4	5	3	1	5	1	3	1	3	1	3	3	3	3
Visitante 15	4	5	3	4	2	4	2	1	3	5	2	1	5	4	2	1
Visitante 16	5	5	2	1	4	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2
Visitante 17	4	2	4	1	4	4	2	2	3	3	5	3	5	1	4	4
Visitante 18	1	4	1	1	1	2	3	5	2	3	1	5	5	3	3	2
Visitante 19	3	5	3	5	4	5	3	3	4	2	1	5	2	5	1	3
Visitante 20	3	3	4	4	4	5	4	5	3	3	5	3	3	4	4	4
Visitante 21	1	5	3	4	1	5	2	3	4	3	1	2	2	3	3	1
Visitante 22	3	5	2	1	4	2	5	5	5	5	4	5	5	3	3	5
Visitante 23	3	3	2	1	3	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	3
Visitante 24	3	3	1	1	5	3	2	2	4	5	1	5	3	4	2	1
Visitante 25	5	1	1	3	5	5	4	2	5	2	1	5	5	5	1	5
Visitante 26	1	3	1	5	1	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	5
Visitante 27	1	1	5	4	3	5	4	3	3	4	5	5	5	4	4	5
Visitante 28	1	1	5	1	2	2	1	4	4	4	3	2	5	1	3	5
Visitante 29	3	5	4	2	4	1	4	4	1	1	1	4	3	4	5	1
Visitante 30	3	1	4	4	5	3	5	5	1	4	1	2	4	3	3	4
Visitante 31	2	2	4	5	5	2	1	1	1	3	1	2	3	2	3	2
Visitante 32	5	2	5	1	4	1	1	4	4	3	2	2	4	1	2	5
Visitante 33	1	5	3	2	2	4	5	3	4	2	5	5	4	4	2	4
Visitante 34	5	3	5	3	5	3	3	3	3	4	4	4	5	3	4	3
Visitante 35	4	2	3	5	1	3	2	1	5	2	2	1	2	5	2	1
Visitante 36	4	2	2	2	2	1	3	4	2	4	2	2	5	1	1	3
Visitante 37	2	3	4	4	3	1	2	2	5	1	3	2	3	4	4	3
Visitante 38	4	1	3	1	5	1	2	4	3	4	2	2	5	5	4	2
Visitante 39	4	4	2	1	1	5	4	1	5	3	3	3	5	2	2	1
Visitante 40	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4
Visitante 41	2	2	4	1	5	5	1	4	5	4	5	2	4	4	4	3
Visitante 42	3	2	4	5	2	2	1	2	1	1	3	1	4	5	4	1
Visitante 43	3	2	4	3	5	1	2	5	2	2	1	3	5	1	2	3

Visitante 44	5	5	5	1	5	1	4	2	1	1	5	4	4	1	3	1
Visitante 45	5	5	3	3	1	2	3	2	2	4	1	5	1	3	4	1
Visitante 46	1	1	3	2	2	3	3	3	1	2	1	2	2	1	1	2
Visitante 47	2	4	4	2	5	5	5	5	2	2	4	4	3	5	3	1
Visitante 48	4	4	4	4	5	1	1	2	5	3	5	2	2	1	5	4
Visitante 49	5	5	2	2	3	1	5	4	2	4	5	4	3	1	4	4
Visitante 50	1	2	2	5	5	4	2	5	3	4	3	2	4	2	5	3
Visitante 51	1	1	2	1	1	2	1	2	2	3	1	3	1	3	1	2
Visitante 52	2	3	4	2	2	1	4	4	4	3	1	3	5	4	2	4
Visitante 53	1	1	1	1	1	3	1	3	2	3	3	1	2	3	3	2
Visitante 54	2	5	3	2	1	2	1	2	3	5	3	4	3	1	5	4
Visitante 55	1	2	2	4	4	2	5	3	2	2	3	4	2	4	5	5
Visitante 56	5	2	3	1	5	1	4	1	3	2	3	3	1	3	3	3
Visitante 57	3	4	5	4	2	1	2	4	5	2	2	3	3	3	1	1
Visitante 58	5	5	5	5	3	5	1	3	2	2	5	5	4	1	3	1
Visitante 59	3	1	3	2	1	2	5	3	4	3	2	5	3	1	3	3
Visitante 60	1	1	4	3	4	5	3	3	3	4	2	3	4	2	5	2
Visitante 61	3	5	1	2	4	4	5	3	5	3	2	4	3	4	1	3
Visitante 62	1	2	2	1	1	1	2	3	3	4	4	4	5	4	3	5
Visitante 63	1	4	5	3	4	3	3	5	3	4	2	5	5	3	1	2
Visitante 64	2	2	2	2	5	2	4	3	4	2	3	5	2	4	3	3
Visitante 65	3	5	4	3	1	2	2	4	5	2	1	3	1	1	1	1
Visitante 66	2	3	4	1	4	2	1	3	1	1	1	5	3	3	3	5
Visitante 67	4	4	5	3	3	3	4	4	5	5	1	1	3	4	4	1
Visitante 68	3	1	4	3	4	3	4	1	5	2	3	2	2	5	5	2
Visitante 69	3	4	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	3	4	3	3
Visitante 70	4	3	3	4	1	3	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2
Visitante 71	4	1	2	1	2	1	3	5	4	2	4	5	4	5	4	2
Visitante 72	5	2	3	3	2	1	3	4	5	2	1	1	4	1	3	4
Visitante 73	2	1	1	3	3	2	3	1	1	3	2	2	3	3	1	2
Visitante 74	2	2	4	1	5	5	3	5	4	5	2	3	5	5	3	3
Visitante 75	1	2	1	2	2	4	4	1	1	5	4	2	5	1	5	4
Visitante 76	4	4	3	5	2	3	2	4	3	3	2	3	4	1	3	2
Visitante 77	2	2	3	2	3	1	2	1	1	3	1	1	1	1	2	3
Visitante 78	2	2	2	2	2	5	1	2	4	1	2	5	1	5	1	4
Visitante 79	4	3	2	1	1	1	5	1	5	4	4	3	2	3	3	3
Visitante 80	4	1	1	5	2	5	2	2	3	2	1	1	2	1	3	2
Visitante 81	3	5	5	4	5	4	1	4	5	2	1	3	3	4	5	3
Visitante 82	1	5	2	1	3	1	5	2	2	5	5	4	5	3	4	1
Visitante 83	2	4	1	1	1	4	2	4	2	3	2	5	2	1	4	3
Visitante 84	2	1	4	3	5	4	1	2	2	1	3	4	2	4	5	5
Visitante 85	4	3	5	4	3	3	3	3	5	4	5	3	5	4	4	4
Visitante 86	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4
Visitante 87	5	3	4	3	1	2	2	2	5	1	3	3	5	1	5	3
Visitante 88	1	2	3	3	1	1	3	2	1	3	1	2	3	3	1	3
Visitante 89	3	1	4	3	5	1	4	3	4	1	1	1	4	4	5	5
Visitante 90	5	3	2	4	2	4	2	1	4	2	5	3	1	2	3	1

Visitante 91	5	5	1	3	4	5	2	4	3	2	2	4	3	2	3	2
Visitante 92	3	3	1	3	1	2	1	3	2	1	2	1	2	1	2	1
Visitante 93	4	3	4	5	5	5	4	3	4	2	1	3	5	3	3	3
Visitante 94	1	3	2	1	2	3	2	3	2	2	1	1	3	3	1	1
Visitante 95	2	4	3	1	3	1	5	1	4	2	1	4	2	3	5	3
Visitante 96	1	3	2	2	5	3	4	1	3	4	4	3	5	5	2	2
Visitante 97	2	2	3	2	1	3	1	1	3	1	3	1	2	3	2	3
Visitante 98	3	1	5	5	5	4	1	5	1	4	2	2	5	1	4	1
Visitante 99	1	3	3	1	1	2	3	2	1	2	1	3	2	2	3	2
Visitante 100	1	4	1	2	2	1	4	3	3	3	1	5	3	5	3	4
Visitante 101	5	5	1	5	5	4	1	3	4	2	1	3	5	4	1	2
Visitante 102	1	4	5	1	4	1	4	2	5	1	1	4	4	3	4	3
Visitante 103	4	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	3	3	5	3
Visitante 104	3	2	4	5	5	1	5	4	2	4	1	4	1	4	1	2
Visitante 105	2	2	1	2	2	3	2	1	2	1	1	2	3	3	2	2
Visitante 106	2	3	4	5	3	5	5	1	3	3	2	2	3	2	5	4
Visitante 107	3	2	2	1	3	3	1	2	2	3	1	2	3	5	3	5
Visitante 108	2	1	4	3	5	2	2	5	5	2	5	1	2	3	3	2
Visitante 109	4	4	3	3	3	5	4	4	3	4	4	5	5	5	3	3
Visitante 110	2	4	5	4	2	1	5	2	2	3	2	1	4	5	4	4
Visitante 111	3	5	3	3	3	1	5	5	5	2	5	4	2	3	2	1
Visitante 112	4	2	2	3	1	3	4	2	3	3	5	4	3	5	1	4
Visitante 113	5	4	3	5	4	1	5	1	1	4	1	5	4	5	2	5
Visitante 114	2	2	2	1	2	1	1	3	1	2	3	1	2	2	1	3
Visitante 115	1	5	5	3	1	4	2	2	3	5	5	2	4	2	4	5
Visitante 116	1	3	2	3	1	1	3	3	3	2	1	1	1	3	3	3
Visitante 117	4	5	5	3	4	4	3	3	3	4	4	5	3	5	5	4
Visitante 118	4	5	4	4	4	3	4	4	3	5	3	3	4	5	5	4
Visitante 119	3	1	5	5	4	2	2	1	3	1	1	1	4	3	1	4
Visitante 120	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
Visitante 121	3	1	4	5	1	1	1	2	4	5	2	3	2	5	4	5
Visitante 122	5	5	2	2	3	4	5	4	4	2	4	5	1	2	4	4
Visitante 123	2	1	4	3	2	4	2	2	4	2	1	3	1	1	5	1
Visitante 124	1	5	1	5	4	1	1	1	2	3	5	2	1	2	1	5
Visitante 125	3	1	3	1	2	2	3	2	3	2	2	3	1	2	3	2
Visitante 126	2	5	1	4	5	3	5	1	3	3	2	5	4	5	2	5
Visitante 127	2	2	2	3	3	3	1	3	3	1	3	1	3	1	2	2
Visitante 128	2	2	1	3	2	1	3	1	3	3	1	2	2	2	1	3
Visitante 129	4	3	3	5	3	4	5	3	3	5	4	4	5	4	3	3
Visitante 130	5	2	2	4	2	4	2	1	2	1	5	3	3	3	4	5
Visitante 131	3	2	1	4	3	4	3	5	5	3	3	3	2	1	5	4
Visitante 132	5	3	4	5	4	3	5	3	5	4	5	3	5	3	4	3
Visitante 133	2	2	2	2	3	1	3	2	2	3	2	3	1	2	2	2
Visitante 134	2	1	2	3	3	3	1	1	3	3	1	1	2	2	1	1
Visitante 135	5	2	3	5	5	1	2	2	3	4	1	5	2	1	2	1
Visitante 136	3	2	1	1	3	3	2	3	1	3	3	2	3	1	1	1
Visitante 137	1	2	5	3	3	5	3	2	2	3	5	3	4	1	1	3

Visitante 138	2	3	1	3	1	1	3	2	3	1	1	1	2	3	2	1
Visitante 139	5	4	5	1	4	1	3	5	4	3	4	4	2	4	4	5
Visitante 140	5	5	5	3	5	3	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5
Visitante 141	4	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	5	3	4
Visitante 142	1	2	4	5	4	1	3	2	1	3	1	4	4	2	3	5
Visitante 143	4	3	4	4	5	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	5
Visitante 144	3	2	2	3	1	1	2	5	5	4	3	5	3	3	1	4
Visitante 145	3	2	1	2	2	2	1	3	3	2	3	2	1	2	2	1
Visitante 146	5	2	2	5	5	5	5	3	5	5	3	3	4	1	5	2
Visitante 147	5	5	1	4	3	2	2	3	5	1	4	4	5	4	3	5
Visitante 148	3	1	4	5	2	2	3	4	3	1	2	3	2	5	3	5
Visitante 149	1	5	4	1	2	5	4	4	3	2	4	4	4	4	1	2
Visitante 150	2	1	2	2	2	1	3	3	1	3	1	2	2	3	1	1
Visitante 151	4	2	5	5	2	5	3	3	3	5	3	4	5	3	5	3
Visitante 152	3	1	2	5	2	5	4	4	1	2	5	1	2	3	5	2
Visitante 153	2	1	4	5	1	4	5	5	4	4	5	4	3	2	3	3
Visitante 154	3	5	2	4	2	3	1	5	2	2	4	3	4	3	4	5
Visitante 155	5	3	4	2	3	3	3	2	1	5	3	3	4	1	4	1
Visitante 156	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	1	2	1	2	1
Visitante 157	1	5	5	3	4	4	3	3	1	3	1	3	3	2	3	2
Visitante 158	5	3	2	2	5	2	5	4	4	2	3	5	1	2	5	1
Visitante 159	5	2	1	1	2	5	1	1	4	4	4	2	5	2	2	2
Visitante 160	3	2	2	2	4	2	2	5	4	5	3	4	5	3	2	2
Visitante 161	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	2	3	1	3	2	3
Visitante 162	3	1	3	3	5	5	5	1	4	4	3	5	1	4	2	1
Visitante 163	2	3	3	3	1	1	3	2	1	1	3	3	1	1	2	2
Visitante 164	4	4	3	3	1	5	4	1	1	5	4	3	2	1	2	5
Visitante 165	1	1	2	2	1	1	3	3	2	3	1	1	1	1	3	3
Visitante 166	1	1	3	2	1	1	1	3	3	1	3	3	3	1	1	1
Visitante 167	4	2	5	2	2	5	3	5	4	1	1	1	1	5	4	1
Visitante 168	2	5	2	3	1	5	5	1	2	1	3	4	4	2	5	5
Visitante 169	5	1	4	1	3	1	2	2	4	4	5	4	3	1	3	3
Visitante 170	3	3	3	3	1	3	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3
Visitante 171	3	4	3	4	3	3	2	4	2	3	3	5	2	3	1	4
Visitante 172	2	3	1	4	4	4	3	5	1	5	5	4	2	2	2	1
Visitante 173	3	3	3	1	2	2	1	2	3	1	2	3	2	2	3	2
Visitante 174	5	5	3	4	4	5	3	4	5	3	5	5	3	3	4	5
Visitante 175	3	2	1	5	4	4	1	3	4	4	5	2	1	3	1	1
Visitante 176	1	2	2	2	3	2	3	1	1	1	1	2	3	2	1	1
Visitante 177	3	5	2	1	4	1	2	3	2	3	4	1	5	1	3	5
Visitante 178	3	3	2	1	2	2	3	3	1	1	2	3	1	2	2	3
Visitante 179	5	3	5	4	3	1	1	1	4	4	3	5	2	2	3	2
Visitante 180	4	1	2	3	4	2	3	5	4	5	4	4	1	3	4	4
Visitante 181	5	3	5	5	2	1	3	1	4	2	5	3	4	1	1	4
Visitante 182	3	2	3	1	2	4	1	3	5	5	2	4	2	2	3	1
Visitante 183	2	3	3	2	3	2	1	2	3	3	1	1	2	3	3	3
Visitante 184	3	3	3	2	2	3	2	1	1	1	1	2	2	3	3	2

Visitante 185	4	3	5	3	4	4	5	3	5	3	3	4	4	5	4	3
Visitante 186	4	2	5	2	5	5	4	3	5	4	2	2	1	3	5	5
Visitante 187	3	4	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4
Visitante 188	1	1	2	2	3	1	2	2	3	2	3	3	1	2	3	2
Visitante 189	2	1	1	2	1	5	4	3	4	4	3	5	2	1	2	5
Visitante 190	1	1	1	1	3	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	1
Visitante 191	1	1	4	2	3	2	3	5	1	4	2	4	4	4	5	3
Visitante 192	4	4	1	1	4	2	5	1	5	3	5	5	1	4	3	4
Visitante 193	1	5	3	4	1	2	2	3	1	4	1	5	2	1	1	1
Visitante 194	4	1	4	2	5	5	5	5	2	4	4	5	4	2	1	1
Visitante 195	3	2	1	2	3	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1
Visitante 196	5	3	5	3	2	4	3	5	5	5	5	4	5	2	3	1
Visitante 197	3	2	3	1	2	1	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1
Visitante 198	2	2	5	2	5	1	3	5	2	2	3	1	4	5	5	5
Visitante 199	2	1	3	2	2	3	3	1	3	2	2	2	1	1	2	3
Visitante 200	4	5	3	4	4	2	2	3	4	5	5	4	3	2	1	2
Visitante 201	2	2	1	2	2	2	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3
Visitante 202	1	2	1	3	3	1	2	3	3	2	1	1	1	1	1	3
Visitante 203	5	2	1	4	5	5	2	1	1	5	2	5	5	5	2	3
Visitante 204	5	5	4	2	3	3	5	4	5	3	3	4	4	3	3	5
Visitante 205	5	3	4	2	1	5	5	5	3	3	1	1	1	1	4	5
Visitante 206	4	1	1	1	1	1	4	3	5	4	3	3	5	1	1	5
Visitante 207	1	3	4	5	2	2	2	5	4	3	3	5	3	4	1	1
Visitante 208	2	1	2	1	3	1	4	3	2	2	5	2	2	1	4	4
Visitante 209	3	3	4	2	2	1	5	1	1	2	5	1	5	3	2	1
Visitante 210	2	3	4	2	5	2	2	1	5	3	2	2	1	3	5	4
Visitante 211	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	1
Visitante 212	2	4	2	2	4	1	2	5	4	5	5	5	2	4	5	5
Visitante 213	2	3	2	1	1	1	1	2	1	3	1	2	1	3	2	3
Visitante 214	2	4	5	1	2	2	1	4	1	5	3	4	1	3	1	4
Visitante 215	4	5	4	1	4	4	3	4	4	1	4	4	2	2	3	4
Visitante 216	2	1	3	1	2	3	3	5	1	5	4	5	3	4	4	2
Visitante 217	1	4	3	4	4	5	5	2	3	2	3	3	2	3	2	3
Visitante 218	1	1	1	1	3	2	3	3	2	1	2	2	1	3	1	2
Visitante 219	1	2	1	2	3	3	3	2	1	1	1	2	1	2	2	1
Visitante 220	4	5	3	1	3	2	2	1	1	2	3	5	3	2	1	2
Visitante 221	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	3
Visitante 222	3	1	3	3	4	4	4	2	3	4	5	3	3	5	1	3
Visitante 223	1	5	3	3	4	3	1	1	2	2	4	2	3	3	1	5
Visitante 224	5	1	1	4	1	2	3	4	2	3	2	4	2	4	1	2
Visitante 225	4	2	1	3	5	2	4	3	4	3	5	3	3	4	2	3
Visitante 226	4	1	3	3	4	3	3	1	2	4	1	1	3	2	4	3
Visitante 227	1	5	3	3	3	4	1	3	5	2	5	2	2	2	3	1
Visitante 228	3	4	4	2	4	3	5	4	5	1	2	5	5	5	3	5
Visitante 229	1	3	1	1	3	2	3	2	1	2	1	2	2	1	2	3
Visitante 230	4	1	4	5	5	1	5	2	5	3	2	4	2	2	1	3
Visitante 231	1	3	1	3	3	3	2	1	2	2	3	3	3	1	2	1

Visitante 232	4	4	2	5	4	4	5	2	5	3	5	2	5	1	3	4
Visitante 233	3	2	5	3	5	5	3	2	4	3	3	1	1	1	5	1
Visitante 234	3	2	1	3	2	1	1	2	3	2	2	1	2	3	1	1
Visitante 235	2	2	1	5	1	4	5	4	2	5	3	1	3	3	4	4
Visitante 236	2	5	3	4	3	1	3	1	4	2	4	1	5	5	2	4
Visitante 237	1	2	3	4	2	3	2	2	1	1	2	3	3	4	5	1
Visitante 238	4	5	3	2	4	3	3	2	5	1	3	3	3	5	3	3
Visitante 239	2	1	4	4	1	1	1	5	1	2	4	4	5	2	1	5
Visitante 240	1	2	4	1	1	3	5	5	2	1	3	3	3	3	4	3
Visitante 241	5	1	4	2	1	2	4	4	1	2	1	1	2	1	2	1
Visitante 242	5	4	5	1	1	3	2	3	3	2	4	1	5	2	2	5
Visitante 243	3	2	5	2	4	1	5	5	4	3	3	4	4	3	2	2
Visitante 244	1	2	3	2	1	1	1	1	3	2	1	3	2	1	2	3
Visitante 245	4	1	3	3	1	4	5	3	2	1	4	1	4	2	2	3
Visitante 246	1	4	4	2	3	3	5	1	1	1	3	1	3	3	1	5
Visitante 247	5	3	4	1	5	1	2	3	4	2	2	3	5	4	2	5
Visitante 248	1	5	5	3	5	2	5	5	4	2	1	4	4	5	5	2
Visitante 249	5	5	2	4	5	1	5	1	2	5	4	4	2	5	3	4
Visitante 250	5	2	5	1	3	5	3	1	3	4	4	3	1	2	1	5
Visitante 251	2	3	1	2	2	1	3	2	2	3	3	2	2	2	3	1
Visitante 252	3	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	1	1	1	1	2
Visitante 253	2	3	4	3	5	1	3	2	4	5	4	3	2	1	1	5
Visitante 254	1	2	1	3	2	3	3	1	2	2	1	1	1	2	1	3
Visitante 255	3	5	5	5	1	4	3	5	4	1	3	5	5	2	4	5
Visitante 256	4	4	3	2	5	4	1	3	3	2	2	3	1	4	5	2
Visitante 257	1	3	1	5	2	5	2	1	5	1	2	2	3	2	5	5
Visitante 258	4	2	5	3	5	2	5	5	5	1	5	1	3	2	4	2
Visitante 259	1	1	3	2	4	1	4	3	2	2	4	1	3	5	4	1
Visitante 260	2	2	3	2	1	2	1	3	1	2	3	3	3	3	2	1
Visitante 261	5	4	1	1	3	3	5	2	4	3	4	3	4	4	4	2
Visitante 262	4	2	5	1	2	3	2	2	4	3	1	2	5	3	5	4
Visitante 263	2	2	2	2	1	3	4	3	1	3	5	3	1	5	3	1
Visitante 264	4	1	3	5	4	4	1	4	3	2	3	1	3	2	1	2
Visitante 265	1	3	4	5	3	2	1	4	5	4	5	3	5	1	2	3
Visitante 266	1	2	2	3	5	5	1	5	4	3	5	2	2	5	1	2
Visitante 267	4	4	3	4	3	1	5	2	5	1	5	4	5	4	3	1
Visitante 268	5	3	5	4	4	4	1	1	4	4	3	2	5	2	4	5
Visitante 269	3	4	5	1	1	4	2	4	1	3	5	2	1	5	4	2
Visitante 270	3	2	1	1	3	2	3	3	3	2	1	1	1	2	2	2
Visitante 271	1	2	5	4	1	1	3	1	2	3	4	5	5	4	4	1
Visitante 272	2	2	1	1	1	2	3	1	1	3	3	2	2	2	2	2
Visitante 273	5	4	3	3	2	3	5	2	5	5	4	3	5	2	4	1
Visitante 274	1	1	2	4	4	1	2	1	5	3	5	5	3	2	2	1
Visitante 275	2	4	5	2	3	3	1	4	4	4	2	1	5	3	5	5
Visitante 276	3	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	5	4	5	4	3
Visitante 277	1	2	3	5	2	2	5	4	2	2	5	2	1	1	3	4
Visitante 278	4	4	2	3	4	3	3	4	2	3	2	3	4	5	1	5

Visitante 279	1	5	4	1	5	4	4	3	4	2	5	5	3	3	3	5
Visitante 280	3	2	2	2	3	4	1	3	3	1	5	4	3	5	3	2
Visitante 281	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	5	5	3	3
Visitante 282	5	4	4	2	2	2	2	2	1	5	5	1	1	1	3	3
Visitante 283	1	2	1	3	1	3	1	3	3	2	2	2	1	1	1	1
Visitante 284	1	1	1	3	5	1	1	4	1	1	3	4	5	3	5	5
Visitante 285	5	3	2	3	3	5	3	5	2	2	5	2	2	5	2	1
Visitante 286	3	5	2	5	1	5	2	2	1	3	2	4	2	5	3	5
Visitante 287	2	5	5	2	4	4	4	3	4	4	2	5	3	5	4	2
Visitante 288	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5
Visitante 289	5	5	4	2	3	3	5	5	1	2	3	5	5	5	1	1
Visitante 290	2	2	1	2	3	3	1	1	2	1	3	2	2	2	2	2
Visitante 291	4	3	2	5	2	1	5	3	5	3	4	4	1	3	2	5
Visitante 292	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	3	3	5	4	4	5
Visitante 293	3	5	3	5	4	4	5	1	1	2	3	2	3	5	5	1
Visitante 294	5	3	5	4	5	4	5	3	3	4	3	3	5	3	3	4
Visitante 295	5	4	5	2	5	3	3	2	1	5	2	3	1	2	1	1
Visitante 296	4	3	4	5	2	3	3	2	1	4	1	5	4	5	3	4
Visitante 297	5	4	1	3	3	1	3	2	2	2	4	3	1	5	3	4
Visitante 298	5	2	5	5	4	2	3	2	4	3	1	1	2	3	5	5
Visitante 299	4	4	3	5	3	3	5	4	4	4	5	3	3	4	3	3
Visitante 300	3	3	3	4	1	1	5	2	1	5	1	2	5	1	3	3
Visitante 301	4	3	5	5	3	3	4	4	4	5	3	4	5	4	5	3
Visitante 302	3	1	5	5	3	5	3	4	5	3	3	3	1	5	4	4
Visitante 303	3	3	3	1	3	1	3	1	1	2	2	3	2	1	3	3
Visitante 304	3	3	1	1	3	1	3	2	2	3	2	3	2	2	1	2
Visitante 305	5	1	3	4	1	5	2	1	4	5	3	1	2	4	4	1
Visitante 306	5	1	4	1	1	5	4	2	4	4	3	3	5	5	3	5
Visitante 307	2	2	1	3	2	4	2	2	4	2	4	3	5	1	5	1
Visitante 308	1	1	2	1	3	2	5	2	3	5	5	4	3	5	2	1
Visitante 309	4	4	5	4	1	5	3	1	4	5	1	2	3	3	5	5
Visitante 310	2	4	5	2	5	1	3	1	3	4	2	5	2	5	1	1
Visitante 311	1	1	2	1	1	5	3	5	5	2	3	5	3	1	4	4
Visitante 312	3	3	1	2	5	3	2	3	1	5	2	3	3	2	3	5
Visitante 313	2	5	5	1	1	2	2	3	4	2	1	4	3	2	5	4
Visitante 314	3	5	2	1	5	3	5	1	3	1	4	4	3	2	2	2
Visitante 315	1	5	1	2	3	5	4	5	1	5	3	1	4	4	1	3
Visitante 316	3	5	2	4	4	5	3	1	1	2	5	1	1	3	1	2
Visitante 317	1	4	2	3	2	4	1	3	1	5	3	3	2	4	3	4
Visitante 318	3	2	3	2	2	5	2	2	2	4	1	3	2	2	1	2
Visitante 319	3	5	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
Visitante 320	4	2	3	1	1	2	4	1	3	1	2	3	4	3	2	1
Visitante 321	3	5	3	3	3	2	4	5	3	3	3	4	4	2	1	2
Visitante 322	5	1	5	2	4	2	5	5	2	5	5	1	3	4	4	3
Visitante 323	4	5	4	5	3	4	2	1	3	2	2	5	1	4	2	3
Visitante 324	3	1	3	5	4	5	2	2	1	3	1	5	4	2	3	1
Visitante 325	1	5	1	1	3	5	3	1	3	5	1	1	5	3	1	5

Visitante 326	5	4	1	5	5	5	4	3	3	4	4	4	2	3	3	3
Visitante 327	2	1	5	1	4	1	2	2	5	1	2	2	3	1	4	3
Visitante 328	2	2	5	3	1	3	5	4	3	1	2	4	1	3	5	3
Visitante 329	2	2	2	3	2	1	4	1	3	2	5	4	2	4	2	2
Visitante 330	2	5	2	5	4	5	3	5	5	5	4	2	5	1	2	3
Visitante 331	4	5	5	3	4	5	4	4	3	5	3	3	3	3	3	4
Visitante 332	2	2	1	1	3	5	5	5	5	5	1	1	2	3	3	4
Visitante 333	5	4	1	3	5	5	2	1	3	4	3	2	5	4	3	5
Visitante 334	3	1	1	2	4	4	5	1	2	2	5	2	5	5	2	1
Visitante 335	2	4	1	4	4	5	3	1	4	1	1	5	3	4	5	4
Visitante 336	1	1	3	4	5	3	3	5	3	1	4	1	2	5	2	3
Visitante 337	1	3	2	5	3	3	3	2	5	3	2	5	4	5	2	3
Visitante 338	3	4	3	4	3	2	1	4	5	4	3	1	5	5	1	4
Visitante 339	3	5	4	5	3	4	5	1	1	1	3	5	2	5	1	3
Visitante 340	5	3	5	5	3	2	5	3	3	5	3	5	2	2	5	2
Visitante 341	1	3	3	4	2	1	2	2	4	4	1	1	5	1	5	1
Visitante 342	2	2	4	3	1	2	1	5	5	5	1	3	2	4	4	4
Visitante 343	4	3	4	2	4	5	2	4	5	5	3	1	1	4	2	1
Visitante 344	4	2	3	3	3	4	5	5	4	4	1	4	2	1	3	4
Visitante 345	5	4	3	4	5	5	3	4	4	5	5	3	5	3	4	3
Visitante 346	3	3	4	5	4	4	4	5	5	5	3	5	3	3	3	3
Visitante 347	5	3	4	3	3	4	3	5	3	3	3	5	3	5	4	4
Visitante 348	1	1	2	4	4	4	2	3	1	1	3	2	4	2	1	2
Visitante 349	1	5	1	4	2	3	4	4	1	1	3	3	4	5	2	3
Visitante 350	4	3	1	1	4	5	5	2	2	3	4	5	2	5	3	4
Visitante 351	4	3	4	5	5	5	4	5	3	4	4	3	5	5	5	5
Visitante 352	3	3	4	4	5	5	5	5	3	4	3	5	3	4	4	4
Visitante 353	3	5	5	4	5	3	3	3	3	3	4	5	3	3	4	4
Visitante 354	1	1	4	3	2	1	5	5	2	5	3	5	4	1	2	4
Visitante 355	5	1	1	2	5	1	5	3	1	2	2	4	4	3	1	2
Visitante 356	4	4	3	5	4	4	5	3	4	1	4	4	1	2	4	3
Visitante 357	5	3	4	2	2	3	1	5	4	3	3	5	2	4	4	4
Visitante 358	3	4	3	3	1	1	5	4	1	4	1	3	1	5	3	3
Visitante 359	5	5	1	4	3	3	3	1	3	4	2	1	2	1	2	1
Visitante 360	2	5	2	4	4	1	5	2	1	4	1	5	5	2	4	1
Visitante 361	4	1	4	5	2	1	1	2	2	5	3	5	3	4	2	5
Visitante 362	3	2	2	4	3	2	5	4	1	5	5	5	4	4	3	3
Visitante 363	3	1	1	4	2	5	4	2	3	1	5	2	5	1	2	2
Visitante 364	5	1	5	5	3	4	4	5	3	5	5	2	5	3	4	2
Visitante 365	5	5	2	2	5	5	3	5	3	3	5	3	4	3	1	1
Visitante 366	4	2	4	2	1	5	3	5	5	3	1	5	5	5	2	5
Visitante 367	2	2	3	4	2	3	3	2	3	3	4	2	5	2	2	5
Visitante 368	4	2	1	4	4	3	3	2	2	4	5	3	4	1	2	5

Informalidad en los servicios de las agencias de viajes y satisfacción del visitante en la ciudad de Tarapoto, 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

20%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	repositorio.unapiquitos.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	tesis.unsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	hotelperunews.com Fuente de Internet	1%
7	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.unasam.edu.pe Fuente de Internet	1%
9	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	

1 %

10

repositorio.uap.edu.pe

Fuente de Internet

1 %

11

www.coursehero.com

Fuente de Internet

1 %

12

emprendedorestv.pe

Fuente de Internet

<1 %

13

repositorio.autonoma.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

14

repositorio.upao.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

15

Submitted to Instituto Superior de Artes,
Ciencias y Comunicación IACC

Trabajo del estudiante

<1 %

16

Submitted to Submitted on 1687534402596

Trabajo del estudiante

<1 %

17

www.ecommercenews.pe

Fuente de Internet

<1 %

18

Submitted to unapiquitos

Trabajo del estudiante

<1 %

19

www.researchgate.net

Fuente de Internet

<1 %

20	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	<1 %
21	theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
22	prcp.com.pe Fuente de Internet	<1 %
23	www.atlastoursandtravels.com Fuente de Internet	<1 %
24	slidehtml5.com Fuente de Internet	<1 %
25	doaj.org Fuente de Internet	<1 %
26	siempremachupicchu.blogia.com Fuente de Internet	<1 %
27	www.ganar.com Fuente de Internet	<1 %
28	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
29	www.comexperu.org.pe Fuente de Internet	<1 %
30	moam.info Fuente de Internet	<1 %
31	repositorio.uss.edu.pe	

Fuente de Internet

<1 %

32

repositorio.lamolina.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

33

revele.uncoma.edu.ar

Fuente de Internet

<1 %

34

ri.ues.edu.sv

Fuente de Internet

<1 %

35

www.cefe.net

Fuente de Internet

<1 %

36

"HCI International 2022 – Late Breaking Papers: Interacting with eXtended Reality and Artificial Intelligence", Springer Science and Business Media LLC, 2022

Publicación

<1 %

37

Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga

Trabajo del estudiante

<1 %

38

www.ccpl.org.pe

Fuente de Internet

<1 %

39

Submitted to Submitted on 1686159454199

Trabajo del estudiante

<1 %

40

Submitted to Universidad Andina del Cusco

Trabajo del estudiante

<1 %

repository.ean.edu.co

41

Fuente de Internet

<1 %

42

transportesynegocios.wordpress.com

Fuente de Internet

<1 %

43

upc.aws.openrepository.com

Fuente de Internet

<1 %

44

www.camaralaspalmas.com

Fuente de Internet

<1 %

45

bibemp2.us.es

Fuente de Internet

<1 %

46

www.acceso.ya.com

Fuente de Internet

<1 %

47

www.coeticor.org

Fuente de Internet

<1 %

48

www.eluniversal.com

Fuente de Internet

<1 %

49

aws.amazon.com

Fuente de Internet

<1 %

50

cima.unav.edu

Fuente de Internet

<1 %

51

repositorio.continental.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

52

spectralink.polycom.com

Fuente de Internet

<1 %

53	vitrinaturistica.anato.org Fuente de Internet	<1 %
54	www.mgv-portal.eu Fuente de Internet	<1 %
55	archive.org Fuente de Internet	<1 %
56	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
57	cybertesis.uni.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
58	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
59	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
60	repositorio.udes.edu.co Fuente de Internet	<1 %
61	repositorio.unsaac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
62	repositorio.up.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
63	repositorio.upeu.edu.pe:8080 Fuente de Internet	<1 %
64	scielosp.org Fuente de Internet	<1 %

65 tesis.ucsm.edu.pe <1 %
Fuente de Internet

66 uifisi.unsm.edu.pe <1 %
Fuente de Internet

67 www.oei.org.co <1 %
Fuente de Internet

68 www.skyscrapercity.com <1 %
Fuente de Internet

69 www.viajes-venezuela.com <1 %
Fuente de Internet

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 10 words