UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

Oferta turística y formalización en los restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete – 2024

TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

AUTOR: Tania Akane Ramos Chuquispuma

ORCID: 0000-0001-8929-2916

ASESORA: Mg. Laura Vanessa Zamudio Ramírez

ORCID: 0009-0003-3083-8461

San Vicente de Cañete, 2026, Perú

Firmado digitalmente por: ÑAÑEZ SILVA Miriam Viviana FAU 20491363402 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/03/2026 16:58:42-0500

Dra. MiriamViviana Ñañez Silva

Presidenta

Firmado digitalmente por: LARICO QUISPE BERTHA NANCY FIR 40611975 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 04/03/2026 17:16:35-0500

Dra. Bertha Nancy Larico Quispe

Secretario

Firmado digitalmente por: PIZARRO OSORIO GIOVANNA ROCIO FIR 41670820 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 16/03/2026 09:27:14-0500

Mg. Giovanna Rocío Pizarro Osorio

Vocal

Mg. Laura Vanessa Zamudio Ramírez

Asesor

Dedicatoria

A mis padres, quienes, con su amor incondicional, esfuerzo constante me enseñaron el valor de la dedicación y la perseverancia. A mi familia, por ser mi fortaleza en los momentos más difíciles y mi inspiración para alcanzar mis metas. Y a mi enamorado, por su apoyo incondicional, paciencia y aliento en cada paso de este camino. Este logro es el reflejo del amor, la confianza y la motivación que siempre me ha brindado.

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la fortaleza, la salud y la sabiduría para culminar esta etapa tan importante en mi vida.

A la Universidad Nacional de Cañete, por brindarme las herramientas académicas y humanas necesarias para mi formación profesional. Agradezco también a los docentes que, con su compromiso y pasión, dejaron una huella significativa en mi crecimiento.

Índice de contenido

Caratula ..... **i**

Hoja del jurado ..... **ii**

Dedicatoria… ..... **iii**

Agradecimiento ..... **iv**

Índice ..... **v**

Lista de tablas ..... **vi**

Lista de figuras ..... **vii**

Resumen ..... **viii**

Abstrac ..... **ix**

Introducción ..... **x**

I. Planteamiento del problema **1**

1.1. Descripción de la realidad problemática **1**

1.2. Formulación del problema **3**

1.2.1. Problema general **3**

1.2.2. Problemas específicos **3**

1.3. Objetivos **3**

1.3.1. Objetivo general **3**

1.3.2. Objetivos específicos **3**

1.4. Justificación **4**

1.4.1. Justificación teórica **4**

1.4.2. Justificación practica **4**

1.4.3. Justificación metodológica **5**

1.5. Delimitación de la investigación **6**

1.5.1. Delimitación teórica **6**

1.5.2. Delimitación temporal **6**

1.5.3. Delimitación espacial **7**

II. Marco teórico y empírico **8**

2.1. Marco teórico **6**

2.1.1. Variable 1… **16**

A. Definición **16**

B. Dimensiones **16**

C. Indicadores **16**

D. Teoría **16**

2.2.2. Variable 2 ..... **23**

A. Definición **17**

B. Dimensiones **17**

C. Indicadores **17**

D. Teoría **17**

2.3. Antecedentes **31**

A. Antecedentes nacionales **32**

B. Antecedentes internacionales **34**

2.4. Definición de términos básicos **36**

III. Hipótesis y variables **39**

3.1. Hipótesis **39**

3.1.1. Hipótesis general **39**

3.1.2. Hipótesis específicas **39**

3.2. Definición conceptual de la variable **39**

3.3. Operacionalización de la variable **40**

IV. Diseño metodológico **43**

4.1. Tipo de investigación **43**

4.2. Diseño de investigación **43**

4.3. Método de investigación **44**

4.4. Población y muestra **44**

4.5. Lugar de estudio **46**

4.6. Técnicas e instrumentos de recojo de información **46**

4.7. Análisis y procesamiento de datos **50**

V. Resultados..... 51

VI. Discusión de resultados..... 64

VII. Conclusiones..... 69

VIII. Recomendaciones..... 81

IX. Referencias..... 57

X. Anexos..... 64

Índice de tabla

Tabla 1 ..... **41**

Operacionalización de las variables ***41***

Tabla 2 ..... **47**

Ficha técnica del instrumento sobre oferta turística ***47***

Tabla 3 ..... **47**

Ficha técnica del instrumento sobre formalización ***47***

Tabla 4 ..... **49**

Consolidado de la validez de expertos ***49***

Tabla 5 ..... **49**

Estadísticas de fiabilidad del instrumento de la variable oferta turística ***49***

Tabla 6 ..... **50**

Estadísticas de fiabilidad del instrumento de la variable formalización ***50***

Tabla 7 ..... **51**

Variable 1: oferta turística ***51***

Tabla 8 ..... **52**

Dimensión 1: calidad ***52***

Tabla 9 ..... **53**

Dimensión 2 sostenibilidad ***53***

Tabla 10 ..... **54**

Dimensión 3 accesibilidad ***54***

Tabla 11 ..... **55**

Variable 2: formalización de empresas ***55***

Tabla 12 ..... **56**

Dimensión 4 coordinación ***56***

Tabla 13 ..... **57**

Dimensión 5 gestión del conocimiento ***57***

Tabla 14 ..... **58**

Dimensión 6 fortalecimiento de capacidad ***58***

Tabla 15 ..... **59**

Pruebas de normalidad ***59***

Tabla 16 ..... **60**

Correlación de la variable 1 oferta turística y la variable 2 formalización de empresas ***60***

Tabla 17 ..... **60**

Correlación de la dimensión calidad y la variable formalización de empresas ***60***

Tabla 18 ..... **61**

Correlación de la dimensión sostenibilidad y la variable formalización de empresas ***61***

Tabla 19 ..... **62**

Correlación de la dimensión accesibilidad y la variable formalización de empresas ***62***

Índice de figura

Figura 1 ..... **21**

Clasificación de la oferta turística **21**

Figura 2 ..... **23**

La oferta turística **23**

Figura 3 ..... **29**

Estrategias para fomentar la formalización **29**

Figura 4 ..... **30**

Costos y beneficios de la formalización de una empresa **30**

Figura 7 ..... **51**

Oferta turística **51**

Figura 8 ..... **52**

Dimensión 1: calidad **52**

Figura 9 ..... **53**

Sostenibilidad **53**

Figura 10 ..... **54**

Accesibilidad **54**

Figura 11 ..... **55**

Variable 2: formalización de empresas **55**

Figura 12 ..... **56**

Dimensión 4 coordinación **56**

Figura 13 ..... **57**

Dimensión 5 gestión del conocimiento **57**

Figura 14 ..... **58**

Dimensión 6 fortalecimiento de capacidad **58**

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal determinar el nivel de relación entre la oferta turística y la formalización de los restaurantes en el distrito de San Vicente, Cañete, durante el año 2024. Este estudio surge debido a la problemática de la informalidad empresarial, que limita el desarrollo, la competitividad y la calidad de los servicios ofrecidos en el sector gastronómico, impactando negativamente la percepción de los turistas. Según el INEI (2023), más del 60 % de los restaurantes en Perú operan de manera informal, lo que dificulta su acceso a beneficios fiscales y programas de apoyo gubernamental.

En cuanto a la metodología, se optó por un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental – correlacional y la aplicación de encuestas estructuradas, validadas por expertos, para garantizar la confiabilidad de los datos. La población estuvo compuesta por los comensales del distrito siendo un total de 168, la muestra se seleccionó de manera no probabilística, específicamente un muestreo por conveniencia. Los resultados revelaron una correlación positiva moderada (ρ=0.303, p=0.000p) entre la oferta turística y la formalización, lo que indica en mejorar las dimensiones como la calidad, la sostenibilidad y la accesibilidad que tiene un impacto directo en la formalización empresarial.

Además, se encontró que el 64.7 % de los encuestados percibieron un nivel bajo de calidad en los servicios, mientras que el 50.9 % evaluó la sostenibilidad como baja, y el 62.3 % calificó la accesibilidad como media. Estos hallazgos resaltan la necesidad de implementar estrategias que fortalezcan estas dimensiones para promover la formalización

de los restaurantes, contribuyendo así al desarrollo turístico sostenible del distrito. En conclusión, el estudio no solo aporta al ámbito académico, sino que también genera propuestas prácticas para mejorar la competitividad y consolidar a San Vicente como un destino turístico sostenible y competitivo.

Palabras clave: Oferta turística, Formalización empresarial, Calidad, Sostenibilidad, Accesibilidad, Competitividad, Desarrollo económico, Turismo sostenible, Restaurantes turísticos y Barreras estructurales.

ABSTRACT

The main objective of this research is to determine the level of relationship between tourism offerings and the formalization of restaurants in the district of San Vicente, Cañete, during the year 2024. This study arises from the problem of business informality, which limits the development, competitiveness, and quality of services offered in the gastronomic sector, negatively impacting tourists' perceptions. According to the INEI (National Institute of Statistics and Census) (2023), more than 60% of restaurants in Peru operate informally, which hinders their access to tax benefits and government support programs.

Regarding the methodology, a quantitative approach was chosen, with a non-experimental correlational design and the application of structured surveys validated by experts to ensure data reliability. The population consisted of diners in the district, totaling 168, the sample was selected in a non-probabilistic manner, specifically a convenience sampling. The results revealed a moderate positive correlation (ρ=0.303, p=0.000p) between tourism offering and formalization, indicating that improving dimensions such as quality, sustainability, and accessibility has a direct impact on business formalization.

Furthermore, it was found that 64.7% of respondents perceived a low level of service quality, while 50.9% rated sustainability as low, and 62.3% rated accessibility as average. These findings highlight the need to implement strategies that strengthen these dimensions to promote restaurant formalization, thus contributing to the district's sustainable tourism development. In conclusion, the study not only contributes to the

academic field but also generates practical proposals to improve competitiveness and consolidate San Vicente as a sustainable and competitive tourist destination.

Keywords: Tourism offering, Business formalization, Quality, Sustainability, Accessibility, Competitiveness, Economic development, Sustainable tourism, Tourist restaurants, and Structural barriers.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar la relación entre la oferta turística y la formalización de los restaurantes en el distrito de San Vicente, Cañete, durante el año 2024. Este estudio surge de la necesidad de abordar la problemática de la informalidad empresarial, que afecta significativamente al sector turístico, limitando su desarrollo, competitividad en un mercado cada vez más globalizado y exigente.

En el Capítulo I, se expone el planteamiento del problema, donde se contextualiza la realidad problemática en torno a la informalidad empresarial en el sector gastronómico y su impacto en la oferta turística del distrito. Asimismo, se formulan los objetivos y las hipótesis, orientadas a identificar las interacciones entre la calidad, sostenibilidad, accesibilidad de los servicios turísticos y la formalización de los restaurantes.

El Capítulo II desarrolla el marco teórico y empírico, donde se definen las principales variables del estudio: oferta turística y formalización empresarial. Se exploran teorías fundamentales relacionadas con el turismo sostenible, la gestión de calidad, la sostenibilidad y la accesibilidad, además de conceptos vinculados a la formalización como gestión del conocimiento y fortalecimiento de capacidades. Este capítulo también incluye un análisis de antecedentes nacionales e internacionales, que proporcionan una base comparativa y refuerzan la relevancia de la investigación.

En el Capítulo III, se presentan las hipótesis y la operacionalización de las variables, especificando los indicadores y dimensiones que guiarán el análisis. Se detallan aspectos clave como calidad, sostenibilidad, accesibilidad para la oferta turística, y procedimientos legales, gestión del conocimiento y fortalecimiento de capacidades para la formalización.

El Capítulo IV describe el diseño metodológico, donde se opta por un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental. Se detalla la población, la muestra y los instrumentos utilizados para la recolección de datos, destacando la implementación de encuestas validadas por expertos para garantizar la confiabilidad y validez de los resultados.

El Capítulo V presenta los resultados, que evidencian la correlación entre la oferta turística y la formalización de los restaurantes, destacando cómo la formalización mejora la calidad percibida por los clientes, promueve prácticas sostenibles y facilita la accesibilidad.

En el Capítulo VI, se discuten los resultados en función de los hallazgos teóricos y empíricos, identificando las principales barreras y oportunidades para la formalización empresarial en el contexto de San Vicente.

Finalmente, los Capítulos VII y VIII incluyen las conclusiones y recomendaciones, donde se sintetizan los principales hallazgos de la investigación y se proponen estrategias prácticas para fomentar la formalización empresarial y fortalecer la oferta turística del distrito, contribuyendo así al desarrollo económico y social sostenible de la región.

En conclusión, este estudio no solo busca aportar al conocimiento académico, sino también generar propuestas concretas que promuevan la formalización y el desarrollo del turismo en el distrito de San Vicente, consolidándolo como un destino competitivo y sostenible en el ámbito nacional e internacional.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Uno de los principales desafíos del mercado actual es la informalidad de las empresas, ya que esta situación no solo frena su crecimiento, sino que también fomenta una competencia desorganizada y desleal. En este contexto, muchas organizaciones surgen como una alternativa al trabajo dependiente, buscando cubrir las necesidades básicas de una o varias personas. Sin embargo, esta condición no permite proyectar un desarrollo a largo plazo, como la consolidación de una marca o el reconocimiento en el ámbito empresarial, por ello es fundamental que la empresa sea competitiva y el paso clave para lograrlo es la formalización.

Desde una perspectiva internacional, la industria turística ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019), el turismo representaba el 10% del PIB mundial y generaba aproximadamente 1 de cada 10 empleos en el mundo. Sin embargo, la pandemia de COVID-19 en 2020 trajo una desaceleración abrupta, lo que expuso la vulnerabilidad del sector, especialmente para las pequeñas y medianas empresas, entre ellas los restaurantes turísticos, que enfrentaron grandes desafíos en términos de sostenibilidad y formalización.

Uno de los problemas que se ha identificado en diversas regiones del mundo es la falta de formalización de los negocios turísticos, especialmente en los sectores

gastronómicos, lo cual impide el acceso a beneficios fiscales, créditos y programas de apoyo gubernamental. En países como España y México, la formalización ha sido una meta prioritaria para garantizar la calidad del servicio turístico y la protección de los trabajadores.

En Perú, las empresas del sector turístico han atravesado cambios significativos tras el impacto del Covid-19, lo que ha aumentado la presión para mantener altos niveles de competitividad. Al mismo tiempo, la formalización se ha visto afectada negativamente, ya que muchas de estas organizaciones, tras haber cerrado por la crisis, reabrieron sus operaciones de manera informal para evitar los costos asociados al pago de impuestos. Esto las expone al riesgo de ser sancionadas por las autoridades fiscales del país correspondiente (Sociedad de Comercio Exterior del Perú, 2022).

El sector gastronómico desempeña un rol fundamental en la economía. Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2024), el país ha incrementado sus cifras de visitantes en los últimos años, contribuyendo con 3.9% del PIB nacional antes de la pandemia. Sin embargo, la informalidad sigue siendo un obstáculo. En el ámbito de la gastronomía, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2023) señala que más del 60% de los restaurantes en el país operan en la informalidad, lo que limita su crecimiento y los coloca en una situación de vulnerabilidad frente a regulaciones sanitarias y fluctuaciones económicas.

Ante esta realidad, en la provincia de Cañete, especialmente en el distrito de San Vicente, se ha identificado una creciente oferta turística, que incluye la apertura de restaurantes orientados a atraer a los turistas locales y extranjeros. No obstante, muchos de estos negocios operan sin cumplir con las normativas vigentes, lo que afecta tanto su desarrollo como la percepción de los turistas en cuanto a la calidad y seguridad de los servicios ofrecidos.

Un análisis detallado de estos aspectos permitirá identificar las barreras y desafíos que enfrentan estas empresas en su proceso de formalización, así como las áreas en las que pueden mejorar su competitividad. Este conocimiento será fundamental para diseñar políticas, programas que fomenten la formalización de las empresas turísticas en el distrito, promoviendo así un entorno empresarial más favorable, contribuyendo al desarrollo económico y social sostenible de la comunidad local.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera se relaciona la oferta turística y la formalización en restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete, 2024?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de servicios y la formalización en restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete, 2024?

¿De qué manera se relaciona la sostenibilidad y la formalización en restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete, 2024?

¿Cómo se relaciona la accesibilidad y la formalización en restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete, 2024?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar el nivel de relación que existe entre la oferta turística y la formalización en restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete, 2024.

1.3.2. Objetivos específicos

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicios y la formalización en restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete, 2024.

Establecer la relación que existe entre la sostenibilidad y la formalización en restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete, 2024.

Determinar la relación que existe entre la accesibilidad y la formalización en restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete, 2024.

1.4. Justificación

1.41. Justificación teórica

Este estudio se fundamenta en teorías relacionadas con la formalización empresarial y el desarrollo del turismo sostenible, las cuales establecen que es un factor crucial para la competitividad, especialmente en el sector turístico. En el contexto del turismo gastronómico, autores como Velasco (2016) ha señalado que, la implementación de estrategias formales no solo mejora la calidad del servicio, sino que también contribuye a la sostenibilidad a largo plazo de los negocios.

Este trabajo busca aportar a esta discusión teórica analizando ¿cómo la formalización en los restaurantes turísticos del distrito de San Vicente, Cañete, impacta en la oferta turística y en el desarrollo local? De este modo, se pretende enriquecer el debate académico sobre la relación entre legalización y turismo, con especial énfasis en los mercados emergentes de normatividad.

En un contexto globalizado, es crucial que San Vicente de Cañete sea competitivo en el mercado turístico. La formalización de las empresas turísticas ayudará a cambiar la importancia de las funciones ofrecidas, ampliar la confianza del turista para fortalecer la posición del distrito como destino turístico de calidad.

1.4.2. Justificación practica

A nivel práctico, este estudio proporciona un análisis detallado de la situación actual de los restaurantes turísticos en San Vicente, Cañete, identificando las barreras y oportunidades que enfrentan para formalizarse. Los resultados ofrecen recomendaciones

concretas que podrán ser implementadas por los propietarios de los restaurantes, organismos gubernamentales y entidades reguladoras para fomentar un mayor nivel de formalización en el sector. Esto es útil no solo para mejorar la competitividad de los restaurantes, sino también para fortalecer la oferta turística de la provincia, lo que generará un impacto positivo en la economía local a través de un empleo formal, el acceso a créditos, mejora en la percepción de los turistas sobre la calidad, seguridad de los servicios y al operar un marco legal esto hará cumplir regulaciones ambientales, donde las empresas pueden contribuir a la protección de los recursos culturales y naturales, evitando el deterioro del entorno. Asimismo, se espera que la investigación contribuya a fortalecer la economía local a través del turismo competitivo, atrayendo a más visitantes y generando mayores ingresos para la comunidad.

1.4.3. Justificación metodológica

La metodología de este estudio se basa en un enfoque cuantitativo, empleando encuestas los comensales de restaurantes turísticos en San Vicente, además de análisis documentales y revisiones de datos del (INEI) y (MINCETUR). La recolección de datos se lleva a cabo con técnicas que aseguren la confiabilidad y validez de los resultados, lo que garantiza la factibilidad de ejecución del proyecto. Los resultados obtenidos pueden ser utilizados para diseñar estrategias específicas que promuevan la formalización de los restaurantes turísticos, generando un marco de referencia útil para políticas públicas locales y regionales que impulsen el desarrollo sostenible en el sector.

Es fundamental que la información resultante de esta investigación se ponga a disposición del público, ya que revela el progreso de la oferta turística y el proceso de formalización en el distrito de San Vicente. Además, los resultados son valiosos para las autoridades locales y nacionales, ya que permie identificar áreas clave en las que intervenir para regularizar el sector, potenciando el turismo sostenible en la provincia.

1.5. Delimitación de la investigación

1.5.1. Delimitación teórica

Este estudio se enfoca en dos aspectos clave que son fundamentales para comprender el panorama turístico en el distrito de San Vicente de Cañete: la oferta turística y la formalización de empresas turísticas.

Oferta Turística: Este concepto abarca una amplia gama de elementos que contribuyen a la experiencia turística en San Vicente de Cañete. Incluye los recursos naturales, culturales e históricos que atraen a los visitantes, así como los servicios disponibles para satisfacer sus necesidades durante su estadía. La oferta turística no solo comprende los destinos turísticos, las actividades recreativas, sino también los servicios de alojamiento, gastronomía, transporte y guía turística, entre otros.

Formalización en restaurantes: Este aspecto se refiere al proceso por el que los restaurantes turísticos en San Vicente de Cañete obtienen la autorización legal y cumplen con los requisitos administrativos para operar regularmente, según la ley incluye la obtención de licencias, registros y permisos, la adhesión a regulaciones específicas relacionadas con el turismo, la seguridad, la calidad de servicio, la preservación del entorno natural y cultural.

Delineando estos aspectos teóricos, este estudio propone analizar cómo la interacción entre la oferta turística y la formalización de empresas turísticas impacta en el desarrollo turístico sostenible del distrito de San Vicente de Cañete, con una visión integral de desafíos y oportunidades en el sector.

1.5.2. Delimitación temporal

El enfoque temporal de este estudio se centra en el 2024. Durante este lapso, se identifica el producido cambio significativo en el panorama turístico y empresarial en el distrito de San Vicente de Cañete, que lo convierte en un periodo relevante para el análisis.

Se examina eventos, políticas gubernamentales, cambios económicos y sociales, así como iniciativas locales que hayan influido en la oferta turística y la formalización de empresas turísticas en el área.

1.5.3. Delimitación espacial

Este estudio examina la oferta turística y la formalización en restaurantes turísticas dentro de los límites geográficos de este distrito. Esto incluye la exploración de sus atracciones turísticas, los servicios disponibles, la infraestructura turística, así como el grado de formalización y cumplimiento de las empresas relacionadas con el turismo.

Esta delimitación espacial garantiza un enfoque específico y detallado en la situación turística y empresarial de San Vicente de Cañete. Esto permite una comprensión más precisa de los desafíos y oportunidades en este contexto particular, lo que a su vez facilitará la formulación de estrategias y políticas más efectivas para el desarrollo turístico sostenible en la zona.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO

2.2. Marco teórico

2.2.1. Variable 1: Oferta turística

A. Definición

La oferta turística se define como un conjunto integrado de elementos diseñados para satisfacer las expectativas y necesidades de los turistas, porque va más allá de la simple acumulación de productos turísticos o no turísticos, así como de la imagen general de un destino. Su objetivo principal es proporcionar al turista una experiencia memorable y satisfactoria durante su estancia, que resulta fundamental analizarla desde diversas perspectivas, como la conceptualización de diferentes autores, los componentes que la constituyen, sus atributos distintivos, su clasificación, tendencias futuras y los patrones de comportamiento actuales.

Según Cedeño (2022), la oferta turística comprende todos los servicios que ofrecen bienes o productos dirigidos específicamente al turista, adaptándose a sus demandas particulares. Esto implica una variedad de productos que captan el interés del turista, ya sea para experimentar nuevas vivencias o para continuar disfrutando de aquellas que le resultan placenteras. Entre los elementos fundamentales de esta oferta están los servicios básicos como alojamiento, transporte y alimentación, además de los atractivos turísticos que también son parte integral de la experiencia.

Por otro lado, Horna (2022), señala que la oferta turística comprende los servicios proporcionados por los componentes de la infraestructura turística, así como algunos bienes no turísticos que son comercializados a través del sistema turístico. Esta definición implica que la oferta está conformada por la infraestructura y los servicios turísticos, excluyendo los recursos turísticos no desarrollados específicamente para el turismo, así como los servicios destinados originalmente a la población pero que también son utilizados por los turistas.

Asimismo, Maya (2023), señala que, al referirnos a la oferta turística, es esencial tener en cuenta la intervención crucial del medio ambiente, ya que este es fundamental para la existencia de los atractivos turísticos. Esto se complementa con la participación de prestadores de servicios, miembros de comunidades locales, entidades gubernamentales, quienes tienen la responsabilidad de desarrollar y organizar productos. Sin embargo, es importante destacar que la explotación irresponsable de estos recursos puede tener consecuencias negativas tanto para el medio ambiente como para la propia industria turística a largo plazo.

La oferta turística se refiere a la variedad de productos y servicios presentados en un espacio geográfico específico, diseñados para convencer las necesidades, anhelo de los turistas, con un enfoque en ofrecer experiencias únicas y satisfactorias durante su estancia. Al destacar que esta se concentra en proporcionar experiencias únicas y satisfactorias, se enfatiza la importancia de la originalidad en la industria del turismo (Socateli, 2013; Gonzales, 2014; Martínez, 2022). Además, Chávez y Palacios (2022), nos dicen que engloba una amplia gama de servicios dirigidos a los visitantes, como restaurantes, empresas de viajes, proveedores de transportes aéreos y establecimientos de hospedaje.

Por otro lado, Balda (2020) indica que, en un lugar turístico, la variedad de opciones ofrecidas a los visitantes va más allá de simplemente sumar los productos

turísticos disponibles. Representa un conjunto integrado que incluye tanto productos turísticos como servicios asociados, como elementos no relacionados con el turismo, como la percepción del destino. Es importante considerar que residentes o visitantes no vinculados con la actividad turística también pueden utilizar la oferta turística, lo que justifica la inclusión del término usuario turístico en la definición.

Por lo tanto, es crucial identificar los diferentes tipos de oferta disponibles. En relación con este aspecto, Quesada (como se citó en Rado 2022) señala que hay dos categorías de oferta:

La oferta turística básica: Esta categoría incluye bienes y servicios que son exclusivamente turísticos. Ejemplos de estos son el alojamiento, las agencias de viajes y los cruceros.

La oferta turística complementaria: Esta categoría está compuesta por bienes que no son exclusivamente turísticos, pero que son demandados por los turistas y complementan la experiencia turística. Ejemplos de esto incluyen actividades deportivas, opciones comerciales y la infraestructura vial.

En conclusión, la oferta turística es mucho más que una simple acumulación de servicios y productos. Es un elemento fundamental que impulsa la industria del turismo al proporcionar a los viajeros una variedad de opciones adaptadas a sus preferencias individuales, ya que los turistas no solo buscan disfrutar de los atractivos turísticos tradicionales, sino que también desean explorar la cultura local, participar en actividades recreativas y experimentar la autenticidad del destino que visitan.

B. Dimensiones

Calidad

La calidad en el sector turístico se guía mediante sellos y certificaciones tanto a nivel nacional como internacional. Estas certificaciones establecen directrices prioritarias

para una gestión de calidad adecuada en los sectores que ofrecen servicios turísticos, proporcionando una herramienta para optimizar los recursos involucrados y garantizar resultados satisfactorios, de esta manera para abordar la calidad turística de manera efectiva, es fundamental analizar el contexto social, económico y ambiental en el que se desarrollan las actividades turísticas.

El concepto de calidad en relación con productos y servicios tiene sus raíces en la Europa medieval, cuando los artesanos comenzaron a organizar formas incipientes de cooperación, dando origen a lo que luego se conocería como gremios. El objetivo de estos gremios era establecer normas de calidad para los productos. Para garantizar el cumplimiento de estas normas, se crearon comités de inspección, quienes otorgaban una marca de calidad a los productos bien elaborados. Los artesanos, a su vez, colocaban una segunda marca para indicar que habían sido los fabricantes originales (Arias, 2020).

Por otra parte, Cucho (2021), nos indica que la calidad es una herramienta que una organización puede implementar de manera confiable y sostenida en el tiempo, reflejando el desempeño de los trabajadores. Es una forma de guiar a una empresa hacia el liderazgo en un mercado, y es una cualidad que se perfecciona con el tiempo, derivada del término latino "Qualitas", que se refiere a la forma de ser con respecto a nuestros semejantes. Para mirar al futuro comprende las características y necesidades de los clientes, se utilizan estrategias y habilidades para satisfacerlos; se fundamenta en las características del producto que satisfacen las necesidades del cliente y en la atención adecuada que se le brinda.

En cambio, Manolachi (2021), expresa que la percepción de la calidad puede variar considerablemente entre diferentes personas. Para algunos, la calidad puede asociarse sobre todo con el precio, y para otros puede ser más importante la atención al cliente y el

servicio recibido. Según la definición (RAE), la calidad refiere adecuación de un producto o servicio a las características especificadas, implicando superioridad y excelencia.

Actualmente, el concepto de calidad evoluciona, especialmente por los cambios en las expectativas de los clientes turísticos. Para ellos, la calidad no se limita únicamente al precio, sino que también consideran otros aspectos como el destino en sí mismo, la capacidad de una empresa para fidelizar a sus clientes, así como la experiencia de viaje en términos de evitar la masificación y disfrutar de lugares tranquilos. Esta ampliación de la percepción de la calidad refleja la importancia creciente de aspectos como la experiencia global del cliente y la sostenibilidad en el turismo.

Por ende, López (2021), sostiene que la calidad se ha transformado en la estrategia primordial de las empresas turísticas, actuando como un factor diferenciador crucial en el entorno altamente competitivo del sector. Durante varios años, el sector turístico ha experimentado un proceso de cambio significativo, donde la calidad se ha vuelto uno de los aspectos más valorados tanto por los turistas como por las organizaciones turísticas.

En este contexto, la calidad de los servicios ha adquirido una importancia primordial, relacionada con los cambios en la sociedad. Además, es un factor competitivo para las pequeñas y medianas empresas, impulsando el uso de herramientas e instrumentos que garanticen la calidad de manera estable, sistemática y continua mediante una gestión adecuada. En el sector turístico es un elemento dinámico que se adapta a las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes; su adecuada gestión es primordial para reforzar la satisfacción y competitividad del mercado actual.

Sostenibilidad

La sostenibilidad se define como la práctica que busca satisfacer las necesidades de los visitantes y las de las regiones receptoras, y preserva los aspectos culturales, la integridad de los entornos naturales y la diversidad biológica para las generaciones futuras.

La interconexión entre el turismo, la sostenibilidad es esencial para comprender los impactos del turismo en el desarrollo económico, social y ha sido un punto central en las discusiones, debates sobre la naturaleza compleja del turismo.

La sostenibilidad en el ámbito turístico abarca más que simplemente la protección del entorno natural. También implica la conservación y respeto hacia el patrimonio cultural y natural, así como el impulso del desarrollo económico y social tanto en el destino turístico como en la comunidad local. Para lograr esto, es fundamental contar con políticas de turismo sostenible respaldadas por un sistema completo de conocimiento turístico (OMT, 2021).

El turismo sostenible se caracteriza por satisfacer las necesidades actuales de las regiones y los turistas, y por proteger y mejorar las oportunidades para el futuro. Esta definición, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), establecida en 1993, resalta la importancia de gestionar los recursos de manera responsable para atender las necesidades económicas, sociales y estéticas, mientras se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (Calizaya, 2023).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo sostenible se caracteriza por ascender futuras y presentes, sociales y ambientales, para una mejor perspectiva de los visitantes, la habilidad, de las comunidades principales del entorno. Este enfoque se fundamenta en tres principios clave:

i) Utilizar los recursos ambientales, fundamentales para el desarrollo turístico, preservando los procesos ecológicos esenciales y contribuyendo a la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

ii) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades locales, conservar su patrimonio cultural y valores tradicionales, y fomentar la interculturalidad, la diversidad y la tolerancia activa.

iii) Garantizar la viabilidad económica a largo plazo es fundamental para la sostenibilidad de cualquier actividad turística, ya que permite que los beneficios obtenidos no sean únicamente inmediatos, sino que se mantengan en el tiempo y generen un impacto positivo en las comunidades receptoras.

Estos principios forman la base de las prácticas y políticas destinadas a promover un turismo sostenible que beneficie a todas las partes involucradas y que sea compatible con el desarrollo sostenible a nivel global (OMT, 1995 y PNUMA, 2006).

Dado que, el reconocimiento de la importancia creciente de la sostenibilidad en el turismo es evidente en el artículo de García (citado en Martínez, 2022), donde se destaca que el sector turístico está tomando conciencia de la necesidad de adoptar prácticas más sostenibles. Este reconocimiento surge debido a los impactos negativos que la actividad turística ha generado en los ecosistemas de los destinos receptores, especialmente en áreas urbanas donde el turismo de masas, como el turismo de sol y playa, es común.

Por esta razón el análisis del sector de restauración permitirá examinar cómo las prácticas actuales afectan la sostenibilidad local, qué medidas pueden implementarse para mitigar los impactos negativos y promover prácticas más responsables. Esto incluye aspectos como la gestión de residuos, el uso eficiente de recursos como el agua, la energía, promoción de alimentos locales y sensibilización de los actores involucrados sobre la importancia de la sostenibilidad en sus operaciones.

Accesibilidad

Inicialmente, el concepto de accesible se limitaba a actividades recreativas desarrolladas mediante el tiempo libre por seres humanos con discapacidad, lo que

permitiría integrarse plenamente y obtener satisfacción tanto a nivel individual como social. Este enfoque implicaba una exoneración de barreras en diversos espacios, servicios turísticos y ámbitos, facilitando así la independencia de las personas con discapacidad y mayores a través de productos y servicios universales.

Con el tiempo, el concepto de la sostenibilidad del turismo ha ido creciendo para abarcar no solo a las personas con discapacidad, sino también a la creación de un entorno turístico que garantiza la accesibilidad para todos los ciudadanos, independientemente de sus limitaciones físicas, discapacidad o edad. Esta evolución busca beneficiar a toda la población, promoviendo un diseño inclusivo para todos, conocido como diseño universal, como medio para lograr la accesibilidad en los destinos turísticos, productos y servicios.

Por esa razón, Valdivia (2023) menciona que, en la actualidad, el enfoque hacia la accesibilidad en el turismo inclusivo se ha beneficiado del aprendizaje adquirido a lo largo de la historia. Por lo tanto, la principal diferencia entre los primeros y los últimos trabajos de investigación radica en cómo abordar los distintos tipos de movilidad para garantizar el acceso adecuado a la población con discapacidad. Esta variable crucial ha experimentado cambios constantes en las últimas dos décadas, relacionados con aspectos como la viabilidad, la accesibilidad y el diseño.

Sin embargo, Collazos (2020) dice que es fundamental reconocer para las personas con discapacidad, hospedarse en un hotel accesible no debería considerarse un privilegio, sino una necesidad básica. La capacidad de movilizarse y realizar actividades con facilidad es limitada para estas personas, por lo que es crucial que todos los individuos, independientemente de su condición, puedan disfrutar de unas vacaciones libres de obstáculos y restricciones. Los hoteles accesibles desempeñan un papel crucial en este sentido, ya que representan el primer contacto de un turista con su destino y pueden influir significativamente en su experiencia general de viaje. Por tanto, es esencial destacar la

importancia de garantizar la accesibilidad en los hoteles, ya que mejora la experiencia del turista y también puede impulsar su disposición para explorar y disfrutar de otros aspectos del destino visitando.

Por otro lado, Tinco (2021) señala al turismo accesible como el esfuerzo por asegurar que los destinos turísticos, productos y servicios sean accesibles para todas las personas, sin importar sus limitaciones físicas, discapacidades o edad, abarca lugares de interés turístico públicos y privados. Las mejoras en accesibilidad no solo benefician a las personas con discapacidad física permanente, sino también a padres con niños pequeños, viajeros mayores y personas con lesiones temporales, como una pierna rota, así como a quienes los acompañan en el viaje.

C. Indicadores

Innovar

Innovar implica tomar lo que ya existe y crear una versión mejorada que satisfaga las necesidades del consumidor, así como desarrollar nuevos productos que destaquen en el mercado. Es un proceso que implica producir, asimilar, explotar de manera adecuada el producto, introduciendo nuevas características y mejoras. En este proceso de innovación, es crucial tener en cuenta aspectos tecnológicos y financieros que permitan el desarrollo o mejora del producto.

La capacidad de innovación se vuelve fundamental para el desarrollo y la permanencia de las entidades, destacando su importancia, de manera particular, en el ámbito empresarial relacionado con el turismo. No obstante, según Sawhney, Verona y Prandelli (2005), en un contexto empresarial caracterizado por su dinamismo, se hace imperativo que las organizaciones aprovechen al máximo sus habilidades y recursos tecnológicos, enfocándose en la implicación activa de sus clientes y colaboradores en la

concepción de productos innovadores. Esto se logra mediante una plataforma interactiva que facilita la colaboración, con el objetivo de mantener una ventaja competitiva sólida.

Por su parte, Delgado et al. (2018) proponen una definición del concepto que implica la capacidad de una organización para asimilar, integrar y modificar recursos específicos, tales como su estructura organizativa, su capital humano y sus relaciones, con el fin de generar un valor que sobrepase el estándar del mercado.

La actividad de innovación conduce a resultados tangibles y prácticos. En este proceso se engloban una variedad de acciones, como investigaciones científicas, avances tecnológicos, diseños experimentales, pruebas de concepto y otras iniciativas destinadas al desarrollo de innovaciones en la prestación de servicios, producción y consumo. Desde una perspectiva económica, la innovación constituye el fundamento del desarrollo económico. Los emprendedores, al generar innovación, buscan superar a sus competidores y crear algo único y novedoso. Sin embargo, al igual que cualquier otra actividad en un entorno de mercado, la innovación sigue un ciclo caracterizado por etapas de creación, implementación y eventual evolución (Pachacama, 2023).

En última instancia, la innovación no solo impulsa el desarrollo económico de las organizaciones, sino que también les permite diferenciarse y superar a sus competidores, proporcionando valor añadido a sus clientes y contribuyendo al crecimiento sostenible de la industria turística.

Infraestructura

La infraestructura es fundamental para el desarrollo del turismo, un sector que ha adquirido una importancia creciente a nivel global. Esta infraestructura es indispensable para facilitar y promover el turismo en una región determinada. El turismo, como actividad económica, ha sido objeto de diversas experiencias y enfoques en todo el mundo. Se ha consolidado como un fenómeno social de gran relevancia y su impacto económico es

evidente a nivel internacional, ya que contribuye de manera directa al crecimiento económico de los países.

De esta manera, la infraestructura de un país abarca una serie de componentes interrelacionados que facilitan a los visitantes llegar a su destino, entrar y disfrutar de sus atracciones turísticas, contribuyendo así a que su experiencia de viaje sea satisfactoria. Este conjunto de elementos se considera esencial ya que proporciona los bienes, servicios necesarios para garantizar la comodidad y el disfrute durante el viaje; puede dividirse en varias categorías principales, que incluyen la red de transporte, las terminales terrestres, aéreas y marítimas, las redes de servicios básicos y las redes de comunicaciones (SENARTUR, 2022).

De tal modo, Cárdenas y Zambrano (2023) lo definen como el conjunto de bienes y servicios disponibles en un área geográfica que respaldan sus actividades sociales y económicas, que influyen en el desarrollo del turismo. Este conjunto incluye diversos elementos, entre los que se encuentran:

Servicios básicos: agua, electricidad, teléfono, recolección de basura y red sanitaria, fundamentales para satisfacer las necesidades diarias de residentes y visitantes.

Transporte: Que engloba puertos, aeropuertos, sistemas de autobuses, taxis y otros medios de transporte que facilitan la movilidad tanto local como internacional.

Vías de comunicación: Que comprenden las rutas existentes y su estado de conservación, siendo cruciales para el acceso a los destinos turísticos y la conectividad entre ellos.

Servicios complementarios: Como el comercio, la atención médica, la educación y las comunicaciones, que contribuyen a enriquecer la experiencia turística y mejorar la calidad de vida de la población local.

Netto y Guilherme en su libro Teoría del Turismo: Conceptos y modelos determina que infraestructura turística:

Los sistemas de soporte son fundamentales para facilitar la vida tanto en el ámbito público como en el privado dentro de una sociedad. Estos sistemas comprenden equipamientos que los turistas utilizan desde que salen de sus lugares habituales de residencia hasta que llegan a su destino y regresan a casa. Incluyen una amplia gama de servicios como transporte, alojamiento, alimentación, entretenimiento y otros necesarios para satisfacer las necesidades de los viajeros durante su experiencia turística.

Esta infraestructura abarca varios componentes relacionados, como servicios básicos, transporte, vías de comunicación y complementarios. Todos estos elementos son cruciales para garantizar la comodidad y el disfrute de los visitantes durante su viaje. Además, la infraestructura turística no solo impulsa el crecimiento económico de los países, sino que también mejora la calidad de vida de la población local al enriquecer la oferta de servicios y facilitar la vida diaria.

Teorías

Se destaca cómo la oferta turística va más allá de la mera provisión de servicios y productos, constituyendo un conjunto integrado de elementos diseñados para satisfacer los deseos y mejorar la experiencia de los turistas. Además, se enfatiza la inclusión de elementos no exclusivamente turísticos, lo cual subraya la interconexión de la experiencia de viaje, la importancia de ofrecer opciones variadas y completas a los viajeros. Este análisis profundiza en la comprensión de la oferta turística, destacando su papel crucial en la industria del turismo para garantizar la satisfacción del turista y promover el desarrollo sostenible de los destinos.

Teoría convencional de la oferta turística

Pesantes (2018), este enfoque integrador permite una comprensión más completa y holística del turismo como fenómeno económico y social, reconociendo la interacción dinámica entre la oferta y la demanda, lo determina lo siguiente:

La teoría convencional de la oferta turística surge como respuesta a la visión predominante centrada en entender el turismo desde la perspectiva de la demanda, enfocándose en los comportamientos, preferencias y decisiones de los turistas. Esta nueva teoría reconoce que la oferta turística, incluyendo los atractivos, servicios y infraestructura disponibles en un destino, también desempeña un papel crucial en la configuración del turismo.

Influenciada por la demanda: La teoría convencional de la oferta turística no desplaza por completo el enfoque tradicional de la demanda, sino que más bien lo complementa. Reconoce que la configuración de la oferta turística es influenciada directamente por las demandas y expectativas de los turistas. Esto implica que la planificación y desarrollo de destinos turísticos deben considerar tanto las características de los turistas como las capacidades y recursos disponibles en el destino.

Enfoque multidimensional: Al caracterizar la teoría convencional del turismo como multisectorial, se reconoce que la oferta turística abarca múltiples sectores y áreas de actividad económica y social. Esto incluye desde la gestión de recursos naturales y culturales hasta el desarrollo de servicios de hospitalidad y la infraestructura de transporte, todos los cuales contribuyen a la experiencia turística global.

Una proposición de Stavrakis (1979) (citado por Muñoz, 1992) señala:

Dependencia de la demanda turística: La demanda turística está influenciada por dos puntos principales: las características de los turistas y la oferta turística disponible, junto con el costo del desplazamiento. Esto sugiere que la decisión de viajar y las preferencias de

los turistas están vinculadas a lo que los destinos turísticos ofrecen y a la accesibilidad económica de llegar a esos destinos.

Aporte a la teoría de la oferta turística: Este enfoque contribuye a la teoría de la oferta turística al destacar que la oferta (los atractivos, servicios, infraestructura) no solo es una entidad estática, sino que interactúa dinámicamente con las preferencias cambiantes y las decisiones de los turistas. Esta interacción puede ser compleja y multifacética, afectando cómo se desarrollan y promueven los destinos turísticos.

Segmentación del mercado turístico: Los factores como la ubicación geográfica, el comportamiento del consumidor, el perfil socioeconómico y otros, son clave para segmentar el mercado turístico. Estos criterios permiten entender mejor las preferencias de los diferentes segmentos de turistas y adaptar las ofertas turísticas de manera más efectiva para satisfacer sus necesidades específicas.

Figura 1

Clasificación de la oferta turística



Nota. La imagen representa los principales elementos que conforman la oferta turística en un destino: el patrimonio turístico como eje central, complementado por servicios de alojamiento, restauración, equipamiento, complementos y operadores turísticos, los cuales permiten brindar al visitante una experiencia integral. Fuente: Lineamientos clásicos de la oferta de Stavrakis (1979).

La oferta turística se fundamenta para crear productos turísticos a nivel macroeconómico, compuestos por subproductos como patrimonio cultural, alojamiento,

restauración, entre otros. Estos subproductos también pueden ser considerados productos turísticos en un sentido microeconómico.

Elementos que integran la oferta turística

Según Leiper (1990), La oferta turística se compone de tres elementos fundamentales: los atractivos turísticos, las actividades turísticas, la planta e infraestructura turística. Estos elementos están interrelacionados y la falta de cualquiera de ellos puede dificultar o incluso impedir el desarrollo de una experiencia turística completa. Sin embargo, hay un elemento que activa todo este proceso.

Covarrubias (2015), En la oferta turística participan el medio ambiente y tres grupos principales de actores: los prestadores de servicios, las comunidades locales y las autoridades de los tres niveles de gobierno. En un destino que busca desarrollar el turismo a gran escala, es crucial considerar estos factores para ofrecer la mejor experiencia a los consumidores:

Medio ambiente: Provee los recursos naturales que son la base del atractivo turístico.

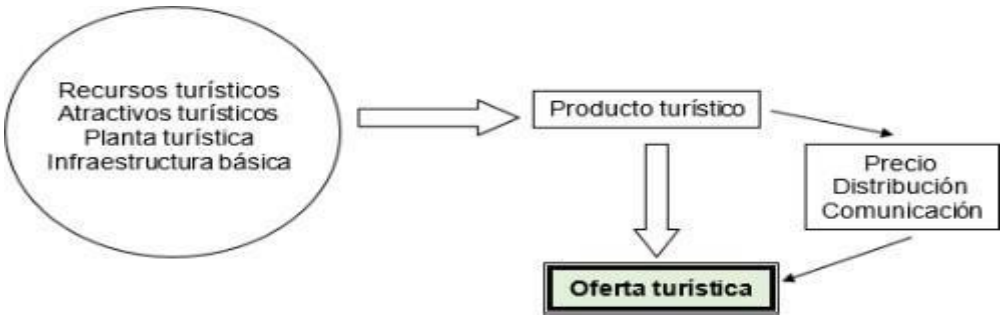
Comunidades locales: Aportan riquezas culturales y talento humano para la prestación de servicios turísticos.

Autoridades: Responsables de la infraestructura básica y de establecer políticas legales que aseguren la seguridad tanto para los visitantes como para la población local.

Estos actores colaboran para asegurar que la oferta turística sea adecuada y sostenible, promoviendo así el desarrollo económico y social del destino.

Figura 2

La oferta turística



Nota. El gráfico muestra cómo los recursos, atractivos, planta turística e infraestructura básica se transforman en un producto turístico, el cual, mediante estrategias de precio, distribución y comunicación, da origen a la oferta turística que llega al consumidor. Fuente: Lineamientos clásicos de la oferta de Stavrakis (1979).

2.2.2. Variable 2: Formalización

A. Definición

La formalización es crucial, ya que contribuye a la eficiencia y productividad económica, beneficiando tanto al Estado con el aumento de los ingresos fiscales, como a la sociedad en general al fortalecer la estructura económica y social del país. Para formalizar una empresa, esta debe pasar por el proceso de registro ante las autoridades estatales, lo que establece su existencia legal y facilita la recaudación de impuestos. Este proceso es fundamental para acceder a una serie de servicios esenciales que impulsan la competitividad, sostenibilidad y rentabilidad del negocio.

Además de permitir el acceso a nuevos mercados y la colaboración con otras empresas, la formalización facilita la visibilidad en los mercados nacionales e internacionales y el acceso al sistema financiero. Dentro del proceso de formalización se incluyen varios tipos, como la formalización jurídica, tributaria y laboral, que cubren todos los trámites necesarios para asegurar el cumplimiento legal de la empresa, incluyendo la regularización fiscal, la contratación de empleados, el inicio de operaciones

y la realización de transacciones comerciales (De Loayza, 2022; García y Porras, 2022; Cueva y Periche, 2022).

Estos aspectos incluyen la seguridad social tanto para el empresario como para sus empleados, obligaciones tributarias, mantenimiento de registros contables y cumplimiento de requisitos normativos específicos para su actividad económica. Formalizarse implica integrarse a la economía formal, abarcando diversas dimensiones como el registro, la obtención de licencias a nivel nacional, provincial y municipal, el cumplimiento de la legislación fiscal y laboral vigente. Aunque las empresas pueden crecer y prosperar, a veces esto puede implicar la pérdida de flexibilidad debido a la adopción de características más rígidas para cumplir con las normativas establecidas (Tarazona, 2020; Rojas, 2021 y Torres, 2021).

La formalización empresarial implica el reconocimiento por parte de los clientes y una reputación favorable para la venta de productos comerciales, y contribuye a que la sociedad percibe mejor. Este proceso es gradual y puede incluir, por ejemplo, la obtención de una licencia municipal de funcionamiento antes de realizar los registros pertinentes en la agencia tributaria, la oficina de empleo y la seguridad social (Celis, 2021 y Torres, 2022).

B. Dimensiones

Gestión del conocimiento

Es una disciplina fundamental en el ámbito empresarial que se enfoca en, capturar, identificar, compartir, almacenar y utilizar el conocimiento dentro de una entidad para mejorar su habilidad y alcanzar sus objetivos estratégicos. En un entorno cada vez más competitivo, dinámico, el conocimiento se ha convertido en uno de los activos más valiosos de una empresa. La gestión efectiva de este conocimiento permite a las organizaciones aprovechar su experiencia colectiva, promover la innovación, facilitar

la toma de decisiones informadas y responder de manera ágil a los cambios del mercado y del entorno.

La gestión del conocimiento es clave para orientar los cambios en las organizaciones educativas, que son cruciales en la formación de nuevos profesionales y mantienen la coherencia en sus estructuras para preservar las características esenciales del sistema educativo. Esto implica crear un entorno laboral que facilite a todos los empleados la generación de ideas y la proposición de soluciones a los desafíos empresariales. Además, abarca el descubrimiento, disponibilidad, facilitación del desarrollo efectivo y difusión del conocimiento. (Ureña et al., 2021).

Este enfoque se centra en promover y facilitar las operaciones que transforman el conocimiento en innovación, tanto en productos como en servicios. Mejora diversos aspectos clave del rendimiento organizacional, como la creatividad, la eficacia operativa, la mejora de los productos y servicios. Se considera que el conocimiento es una combinación dinámica de experiencias, valores, información contextual y perspicacia, que proporciona una estructura para evaluar e incorporar nuevas experiencias e información (Prieto et al, 2017; Zumba et al., 2021 y Martínez, 2021).

Fortalecimiento de capacidad

La capacitación del personal implica el fortalecimiento y crecimiento de las habilidades individuales y grupales dentro de una organización. Por lo tanto, la necesidad de capacitar a los trabajadores para su progreso profesional se vuelve cada vez más imperativa en todos los niveles. Este proceso de aprendizaje está dirigido a la especialización y adquisición de competencias necesarias para enfrentar los cambios constantes.

Conjunto de conocimientos adquiridos por una empresa a través de su experiencia, permitiendo a los líderes enfrentar desafíos con determinación y sabiduría en

todos los ámbitos de la organización. Estas habilidades son un factor crucial para el crecimiento y la mejora continua de la empresa. Además, puede entenderse como una parte integral del concepto más amplio de calidad del gobierno, que a menudo incorpora indicadores para evaluar aspectos como la percepción de corrupción y la satisfacción ciudadana con los servicios ofrecidos por la empresa (Vásquez, 2021; Delgado, 2021 y Castro, 2022).

Para profundizar en la importancia del proceso de capacitación en el turismo, se consideraron las reflexiones de Salinas, Salinas y Mundet (2019), quienes examinaron los desafíos y perspectivas del turismo en Cuba. Estos investigadores señalan la necesidad de ajustes para adaptarse a los continuos cambios en el mercado globalizado. Entre los desafíos identificados se encuentran la buena calidad de los servicios ofrecidos a los turistas y el incremento constante de la capacitación del personal que labora en este sector.

La capacitación del personal es un proceso vital que fortalece las habilidades individuales y grupales en una organización, impulsando el crecimiento y la mejora continua. Esta adquisición de conocimientos también permite a los líderes enfrentar desafíos con determinación y sabiduría en todos los ámbitos de la empresa, contribuyendo así a la calidad del gobierno corporativo. Además, en el contexto del turismo, la capacitación se vuelve crucial para adaptarse a los cambios constantes en el mercado globalizado y mejorar la calidad de los servicios ofrecidos a los turistas.

C. Indicadores

Tributaria

La planificación fiscal es una herramienta estratégica de toma de decisiones empresariales, desarrollada por contribuyentes, que busca optimizar los recursos para cumplir con las obligaciones tributarias de manera legal, minimizando la carga fiscal o

postergando el pago de impuestos dentro de los límites establecidos por la ley, evitando así actividades ilícitas.

Por otro lado, la gestión tributaria es la actividad realizada por las administraciones tributarias, tanto a nivel central como local, orientada a la recaudación de deudas de contribuyentes, ya sean personas naturales o jurídicas, con el Estado. En este sentido, las administraciones tributarias deben aplicar políticas adecuadas para facilitar el ingreso a la formalidad y cumplimiento de deberes fiscales por parte de los contribuyentes, en beneficio de la ciudadanía. La información tributaria se fundamenta en el correcto cumplimiento de las normativas fiscales por parte de las actividades comerciales de la entidad, como el impuesto de las ventas en general, impuesto a la renta y otros tributos. (Galarza, 2021; Gonzales, 2022 y Campos, 2023).

Innovación

La innovación es un proceso en constante evolución, influenciado por las transformaciones mundiales y su interacción con los procesos económicos, políticos, sociales y culturales. En este contexto, la innovación empresarial emerge como un componente fundamental para el progreso de una empresa.

Se define como la fuerza impulsora que guía a las empresas hacia metas ambiciosas a largo plazo, promoviendo la renovación de estructuras industriales y la aparición de nuevos sectores económicos. Es el resultado de un proceso creativo en el cual se observan las realidades, se identifican las necesidades de la sociedad y se proporcionan soluciones satisfactorias. La innovación puede abordar problemas o deficiencias de dos maneras: mejorando productos o servicios existentes o creando algo completamente nuevo (Ventura, 2021; Beltrán, 2021; Villazón, 2022).

La innovación empresarial conlleva una serie de impactos positivos para la empresa. Entre ellos destacan los siguientes: mejora de los procesos de producción, lo que

reduce costos y aumenta la productividad. Además, al enfocarse en la distribución y comercialización, se mejora el acceso del consumidor al producto, lo que puede incrementar las ventas.

D. Teorías

La formalización de empresas turísticas se fundamenta en un marco conceptual, normativo que establece los principios y directrices para legalizar las operaciones comerciales dentro del sector turístico. En primer lugar, implica el cumplimiento de regulaciones y leyes específicas que rigen el funcionamiento de estas empresas. Esto abarca aspectos legales, fiscales, laborales, administrativos que aseguran la legalidad y transparencia de las actividades empresariales. Además, se reconoce su importancia para el desarrollo del sector turístico y la economía en general.

Desde una perspectiva práctica, la formalización conlleva una serie de pasos y procedimientos que las empresas turísticas deben seguir para obtener los permisos, licencias y registros necesarios para operar de manera legal. Esto incluye inscripciones en registros comerciales, obtención de licencias municipales y cumplimiento de normativas de seguridad e higiene, entre otros requisitos.

Los beneficios de la formalización para las empresas turísticas son diversos. Proporciona seguridad jurídica, protección frente a posibles sanciones y litigios legales. Además, beneficia a los empleados al garantizar el cumplimiento de sus derechos laborales y sociales, como acceso a seguridad social, seguro de salud, vacaciones remuneradas y otros beneficios laborales.

Las estrategias de formalización de empresas

La economía informal es una fuente crucial para una parte significativa de la población mundial. La mayoría de los trabajadores del sector enfrentan grandes brechas en trabajo decente, sin acceso adecuado a servicios de salud y a ingresos mínimos que

garanticen un nivel básico de seguridad social. Esta situación impide que disfruten plenamente de su derecho humano a la protección social. Muchos de estos trabajadores quedan atrapados en un ciclo pernicioso de vulnerabilidad, pobreza y exclusión social, lo que constituye un desafío considerable para su bienestar individual, derechos humanos y el desarrollo económico y social de sus países.

La formalización empresarial puede lograrse aumentando la incidencia de la formalidad entre las unidades económicas de un país. Esto implica: (a) promover la creación de nuevas unidades económicas formales, (b) facilitar la transición de unidades económicas informales a la economía formal, y (c) prevenir la informalización de unidades económicas que ya están formalizada.

Figura 3

Estrategias para fomentar la formalización.



Nota. La imagen representa cuatro enfoques complementarios para impulsar la formalización económica: simplificar procesos, otorgar incentivos, aumentar la viabilidad y reducir la atracción de la informalidad. Fuente: Elaboración basada en organismos internacionales como el BID y la OIT, 2020.

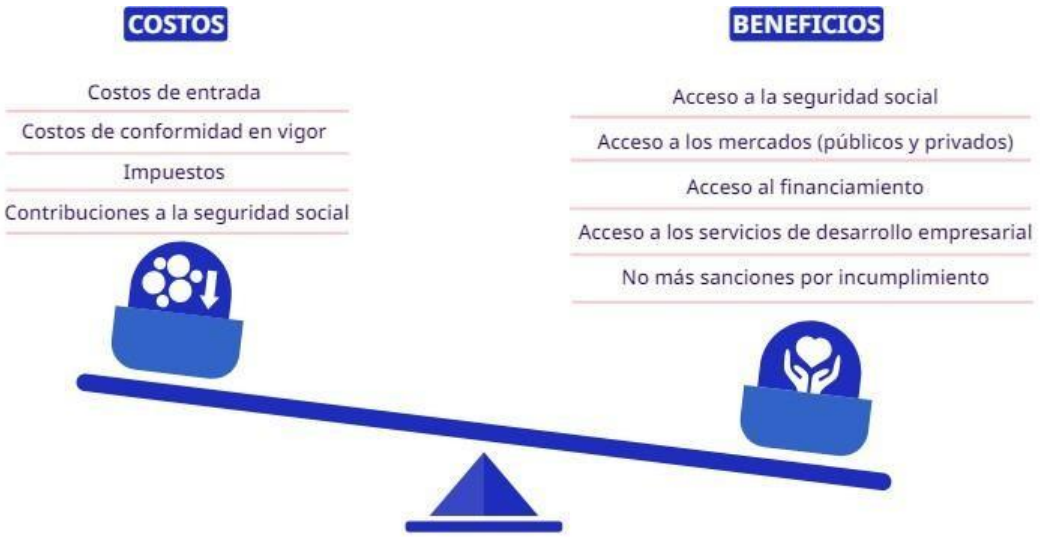
Muchos gobiernos han intentado promover la formalización de empresas mediante la aplicación de medidas punitivas a las empresas informales, como multas, confiscaciones o cierres coercitivos. Si bien esto puede ser adecuado para empresas más grandes que tienen la capacidad de cumplir con la ley, pero eligen no hacerlo para evadir impuestos o reducir costos de manera ilegal, puede ser contraproducente para empresas más pequeñas y

menos productivas. Estas empresas a menudo no están completamente conscientes de las regulaciones o pueden no tener los recursos para cumplirlas, incluso si desean hacerlo. La aplicación estricta de las normativas y las sanciones puede llevar al cierre de estas empresas informales y privar a los trabajadores informales de sus medios de subsistencia.

Por lo tanto, es crucial que las estrategias de formalización empresarial implementen una combinación equilibrada de políticas e intervenciones adaptadas a las características y limitaciones de los diversos segmentos económicos. Estas intervenciones deben estar guiadas por un enfoque efectivo y abordar los impulsores específicos de la informalidad identificados en cada categoría de unidades económicas. En general, se recomienda que los enfoques de formalización empresarial combinen medidas para facilitar, hacer más atractiva la formalización con iniciativas destinadas a aumentar la productividad y mejorar el cumplimiento, mediante un proceso de diálogo social continuo.

Figura 4

Costos y beneficios de la formalización de una empresa



Nota. Beneficios que se obtiene al formalizar una empresa que conlleva mayores oportunidades financieras. Fuente: OIT 2020.

En algunos contextos, los responsables de formular políticas pueden optar por adoptar el enfoque de costos y beneficios para comparar las implicaciones de permanecer en la informalidad versus operar en la economía formal desde la perspectiva empresarial. Este enfoque se basa en la premisa de que la formalización debe ser más atractiva y que la operación en la economía informal debería ser menos deseable. Dentro de este marco, la formalización conlleva costos monetarios y no monetarios, que incluyen costos iniciales como el registro empresarial, fiscal, licencias, así como costos recurrentes de cumplimiento como impuestos, contribuciones a la seguridad social y renovación de licencias.

Los costos monetarios suelen ser inferiores al costo general total de la empresa, mientras que los costos no monetarios incluyen el tiempo y el esfuerzo necesarios para entender los reglamentos aplicables, preparar, presentar documentos, seguir los procedimientos y cumplir con la ley. Por otro lado, los beneficios de la formalización pueden abarcar la cobertura de seguridad social para el empresario, la familia, trabajadores; acceso a servicios financieros, de desarrollo empresarial; aumento de la productividad; capacidad para emitir facturas y acceder a clientes en mercados formales; participación en licitaciones públicas; la condición legal para firmar contratos, hacerlos cumplir mediante el sistema judicial y reducción del riesgo de sanciones por incumplimiento o cierre del negocio.

2.3. Antecedentes

Tras llevar a cabo una exhaustiva revisión bibliográfica en bibliotecas y en internet, hemos encontrado varias investigaciones relacionadas con nuestras variables, aunque no sean temas directos de nuestra investigación. Es importante mencionarlas debido a su relevancia para nuestro estudio.

A. Antecedentes nacionales

Juárez et al. (2021) llevaron a cabo un estudio sobre la calidad del servicio y su impacto en la satisfacción del cliente en empresas turísticas de Canchaque, Perú. El objetivo fue determinar la relación entre la calidad del servicio en hospedajes, restaurantes, medios de transporte y la satisfacción del cliente en este distrito de Piura, Perú. El estudio se basó en un enfoque cuantitativo y no experimental, utilizando un diseño transversal correlacional para explorar esta relación. Se empleó un instrumento de medición con alta consistencia interna, mostrando coeficientes alfa de Cronbach de 0.920 para hospedajes, 0.902 para restaurantes y 0.914 para medios de transporte. Se utilizaron las dimensiones del modelo servqual para evaluar la calidad del servicio, un enfoque unidimensional para medir la satisfacción del cliente. Los resultados revelaron una relación significativa entre la calidad del servicio en hospedaje y la satisfacción de los turistas, destacando la necesidad de implementar estrategias para mejorar la calidad del servicio en restaurantes y abordar las deficiencias en los medios de transporte, para enriquecer la experiencia turística en Canchaque.

Maslucan (2021), realizó un estudio de investigación sobre beneficios laborales para su influencia en la formalización de las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Moyobamba durante el periodo 2019, se propuso analizar cómo los beneficios laborales afectan la formalización de estas empresas en Moyobamba. El estudio adoptó un enfoque metodológico aplicado, utilizando un diseño de investigación cuantitativo, no experimental y correlacional. El análisis reveló una correlación positiva baja, con un coeficiente de correlación de Spearman (ρ) de 0.400 entre los beneficios laborales como variable independiente y la formalización de las MYPES como variable dependiente. Esto indica que los beneficios laborales ejercen una influencia favorable en la formalización de las micro y pequeñas empresas en Moyobamba durante el año 2019, rechazando así la

hipótesis nula. El estudio encontró que el 27 % de las empresas encuestadas no conocía los beneficios tributarios del registro de micro y pequeña empresa, mientras que el 73% conocía estos beneficios, pero aún no formalizaba a todos sus trabajadores por los altos costos laborales percibidos, como los relacionados con el seguro social, las vacaciones y otros beneficios. El estudio mostró una correlación positiva baja entre los beneficios laborales y la formalización, lo que sugiere que ofrecer estos beneficios puede incentivar a las empresas a formalizarse.

Moreno (2020) realizó un estudio sobre la gestión de calidad y la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector de restaurantes turísticos en el distrito de Iquitos. El objetivo principal fue determinar la situación de la gestión de calidad y la formalización en este sector. El estudio utilizó una metodología de investigación descriptiva de tipo transversal y no experimental. Como resultado se obtuvo que la formalización, se encontró que el 89,5% de las empresas encuestadas están formalizadas, mientras que el 10,5% están en proceso de formalización. Del total, el 73,7% tiene personería jurídica y el 26,7% opera como persona natural. Entre las principales ventajas de la formalización mencionadas por los encuestados se considera que es para posicionarse en el mercado y halla más credibilidad. En cuanto a la gestión de calidad, se observa que el 47,4% de las empresas encuestadas afirman conocer los alcances de la gestión de calidad, y un 68,4% muestra interés en la mejora continua. Sin embargo, solo el 21,1% utiliza algunos documentos de gestión, y el 26,3% utiliza un plan estratégico. Se concluyó que la mayoría de las empresas encuestadas en el sector de restaurantes turísticos en Iquitos están formalizadas, destacándose una alta proporción que posee personería jurídica y está registrada en el Régimen de Amazonía. La formalización es un paso importante para posicionarse en el mercado y ganar credibilidad, además de permitir el acceso a capital de trabajo propio en muchos casos. En cuanto a la gestión de calidad, si bien existe un interés significativo por

la mejora continua, hay áreas de oportunidad evidentes. Aunque una parte de las empresas afirma conocer los principios de la gestión de calidad, todavía hay una notable falta de implementación de documentos formales de gestión y estrategias como planes estratégicos y definición de misión, visión y valores.

Vásquez (2021) llevó a cabo un estudio sobre la caracterización de la formalización y competitividad en el sector de servicios de hostales en el cercado del distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque. El objetivo fue identificar, describir las características principales de la formalización y competitividad de las organizaciones que ofrecen servicios de hostales. El estudio empleó una metodología cuantitativa con un enfoque descriptivo y un diseño no experimental de tipo transversal. Se realizó en una muestra compuesta por tres organizaciones del sector de hostales, utilizando un cuestionario con 13 preguntas como instrumento de recolección de datos. Entre los resultados significativos, se encontró que el 67% de las organizaciones experimentaron un aumento en sus ingresos después de formalizarse. Además, el 100% de los encuestados indicó que sus negocios eran competitivos. También se destacó que todas las organizaciones tenían más de dos años de experiencia en el mercado, todos los representantes eran propietarios de sus locales. Se concluyó que es crucial proporcionar una capacitación más sólida a los propietarios de estas organizaciones, dado que previamente demostraron un conocimiento limitado sobre los beneficios de la formalización.

B. Antecedentes internacionales

Martí (2021) exploró el turismo sostenible en empresas turísticas vacacionales, específicamente en Cataluña, España, analizando las motivaciones y limitaciones para la implementación de prácticas sostenibles. El estudio utilizó herramientas derivadas de la teoría descompuesta del comportamiento planificado, que examina los factores que influyen en las intenciones de comportamiento, el refinamiento de la teoría de los valores

individuales básicos, que explora cómo los valores personales afectan las decisiones. El análisis se centró en tres marcas turísticas prominentes en Cataluña, cada una representativa de diferentes segmentos del mercado turístico y con enfoques distintos hacia la sostenibilidad. En conclusión, el estudio proporciona sobre las creencias, valores y comportamientos de las empresas y sus gestores al implementar medidas sostenibles, identificando las motivaciones y barreras que influyen en su compromiso con los objetivos del destino.

El estudio realizado por Vega et al. (2022), publicado en una revista de investigación científica, empresarial y tecnológica en Colombia, exploró la tributación de su relación con la formalización empresarial en diversos sectores económicos de la ciudad de Piedecuesta, Santander, Colombia. El enfoque del estudio fue cuantitativo, con un diseño no experimental y un alcance correlacional. La recopilación de datos se realizó mediante un análisis documental de todos los artículos relacionados con el tema presentados en Santander, utilizando fichas documentales para registrar la información relevante. La población de Piedecuesta se caracterizó principalmente por microempresas unifamiliares, concentradas en los sectores de comercio, servicios y agropecuaria. Aunque estas empresas operaban de manera legal, se observaba una alta informalidad en su administración, operación, aspectos financieros, lo que resultaba en una baja contribución tributaria debido a la invisibilidad de estas entidades como empresas formales. Este estudio proporciona una perspectiva importante sobre la relación entre la tributación y formalización empresarial en Piedecuesta, subrayando la necesidad de abordar la informalidad para promover una mayor contribución tributaria con un desarrollo económico sostenible en la región.

La investigación realizada por Vivas (2023) se centró en la formalización y competitividad de las organizaciones del sector turismo en la ciudad de Talara durante el

año 2023. El objetivo fue caracterizar el nivel de formalización y competitividad de estas organizaciones. Se empleó un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo y un diseño no experimental de corte transversal. La población y muestra consistieron en 8 representantes de empresas turísticas de Talara, incluyendo dueños y trabajadores, que fueron entrevistados. Se utilizó un cuestionario con 8 ítems para cada participante como método de recolección de datos. Los resultados mostraron que solo el 6,7% de las empresas están formalizadas, mientras que un 90% se encuentra en proceso de formalización. En cuanto a la competitividad, solo el 10% se considera altamente competitivo e innovador, mientras que el 70% muestra un nivel medio de interés por mejorar. Tras el análisis de los hallazgos, se concluyó que la mayoría de las organizaciones turísticas en Talara cumplen en cierta medida con los requisitos de formalización y pago de tributos, según la percepción de los participantes.

2.4. Definición de términos básicos

1. **Accesibilidad:** Se refiere a la capacidad de los destinos, servicios y atracciones turísticas para ser disfrutados por todas las personas, sin importar sus capacidades físicas, sensoriales o cognitivas. Esto implica eliminar barreras físicas, sensoriales y cognitivas para asegurar que todos, incluidos aquellos con discapacidades, puedan acceder y disfrutar completamente de las experiencias turísticas. La accesibilidad no solo es un derecho esencial, sino también una oportunidad para fomentar la inclusión y la diversidad dentro de la industria del turismo (Ramiréz, 2020).
2. **Calidad:** La relevancia de los sellos y certificaciones de calidad, tanto a nivel nacional como internacional, radica en establecer directrices que enfatizan una gestión de calidad eficaz en los sectores que ofrecen servicios turísticos. Cumplir con estas directrices permite optimizar los recursos utilizados y garantizar resultados coherentes y satisfactorios para los turistas. En última instancia, estos

sellos y certificaciones ayudan a fortalecer la reputación de los destinos turísticos a enriquecer la experiencia del visitante (Manturano, 2023).

3. **Certificación turística:** Estos estándares pueden abarcar criterios relacionados con la gestión ambiental, el compromiso con la comunidad local, la accesibilidad, la seguridad, entre otros aspectos. La certificación turística asegura a los turistas que están eligiendo servicios y destinos que cumplen con determinados niveles de calidad (Mendéz, 2021).
4. **Empresa:** Se define como una entidad institucional dedicada a la producción de bienes o servicios. Esta entidad puede adoptar diversas formas legales, como una sociedad comercial, una organización sin fines de lucro o incluso una empresa no constituida formalmente (OCDE, 2020).
5. **Hospitalidad:** Desempeña un papel crucial en la experiencia turística, abarcando desde el alojamiento, la alimentación hasta la interacción con el personal de servicio y los residentes locales. Puede influir notablemente en la percepción que el turista tiene de un destino, transformando una visita común en una experiencia memorable y gratificante. Los destinos y empresas que ponen la hospitalidad en primer plano suelen cosechar beneficios como una mayor lealtad de los turistas, recomendaciones positivas, fortaleciendo así su reputación y atractivo a largo plazo. (Prieto, 2019).
6. **Impacto ambiental:** La correcta gestión del impacto ambiental del turismo es esencial para asegurar la sostenibilidad a largo plazo de esta actividad, así como la conservación de los recursos naturales y culturales de los destinos turísticos (Rivera, 2019).

7. **Oferta turística:** Se define como un conjunto de productos y servicios interrelacionados, junto con un espacio geográfico y sociocultural particular que tiene un valor único o distintivo (Moreno, 2020).
8. **Promoción destino turístico**: Su enfoque es destacar las cualidades de sus recursos turísticos, la oferta de alojamiento, los servicios y la infraestructura, con el propósito de atraer a las personas, conocidas como turistas, a visitar ese destino. La intención es que realicen actividades turísticas, gasten dinero durante su estancia, adquiriendo productos y servicios a corto plazo (Chavez y Bazan, 2023).
9. **Responsabilidad social empresarial:** En el sector turístico, la responsabilidad social se relaciona con las prácticas éticas y sostenibles que las empresas adoptan para contribuir positivamente al bienestar de la comunidad, el medio ambiente y la economía. Esto incluye el apoyo a proyectos comunitarios, la promoción del empleo local, la implementación de políticas de sostenibilidad y la garantía de condiciones laborales justas para todos los involucrados. Estas acciones no solo benefician a las comunidades, al entorno, sino que también pueden mejorar la reputación y la rentabilidad a largo plazo de las empresas turísticas (Baños, 2020).
10. **Sostenibilidad:** Esta estrategia tiene como objetivo armonizar el crecimiento económico con la preservación del medio ambiente y el bienestar social, garantizando que se satisfagan las necesidades presentes sin poner en riesgo la capacidad de las futuras generaciones para cubrir las suyas. En el ámbito del turismo, el desarrollo sostenible promueve prácticas que protegen los recursos naturales y culturales, apoyan a las comunidades locales y reducen al mínimo los impactos negativos sobre el medio ambiente (Choque, 2019).

CAPITULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

Existe relación entre la oferta turística y la formalización de empresas de restauración en el distrito de San Vicente, Cañete, - 2024

3.1.2. Hipótesis específicas

Existe relación entre la calidad y la formalización de empresas de restauración del distrito de San Vicente, Cañete - 2024.

Existe relación entre la sostenibilidad y la formalización de empresas de restauración en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024.

Existe relación entre la accesibilidad y la formalización de empresas de restauración en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024.

3.2. Definición conceptual de la variable

Variable 1

Según Alvarado (2022), indica que la oferta turística comprende tanto los recursos naturales como los culturales, junto con servicios complementarios que facilitan su promoción y comercialización de manera efectiva. Su principal propósito es atender las variadas necesidades y expectativas de los turistas que visitan los distintos lugares relacionados con la actividad turística.

Variable 2

Para esta definición Ramírez (2021), menciona que la formalización implica proporcionar los recursos necesarios para establecerse, operar y cumplir con los requisitos legales, éticos y de responsabilidad social dentro de una actividad económica. En otras palabras, consiste en integrarla al marco legal y promover su adhesión a prácticas éticas y responsables hacia la sociedad.

3.3 Operacionalización de la variable

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Matriz de la operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de evaluación	Niveles según variable
V1: Oferta turística	Según Alvarado (2022), indica que la oferta turística comprende tanto los recursos naturales como los culturales, junto con servicios complementarios que facilitan su promoción y comercialización de manera efectiva. Su principal propósito es atender las variadas necesidades y expectativas de los turistas que visitan los	Esta definición operacional está bajo los componentes de la oferta turística que son: Calidad, Sostenibilidad y Accesibilidad, que consta de 15	X1= Calidad X2= Sostenibilidad X3=Accesibilidad	Seguridad Innovación Fiabilidad Participación de la comunidad Recursos naturales Conservación ambiental Infraestructura Transporte Alimentaci	P1-P5 P6-P10 P11-P15	Ordinal Escala de Likert. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni desacuerdo ni acuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	Bajo (15 - 34) Medio (35-54) Alto (52575)

	distintos lugares relacionados con la actividad turística.	preguntas		ón			
V2: Formalización	Según Ramírez (2021), menciona que la formalización implica proporcionarle los recursos necesarios para establecerse, operar y cumplir con los requisitos legales, éticos y de responsabilidad social dentro de una actividad económica. En otras palabras, consiste en integrarla al marco legal y promover su adhesión a prácticas éticas y responsables hacia la sociedad.	Esta definición operacional está bajo los componentes de la formalización que son: procedimiento, ética empresarial y beneficios, que consta de 15 preguntas	Y1=Coordinación Y2=Gestión del conocimiento Y3=Fortalecimiento de capacidad	Registral Tributaria Municipal Innovación Productividad Organizar Capacitar Monitoreo Evaluar	P16-P20 P21-P25 P26-P30	Ordinal Escala de Likert. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni desacuerdo ni acuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	Bajo (15 - 34) Medio (35-54) Alto (55-75)

Nota. Es el procedimiento mediante el cual se especifica cómo se medirá una variable teórica en la práctica.

CAPITULO IV

DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Tipo de investigación

El estudio se orienta hacia un tipo de investigación básica. Según Tacillo (2016), este se caracteriza por la búsqueda de teorías para evaluarlas, identificar sus contradicciones, vacíos o limitaciones. A través de una recolección exhaustiva de datos y su interpretación, este enfoque tiene como objetivo refinar teorías existentes y descubrir nuevos fenómenos científicos.

Se emplea un enfoque cuantitativo en la investigación, el cual verifica la hipótesis a través de la recolección de datos mediante métodos estadísticos y análisis numéricos. Este enfoque se basa principalmente en la medición y el cálculo, lo que facilita la comprobación de la hipótesis propuesta (Hernández et al., 2014).

4.2. Diseño de investigación

Se emplea un diseño de investigación no experimental. Esta elección se justifica por la necesidad de observar hechos y fenómenos sin manipular variables ni aplicar tratamientos o programas específicos. En lugar de crear condiciones controladas, se optó por analizar los eventos tal como ocurren en su contexto natural, permitiendo una comprensión más auténtica y profunda de los fenómenos, ya que se observó su desarrollo en condiciones reales, proporcionando una base sólida para las conclusiones del estudio (Soto, 2014).

La investigación se desarrolla en un nivel descriptivo, donde su objetivo principal es lograr una comprensión profunda y detallada de una realidad específica, buscando ofrecer una representación precisa de los hechos o fenómenos observados. En contraste, el enfoque correlacional se centra en identificar y cuantificar la relación entre las variables de interés, basándose en una caracterización precisa de estas. Este diseño metodológico permite explorar la asociación entre variables sin recurrir a la manipulación experimental, proporcionando una base sólida para formular conclusiones respaldadas por observaciones objetivas (Hernández et al., 2014).

4.3. Método de investigación

Se emplea el método hipotético-deductivo en la investigación, el cual proporciona un marco lógico para la formulación y evaluación de hipótesis. Este método facilita la verificación empírica de las teorías analizadas, permitiendo contrastar las predicciones teóricas con datos empíricos recogidos durante el estudio (López, 2019).

4.4. Población y muestra

La población del distrito de San Vicente es de 38 028 habitantes de ambos sexos según el último censo del INEI del año 2017, donde se toma un grupo poblacional con edades que oscilaran desde los 18 años a más. Según Ruiz (2015) la población se define como el conjunto de elementos que comparten características similares y sobre los cuales se desea investigar.

Para determinar la muestra, se utilizó la fórmula para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 7%. El tamaño de la muestra se calculó de la siguiente manera:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot \sigma^2}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot \sigma^2}$$

Donde:

- **N** = 38 028 (población)

- **Z** = 1.96 (valor correspondiente al 95% de confianza)
- **p** = 0.5 (probabilidad de éxito)
- **q** = 0.5 (probabilidad de fracaso)
- **e** = 0.07 (margen de error)

El cálculo arrojó un total de 168 encuestados.

La muestra está compuesta por 168 residentes, elegidos mediante una muestra no probabilística, específicamente un muestreo por conveniencia, el cual se caracteriza por elegir a los participantes que se encuentran más disponibles o accesibles para el investigador. Según Valderrama (2013), la muestra se define como un subconjunto de la población que refleja características particulares, especialmente cuando se utiliza la técnica adecuada para la investigación.

Para esta investigación se establecieron criterios de inclusión y exclusión con el fin de asegurar que los participantes seleccionados respondan a las necesidades del estudio y que la información obtenida sea confiable.

En cuanto a los criterios de inclusión, se consideraron a los residentes del distrito de San Vicente que tengan 18 años a más, sin distinción de sexo u ocupación, y que acepten participar de manera voluntaria en la encuesta.

Por otro lado, se aplicaron criterios de exclusión para descartar a las personas que no forman parte del público objetivo, como los menores de 18 años, los visitantes o turistas que no residen en el distrito y aquellas personas que no deseen colaborar o que no completen adecuadamente la encuesta. Estos criterios se establecieron para mantener la validez y pertinencia de la información recogida, asegurando que los resultados reflejen la realidad de los habitantes locales.

4.5. Lugar de estudio

El lugar de estudio de esta investigación se centra en el distrito de San Vicente uno de los 16 distritos de la provincia de Cañete, ubicada en la región de Lima, Perú. Es la capital de la provincia donde se encuentra y es conocida como la "Cuna y Capital del Arte Negro Nacional". Este título se debe a que, durante la época colonial, se establecieron numerosas haciendas en el valle de Cañete, donde se trajeron muchos esclavos africanos. Con el tiempo, estos esclavos transmitieron sus costumbres a la población local.

Entre los distintos atractivos de la ciudad de Cañete destacan las antiguas haciendas. Una de ellas es la Hacienda Unanue, construida sobre una antigua huaca y que, a diferencia de otras construcciones similares, data del siglo XIX. Otra es la Casa Hacienda Montalbán, situada frente a la ciudad, y que hoy en día forma parte de los Monumentos Históricos.

4.6. Técnicas e instrumentos de recojo de información

La técnica seleccionada para la investigación es la encuesta, mediante la cual se obtuvo los datos necesarios. Según Hernández (2016), la investigación cuantitativa utiliza datos estadísticos, emplea encuestas para recolectar información, con el fin de validar hipótesis y establecer directrices esenciales para el estudio.

En cuanto al instrumento de medición, Hernández (2014) lo define como una herramienta utilizada por el investigador para recolectar datos o información sobre las variables en estudio. Siguiendo esta definición, la presente investigación empleará un cuestionario como su instrumento principal. Behar (2008) añade que este consiste una serie de preguntas formuladas para evaluar una o más variables, destacando que su variedad puede ser tan amplia como los aspectos que se deseen medir.

La guía de la entrevista fue sometida a validación por parte de expertos, quienes evaluaron la claridad, consistencia, coherencia y pertinencia de cada pregunta. Al concluir, proporcionaron su opinión sobre la aplicabilidad de la guía.

Tabla 2

Ficha técnica del instrumento sobre oferta turística

Nombre	Cuestionario de oferta turística
Autor	Tania Akane Ramos Chuquispuma
Estructura	Dimensión1: Calidad (5 ítems) Dimensión 2: Sostenibilidad (5 ítems) Dimensión 3: Accesibilidad (5 ítems)
Duración	15 minutos.
Ámbito	La población del distrito de San Vicente
Codificación	Escala de Likert. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni desacuerdo ni acuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo
Validez	Juicio de 3 expertos, evaluaron: Pertinencia, relevancia y claridad y dieron como resultado su “Accesibilidad”.
Confiabilidad	Alfa de Cronbanch, instrumento ,803
Calificación (Baremos)	Alto (55 -75) Medio (34-54) Bajo (15-34)
Muestra	168

Nota. Los datos corresponden al cuestionario de la variable 1 que permite verificar los criterios de codificación, calificación, validez y confiabilidad.

Tabla 3

Ficha técnica del instrumento sobre formalización

Nombre	Cuestionario de formalización

Autor	Tania Akane Ramos Chuquispuma
Estructura	Dimensión1: Coordinación (5 ítems) Dimensión 2: Gestión del conocimiento (5 ítems) Dimensión 3: Fortalecimiento de capacidad (5 ítems)
Duración	15 minutos.
Ámbito	La población del distrito de San Vicente
Codificación	Escala de Likert. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni desacuerdo ni acuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo
Validez	Juicio de 3 expertos, evaluaron: Pertinencia, relevancia y claridad y dieron como resultado su "Accesibilidad".
Confiabilidad	Alfa de Cronbanch, instrumento ,774
Calificación (Baremos)	Alto (55 -75) Medio (34-54) Bajo (15-34)
Muestra	168

Nota. Los datos corresponden al cuestionario de la variable 2 que permite verificar los criterios de codificación, calificación, validez y confiabilidad.

Validez

En este estudio, se busca asegurar la validez de los instrumentos al someterlos al juicio de tres expertos cuyas características se alineaban con la formalidad de restaurantes. Estos expertos realizaron la revisión, corrección, aportarando sus observaciones sobre cada uno de los ítems establecidos para las dimensiones y variables correspondientes. Según Hernández (2014), la validez de expertos se refiere a la validación y medición del instrumento de una a dos variables de la investigación desarrollada.

Obteniendo el resultado consolidado del juicio de los 3 expertos pasa hacer aplicada para las encuestas. A continuación, se detallan los resultados obtenidos:

Tabla 4

Consolidado de la validez de expertos

Instrumentos	Mg. Rocio Pizarro	Mg. Lesly Torres	Dra. Marleni Mendoza
Oferta turística	Aplicable	Aplicable	Aplicable
Formalización	Aplicable	Aplicable	Aplicable

Nota. Datos de resultado obtenido en la validez del instrumento a través del juicio de expertos.

Confiabilidad

La confiabilidad, según Hernández (2014), se relaciona con la capacidad de un instrumento para generar resultados coherentes y consistentes. Para evaluarla, se empleó el coeficiente de confiabilidad del Alfa de Cronbach, el cual es ampliamente utilizado para determinar la fiabilidad de una escala, para ello se llevó a cabo la prueba piloto

Se aplicó en primera instancia a 15 encuestados, cuyos resultados nos arrojaron para la variable Oferta turística una confiabilidad del 0,803 mediante Alfa de Cronbach, y para la variable formalización con una confiabilidad de .774 mediante Alfa de Cronbach. Dicho cuestionario finalmente se empleó en su totalidad a 168 pobladores del distrito de San Vicente, que finalmente nos arrojaron los resultados que por consiguiente fueron ingresados al Software estadístico SPSS V.25.

A continuación, se organiza la información obtenida:

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad del instrumento de la variable Oferta Turística

Alfa de Cronbach	N de elementos
,803	15

Nota. El coeficiente de alfa de Cronbach es 0,803 lo cual indica muy buena confiabilidad del instrumento que mide el turismo rural comunitario.

Tabla 6

Estadísticas de fiabilidad del instrumento de la variable Formalización

Alfa de Cronbach	N de elementos
,774	15

Nota. El coeficiente de alfa de Cronbach es .774 lo cual indica muy buena confiabilidad del instrumento que mide el turismo rural comunitario

4.7. Análisis y procesamiento de datos

En este trabajo de investigación se utiliza el SPSS y EXCEL. El análisis estadístico comienza con una fase descriptiva, donde se calcularán las tablas de frecuencias, gráficos y porcentajes para caracterizar la variable de oferta turística y formalización con sus dimensiones. Asimismo, se obtendrá las medidas de tendencia central. Posteriormente, se aplicaron pruebas estadísticas inferenciales con el propósito de contrastar la hipótesis planteada. Para ello, se utilizó la prueba de Pearson, dado que las variables son de tipo categórico, lo que permitió establecer si existe una relación significativa entre la oferta turística y la formalización en los restaurantes turísticos del distrito de San Vicente. El nivel de significancia considerado fue del 5% ($p < 0.05$).

CAPITULO V
RESULTADOS

5.1. Resultados descriptivos

En esta sección se presentan los resultados descriptivos obtenidos del análisis de las variables estudiadas, utilizando tablas y figuras para ilustrar las percepciones de los encuestados. A continuación, se detallan los principales hallazgos de manera sistemática:

Tabla 7

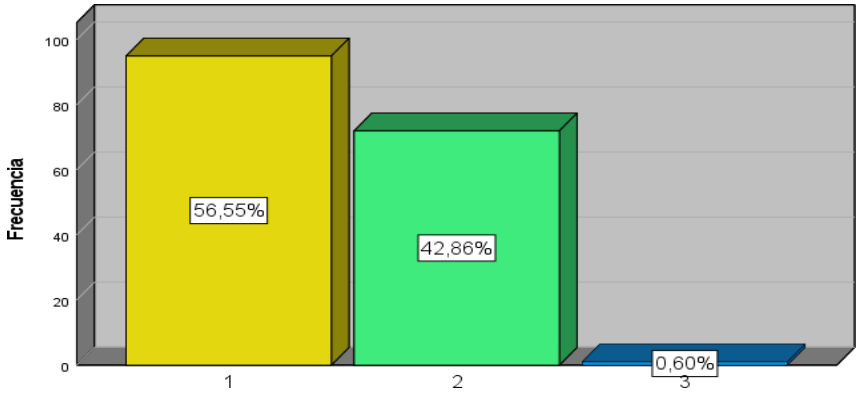
Variable 1: Oferta turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	95	56,5	56,5	56,5
	2	72	42,9	42,9	99,4
	3	1	,6	,6	100,0
Total		168	100,0	100,0	

Nota. Frecuencia y porcentaje de la variable oferta turística en un rango de bajo, medio y alto extraído de los resultados del cuestionario aplicado.

Figura 7

Oferta turística



Nota. Los datos corresponden a la Tabla 7.

La Tabla 7 y la Figura 7 presentan la distribución de frecuencias de la variable Oferta turística. Se observa que el 56,5 % de los encuestados (n=95) se encuentra en el nivel bajo, seguido por un 42,9 % (n=72) en el nivel medio, y solo un 0,6 % (n=1) en el nivel alto. Estos resultados indican que la mayoría de los encuestados perciben la oferta turística en un nivel bajo, mientras que las percepciones de nivel medio también son significativas.

Tabla 8

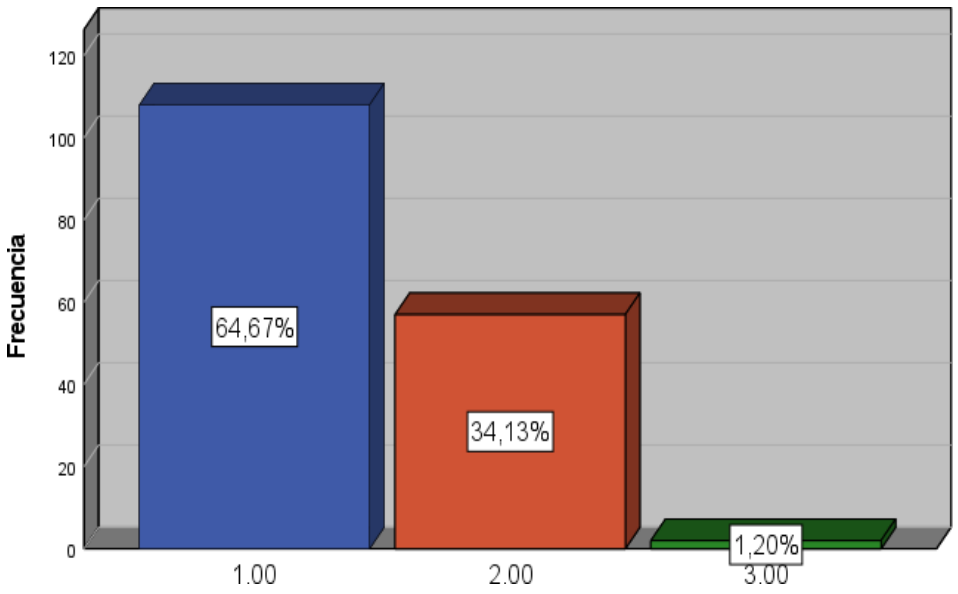
Dimensión 1: Calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	108	64,3	64,7	64,7
	2	58	33,9	34,1	98,8
	3	2	1,2	1,2	100,0
Total		168	99,4	100,0	

Nota. Frecuencia y porcentaje de la dimensión 1 calidad en un rango de bajo, medio y alto extraído de los resultados del cuestionario aplicado.

Figura 8

Dimensión 1: Calidad



Nota. Los datos corresponden a la Tabla 8.

La Tabla 8 y la Figura 8 presentan los resultados de la dimensión Calidad. Según los datos, el 64,7 % de los encuestados (n=108) perciben un nivel bajo de calidad, mientras que el 34,1 % (n=58) reportan un nivel medio. Solo el 1,2 % (n=2) consideran que la calidad es alta. Además, se registró un caso perdido equivalente al 0,6 % de la muestra total.

Tabla 9

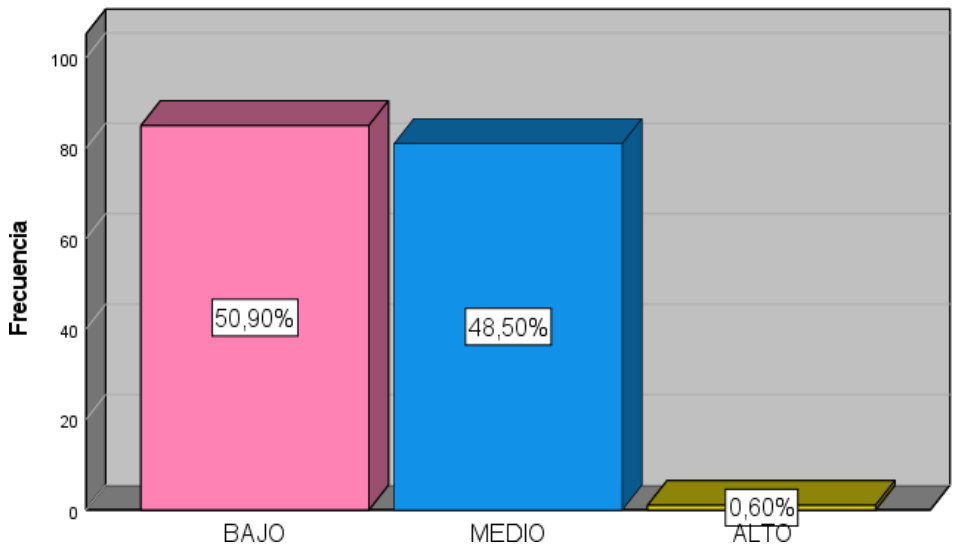
Dimensión 2 Sostenibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	85	50,6	50,9	50,9
	2	81	48,2	48,5	99,4
	3	2	,6	,6	100,0
Total		168	99,4	100,0	

Nota. Frecuencia y porcentaje de la dimensión 2 sostenibilidad en un rango de bajo, medio y alto extraído de los resultados del cuestionario aplicado.

Figura 9

Sostenibilidad



Nota. Los datos corresponden a la Tabla 9.

La Tabla 9 y la Figura 9 presentan los resultados de la dimensión sostenibilidad. Según los datos, el 50,90 % de los encuestados (n=85) perciben un nivel bajo de calidad, mientras que el 48,50 % (n=81) reportan un nivel medio. Solo el 1 % (n=2) consideran que la calidad es alta.

Tabla 10

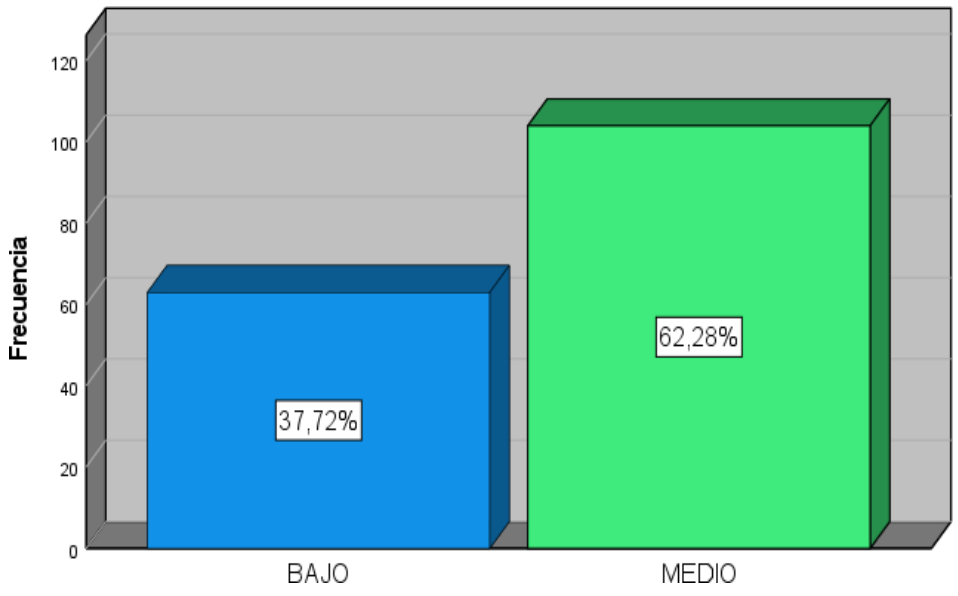
Dimensión 3 Accesibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	63	37,5	37,7	37,7
	2	105	61,9	62,3	100,0
Total		168	99,4	100,0	

Nota. Frecuencia y porcentaje de la dimensión 3 accesibilidad en un rango de bajo, medio y alto extraído de los resultados del cuestionario aplicado.

Figura 10

Accesibilidad



Nota. Los datos corresponden a la Tabla 10.

Según la Tabla 10 y la Figura 10, es percibida como media por el 62,3 % (n=105) de los encuestados. Un 37,7 % (n=63) la considera baja, mientras que no se registraron percepciones altas. Este resultado destaca que la accesibilidad es una dimensión en la que prevalecen las evaluaciones moderadas.

Tabla 11

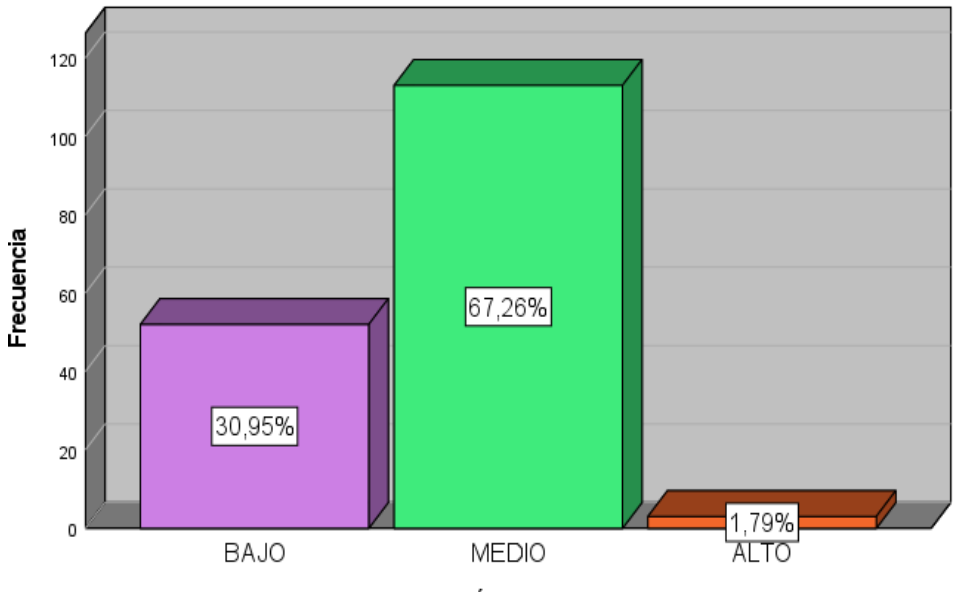
Variable 2: Formalización de empresas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	52	31,0	31,0	31,0
	2	113	67,3	67,3	98,2
	3	3	1,8	1,8	100,0
Total		168	100,0	100,0	

Nota. Frecuencia y porcentaje de la variable 2 formalización de empresas en un rango de bajo, medio y alto extraído de los resultados del cuestionario aplicado.

Figura 11

Variable 2: Formalización de empresas



Nota. Los datos corresponden a la Tabla 11.

Se observa que el 67,3 % (n=113) de los encuestados perciben un nivel medio de formalización empresarial. Un 31 % (n=52) lo considera bajo, mientras que solo un 1,8 % (n=3) lo evalúa como alto. Esto sugiere que la formalización empresarial es mayoritariamente percibida como moderada, aunque persisten percepciones negativas.

Tabla 12

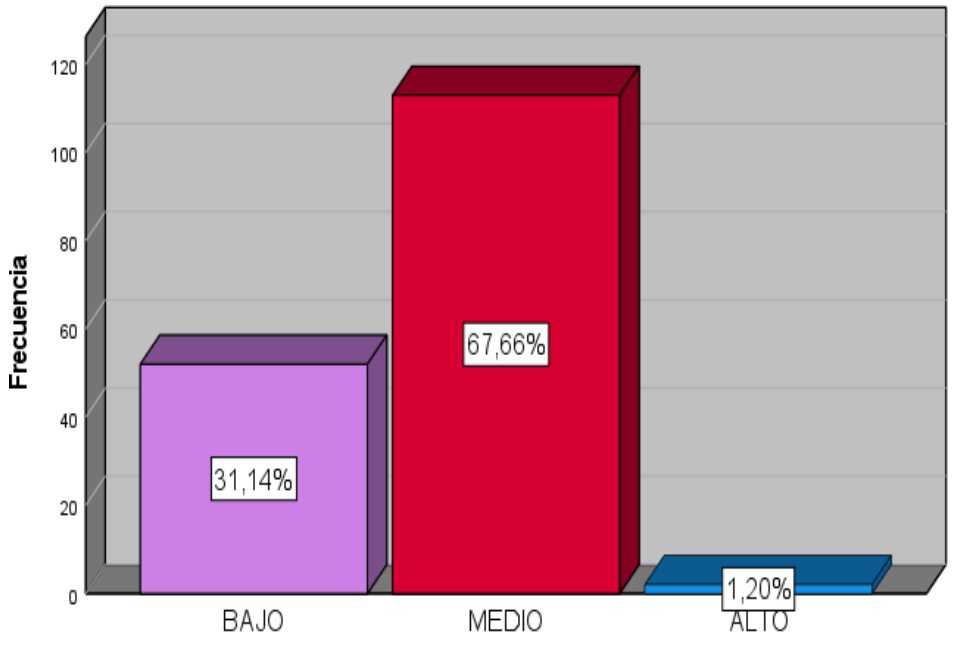
Dimensión 4 Coordinación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	52	31,0	31,1	31,1
	2	113	67,3	67,7	98,8
	3	3	1,2	1,2	100,0
Total		168	99,4	100,0	

Nota. Frecuencia y porcentaje de la dimensión 4 coordinación en un rango de bajo, medio y alto extraído de los resultados del cuestionario aplicado.

Figura 12

Dimensión 4 Coordinación



Nota. Los datos corresponden a la Tabla 12.

La Tabla 12 y la Figura 12 revelan que el 67,7 % (n=113) perciben la coordinación como de nivel medio, mientras que el 31,1 % (n=52) la consideran baja y solo un 1,2 % (n=3) alta. Este resultado evidencia la necesidad de mejorar los esfuerzos de coordinación para lograr un mayor impacto positivo.

Tabla 13

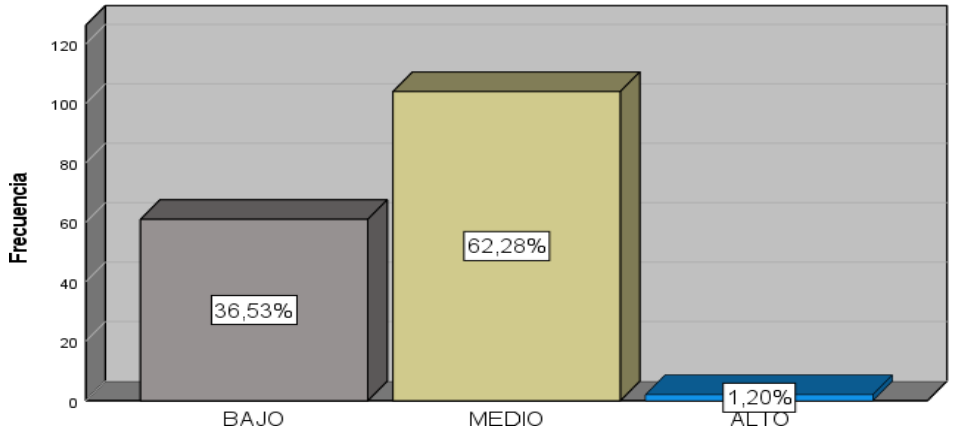
Dimensión 5 Gestión del conocimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	61	36,3	36,5	36,5
	2	104	61,9	62,3	98,8
	3	3	1,2	1,2	100,0
Total		168	99,4	100,0	

Nota. Frecuencia y porcentaje de la dimensión 5 gestión del conocimiento en un rango de bajo, medio y alto extraído de los resultados del cuestionario aplicado.

Figura 13

Dimensión 5 Gestión del conocimiento



Nota. Los datos corresponden a la Tabla 13.

La Tabla 13 y la Figura 13 muestran que el 62,3 % (n=104) de los encuestados perciben la gestión del conocimiento como media, mientras que el 36,5 % (n=61) la considera baja. Solo un 1,2 % (n=3) la evalúa como alta. Estos resultados reflejan que,

aunque predominan percepciones moderadas, existe una importante proporción de opiniones negativas.

Tabla 14

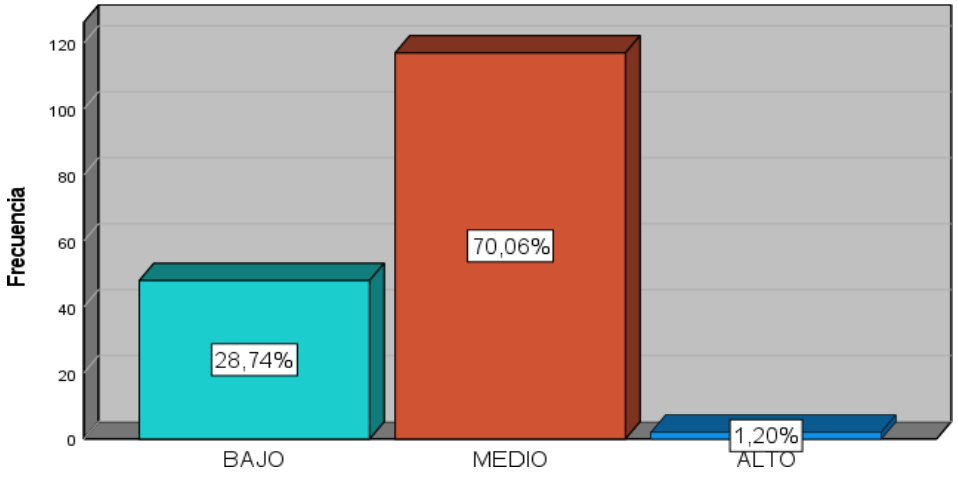
Dimensión 6 Fortalecimiento de capacidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	48	28,6	28,7	28,7
	2	117	69,6	70,1	98,8
	3	3	1,2	1,2	100,0
Total		168	99,4	100,0	

Nota. Frecuencia y porcentaje de la dimensión 6 fortalecimiento de capacidad en un rango de bajo, medio y alto extraído de los resultados del cuestionario aplicado.

Figura 14

Dimensión 6 Fortalecimiento de capacidad



Nota. Los datos corresponden a la Tabla 14.

La Tabla 14 y la Figura 14 evidencian que el 70,1 % (n=117) de los encuestados perciben el fortalecimiento de capacidades como de nivel medio. Un 28,7 % (n=48) lo considera bajo, mientras que solo un 1,2 % (n=3) lo evalúa como alto. Este resultado indica

que esta dimensión es mayormente percibida como moderada, aunque persisten áreas de mejora significativas.

5.2. Resultados inferenciales

5.2.1 Prueba de normalidad

Tabla 15

Pruebas de normalidad

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Oferta turística	,370	168	,000	,654	168	,000
Calidad	,411	168	,000	,635	168	,000
Sostenibilidad	,342	168	,000	,661	168	,000
Accesibilidad	,404	168	,000	,614	168	,000
Formalización de empresas	,412	168	,000	,651	168	,000
Coordinación	,420	168	,000	,634	168	,000
Gestión del conocimiento	,393	168	,000	,658	168	,000
Fortalecimiento de capacidad	,432	168	,000	,620	168	,000

Nota. La tabla muestra los resultados de las pruebas de normalidad Kolmogórov-Smirnov y Shapiro-Wilk aplicadas a las variables estudiadas. Ambas pruebas evalúan si los datos siguen una distribución normal.

5.2.2. Prueba de hipótesis

En la formulación de la hipótesis general:

H_0: No existe una relación significativa entre la oferta turística y la formalización de empresas de restauración en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024.

H_1: Existe una relación significativa entre la oferta turística y la formalización de empresas de restauración en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024.

Tabla 16

Correlación de la variable 1 oferta turística y la variable 2 formalización de empresas

		Oferta turística	Formalización de empresas
V1	Correlación de Pearson	1	,299**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	168	168
V2	Correlación de Pearson	,299**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
N		168	168

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

Interpretación: Existe una correlación positiva moderada ($\rho = 0.303$) entre la oferta turística y la formalización de empresas, significativa a un nivel de 0.01 (Sig. = 0.000), basada en una muestra de 168 casos. Esto sugiere que mejorar la oferta turística podría influir positivamente en la formalización de empresas, destacando la importancia de estrategias integradas.

Criterios de decisión:

Si p-valor < 0,05, se rechaza H_0 y se acepta H_1.

Si p-valor > 0,05, se rechaza H_1 y se acepta H_0.

Tabla 17

Correlación de la dimensión calidad y la variable formalización de empresas

		Calidad	Formalización de empresas
D1	Correlación de Pearson	1	,260**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	168	168

V2	Correlación de Pearson	,260**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
N		168	168

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

Interpretación: Con base en los resultados obtenidos, si el p-valor = 0.000, menor a 0.05, se acepta H_1, concluyendo que existe una relación significativa entre la calidad y la formalización de empresas.

Hipótesis específica 1

H_0: No existe una relación significativa entre la calidad y la formalización de empresas de restauración en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024.

H_1: Existe una relación significativa entre la calidad y la formalización de empresas de restauración en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024.

Criterios de decisión:

Si p-valor < 0,05, se rechaza H_0 y se acepta H_1.

Si p-valor > 0,05, se rechaza H_1 y se acepta H_0.

Tabla 18

Correlación de la dimensión sostenibilidad y la variable formalización de empresas

		Sostenibilidad	Formalización de empresas
D2	Correlación de Pearson	1	,180*
	Sig. (bilateral)		,019
	N	168	168
V2	Correlación de Pearson	,180*	1
	Sig. (bilateral)	,019	
N		168	168

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: Si el p-valor = 0.001, menor a 0.05, se acepta H_1, concluyendo que existe una relación significativa entre la sostenibilidad y la formalización de empresas.

Hipótesis específica 2

H_0: No existe una relación significativa entre la sostenibilidad y la formalización de empresas de restauración en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024.

H_1: Existe una relación significativa entre la sostenibilidad y la formalización de empresas de restauración en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024.

Criterios de decisión:

Si p-valor < 0,05, se rechaza H_0 y se acepta H_1.

Si p-valor > 0,05, se rechaza H_1 y se acepta H_0.

Tabla 19

Correlación de la dimensión accesibilidad y la variable formalización de empresas

		Accesibilidad	Formalización de empresas
D3	Correlación de Pearson	1	,210**
	Sig. (bilateral)		,006
	N	168	168
V2	Correlación de Pearson	,210**	1
	Sig. (bilateral)	,006	
N		168	168

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

Interpretación: Si el p-valor = 0.000, menor a 0.05, se acepta H_1, concluyendo que existe una relación significativa entre la accesibilidad y la formalización de empresas.

Hipótesis específica 3

H_0: No existe una relación significativa entre la accesibilidad y la formalización de empresas de restauración en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024.

H_1: Existe una relación significativa entre la accesibilidad y la formalización de empresas de restauración en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024.

Criterios de decisión:

Si p-valor < 0,05, se rechaza H_0 y se acepta H_1.

Si p-valor > 0,05, se rechaza H_1 y se acepta H_0.

CAPITULO VI

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo con el objetivo general planteado Determinar el nivel de relación que existe entre la oferta turística y la formalización en restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete, 2024, los resultados evidencian que la oferta turística fue percibida como baja por el 56.5 % de los encuestados, con una correlación positiva moderada (ρ=0.303) y significativa (p=0.000). Esto indica que fortalecer la oferta turística podría mejorar la formalización de los restaurantes.

En un contexto similar, Vega et al. (2022) resaltaron que la baja formalización reduce la competitividad y oferta de servicios turísticos en Colombia. Además, Moreno (2021) identificó la oferta turística como un factor importante para el posicionamiento y credibilidad de las empresas, destacando que su fortalecimiento puede ser clave para impulsar la formalización empresarial en San Vicente.

Frente al objetivo específico 1: Determinar la relación que existe entre la calidad de servicios y la formalización en restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete, 2024, los hallazgos obtenidos señalan que el 64.7 % de los encuestados perciben un nivel bajo de calidad en los servicios de los restaurantes, mientras que solo un 1.2 % considera que la calidad es alta. Esto sugiere una necesidad urgente de mejorar la calidad de los servicios para fomentar la formalización empresarial, respaldado por la correlación significativa encontrada (p=0.000).

En comparación con Juárez et al. (2021), quienes destacaron que la calidad del servicio en hospedajes, restaurantes y medios de transporte mejora significativamente la satisfacción del cliente, se observa una coincidencia con la necesidad de fortalecer la calidad del servicio como factor clave en la percepción de los clientes y su impacto en la formalización. Asimismo, Moreno (2020) encontró que, aunque el 47.4 % de las empresas en Iquitos conocían los alcances de la gestión de calidad, la implementación de herramientas formales era limitada, lo cual también se refleja en este estudio. Ambos antecedentes confirman la relevancia de adoptar estrategias de calidad para consolidar la formalización.

Los resultados obtenidos en el objetivo específico 2: Establecer la relación que existe entre la sostenibilidad y la formalización en restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete, 2024, resaltan que el 50.9 % de los encuestados perciben esta dimensión como baja, mientras que un 48.5 % la evalúa como media. La correlación significativa ($p=0.001$) evidencia que la sostenibilidad es un factor esencial en la formalización empresarial.

Este hallazgo es consistente con Martí (2021), quien identificó que las barreras económicas y de conocimiento limitan la implementación de prácticas sostenibles en empresas turísticas en Cataluña, resaltando la necesidad de superar estas limitaciones. De igual manera, López (2023) destacó que estrategias sostenibles, como el uso de redes sociales y tecnología, tienen un impacto positivo en la estabilidad empresarial, lo que sugiere que iniciativas similares podrían beneficiar a los restaurantes de San Vicente.

Los resultados obtenidos en el objetivo específico 3: Determinar la relación que existe entre la accesibilidad y la formalización en restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete, 2024, es percibida como media por el 62.3 % de los encuestados, mientras que un 37.7 % la considera baja. Estos resultados, junto con la correlación significativa

(p=0.000), indican que la accesibilidad juega un papel crucial en la formalización empresarial. Cruz (2022) señaló que una mejora en la atención al cliente, incluida la accesibilidad, influye directamente en la sostenibilidad de las microempresas del sector servicios. Por otro lado, Vásquez (2021) encontró que, tras la formalización, las empresas mejoran su competitividad y aumentan sus ingresos, lo que puede aplicarse al contexto de accesibilidad en San Vicente, donde facilitar recursos o programas de capacitación podría tener un impacto positivo.

Los resultados confirman que los factores de calidad, sostenibilidad, accesibilidad y oferta turística están significativamente relacionados con la formalización de los restaurantes en San Vicente. Al comparar estos hallazgos con antecedentes nacionales e internacionales, se reafirma la importancia de implementar estrategias integrales que aborden estas dimensiones, promoviendo un desarrollo empresarial sostenible y competitivo.

CAPITULO VII
CONCLUSIONES

1. **Relación entre la oferta turística y la formalización**

   Se confirmó la **hipótesis específica 1**, al determinarse que la oferta turística presenta una relación positiva y significativa con la formalización de los restaurantes turísticos en el distrito de San Vicente ($\rho = 0.303$, $p = 0.000$). Esto significa que la mejora en la oferta turística impacta favorablemente en los procesos de formalización, respondiendo también al **objetivo específico 1**. Este hallazgo se alinea con investigaciones previas que reconocen a la oferta turística como un factor determinante en la competitividad empresarial.

2. **Calidad de servicios y formalización**

   Respecto a la **hipótesis específica 2**, se evidenció una relación significativa entre la calidad de los servicios y la formalización ($p = 0.000$). El 64.7 % de los encuestados perciben un nivel bajo de calidad, lo que confirma que la carencia en este aspecto limita la consolidación empresarial. En coherencia con el **objetivo específico 2**, se concluye que mejorar la calidad del servicio es fundamental para incentivar la formalización en el sector turístico.

3. **Sostenibilidad y formalización**

   En cuanto a la **hipótesis específica 3**, los resultados indican que la sostenibilidad presenta una relación significativa con la formalización ($p = 0.001$). Más de la mitad

de los encuestados (50.9 %) perciben un nivel bajo en esta dimensión, lo que confirma que las prácticas sostenibles son esenciales para fortalecer la formalización empresarial, respondiendo al **objetivo específico 3**. Este resultado coincide con estudios previos que destacan las limitaciones económicas y de conocimiento como barreras que dificultan la adopción de medidas sostenibles.

4. **Accesibilidad y formalización**

   Finalmente, se confirmó la **hipótesis específica 4**, al evidenciarse una relación significativa entre la accesibilidad y la formalización (p = 0.000). El 62.3 % de los encuestados perciben un nivel medio en esta dimensión, lo cual resalta que mejorar la accesibilidad a programas de capacitación, financiamiento e infraestructura es determinante para impulsar la formalización, en concordancia con el **objetivo específico 4**

IV. RECOMENDACIONES

1. Mejorar la oferta turística para impulsar la formalización

Dado que se determinó que la oferta turística tiene una relación positiva y significativa con la formalización, se recomienda diseñar estrategias de marketing que promuevan los atractivos turísticos locales, con especial énfasis en la oferta gastronómica de los restaurantes del distrito de San Vicente. Asimismo, organizar festivales gastronómicos y culturales que fortalezcan la visibilidad de los negocios locales. Es importante, además, establecer programas de incentivos que integren a los restaurantes en redes de promoción turística a nivel regional y nacional, con el fin de generar mayores oportunidades de formalización.

2. Incrementar la calidad de los servicios en los restaurantes

Considerando que los resultados muestran una percepción baja en la calidad de los servicios y que esta dimensión está estrechamente vinculada con la formalización, se recomienda implementar capacitaciones constantes dirigidas al personal en temas de atención al cliente, higiene y manipulación de alimentos. Igualmente, se sugiere apoyar a los propietarios en la elaboración de manuales de operación y protocolos de calidad. Para garantizar mejoras sostenidas, se recomienda realizar auditorías periódicas que permitan identificar debilidades y proponer ajustes oportunos.

3. Fomentar prácticas de sostenibilidad en el sector

Dado que se concluyó que la sostenibilidad presenta una relación significativa con la formalización, se recomienda promover alianzas con instituciones ambientales y entidades públicas para la implementación de programas de reciclaje, compostaje y uso eficiente de la energía en los restaurantes. Además, se sugiere facilitar el acceso a créditos

o subsidios destinados a la adquisición de tecnologías sostenibles. Igualmente, se recomienda realizar campañas de sensibilización dirigidas a empresarios y consumidores sobre los beneficios económicos y ambientales de las prácticas sostenibles.

4. **Mejorar la accesibilidad a recursos para la formalización**

En virtud de que la accesibilidad se identificó como un factor con relación significativa a la formalización, se recomienda crear plataformas digitales que simplifiquen los procesos legales y administrativos vinculados a la formalización. También se deben organizar talleres presenciales y virtuales en temas legales, tributarios y administrativos, para orientar a los empresarios del sector. Asimismo, se propone establecer subsidios o beneficios tributarios iniciales que reduzcan los costos de la formalización, incentivando la transición de los negocios informales hacia la formalidad.

IX. REFERENCIAS

Altamirano Palma, K. A., & Maradiaga Ruiz, J. D. (2022). *Formalización de las microempresas del sector de comidas rápidas por delivery en el municipio de León en el periodo de febrero a mayo del 2022* [Tesis de doctorado, Universidad de Ciencias Comerciales]. Archivo digital. http://repositorio.ucc.edu.ni/1083/1/FORMALIZACI%C3%93N%20Y%20PARTICIPACI%C3%93N%20DE%20MERCADO%2020-07-2022.pdf

Aquino Hinostroza, F. K. (2019). *Gestión de la calidad y la formalización de las mype del sector comercio-rubro bodegas, del mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Católica de los Ángeles Chimbote]. Archibo digital. https://acortar.link/jdj8oq

Arias Guadalupe, M. N. (2020). *La calidad en el servicio y su incidencia en la fidelización del cliente en los lugares turísticos del Cantón Colta 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo Ecuador]. Archivo digital. https://n9.cl/3t4rz

Balda Meza, A. C. (2021). *Turismo inclusivo: análisis de la oferta turística en las agencias de viaje en la ciudad de Manta* [Tesis de pregrado, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. Archivo digital. https://acortar.link/jdj8oq

Bonilla, M., Chaminade, C., Gil, L., & Peralta Quesada, L. (2024). *La sostenibilidad turística desde una perspectiva territorial: estudios en Costa Rica, Panamá y la República Dominicana.* https://acortar.link/jdj8oq

Bonilla, T., & Ingrid, S. (2021). *La cultura tributaria y la formalización de las Mypes del sector comercio de abarrotes–distrito de Amarilis 2018* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Archivo digital. https://n9.cl/n52xa

Calizaya Herrera, M. A. (2023). *Valoración de la calidad escénica del paisaje y sostenibilidad turística en el entorno natural del distrito de Pachia provincia y*

departamento de Tacna al 2023 [Tesis de pregrado, Universidad Privada de Tacna]. Archivo digital. https://n9.cl/ervu57

Calle, M. J. G., Maldonado-Matute, J. M., Orellana, A. C. A., & Ortiz, M. I. A. (2025). Herramienta de evaluación de la cadena de valor en empresas del sector turístico: caso restaurantes. *Revista de Ciencias de la Gestión, 10*(10), 1-18. https://doi.org/10.18800/360gestion.202510.004

Calsina, B. P. C., Huichi, M. E. C., & Ponce, G. S. D. (2022). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes en Mojsa Restaurant de la ciudad de Puno 2019. *Waynarroque: Revista de Ciencias Sociales Aplicadas, 2*(4), 95–102. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Benito+Pepe.pdf

Castro Conde, C. A. (2022). Capacidad administrativa e implementación de la política de cohesión de la UE. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas, 29*, 52 71.https://shre.ink/8rGB

Cedeño Mendoza, H. A. (2022). *Estudio de la oferta turística y su aporte al desarrollo económico de la ruta del rio, año 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Babahoyo]. Archivo digital. https://shre.ink/8rGs

Celis Rojas, J. D. (2021). *La cultura tributaria y la formalización de las Mypes del sector abarrotes del mercado central de la ciudad Huánuco-2021* [Tesis de pregrado, Universidad Alas Peruans]. Archivo digital. https://shre.ink/8rGW

Chamorro Cevallos, M. J. (2021). *Evaluación de la infraestructura y planta turística para la mejora del desarrollo turístico de la parroquia Cojimíes-Pedernales post terremoto* [Tesis de pregrado, Ingeniería de Turismo]. Archivo digital. https://shre.ink/8rGd

Collazos López, S., & Lengua Ospina, G. I. (2021). *Diagnóstico y propuesta de accesibilidad turística para la red de Ecoparques en Manizales* [Tesis de pregrado, Universidad Católica de empresas turísticas]. Archivo digital. https://shre.ink/8rGT

Condori Chacón, S. G., & Frisancho Carrasco, Y. J. (2020). *Informalidad de la oferta del turismo místico en el centro histórico de Cusco 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Andina de Cusco] Archivo digital. https://shre.ink/8rGk

Cruz May, S. D. L., & May Guillermo, E. G. (2021). Prácticas de innovación implementadas por las MIPYMES del sector restaurantero ante la COVID-19 en Tabasco, México. *Nova Scientia, 13*(spe), 1–15. https://shre.ink/8rGQ

Del Águila Rojas, L. F. (2021). *Relación de los beneficios tributarios en la formalización de las micro empresas del distrito de Tarapoto* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión]. Archivo digital. https://shre.ink/8rGc

Delgado, B. M., Alvarado, W. P., & Ortega, M. V. (2021). La capacitación laboral como herramienta de mejoramiento empresarial. *Boletín Redipe*, *10*(6), 305-317. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Dialnet-LaCapacitacionLaboralComoHerramientaDeMejoramiento-8116466%20(1).pdf

Farfan Rondoy, C. E. (2022). *Formalización como factor relevante para la gestión de calidad en las Mypes restaurantes de la avenida Grau del Cercado de Talara, 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Cátolica los Angeles Chimbote]. Archivo digital. https://shre.ink/8rGl

Gaarder, E., & Doorn, J. (2021). Formalización de empresas: Una Introducción. *Organizacion Internacional de Trabajo.* http://sm.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/--ifp_seed/documents/publication/wcms_768032.pdf

Galarza, L. C. (2021). *Planificación fiscal en Tarjeta Naranja bajo la mirada de la responsabilidad tributaria empresarial* [Tesis de pregrado, Universidad Siglo 21]. https://shre.ink/8rGH

Garcia Sanchez, X. E., & Porras Matos, S. J. (2023). *Gestión de calidad y formalización de las Mypes del sector transporte–mototaxis del Distrito de Chilca, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana los Andes]. Archivo digital. https://shre.ink/8rG9

Giler Zambrano, M. R. (2024). *Evaluación de prácticas verdes y su influencia en la innovación del servicio en restaurantes de la ciudad de Manta* [Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria De Manabí Manuel Félix López]. Archivo digital. https://shre.ink/8rGn

Gonzales, H. (2022). *La informalidad empresarial y su relación con la evasión tributaria en la provincia de Huancayo, en el 2019* [Tesis de Maestría, Universidad Peruana los Andes] Archivo digital. https://shre.ink/8rG1

Gualaco, A. M., Rodríguez Ortiz, Y. A., & Ruiz Góngora, J. A. (2021). *Propuesta para la formalización tributaria en pequeñas empresas del sector de servicios de restaurantes del municipio de El Espinal Tolima* [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Archivo digital. https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/24ea73d7-5e57-498d-8cc2-011db4967832/content

Hernández, R., Batista, P., & Fernández, C. (2014). Metodología de la investigación (6 edit). McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill

Horna Escoba, B. E. (2022). *Gestión turística municipal y la oferta turística en el distrito de Salaverry, provincia de Trujillo, región La Libertad* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Archivo digital. https://shre.ink/8rhP

Juárez, A. M. P. (2021). Emprendimientos e innovación, una oportunidad hacia la competitividad de las Mipymes. *Revista Multi-Ensayos*, *8*(15), 62-71. https://revistasnicaragua.cnu.edu.ni/index.php/multiensayos/article/download/7341/8925

Juárez, R. S., Calderón, F. J., Vera, P. E. L., & Pozo, L. R. T. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de ciencias sociales*, *27*(3), 193-203. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766

León, A., Rodríguez, I. P., García, M. C., Quesada, L., & Quintana Verdecia, E. (2021). La capacitación como premisa para implementar un sistema de gestión de la calidad. *Edumecentro*, *13*(2), 19-32. http://scielo.sld.cu/pdf/edu/v13n2/2077-2874-edu-13-02-19.pdf

López Álvarez, J. (2019). El método científico en la investigación social. *Revista de Investigación Educativa*, *37*(2), 349-362. https://www.academia.edu/download/45207478/metodologia-de-la-investigacion.pdf

López Pazmiño, A. (2021). *Calidad turística, sistema de gestión de calidad para la satisfacción del cliente en los hoteles del cantón Salinas* [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Archivo digital. https://shre.ink/8rhY

Manturano Aburto, G. S. (2023). *Calidad turística para la fidelización del cliente en los restaurantes turísticos de Lunahuaná–Cañete 2022* [Tesis de pregrado, Universidad

Nacional de Cañete]. Repositorio undc. https://repositorio.undc.edu.pe/items/92cb2c99-cdd6-4b06-a6d6-36929c16248c

Martí, N. (2021). Turismo sostenible en empresas turísticas vacacionales. Motivaciones y limitaciones en la implantación de medidas sostenibles en Cataluña. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 19*(3), 419-435. https://ojsull.webs.ull.es/ojs/index.php/Revista/article/view/2850/1593

Maslucan Torres, M. H. (2021). *Los beneficios laborales y su influencia en la formalización de las Micro y Pequeñas empresas en la ciudad de Moyobamba, periodo 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Archivo digital. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/62203

Mejía González, L. P., & Bolaño Rodríguez, L. Y. (2014). La calidad de las ofertas turísticas en el departamento de la Guajira-Colombia. *Dimensión empresarial, 12*(1), 139-149. http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n1/v12n1a11.pdf

Morocho Capusay J. (2022). *Gestión y oferta turística en la comunidad Guarguallá Chico, parroquia Cebadas* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]. Archivo digital. https://shre.ink/8rh6

Ortiz Regalado, O., & Medina Miranda, SD (2023). Influencia de la Informalidad en la competitividad de las microempresas de productos lácteos en el distrito de Bambamarca. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *7* (2), 9481-9498. https://shre.ink/8rh4

Pachacama Guano, D. N. (2023). *Estrategias de innovación del turismo cultural en el centro histórico del distrito metropolitano de Quito* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Archivo digital. https://shre.ink/8rh6

Paredes Chávez, R. E. (2021). *Implementación de la cultura tributaria para la formalización de la MYPES, Ayacucho, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Archivo digital. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65704/Paredes_CRE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pazmiño, D. A. (2017). Oferta turística de la parroquia Balsapamba y su efecto en la percepción de la demanda. *Mundo de la investigación y el conocimiento, 1*(4), 919 - 933. https://shre.ink/8rh9

Perez, C., & Luis, J. *La formalización y su influencia en la gestión de calidad de las mypes rubro mueblerías, del distrito de Tocache–San Martin 2018* [Tesis de pregrado. Universidad Católica de los Ángeles Chimbote]. Archivo digital. https://shre.ink/8rh0

Puig, D. A. (2020). *Oferta y desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba]. Archivo digital. http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6717

Quimis Parra, D. J. (2022). *Calidad y oferta turística en el sector hotelero del Cantón Huaquillas, Provincia de El Oro* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]. Archivo digital.

Quispe, G. M. F., Pérez, J. M. G., & Nina, D. A. (2022). Los emprendimientos rurales con enfoque de género: Una revisión teórica sobre su importancia y el rol de las cooperativas financieras en el financiamiento. *ESPOCH Congresses: The Ecuadorian Journal of S.T.E.A.M., 2*(2), 705–727. https://doi.org/10.18502/espoch.v2i2.11424

Rado Soto, Y. (2022). *Turismo de aventura en la modalidad de Trekking para diversificar la oferta turística en el distrito de Ccorca, Cusco-2022* [Tesis de pregrado, Universidad Andina de Cusco]. Archivo digital. https://shre.ink/8rhJ

Rivera Calle, F. (2022). *Caracterización de la formalización y competitividad de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Ayabaca, Piura, año, 2022* [Tesis de pregrado, universidad católica los ángeles Chimbote]. Archivo digital. https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/27940/COMPETITIVIDAD_MYPE_RIVERA_CALLE_FANNY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodriguez Medina, R. A. (2022). *Formalidad y competitividad empresarial de las agencias de viajes y turismo de la ciudad de Huaraz, Áncash 2020* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Áncash]. Archivo digital. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RUNM_8481db76cd96663db24834ea4bc2bcea

Sociedad de Comercio Exterior del Perú. (s. f.). COMEXPERU - Sociedad de Comercio Exterior del Perú. Recuperado 6 de mayo de 2022, de https://www.comexperu.org.pe/

Tanguila, A. F. (2019). *Gestión y diversificación de la oferta turística de la parroquia Pano, cantón Tena, provincia de Napo* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba]. Archivo digital. http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5460

Tinco Vizcarra, L. J. (2021). *Evaluación de la accesibilidad turística para personas con discapacidad física en el Parque Arqueológico de Chinchero–Cusco 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco]. Archivo digital. https://shre.ink/8rhN

Torres Carrera, L. E. (2021). *Los regímenes tributarios y la formalización de los contribuyentes MYPES en el Perú, período 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Callao]. Archivo digital. https://shre.ink/8rhE

Torres Suarez, F. M. (2022). *Formalización de las mypes para lograr el incremento de las ventas del sector restaurantes de la ciudad de Chepén 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. *Archivo digital.* https://shre.ink/8rhR

Trujillo, J. (2021). *La informalidad fiscal empresarial y sus efectos en la recaudación tributaria en la provincia de Barranca 2019* [Tesis de Licenciatura, Universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Archivo digital. https://shre.ink/8rhF

Ureña Villamizar, C., Narváez Castro, S., Carruyo Durán, Y., y Ontiveros Cepeda, C. (2021). Gestión del conocimiento: Prospectiva estratégica de la Universidad Modo 2.0. *Revista de Ciencias Sociales, 27*(4), 319-333. https://rua.ua.es/server/api/core/bitstreams/6fc8a878-77fb-400f-b619-4022aff7c6fc/content

Villanueva Rosas, E. F. (2021). *Evaluación de la infraestructura e instalaciones turísticas para el turista con discapacidad motriz en el santuario histórico Bosque de Pómac [Tesis de pregrado, Universidad de Sipán]*. *Archivo digital.* https://shre.ink/8rhy

Vivas Zelada, C. M. (2023). *La formalización y la competitividad de las organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara, 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. Archivo digital. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/FORMALIZACION_COMPETITIVIDAD_VIVAS_ZELADA_CHRISTIAN_MANUEL%20(1).pdf

Yucta, R. A. (2020). *Turismo de aventura y diversificación de la oferta en el cantón Riobamba* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba]. Archivo digital. http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6982

Zambrano, I. S. (2023). *La infraestructura turística de la comunidad "La Jagua" como elemento dinamizador dentro del desarrollo territorial del Cantón Rocafuerte* [Tesis de pregrado, Universidad San Gregorio de Portoviejo]. Archivo digital. https://shre.ink/8rhi

Zumba Lucero, A., Erazo-Álvarez, C., Andrade-Mena, I. y Erazo-Álvarez, A. (2021). Gestión del conocimiento y competitividad. *Cienciamatria*, *7*(12), 918-951. https://www.cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/454/637

VI. ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
Título	OFERTA TURÍSTICA Y FORMALIZACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS EN EL DISTRITO DE SAN VICENTE, CAÑETE - 2024					
Autor	Tania Akane Ramos Chuquispuma					
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	**OBJETIVOS**	**HIPÓTESIS**	**VARIABLE**	**DIMENSIONES**	**INDICADORES**	**METODOLOGÍA**
Problema General: ¿De qué manera se relaciona la oferta turística y la formalización de empresas turísticas en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024? **Problemas Específicos:** PE1: ¿Cuál es la relación que existe entre la Calidad y la formalización de empresas turísticas en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024? PE1: ¿De qué manera se relaciona la sostenibilidad y la formalización de empresas turísticas en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024? PE1: ¿Cómo se relaciona la accesibilidad y la formalización de empresas	**Objetivo General:** Determinar el nivel de relación que existe entre la oferta turística y la formalización de empresas turísticas en el distrito de San Vicente, Cañete, 2024. **Objetivo Específicos:** OE1: Determinar la relación que existe entre la calidad y la formalización de empresas turísticas en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024. OE2: Establecer la relación que existe entre la sostenibilidad y la formalización de empresas turísticas en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024. OE3: Determinar la relación que existe entre la	**Hipótesis General:** Existe relación entre la oferta turística y la formalización de empresas turísticas en el distrito de San Vicente, Cañete, - 2024 **Hipótesis Específicas:** HE1 Existe relación entre la calidad y la formalización de empresas turísticas en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024. HE2: Existe relación entre la sostenibilidad y la formalización de empresas turísticas en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024. HE3: Existe relación entre la accesibilidad y la formalización de empresas	**VARIABLE 1** Oferta turística	Calidad	• Seguridad • Innovación • Fiabilidad	**Enfoque:** cuantitativo **Tipo de investigación:** Básica **Diseño:** no experimental **Nivel de investigación:** Correlacional **Método:** Hipotético - deductivo **Población: 38 028** **Muestra:** muestreo por conveniencia 168 **Lugar de estudio:** San Vicente **Técnica:** Encuesta **Instrumento:** Cuestionario
				Sostenibilidad	• Participación de la comunidad • Recursos naturales • Conservación ambiental	
				Accesibilidad	• Infraestructura • Transporte • Alimentación	
			VARIABLE 2 Formalización	Coordinación	• Registral • Tributaria • Municipal	
				Gestión del conocimiento	• Innovación • Productividad	

turísticas en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024?	accesibilidad y la formalización de empresas turísticas en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024.	turísticas en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024.			• Organizar	
				Fortalecimiento de capacidad	• Capacitar • Monitoreo • Evaluar	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de evaluación	Niveles según variable
V1: Oferta turística	Según Alvarado (2022), indica que la oferta turística comprende tanto los recursos naturales como los culturales, junto con servicios complementarios que facilitan su promoción y comercialización de manera efectiva. Su principal propósito es atender las variadas necesidades y expectativas de los turistas que visitan los distintos lugares relacionados con la actividad turística.	Esta definición operacional está bajo los componentes de la oferta turística que son: Calidad, Sostenibilidad y Accesibilidad, que consta de 15 preguntas	X1= Calidad	Seguridad Innovación Fiabilidad	P1-P5	Ordinal Escala de Likert. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni desacuerdo ni acuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	Bajo (15 -34) Medio (35-54) Alto (55-75)
			X2= Sostenibilidad	Participación de la comunidad Recursos naturales Conservación ambiental	P6-P10		
			X3=Accesibilidad	Infraestructura Transporte Alimentación	P11-P15		
V2: Formalización	Según Ramírez (2021), menciona que la formalización implica proporcionarle los recursos necesarios para establecerse, operar y cumplir con los requisitos legales, éticos y de responsabilidad social dentro de una actividad económica. En otras palabras, consiste en integrarla al marco legal y promover su adhesión a prácticas éticas y responsables hacia la sociedad.	Esta definición operacional está bajo los componentes de la formalización que son: procedimiento, ética empresarial y beneficios, que consta de 15 preguntas	Y1=Coordinación	Registral Tributaria Municipal	P16-P20	Ordinal Escala de Likert. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni desacuerdo ni acuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	Bajo (15 -34) Medio (35-54) Alto (55-75)
			Y2=Gestión del conocimiento	Innovación Productividad Organizar	P21-P25		
			Y3=Fortalecimiento de capacidad	Capacitar Monitoreo Evaluar	P26-P30		

UNDC

Carta solicitud de validación de instrumentos

Cañete, 30 de Mayo de 2024

Señor (a):

MTTRA. GIOVANNA ROCIO PIZARRO OSORIO

Docente de la Escuela Profesional de Administración de Turismo y Hotelería

Presente. -

Asunto: Validación de Instrumentos a través de Juicio de Experto

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. para expresarle mi cordial saludo y, al mismo tiempo hacer de su conocimiento que me encuentro realizando la siguiente investigación:

Título: "OFERTA TURÍSTICA Y FORMALIZACIÓN DE LOS RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE SAN VICENTE, CAÑETE – 2024"

Recurro a su persona como especialista y connotada experiencia en temas relacionados a esta línea de investigación para que emita su opinión sobre los instrumentos de recolección de datos adjuntos.

Adjunto al presente los documentos necesarios que le permita conocer el proceso seguido, así como el Informe del Juicio de Experto:

1. Carta solicitud de validación de instrumentos.
2. Informe de juicio de experto del instrumento de investigación.
3. Matriz de consistencia.
4. Matriz de operacionalización de las variables.
5. Instrumentos de recojo de información.

Agradezco a Ud. la atención a la presente, expreso mis sentimientos de respeto y consideración.

Atentamente,

.....

Firma

Apellidos y nombre del estudiante: Ramos Chuquispuma, Tania Akane

D.N.I: 72714279

Informe de Juicio de Experto del Instrumento de Investigación

DATOS INFORMATIVOS

Apellido y Nombre del Juez evaluador	Especialidad del evaluador(a)	Nombre del Instrumento de Evaluación
GIOVANNA ROCIO PIZARRO OSORIO	Licenciado en Turismo	Cuestionario de la Oferta turística

Título: Oferta turística y formalización de los restaurantes en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem (SÍ o NO), de acuerdo al grado de pertinencia, relevancia y claridad

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	DIMENSIÒN 1	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Usted considera que hay seguridad al visitar los atractivos turísticos en el distrito de San Vicente?	X		X		X		
2	¿Usted está de acuerdo en que los restaurantes del distrito de San Vicente adopten tecnologías innovadoras?	X		X		X		
3	¿Cree usted que hay innovaciòn en la oferta turística en el distrito de San Vicente?	X		X		X		
4	¿Usted considera que los restaurantes del distrito de San Vicente cumplen con lo prometido en sus servicios?	X		X		X		
5	¿Usted considera que los servicios ofrecidos por los restaurantes en el distrito de San Vicente son confiables?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
6	¿Usted considera que en el distrito de San Vicente hay participación activa de los ciudadanos en la planificación de actividades turísticas?	X		X		X		
7	¿Usted está de acuerdo que la oferta turística del distrito de San Vicente promueve el uso sostenible de los recursos naturales?	X		X		X		
8	¿Cree usted que las instalaciones turísticas cumplen con los estándares de calidad necesarios?	X		X		X		
9	¿Cree usted que en el distrito de San Vicente se promueve el turismo responsable y sostenible?	X		X		X		
10	¿Considera que los restaurantes del distrito de San Vicente implementan prácticas de conservación ambiental?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	

11	¿Usted considera que la infraestructura de los restaurantes del distrito de San Vicente cumplen con los estándares necesarios para atraer turistas?	X		X		X		
12	¿Usted considera que los restaurantes del distrito de San Vicente tienen una adecuada infraestructura para recibir a las personas con discapacidad?	X		X		X		
13	¿Cree usted que la disponibilidad de transporte afecta la elección de los turistas para visitar restaurantes del distrito de San Vicente?	X		X		X		
14	¿Cree usted que los restaurantes del distrito de San Vicente cumplen con las normas de higiene y seguridad?	X		X		X		
15	¿Usted considera que la infraestructura de los restaurantes del distrito de San Vicente cumplen con los estándares necesarios para atraer turistas?	X		X		X		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Aplicable [X] Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

01 de junio 2024	41670820	
Lugar y fecha	DNI	Firma del Experto

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

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por: PIZARRO OSORIO GIOVANNA ROCIO FIR 41670820 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 17/06/2024 17:40:04-0500

UNDC

Informe de Juicio de Experto del Instrumento de Investigación

DATOS INFORMATIVOS

Apellido y Nombre del Juez evaluador	Especialidad del evaluador(a)	Nombre del Instrumento de Evaluación
GIOVANNA ROCIO PIZARRO OSORIO	Licenciado en Turismo	Cuestionario de la Formalización
Título: Oferta turística y formalización de los restaurantes en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024		

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem (SÍ o NO), de acuerdo al grado de pertinencia, relevancia y claridad

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	DIMENSIÒN 1	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Usted considera que los propietarios de los restaurantes están informados sobre los requisitos registrales y tributarios del distrito de San Vicente?	X		X		X		
2	¿Usted considera que cumplir con las obligaciones registrales y tributarias facilita la formalización de los restaurantes del distrito de San Vicente?	X		X		X		
3	¿Usted considera que las tasas e impuestos actuales son justos y razonables para los restaurantes del distrito de San Vicente?	X		X		X		
4	¿Usted considera que hay un apoyo municipal para los restaurantes en términos de permisos y regulaciones en el distrito de San Vicente?	X		X		X		
5	¿Usted cree que la municipalidad tendría que brindar asesoramiento técnico para ayudar a la formalización de los restaurantes del distrito de San Vicente?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
6	¿Usted está de acuerdo que es muy eficiente el servicio que se brinda en los restaurantes del distrito de San Vicente?	X		X		X		
7	¿Usted cree que la productividad de los restaurantes del distrito de San Vicente afecta la percepción de los turistas?	X		X		X		
8	¿Usted considera que la organización de los restaurantes del distrito de San Vicente impacta en la satisfacción de los turistas?	X		X		X		

9	¿Usted considera adecuada la organización interna de los restaurantes del distrito de San Vicente en términos de atención al cliente y gestión de recursos?	X		X		X		
10	¿Usted considera que mejorando los procesos de reserva y atención optimizará la experiencia turística en los restaurantes del distrito de San Vicente?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿Usted está de acuerdo que es muy eficiente el servicio que se brinda en los restaurantes del distrito de San Vicente?	X		X		X		
12	¿Usted cree que la productividad de los restaurantes del distrito de San Vicente afecta la percepción de los turistas?	X		X		X		
13	¿Usted considera que la organización de los restaurantes del distrito de San Vicente impacta en la satisfacción de los turistas?	X		X		X		
14	¿Usted considera adecuada la organización interna de los restaurantes del distrito de San Vicente en términos de atención al cliente y gestión de recursos?	X		X		X		
15	¿Usted considera que mejorando los procesos de reserva y atención optimizará la experiencia turística en los restaurantes del distrito de San Vicente?	X		X		X		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Aplicable [X] Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Cañete, 01 de junio del 2024	41670820	
Lugar y fecha	DNI	Firma del Experto

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

UNDC

Carta solicitud de validación de instrumentos

Cañete, 30 de Mayo de 2024

Señor (a):

Dra. Marleni Mendoza Zuñiga

Docente de la Escuela Profesional de Administración de Turismo y Hotelería

Presente. -

Asunto: Validación de Instrumentos a través de Juicio de Experto

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. para expresarle mi cordial saludo y, al mismo tiempo hacer de su conocimiento que me encuentro realizando la siguiente investigación:

Título: "OFERTA TURÍSTICA Y FORMALIZACIÓN DE LOS RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE SAN VICENTE, CAÑETE – 2024"

Recurro a su persona como especialista y connotada experiencia en temas relacionados a esta línea de investigación para que emita su opinión sobre los instrumentos de recolección de datos adjuntos.

Adjunto al presente los documentos necesarios que le permita conocer el proceso seguido, así como el Informe del Juicio de Experto:

1. Carta solicitud de validación de instrumentos.
2. Informe de juicio de experto del instrumento de investigación.
3. Matriz de consistencia.
4. Matriz de operacionalización de las variables.
5. Instrumentos de recojo de información.

Agradezco a Ud. la atención a la presente, expreso mis sentimientos de respeto y consideración.

Atentamente,

.....

Firma

Apellidos y nombre del estudiante: Ramos Chuquispuma, Tania Akane

D.N.I: 72714279

Informe de Juicio de Experto del Instrumento de Investigación

DATOS INFORMATIVOS

Apellido y Nombre del Juez evaluador	Especialidad del evaluador(a)	Nombre del Instrumento de Evaluación
Dra. Marleni Mendoza Zuñiga	Licenciado en Ecoturismo	Cuestionario de la Oferta turística

Título: Oferta turística y formalización de los restaurantes en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem (SÍ o NO), de acuerdo al grado de pertinencia, relevancia y claridad

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	DIMENSIÒN 1	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Usted considera que hay seguridad al visitar los atractivos turísticos en el distrito de San Vicente?	x		x		x		
2	¿Usted está de acuerdo en que los restaurantes del distrito de San Vicente adopten tecnologías innovadoras?	x		x		x		
3	¿Cree usted que hay innovaciòn en la oferta turística en el distrito de San Vicente?	x		x		x		
4	¿Usted considera que los restaurantes del distrito de San Vicente cumplen con lo prometido en sus servicios?	x		x		x		
5	¿Usted considera que los servicios ofrecidos por los restaurantes en el distrito de San Vicente son confiables?	x		x		x		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
6	¿Usted considera que en el distrito de San Vicente hay participación activa de los ciudadanos en la planificación de actividades turísticas?	x		x		x		
7	¿Usted está de acuerdo que la oferta turística del distrito de San Vicente promueve el uso sostenible de los recursos naturales?	x		x		x		
8	¿Cree usted que las instalaciones turísticas cumplen con los estándares de calidad necesarios?	x		x		x		
9	¿Cree usted que en el distrito de San Vicente se promueve el turismo responsable y sostenible?	x		x		x		
10	¿Considera que los restaurantes del distrito de San Vicente implementan prácticas de conservación ambiental?	x		x		x		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	

11	¿Usted considera que la infraestructura de los restaurantes del distrito de San Vicente cumplen con los estándares necesarios para atraer turistas?	x		x		x		
12	¿Usted considera que los restaurantes del distrito de San Vicente tienen una adecuada infraestructura para recibir a las personas con discapacidad?	x		x		x		
13	¿Cree usted que la disponibilidad de transporte afecta la elección de los turistas para visitar restaurantes del distrito de San Vicente?	x		x		x		
14	¿Cree usted que los restaurantes del distrito de San Vicente cumplen con las normas de higiene y seguridad?	x		x		x		
15	¿Usted considera que la infraestructura de los restaurantes del distrito de San Vicente cumplen con los estándares necesarios para atraer turistas?	x		x		x		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Aplicable [ ] Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Cañete, 03 de junio del 2024	42555713	
Lugar y fecha	DNI	Dra. Marleni Mendoza Zuñiga Firma del Experto

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



Firmado digitalmente por:
MENDOZA ZUÑIGA MARLENI
FIR 42555713 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/06/2024 19:34:59-0500

Informe de Juicio de Experto del Instrumento de Investigación

UNDC

DATOS INFORMATIVOS

Apellido y Nombre del Juez evaluador	Especialidad del evaluador(a)	Nombre del Instrumento de Evaluación
Dra. Marleni Mendoza Zuñiga	Licenciado en Ecoturismo	Cuestionario de la Formalización
Título: Oferta turística y formalización de los restaurantes en el distrito de San Vicente, Cañete - 2024		

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem (SÍ o NO), de acuerdo al grado de pertinencia, relevancia y claridad

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	DIMENSIÒN 1	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Usted considera que los propietarios de los restaurantes están informados sobre los requisitos registrales y tributarios del distrito de San Vicente?	x		x		x		
2	¿Usted considera que cumplir con las obligaciones registrales y tributarias facilita la formalización de los restaurantes del distrito de San Vicente?	x		x		x		
3	¿Usted considera que las tasas e impuestos actuales son justos y razonables para los restaurantes del distrito de San Vicente?	x		x		x		
4	¿Usted considera que hay un apoyo municipal para los restaurantes en términos de permisos y regulaciones en el distrito de San Vicente?	x		x		x		
5	¿Usted cree que la municipalidad tendría que brindar asesoramiento técnico para ayudar a la formalización de los restaurantes del distrito de San Vicente?	x		x		x		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
6	¿Usted está de acuerdo que es muy eficiente el servicio que se brinda en los restaurantes del distrito de San Vicente?	x		x		x		
7	¿Usted cree que la productividad de los restaurantes del distrito de San Vicente afecta la percepción de los turistas?	x		x		x		
8	¿Usted considera que la organización de los restaurantes del distrito de San Vicente impacta en la satisfacción de los turistas?	x		x		x		

9	¿Usted considera adecuada la organización interna de los restaurantes del distrito de San Vicente en términos de atención al cliente y gestión de recursos?	x		x		x		
10	¿Usted considera que mejorando los procesos de reserva y atención optimizará la experiencia turística en los restaurantes del distrito de San Vicente?	x		x		x		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿Usted está de acuerdo que es muy eficiente el servicio que se brinda en los restaurantes del distrito de San Vicente?	x		x		x		
12	¿Usted cree que la productividad de los restaurantes del distrito de San Vicente afecta la percepción de los turistas?	x		x		x		
13	¿Usted considera que la organización de los restaurantes del distrito de San Vicente impacta en la satisfacción de los turistas?	x		x		x		
14	¿Usted considera adecuada la organización interna de los restaurantes del distrito de San Vicente en términos de atención al cliente y gestión de recursos?	x		x		x		
15	¿Usted considera que mejorando los procesos de reserva y atención optimizará la experiencia turística en los restaurantes del distrito de San Vicente?	x		x		x		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Aplicable [ ] Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Cañete, 03 de junio del 2024	42555713	
Lugar y fecha	DNI	Dra. Marleni Mendoza Zuñiga Firma del Experto

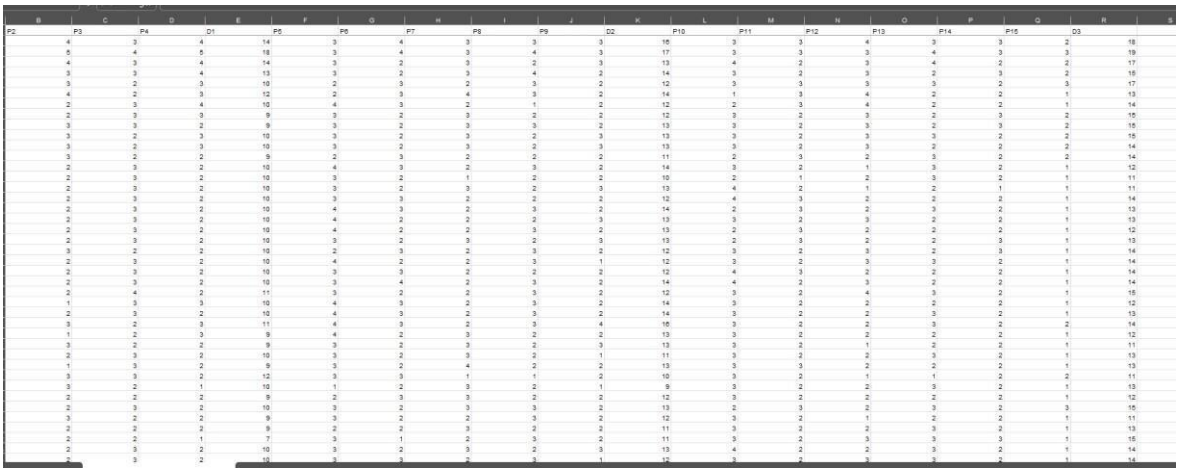
[1]Pertinencia: Del ítem corresponde al concepto teórico formulado.

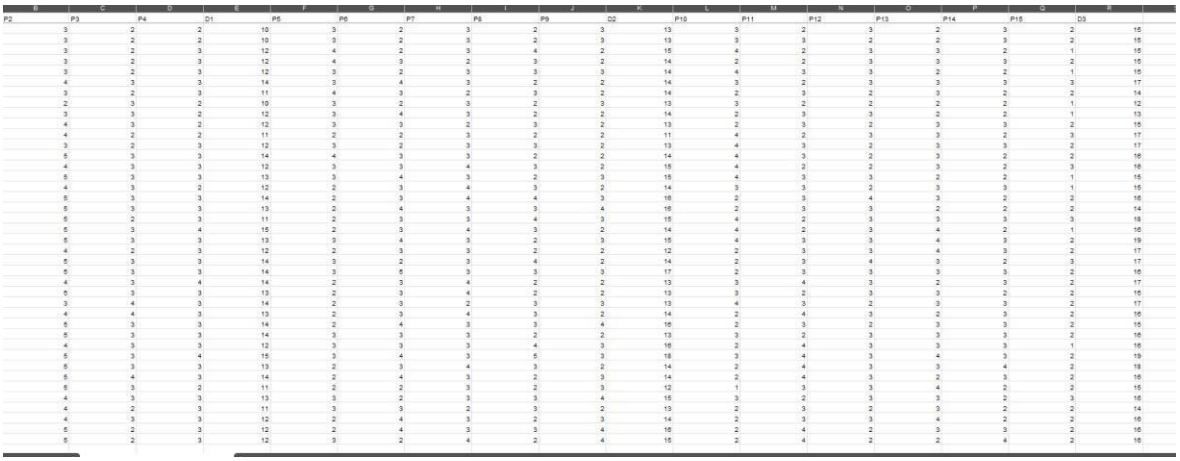
[2]Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

[3]Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, e[illegible] directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficient[illegible] medir la dimensión

Firmado digitalmente por: MENDOZA ZUÑIGA MARLENI FIR 42555713 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/06/2024 19:37:37-0500





P1	P2	P3	P4	P5	D1	P6	P7	P8	P9	P10	D2	P11	P12	P13	P14	P15
2	2	2	2	3	11	3	2	2	2	5	14	2	2	4	2	3
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3
3	5	3	3	3	17	3	2	2	2	2	11	2	2	2	3	2
1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
1	5	2	3	3	14	4	4	4	3	3	18	1	1	5	2	3
3	2	3	3	3	14	2	2	2	2	2	10	2	1	3	2	2
4	5	3	3	4	19	2	3	3	3	3	14	3	2	3	2	2
3	2	2	2	3	12	3	2	3	2	2	12	3	1	2	1	2
2	1	3	2	3	11	3	2	3	3	4	15	3	4	4	2	3
3	3	3	3	3	15	3	2	3	2	2	12	2	3	3	2	3
3	3	3	2	3	14	3	2	3	3	3	14	2	3	2	3	2
1	2	1	2	1	7	1	2	1	2	1	7	2	2	3	2	2
1	2	1	1	2	7	2	2	2	2	1	9	1	2	1	2	1
2	1	2	2	3	10	3	2	2	2	2	11	2	2	3	2	1
3	3	3	2	3	14	3	2	3	2	2	12	3	2	3	3	3
3	2	4	3	2	14	3	2	4	2	3	14	3	2	3	4	2
3	3	4	2	4	16	4	3	2	3	3	15	4	3	2	3	3
1	3	2	1	3	10	3	1	3	1	2	10	3	2	1	3	3
3	2	3	4	3	15	1	2	3	1	2	9	3	2	1	2	2
1	2	1	1	1	6	3	2	2	1	1	9	4	2	3	2	2
1	2	3	2	1	9	3	2	3	1	2	11	3	2	2	3	2
3	2	3	2	1	11	3	3	2	2	3	13	2	2	1	2	3
3	2	2	3	3	13	1	2	2	3	1	9	3	2	3	2	2
1	2	3	3	2	11	2	3	2	3	2	12	2	2	3	3	4
1	2	3	2	3	11	1	3	4	2	3	13	3	4	2	3	3
2	3	2	2	3	12	2	4	3	2	1	12	2	2	3	2	2
1	2	3	3	2	11	2	3	2	2	3	12	2	3	2	2	3

Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
P1	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P2	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P3	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P4	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P5	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
D1	Numérico	1	0		{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P6	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P7	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P8	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P9	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P10	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
D2	Numérico	1	0		{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P11	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P12	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P13	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P14	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P15	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
D3	Numérico	1	0		{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P16	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P17	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P18	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P19	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P20	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
D4	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P21	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P22	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P23	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P24	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P22	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P23	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P24	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P25	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
D5	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P26	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P27	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P28	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P29	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P30	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
D6	Numérico	1	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
V1	Numérico	2	0	OFERTA TURI...	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
V2	Numérico	2	0	FORMALIZACI...	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
DM1	Numérico	2	0	CALIDAD	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
DM2	Numérico	2	0	SOSTENIBILID...	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
DM3	Numérico	2	0	ACCESIBILIDAD	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
DM4	Numérico	2	0	COORDINACIÓN	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
DM5	Numérico	2	0	GESTION DEL ...	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
DM6	Numérico	2	0	FORTALECIMI...	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada

P1	P2	P3	P4	P5	D1	P6	P7	P8	P9	P10	D2	P11	P12	P13	P14	P15
2	3	2	3	2	12	2	2	3	3	2	12	3	2	3	3	2
2	3	2	2	2	11	3	2	2	3	3	13	3	2	2	3	3
2	3	2	3	2	12	1	3	2	3	2	11	2	4	2	3	3
1	2	3	2	3	11	1	2	1	2	2	8	1	3	1	3	3
2	2	1	2	2	9	1	2	2	1	2	8	2	2	3	2	1
2	3	1	3	2	11	2	3	2	2	1	10	2	3	4	3	2
1	3	2	4	2	12	1	3	2	3	1	10	3	2	1	3	2
1	2	1	2	2	8	1	3	2	2	3	11	1	3	2	1	3
3	2	1	3	2	11	3	1	3	2	2	11	3	2	3	2	2
1	3	2	1	2	9	4	2	1	3	2	12	4	2	1	3	2
4	2	3	2	2	13	2	3	2	2	3	12	3	2	3	3	2
2	3	2	1	3	11	2	1	3	2	3	11	2	3	1	3	2
1	3	2	1	2	9	3	2	3	2	1	11	1	3	2	3	2
1	2	4	3	1	11	2	3	1	3	4	13	1	3	2	3	2
1	3	2	1	3	10	3	2	3	2	3	13	4	2	3	2	3
3	1	2	1	2	9	3	2	1	3	2	11	3	2	3	2	3
2	1	1	1	2	7	1	1	1	2	2	7	2	2	3	3	2
3	2	3	3	2	13	4	2	3	3	2	14	2	3	2	3	2
2	1	2	3	3	11	3	2	2	3	3	13	2	3	4	3	3
2	2	1	2	2	9	3	2	2	1	3	11	3	2	3	3	2
2	3	2	3	2	12	2	1	1	2	2	8	2	1	2	2	1
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

Ley de Creación Nº 29488
Licenciada según Resolución del Consejo Directivo N° 116-2018-SUNEDU/CD

"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

Código: F-M02.02-VRI-029 **Fecha de Aprobación:** 26/09/2025	**Versión:** 02

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Código Nº 028-2025

CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE SIMILITUD Y ORIGINALIDAD

Yo, Dr. Julio Cesar Lujan Minaya, Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales, declaro que se ha realizado la verificación de similitud mediante el programa informático correspondiente, respecto al siguiente trabajo académico:

Título:

Oferta turística y formalización en los restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete – 2024 CAÑETE 2023

Autor (es):

Tania Akane Ramos Chuquispuma

Para optar el grado académico y/o título profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERIA

El proceso de verificación de similitud determinó un porcentaje de 5 %, cuyo resultado se encuentra respaldado en el reporte automatizado que se adjunta. En atención a ello, y conforme a lo establecido en el Reglamento de Similitud y Originalidad de la Universidad Nacional de Cañete, se deja constancia que el trabajo académico presentado cumple con los principios de integridad científica, así como con las disposiciones normativas vigentes en materia de citación y referenciación.
Asimismo, se adjunta el recibo digital correspondiente, a fin de garantizar la trazabilidad del proceso.

ORIGINALIDAD	SIMILITUD
95%	5 %

Cañete, 29 de diciembre de 2025

REPÚBLICA DEL PERÚ
Firma Digital
Firmado digitalmente por: LUJAN MINAYA Julio Cesar FAU 20491363402 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 29/12/2025 11:28:10-0500

Firmado digitalmente

Dr. Julio Cesar Lujan Minaya
Director de la Unidad de Investigación
FCE - UNDC

Se adjunta:

- Resumen del reporte automatizado de similitud
- Recibo Digital

Informe final de tesis de la bachiller Tania Akane Ramos Chuquispuma.pdf

INFORME DE ORIGINALIDAD

5%	6%	3%	5%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.undc.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	Submitted to Universidad Nacional de Cañete Trabajo del estudiante	2%

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 1%
Excluir bibliografía	Activo		

turnitin

Recibo digital

Este recibo confirma quesu trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	Estudiante Usuario
Título del ejercicio:	III.ENVÍO PARA REVISIÓN
Título de la entrega:	Informe final de tesis de la bachiller Tania Akane Ramos Chuq...
Nombre del archivo:	Informe_final_de_tesis_de_la_bachiller_Tania_Akane_Ramos_C...
Tamaño del archivo:	4.16M
Total páginas:	113
Total de palabras:	19,893
Total de caracteres:	129,278
Fecha de entrega:	12-dic-2025 04:41p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega:	2844730907



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

Oferta turística y formalización en los restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete – 2024

TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

AUTOR: Tania Akane Ramos Chuquipiarta
ORCID: 0000-0001-6029-2916

ASESORA: Mg. Laura Vanessa Zamudio Barrera
ORCID: 0009-0003-3083-8461

San Vicente de Cañete, 2024, Perú

Derechos de autor 2025 Turnitin. Todos los derechos reservados.

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

N° 035-2025

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

En la ciudad de Cañete, en la sala de sustentaciones de la Facultad de Ciencias Empresariales, siendo las 17:30 horas, del día 26 de noviembre de 2025, se reunió el Jurado Evaluador, designados con DECRETO N° 070-2025-UIFCE/FCE/UNDC.

Presidente (a) : Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva.
Secretario (a) : Dra. Bertha Nancy Larico Quispe.
Vocal : Mg. Giovanna Rocío Pizarro Osorio.
Asesor(a) : Mg. Laura Vanessa Zamudio Ramírez.

Para el acto de sustentación de la tesis titulada: **"Oferta turística y formalización en los restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete – 2024"**, presentado por la Bachiller **Tania Akane Ramos Chuquispuma,** para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo y Hotelería.

Después de concluido el acto de sustentación y luego de que el sustentante dio respuesta a las preguntas respectivas, el Jurado Evaluador calificó la sustentación o defensa de la investigación según los siguientes criterios, y promediando las notas del jurado se obtuvo:

Criterio	Desaprobado (menor de 14)	Regular (14 -15)	Bueno (16-17)	Muy bueno (18-19)	Excelente (20)	Puntaje
Claridad de la exposición			16			16
Dominio del tema			16			16
Visión holística del trabajo			16			16
Promedio						16

Establece como calificación FINAL: ..16... (.....Dieciseis.....)

- Aprobado, con nota Regular (...), Bueno (.X), Muy Bueno (...), Excelente (...)
- Desaprobado (...)

Por tanto, el graduado se encuentra expedito(s) (X), impedido(s) ( ) para realizar los trámites que corresponden a la obtención del Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo y Hotelería.

****Si fuera el caso, que de los dos sustentantes uno fuera aprobado y otro desaprobado, se tendrá que diferenciar quien queda expedito y quien impedido de seguir los trámites.**

Siendo las 18:00 Horas se dio por terminado el acto de sustentación.

Dra. Bertha Nancy Larico Quispe **Secretario(a)**	Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva **Presidente(a)**	Mg. Giovanna Rocio Pizarro Osorio **Vocal**	Mg. Laura Vanessa Zamudio Ramírez **Asesor(a)**

Escaneado con CamScanner

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNDC

I INFORMACIÓN DEL DOCUMENTO

1.1 Título del documento:

Oferta turística y formalización en los restaurantes del distrito de San Vicente, Cañete – 2024

1.2 Descripción (Seleccionar)

Tesis de Pregrado	X	Libro	
Tesis de Maestría		Capítulo de libro	
Tesis de Doctorado		Monografía	
Trabajo de Investigación		Artículo	
Tesis de Segunda Especialidad		Conferencia	
Trabajo de Suficiencia Profesional		Programa informativo	
Trabajo académico		Datos	

1.3 Autores del documento

Apellidos completos	Nombres completos	Correo electrónico	DNI	ORCID
Ramos Chuquispuma	Tania Akane	2001080079@undc.edu.pe	72714279	0000-0001-8929-2916

1.4 Asesor (es)

Apellidos completos	Nombres completos	Correo electrónico	DNI	ORCID
Zamudio Ramírez	Laura Vanessa	zamudio@undc.edu.pe	43988183	0009-0003-3083-8461

1.5 Centro de Investigación

Facultad	Ciencias Empresariales
Escuela Profesional	Administración de Turismo y Hotelería

I. ORIGINALIDAD DEL TRABAJO PRESENTADO

Con la presentación de esta ficha, el(los) autor(es) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal,

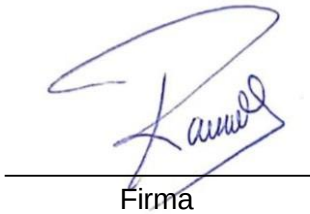
III. AUTORIZACIÓN DEL TRABAJO PRESENTADO

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada".

3.1 Por medio del presente documento, afirmo y garantizo(amos) ser el (los) legítimo (s), titular(es) de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los entregables, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los “Contenidos” que serán incluidos en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Cañete (en adelante, la “Universidad”).

3.2 Autorizo a la Universidad a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional de la Universidad y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N* 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con su Repositorio Institucional. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

3.3 En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.



Firma

02 de Marzo del 2026
Fecha

IV: PUBLICACIÓN DIFERIDA

Este ítem solo es de interés para los autores que han decidido la publicación diferida de sus documentos. Caso contrario, **obviar este apartado**.

Autorización	Motivo (marcar)		Firma
Solicito la publicación diferida del documento depositado en el repositorio, por 12 meses. (indicar el tiempo que solicita)	Exclusividad de revista, editor		
	Por patente		
	Secreto o seguridad nacional		
	Por otras razones		

Cualquier motivo utilizado, el solicitante debe acreditar con documento su pedido (subir junto con la autorización la evidencia que sustenta su solicitud).

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada".