



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE TURISMO

**EXÁMEN DE FIN DE GRADO CON CARÁCTER COMPLEXIVO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO**

NÚCLEO:

**“Falta de capacitación y certificaciones de los destinos y los miembros del sector
turístico.”**

AUTOR

MERO QUIIJE ASLEY ANAHI

TUTORA

ING. LUCAS MANTUANO CARMEN

Manta, Agosto del 2025



CERTIFICO

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante MERO QUIJIJE ASLEY ANAHÍ, legalmente matriculada en la carrera de TURISMO, período académico 2025-2026(1), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es " FALTA DE CAPACITACIÓN Y CERTIFICACIONES DE LOS DESTINOS Y LOS MIEMBROS DEL SECTOR TURÍSTICO."

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, Martes, 12 de agosto de 2025.

Lo certifico,

LUCAS MANTUANO CARMEN AUXILIADORA
Docente Tutor



APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “Falta de capacitación y certificaciones de los destinos y los miembros del sector turístico”, ha sido realizado y concluido por la estudiante Mero Quijije Asley Anahi ; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal e las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:

Lcdo. Marco Durán Vasco, Mg.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Inés Mora Pisco, Mg.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lcda. Jéssica Mendoza Balcázar, Mg.
MIEMBRO TRIBUNAL

Ing. Carmen Lucas Mantuano, PhD.
DOCENTE TUTOR

Asley Anahí Mero Quijije
GRADUADA



DEDICATORIA

Dedico este proyecto en primera instancia a Dios quien ha sido mi guía y fortaleza en cada paso de este camino. A él le debo la sabiduría, la paciencia que me permitieron continuar aun en los momentos más difíciles, cuando las dudas y las adversidades parecían mas grandes que mis fuerzas.

A mis padres quienes siempre han sido mi motor y mi inspiración. De manera especial a mi madre Karen Quijije, a quien admiro profundamente por su amor incondicional, su entrega y su capacidad de levantarse una y otra vez. Gracias mamá por ser mi ejemplo de resiliencia, por demostrarme cada día que con esfuerzo y valentía los sueños se cumplen.

A mi hermana, por su compañía, por escucharme con dedicación en cada preparación de mis exposiciones y brindarme la confianza necesaria para superarme.

Finalmente, a toda mi familia por ser un pilar de motivación en mi vida. Sus palabras de aliento, sus gestos de cariños y sus mensajes motivadores me dieron la fuerza para continuar incluso en las adversidades. Este proyecto no es solo fruto de mi esfuerzo, sino también del respaldo incondicional que cada uno de ellos me brindo. Por ello dedico este logro por y para ustedes, con la certeza que forman parte esencial de este triunfo



RECONOCIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a la institución educativa que me acogió durante mi formación, por brindarme los recursos, el conocimiento y el espacio necesario para desarrollarme tanto a nivel académico como personal.

De manera especial reconozco y valoro el esfuerzo de mis docentes, quienes con su dedicación paciencia y compromiso transmitieron no solo conocimientos, sino también valores y principios que quedaran como gufa en mi vida profesional.

Asimismo, manifiesto mi gratitud a mi tutora, la Ing. Carmen Lucas Mantuano, por su orientación constante, su apoyo oportuno y valiosas recomendaciones, que fueron fundamentales para la culminación de este proyecto académico. Su acompañamiento significo un pilar importante en el desarrollo de este trabajo.

Finalmente, hago extensivo este reconocimiento a todas las personas que de una u otra manera, contribuyeron con su ayuda, consejos y motivación a la realización de este trabajo, convirtiéndose en parte esencial de este logro académico



Resumen

El presente trabajo analiza la situación actual de la agencia de viajes Ruta Viva, identificando como principales problemáticas la falta de capacitación del personal, la ausencia de certificaciones oficiales y la limitada incorporación de herramientas digitales en sus procesos. Estos factores han afectado directamente la calidad del servicio y la competitividad de la agencia en el mercado turístico del Sur del Ecuador.

Con base a este diagnóstico se planteó un plan de acción enfocado en 3 objetivos específicos donde la aplicación de este plan permitirá mejorar la atención del cliente, optimizar procesos internos y posicionar a la agencia como una alternativa confiable, innovadora y sostenible, contribuyendo así al fortalecimiento del turismo responsable de la región.

Palabras claves: Turismo sostenible, certificaciones, capacitación, herramientas digitales, competitividad, agencia de viajes, calidad del servicio.



Abstract

This work analyzes the current situation of the Ruta Viva travel agency, identifying as the main problems the lack of staff training, the absence of official certifications and the limited incorporation of digital tools in its processes. These factors have directly affected the quality of the service and the competitiveness of the agency in the tourism market in Southern Ecuador.

Based on this diagnosis, an action plan was proposed focused on 3 specific objectives where the application of this plan will allow improving customer service, optimizing internal processes and positioning the agency as a reliable, innovative and sustainable alternative, thus contributing to the strengthening of responsible tourism in the region.

Keywords: Sustainable tourism, certifications, training, digital tools, competitiveness, travel agency, quality of service.



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

Facultad de Educación, Turismo, Arte y
Humanidades

TITULACIÓN
EXAMEN DE FIN DE CARRERA CON CARÁCTER COMPLEXIVO

#19

0991572554 05 0786903
Av. Circunvalación Vía a San Mateo
www.uleam.edu.ec

Uleam



TRABAJO DE TITULACIÓN

Apellidos y Nombres	Mero Quijije Asley Anahi
Núcleo Problémico	Falta de capacitación y certificaciones de los destinos y los miembros del sector turístico
Tutor	Ing. Carmen Lucas Mantuano
Fecha	25 de Agosto 2025

GUIA PARA EL TRABAJO DE TITULACIÓN

1. Contextualización del problema.

Actores: (Personas naturales o jurídicas que intervienen según el nivel de participación en el caso que se presenta)

Actor 1. Equipo Administrativo y operativo de Ruta Viva

Actor 2. Guías y Colaboradores Turísticos

Actor 3. Turistas Nacionales

Actor 4. Instituciones educativas

Actor 5. Grupos Familiares

Actor 6. MINTUR (Ministerio de Turismo del Ecuador)

1.1. Contexto del problema

La agencia de viajes Ruta Viva que se encuentra ubicada en la ciudad de Loja, especializada en diseñar paquetes turísticos hacia destinos naturales y culturales del Sur del Ecuador. Sin embargo, enfrenta una situación crítica relacionada con la falta de estandarización en los procesos de atención. Aunque el personal muestra entusiasmo y conocimiento empírico, no ha sido capacitado en protocolos de guianza, comunicación efectiva, seguridad o gestión de crisis durante las excursiones. Esta situación se vuelve crítica cuando se atienden grupos grandes o personas con necesidades especiales.



A pesar de que la agencia ha intentado incorporar innovaciones tecnológicas y diversificar nuevas rutas turísticas, la falta de capacitación limita la calidad de la experiencia ofrecida. Además, ellos no cuentan con certificaciones como Agencia Segura, Puntos de Interés Accesibles o Buenas Prácticas de Turismo Responsable, lo cual afecta su imagen ante instituciones y clientes exigentes. Ante esta situación Ruta viva está evaluando la posibilidad de implementar un programa interno de formación continua y establecer convenios con instituciones de capacitación. Sin embargo, requiere de una hoja de ruta clara que permita identificar las necesidades, planificar procesos y gestionar recursos para fortalecer sus capacidades humanas.

1.2. Situación detectada

Causas

- Falta de Capacitación del personal
- Ausencia de certificaciones oficiales
- Débil incorporación de tendencias digitales

Efectos

- Atención deficiente a grupos a grande o turistas con necesidades especiales.
- Dificultad para generar confianza en clientes actuales y futuros, así como la imposibilidad de establecer alianzas con operadores internacionales.
- Perdida de oportunidades en Marketing Digital y limitaciones de gestión de reservas y alcance a nuevos segmentos del mercado

1.3. Definición del problema o formulación

¿Cómo la falta de capacitación del personal, la ausencia de certificaciones y la débil incorporación de tendencias digitales generan deficiencia en la calidad del servicio y limitan la competitividad de la agencia Ruta Viva?

2. Marco Teórico

2.1 Servicio

El concepto de servicio se refiere a un proceso o actividad destinada a satisfacer las necesidades y expectativas de un cliente. Según (Kotler 2003), un servicio es



"cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, que esencialmente es intangible y no resulta en la propiedad de algo". Es decir, el servicio se caracteriza por no ser un producto físico, sino una experiencia o beneficio que se consume en el mismo momento en que se presta.

Desde el punto de vista de los autores (Montoya y Boyero , 2013), establecen que el servicio consiste en el conjunto de vivencias resultado del contacto entre la organización y el cliente, por lo que se considera la mejor manera de generar una relación adecuada, de la cual dependen su supervivencia y éxito. Cada uno de estos autores nos demuestra que el servicio es un elemento esencial en cualquier organización que se encuentra caracterizado por su capacidad para generar las experiencias que satisfacen las experiencias del cliente donde este se debe gestionar de una manera estratégica asegurando así su eficacia, oportunidad y calidad en la atención del cliente. Donde la relación entre el cliente y la empresa se ve forjada a la prestación del servicio ya que es fundamental para el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de un negocio.

2.2 Turismo

El turismo es un fenómeno complejo y multifacético definido como una actividad social, cultural y económica. Donde se implica a las personas que viajan temporalmente a un destino fuera de su entorno habitual, generalmente por un período corto de tiempo y con diversos fines, como motivos de ocio, negocios o personales. Este fenómeno ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, dando lugar a diversas definiciones que intentan captar su carácter multidimensional. Una de las primeras definiciones formales del turismo fue propuesta por (Hunziker y Krapf, 1942), quienes lo describieron como "la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada. Esta definición se centra en dos aspectos esenciales: Primero en el carácter temporal del movimiento, es decir, que la estancia no debe implicar una residencia permanente y, en segundo lugar, que las actividades no sean laborales durante el viaje, es decir que no incluyen actividades relacionadas con la



remuneración. previamente sobre el lugar visita. Pero con el tiempo diferentes organismos internacionales han optado por brindarle una nueva noción a este término entre la cuales se destaca la Organización Mundial del Turismo que describe al turismo como "las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocio u otros motivos". (OMT, 1994) Además, la definición de la OMT incluye un límite de tiempo clave, que estipula que la duración de la estancia no será inferior a un año y que no incluirá aquellos casos en los que la persona se desplace con el propósito de establecerse de manera permanente o recibir una remuneración en el destino Este límite temporal es crucial para distinguir el turismo de otras formas de migración o desplazamientos residenciales.

En si el turismo es una actividad compleja que implica una serie de interacciones entre viajeros, destinos y comunidades locales. Su definición ha evolucionado a lo largo de los años para incluir no sólo sus aspectos económicos sino también su impacto cultural y social.

2.3 Capacitación

La capacitación del talento humano es parte de la cultura organizacional que hace que los empleados desarrollen las habilidades necesarias para operar eficazmente dentro de una organización. Además de ayudar a mejorar el clima laboral debido a que permite que el talento humano se sienta parte importante de la empresa y que esta se preocupa por el desarrollo que tienen dentro de la organización (Molina, 2017)

Mantener informado y capacitado al talento humano sobre los acontecimientos que se desarrollan alrededor del mundo debe ser de suma importancia ya que esto les permitirá realizar su trabajo con mayor efectividad, optimizando recursos y generando productos de alta calidad siempre con el fin de aumentar la productividad de la organización a la que brindan sus servicios. (INA, 2017)



La capacitación del talento humano es una de las fuentes por la cual los empleados obtienen mayores incrementos en el capital de la empresa, ya que son incentivados en el trabajo que realizan y de esta forma los vuelve más productivos a fin de evitar perder sus empleos. Las empresas que se enfocan más en capacitar a su talento humano lo hacen porque probablemente tienen mayor capacidad para establecer políticas de recursos humanos. (Chacaltana, 2015)

La capacitación al personal es un proceso sistemático y planificado de mejora de habilidades, conocimientos y actitudes, con el fin de aumentar la eficiencia y efectividad del trabajador en su puesto. (Chiavenato 2009) define la capacitación como "el proceso educativo de carácter técnico, orientado a proporcionar los conocimientos y desarrollar las habilidades necesarias para el desempeño de un cargo.

Según (Humberto, 2013) esta se adquiere como una capacidad de hacer y reflexión sobre el hacer, pero solo si el proceso de aprendizaje ocurre desde la posibilidad de ser responsable de lo que se hace.

La capacitación es un proceso clave para el desarrollo organizacional y un motor de competitividad empresarial. Donde capacitar a los empleados continuamente ayuda a mejorar la eficiencia, la productividad y la satisfacción laboral asegurando de esta manera que las organizaciones estén mejor preparadas para afrontar los retos del mercado moderno.

2.4 Capacitación en Turismo

En la industria del turismo, la capacitación es una parte esencial debido a la interacción directa de los empleados con los clientes, lo que puede afectar significativamente la calidad del servicio y la satisfacción del turista (Lovelock y Wright, 2002).

El sector turístico es altamente competitivo y depende del factor humano como su principal recurso para generar experiencias de calidad. (Baum 2007) cree que la capacitación en esta industria no sólo mejora las habilidades técnicas de los



empleados, sino que también mejora las habilidades interpersonales como la comunicación y la resolución de problemas, que son esenciales para el servicio al cliente. Además, la capacitación ayuda a fortalecer la reputación de un destino turístico, ya que el nivel de servicio recibido es un factor determinante en la experiencia turística general (Kusluvan 2010).

2.5 Modelos de capacitación al personal de turismo

La capacitación al personal puede realizarse a través de diferentes modalidades, cada una con ventajas específicas dependiendo del contexto y las necesidades de la empresa.

- ❖ **Capacitación Presencial:** Este tipo de formación, comúnmente utilizada en el sector turístico, permite una interacción directa entre los capacitadores y el personal. Según (Lashley 2011), la capacitación presencial es efectiva para el desarrollo de habilidades interpersonales y técnicas, como la atención personalizada al cliente.
- ❖ **Capacitación Virtual:** La capacitación en línea ha ganado popularidad en el turismo, ya que permite a los empleados acceder a programas de formación de manera flexible. Según (Noe 2017) destaca que esta modalidad es especialmente útil para empresas con plantillas globales o dispersas geográficamente, ya que reduce los costos y permite el acceso a materiales actualizados.
- ❖ **Capacitación en el Lugar de Trabajo:** Esta modalidad es particularmente efectiva en el sector turístico, ya que permite a los empleados aprender mientras trabajan, lo que facilita la transferencia del aprendizaje. Según (Baum 2015), aprender directamente en el entorno donde se prestan los servicios permite a los empleados adquirir habilidades en situaciones reales, mejorando la retención del conocimiento.

La capacitación del personal es esencial en la industria del turismo, ya que los empleados son el rostro de la experiencia del cliente. A través de programas de



formación eficaces, las empresas pueden mejorar las habilidades técnicas e interpersonales de sus empleados, mejorando así la calidad del servicio y la competitividad.

2.6 Certificación y estándares de calidad en turismo sostenible

Las certificaciones en turismo sostenible han ganado relevancia en los últimos años como herramientas que permiten garantizar la calidad del servicio, la gestión ambiental responsable y el compromiso social con las comunidades locales (Rainforest Alliance, 2023).

Certificaciones como Biosphere, TourCert, Rainforest Alliance Certified, o los sistemas nacionales de calidad turística (como el Sello Q del Ministerio de Turismo del Ecuador) evalúan criterios como el ahorro energético, el manejo de residuos, la educación ambiental, y el cumplimiento de estándares internacionales (Valencia & Paredes, 2020).

La obtención de una certificación no solo mejora la reputación de una empresa turística, sino que también promueve procesos internos de autoevaluación, innovación y alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU, 2015)

Las certificaciones en turismo sostenible se han convertido en un recurso estratégico fundamental para asegurar la calidad, responsabilidad ambiental y compromiso social en las actividades turísticas. Al adoptar estándares reconocidos como Biosphere, TourCert o el Sello Q, los prestadores de servicios no solo elevan su prestigio ante los turistas, sino que también impulsan mejoras internas, fomentan la innovación y se alinean con principios globales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En este sentido, certificarse no es solo una meta comercial, sino una oportunidad para transformar positivamente la forma en que se concibe y se gestiona el turismo.



3. Objetivo General

Implementar un programa integral de profesionalización del personal y la estandarización de procesos en la Agencia de viajes Ruta Viva para mejorar la calidad del servicio y fortalecer su competitividad en el mercado.

3.1. Objetivos específicos

- Diagnosticar el nivel actual de competencias y capacidades del personal de Ruta Viva
- Diseñar un programa de formación continua y adquisición de certificaciones oficiales.
- Incorporar herramientas digitales y estrategias de gestión tecnológicas

4. Metodología

En este estudio se hizo uso de los siguientes métodos:

Método Deductivo

El método deductivo se utiliza para conectar un plan de estudios que contiene el mundo real; Este es un camino alternativo que ayuda a organizar los nuevos conceptos, dando un enfoque mayor para la realidad o el fenómeno de la realidad (Eduardo, 2023). A partir de este enfoque se inició por teorías generales relacionadas con la capacitación en el turismo, y certificaciones oficiales para analizar la situación específica de Ruta Viva. Gracias a la aplicación de este método, fue posible identificar las consecuencias derivadas de la falta de una adecuada capacitación, la ausencia de certificaciones y la débil gestión tecnológica.



Método revisión bibliográfica

En esta investigación se utiliza este método para la obtención de los datos referentes a servicios, turismo, capacitación y demás. Donde dicha información fue extraída de fuentes bibliográficas como revistas, libros, artículos científicos entre otros. Esta revisión bibliográfica ha sido clave para este estudio, ya que nos permitió contextualizar la problemática específicas de la Agencia de viajes Ruta Viva.

5. Propuesta del plan de acción.

Objetivo/s de la propuesta	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsables	Resultado esperado
Diagnosticar el nivel actual de competencias y capacidades del personal de Ruta Viva	Aplicar encuestas y entrevistas al personal sobre guianza, comunicación, atención a grupos y primeros auxilios.	Encuesta, cuestionarios, entrevistas. Recursos humanos	1 semana	Equipo Administrativo y Operadores de Ruta Viva	Conocer las fortalezas y debilidades del personal.
	Revisar y analizar los procedimientos y protocolos actuales utilizados durante las excursiones.	Documentación interna de sus procedimientos Recursos humanos	1 semana	Equipo Administrativo y Operadores de Ruta Viva	Identificar deficiencias y áreas de mejora en los procesos operativos.
	Realizar observación directa en la atención del cliente durante las actividades y excursiones.	Registros de observación Recursos humanos	1 semana	Guías y colaboradores turísticos	Obtener evidencia practica de la calidad del servicio y comportamiento del personal
Diseñar e implementar un programa de formación	Elaborar un plan de capacitación practico sobre guianza, seguridad y atención inclusiva.	Manuales, Material audiovisual, Recursos humanos	2 semanas	Equipo Administrativo y Operativo de Ruta Viva	Tener un plan de capacitación estructurado y adaptado a las necesidades del personal.



continua y adquisición de certificaciones oficiales.	Ejecutar talleres de formación para todo el personal con prácticas simuladas.	Salón de capacitación, Kit de primeros auxilios, Recursos humanos	3 semanas	Guías y colaboradores Turísticos	Mejorar las competencias prácticas y teóricas del personal en atención al cliente y seguridad.
	Gestionar y tramitar certificaciones oficiales (Agencia segura, Puntos de interés accesible, Buenas prácticas)	Documentación requerida, Recursos Humanos	2 meses	MINTUR	Obtener certificaciones oficiales que respalden la calidad y profesionalismo de la agencia.
Incorporar herramientas digitales y estrategias de gestión tecnológicas	Implementar un sistema digital de reservas, registro de clientes y seguimiento de excursiones.	Recursos Tecnológicos, Recursos Humanos	1 mes	Equipo Administrativo y Operativo de Ruta Viva	Optimizar la gestión de reservas y el seguimiento de clientes mejorando la eficiencia interna.
	Capacitar al personal en Marketing redes sociales y herramientas de comunicación online.	Recursos Tecnológicos, Recursos humanos	1 mes	Equipo Administrativo y Colaboradores Turísticos	Personal capacitado en herramientas digitales y comunicación online con clientes.
	Desarrollar estrategias digitales de promoción de rutas turísticas y experiencias	Recursos tecnológicos Recursos humanos	1 mes	Equipo Administrativo y Operativo de Ruta Viva	Incrementar la visibilidad de la agencia y atraer nuevos clientes mediante canales digitales.



6. Conclusiones

Este análisis sobre la agencia de viajes Ruta Viva evidencia que la falta de capacitación del personal, la ausencia de certificaciones oficiales y la débil incorporación de tendencias digitales ha generado deficiencias significativas en la calidad del servicio y han limitado la competitividad de la agencia en el mercado turístico del sur del Ecuador.

El plan de acción realizado para esta agencia de viajes abordó cada una de las problemáticas que tenía la agencia Ruta Viva, donde cada una de las actividades planteadas permitirá fortalecer las capacidades del personal, estandarizar los procesos de atención y modernizar la gestión tecnológica de la agencia, a través del uso de herramientas digitales y programas especializados de gestión turística. Al implementar este plan se espera mejorar la calidad del servicio y aumentar la competitividad de Ruta Viva asegurando experiencias auténticas, seguras y sostenibles.

La implementación de un programa de profesionalización que incluye diagnóstico de competencias, formación continua y adquisición de certificaciones oficiales en turismo sostenible permitirá garantizar estándares de calidad, fortalecer la imagen institucional y generar un impacto positivo tanto en la satisfacción del cliente como en el posicionamiento de la agencia dentro del mercado turístico.



Bibliografía

- Eduardo, E. F. (2023). *La enseñanza de las ciencias sociales mediante el Método Deductivo*.
Obtenido de <https://pablolatapisarre.edu.mx/revista/index.php/rmiie/article/view/50/43>
- Hunziker y Krapf. (1942).
- Montoya y Boyero. (junio de 2013). *EL CRM COMO HERRAMIENTA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935480005.pdf>
- OMT. (1994).
- ONU. (2015). Obtenido de <https://www.untourism.int/es/acerca-de-onu-turismo>
- Ricardo, H. B. (13 de diciembre de 2009). *La auditoria del servicio al cliente a través del Cliente incognito*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/109/10926778002.pdf>
- Sancho, A. (1994). *Introducción al Turismo*. Obtenido de https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/03/81-introduccionalturismo_omt.pdf
- Vanhove, N. (2005). Obtenido de Característica del sector Turístico:
https://www.taylorfrancis.com/chapters/mono/10.4324/9780080477459-9/economic-characteristics-tourism-sector-norbert-vanhove-norbert-vanhove?utm_source=