



Universidad
Inca Garcilaso de la Vega
Nuevos Tiempos. Nuevas Ideas

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y
HOTELERIA

El trabajo de counter nacional y el desarrollo de estrategias de atención al
cliente en situaciones adversas al turismo en una agencia de viajes.

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el título profesional de LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERIA

AUTORA

Sarmiento Aguilar, Maríafernanda

ASESORA

Rojas Rieckhof, María Alejandra

Lima, 7 de Diciembre del 2020

DEDICATORIA

A mis padres, por su amor, apoyo y sacrificio permanente para que logre mis metas. Sin ustedes, y sin el apoyo de mi tía madrina no hubiera logrado culminar este trabajo.



AGRADECIMIENTOS

Gracias a mis padres por haberme inspirado a no rendirme y apoyado en mis estudios.

Gracias a la universidad Inca Garcilaso de la Vega por ser mi casa de estudios, y enseñarme como aplicar el conocimiento aprendido en mi vida profesional y personal.

Agradezco a mi asesora del curso de suficiencia profesional, María Alejandra Rojas Rieckhof, por la paciencia y la orientación para poder realizar este trabajo.



RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

El siguiente trabajo de suficiencia profesional, consiste en la descripción del desarrollo de estrategias en atención al cliente de un counter nacional, el cual se encarga de la recepción de turistas externos, empatizando con sus respectivos requerimientos para sus futuras travesías.

La agencia de viajes Peru Hop con siete años en el rubro turístico, la cual es el intermediario entre el cliente y el operador turístico, se destaca por promover una ruta innovadora que parte desde la capital y se dirige hacia el sur del país. Asimismo, brinda un itinerario personalizado y flexible al potencial pasajero y no es necesariamente para un segmento determinado.

El counter nacional debe desarrollar estrategias de atención al cliente en el campo, escuchando al turista. Además, mostrar disposición al absolver preguntas frecuentes a los distintos servicios turísticos que la agencia de viajes ofrece y buscar soluciones para que el cliente se sienta satisfecho, de esta manera el agente logrará la excelencia en calidad del servicio.

Palabras claves: Agencia de viajes, Counter Nacional, Calidad de servicio, Turista, Atención al cliente.

The role of national counter and the development of customer service strategies in situations adverse to tourism in a travel agency

ABSTRACT AND KEYWORDS

The following work of professional sufficiency, consists of the description of the development of strategies in customer service of a national counter, which is in charge of receiving external tourists, empathizing with their respective requirements for their future trips.

The Peru Hop travel agency with seven years in the tourism business, which is the intermediary between the client and the tour operator, stands out for promoting an innovative route that starts from the capital and heads to the south of the country. Likewise, it offers a personalized and flexible itinerary to the potential passenger and is not necessarily for a specific segment.

The national counter must develop customer service strategies in the field, listening to the tourist. In addition, showing willingness by answering frequent questions to the different tourist services that the travel agency offers and looking for solutions so that the client feels satisfied, in this way the agent will achieve excellence in service quality.

Se trata de la traducción del resumen presentado en español. En ningún caso se aceptará la traducción generada a través de programas de cómputo.

Keywords: Travel agency, National Counter, Quality of service, Tourist, Customer service.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	8
1 CAPÍTULO 1: ASPECTOS GENERALES	9
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	9
1.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	9
1.1.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA	10
1.1.3 ACTIVIDAD GENERAL O ÁREA DE DESEMPEÑO	10
1.1.4 MISIÓN	11
2 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA	12
2.1 ACTIVIDAD PROFESIONAL DESARROLLADA.....	12
2.2 PROPÓSITO DEL PUESTO Y FUNCIONES ASIGNADAS	13
3 FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA ELEGIDO.....	14
3.1 TEORÍA Y LA PRÁCTICA EN EL DESEMPEÑO PROFESIONAL.....	14
3.2 ACCIONES, METODOLOGÍAS Y PROCEDIMIENTOS.....	15
3.2.1 PROCEDIMIENTOS PARA LOS PROBLEMAS MÁS FRECUENTES ...	16
4 PRINCIPALES CONTRIBUCIONES.....	17
CONCLUSIONES.....	19
RECOMENDACIONES	19
5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	21

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Figura 1. Organigrama de la empresa Peru Hop	10
Figura 2. Esquema de los componentes de los servicios de calidad.....	15



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de suficiencia profesional tiene como objetivo lograr el Título Profesional en la carrera de Turismo y Hotelería. El cual pretende, exponer y definir la ocupación del counter nacional y el desarrollo de estrategias de atención al cliente en situaciones adversas al turismo en una agencia de viajes. Como es conocido, situaciones desafortunadas siempre se presentan en todos los rubros, en el caso de las agencias de turismo el principal problema a resolver, es como el representante de la agencia de viajes debe proceder con el pasajero cuando hay problemáticas que imposibilitan el turismo. El cliente siempre es prioridad en la empresa, por eso se utilizan diversas estrategias para solucionar las situaciones presentadas.

En este trabajo de suficiencia profesional, se abordarán aspectos generales de la agencia de viajes Peru Hop. Teniendo en cuenta el tipo de compañía, la ubicación geográfica, se explicará también sobre el servicio que brinda y que lo caracteriza por tener alta demanda con el público extranjero. Además, describirá en general la experiencia que se adquirió, la cual comprende la actividad profesional desarrollada y las funciones desempeñadas por parte del counter nacional.

Busca también dar una fundamentación del tema elegido, involucrando la problemática de situaciones adversas, por ejemplo: factores sociales, como la falta de agua y desagüe en zonas rurales e infraestructura de carreteras. Factores políticos como huelgas, causadas por la falta de comunicación entre el gobierno y algunos pueblos en el interior del país que ocasionan la paralización de las actividades turísticas, por lo que se ven afectadas, generando que el turista local, interno y externo no deseen realizar viajes a diferentes destinos; y a la vez relacionando las funciones del puesto con la teoría aprendida en la carrera de Turismo y Hotelería en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, y la práctica en el desarrollo profesional.

Como último punto, se incluyen las principales contribuciones que comprenderían las conclusiones y recomendaciones, las cuales se obtienen luego del desarrollo del trabajo de suficiencia profesional, se adjuntan también anexos que ayudan a complementar la información ya descrita.

1 CAPÍTULO 1: ASPECTOS GENERALES

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Tipo de Empresa: Agencia de Viajes Minorista

Razón Social: PERU HOP S.A.C

RUC: 20200164016

Página Web: <https://www.peruhop.com/>

1.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Peru Hop es una agencia de viajes destacada por ofrecer el servicio de Hop-on Hop-off, es decir, subir y bajar del bus turístico el cual comienza desde Lima y tiene diversas paradas hacia el sur del Perú, las cuales comprenden Paracas, Huacachina, Nazca, Arequipa, Puno y Cusco. También existen tickets que conectando con la región Puno, el pasajero puede ingresar a Bolivia y dirigirse a Copacabana y La Paz. Además, si el pasajero potencial no contara con mucho tiempo en los destinos de Lima o La Paz también se ofrecen Full Days a destinos cercanos, en los cuales podría sacar provecho en un corto tiempo.

El servicio que ofrece Peru Hop, se destaca por ser flexible, porque el turista puede cambiar de planes y quedarse en uno de los destinos todo el tiempo que quiera, ya que los tickets son válidos por un año. Y luego subirse al bus para continuar su camino.

Los tickets de Peru Hop no solo comprende un servicio de transporte, sino además este incluye tours y paradas únicas, ya que el viajero siempre busca tener nuevas experiencias. Sin embargo, si el cliente no quisiera adquirir el transporte, aún es posible contratar tours a diferentes atractivos en los diferentes destinos.

1.1.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Oficinas en Lima:

- Avenida José Larco 663 INT. 403
- Avenida José Larco 799
- Avenida José Larco 812 – Ofc. 206

Oficinas en Cusco:

- Calle Tandapata 100B, San Blas
- Calle Mesón de la Estrella 172.
- Oficina en Bolivia: Linares 940, La Paz

1.1.3 ACTIVIDAD GENERAL O ÁREA DE DESEMPEÑO

La suscrita se desempeña en la agencia de viajes Peru Hop, en el área comercial con el puesto de counter nacional.

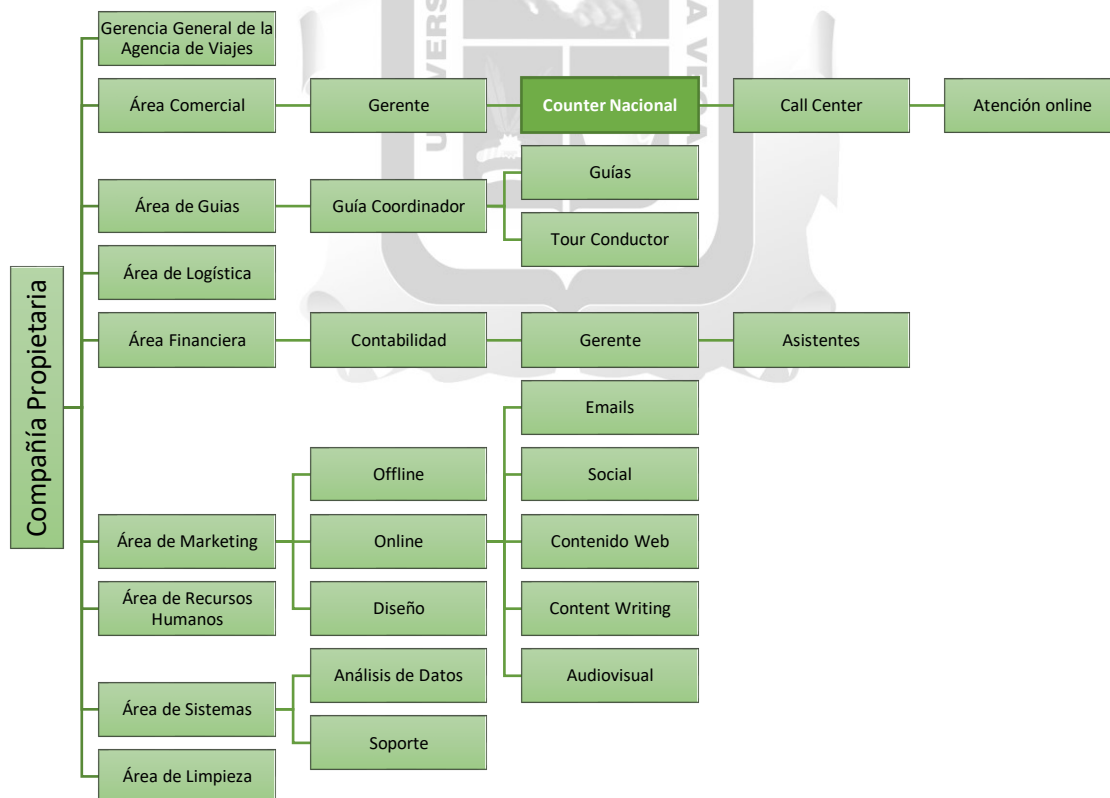


Figura 1 Organigrama de la empresa Peru Hop

Fuente: Peru Hop

1.1.4 MISIÓN

Trabajamos para convertirnos en el proveedor definitivo de experiencias de viaje únicas, seguras y divertidas en toda Sudamérica. Mediante la creación de un servicio impecable y la oportunidad de experiencias de viaje nuevas, nuestro objetivo es crecer cumpliendo y superando las expectativas de los clientes. Trabajamos y aprendemos como un equipo para que todos los viajeros puedan venir, presenciar y experimentar la maravillosa diversidad de la cultura latinoamericana.



2 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA

2.1 ACTIVIDAD PROFESIONAL DESARROLLADA

La actividad profesional se ha desempeñado en una agencia de viajes, la cual puede ser una persona natural o jurídica, que se encarga de dirigir la ejecución de los tours, planificar los itinerarios, brindar asesoría a los clientes e impulsar las ventas de servicios turísticos (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR 2013). Además, refiere que la empresa puede hacer uso de sus propios medios o intermediar con un operador turístico, el cual provee los servicios. (P.67)

Asimismo, el Colegio de Bachilleres de Sonora (2014), menciona que el agente de viajes se dedica a informar, promover y orientar al cliente con relación a servicios turísticos nacionales e internacionales. También, agrega que el trabajo de un agente de viajes es indispensable al tratar con el cliente porque de este dependerá el futuro de la empresa. (P.39)

El rol del counter nacional que la suscrita desarrolla en la empresa Peru Hop, es básicamente ser la imagen de la agencia de viajes. Siempre mostrar empatía al turista, usualmente extranjero, y que previamente este ha visitado la página web de la compañía. Sin embargo, el counter nacional tiene el deber de resolver todas las dudas posibles. Es muy importante que el agente detecte el perfil del pasajero, esto ayudará que detecte los intereses y así determinará el tipo de ticket que quisiera adquirir. Según MINCETUR (2013), El turista hoy en día se caracteriza por ser intranquilo, aventurero, siempre investiga sobre los destinos que visitará y mientras tenga un agente que lo escuche y le proponga soluciones, no le molestará si no obtiene lo que realmente desea. (P. 10-12) Por ejemplo: Llega al counter un joven de 30 años que solo estará en Lima por 4 días porque viene a una conferencia y solo tendrá un día libre. Entonces no sería óptimo ofrecerle un ticket hacia el sur del Perú por cuestión de tiempo. El counter nacional al evaluar todas las opciones podría ofrecerle un Full day a Paracas y Huacachina.

La suscrita empezó laborando en la empresa Peru Hop desde fines de marzo hasta octubre del año 2019, en la posición de tour conductor en el área de guías. En este puesto se encargaba de la logística de tours y alojamiento de los pasajeros en los destinos del sur del país con una constante comunicación con la oficina principal de Lima. Además, de

orientar a los pasajeros a bordo en los buses y la coordinación de los manifiestos con el chofer de turno. Luego, a fines de octubre del 2019, la suscrita se le ofreció trabajar solo en Lima, para ejercer el puesto de counter nacional el su contrato sigue vigente, sin embargo, se encuentra en Suspensión Perfecta de Labores, a causa del estado de emergencia por el Covid- 19.

2.2 PROPÓSITO DEL PUESTO Y FUNCIONES ASIGNADAS

El Colegio de Bachilleres de Sonora (2014), explica el propósito de ser counter nacional es de ofrecer una notable calidad del servicio, demostrando que posee un extenso aprendizaje mediante los estudios superiores. Además, un manejo óptimo de la información sobre el servicio turístico que se proporciona. De esta manera, se logrará cumplir las expectativas del cliente.

Funciones de un counter nacional en la empresa Peru Hop:

- a. Proyectar una correcta presentación e imagen.
- b. Atender a los potenciales pasajeros, resolviendo dudas respecto a los destinos que planean visitar, adaptando sus necesidades e impulsando la venta de los diferentes tickets, y tours que ofrece Peru Hop.
- c. Emitir el boleto de viaje.
- d. Realizar el cobro de las ventas y registrarlo en Google Drive.
- e. Hacer seguimiento del GPS de los buses, verificando que los conductores respeten el límite de velocidad, paradas y detectando si ocurrió algún inconveniente.
- f. Registrar a los pasajeros que llegan a la oficina y hacerlos llenar la encuesta de retroalimentación.
- g. Realizar llamadas de prueba al call center, de esa manera comprobamos que hay acceso a la línea de Peru Hop.
- h. Armar el pack del guía, el cual contiene los manifiestos de cada ruta que se realizará al siguiente día, los itinerarios para pasajeros de Full Day, y horarios de salida y llegada de los buses para cada destino para cada pasajero. Además de los libros guías, folletos y brazaletes que ayudan a reconocer que es cliente de Peru Hop.

3 FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA ELEGIDO

3.1 TEORÍA Y LA PRÁCTICA EN EL DESEMPEÑO PROFESIONAL

Delgado (2019), indica que una agencia de viajes es una compañía privada la cual es interesadora entre el cliente y el suministrador turístico, brindando calidad y opciones atractivas comparadas a otras agencias. (P.3)

En el desempeño profesional de la suscrita se evidencia que, durante el proceso de atención al cliente hay situaciones que impiden la comunicación no se desarrolle ágilmente, entre el counter nacional y potencial pasajero. Causando que no se pueda generar una venta o resolver una inquietud del cliente. Especialmente, en la agencia de viajes Peru Hop como previamente se ha explicado, se destaca por tener una demanda de turistas extranjeros.

La suscrita señala que ser un counter nacional en esta agencia de viajes consiste en ofrecer una experiencia desde el primer contacto, al potencial pasajero o como se le llama en la compañía un “hopster”, ya que está contratando los servicios de Peru Hop. Delgado (2013), resalta que el triunfo de la compañía depende de la cantidad de clientes que tomen el producto o servicio de este. Además, indica que todo el trabajo que desempeña la empresa debe estar dirigido al cliente, complaciendo sus necesidades y deseos. (P.24)

Por ende, el agente de viajes tiene que encontrar la manera de convencer al cliente que incluso si no tiene mucha disponibilidad para viajar, este puede encontrar el itinerario óptimo. Sin embargo, a veces la mayor barrera es el idioma, aunque el counter nacional sea bilingüe, suceden casos los cuales el pasajero solo habla el idioma de su país de origen, entonces el agente tiene que utilizar herramientas que faciliten una mejor comunicación, como utilizar el traductor o material visual.

Marrero (2016), define al turista como la persona que se desplaza a un destino fuera de su marco habitual, teniendo una duración no mayor a un año, además agrega que tiene como objetivo fundamental desarrollar un viaje de ocio. (P.140)

Por consiguiente, el turista es uno de los más importantes elementos en la empresa, por eso debe ser escuchado y comprendido para poder obtener su confianza y preferencia. La

labor del agente de viajes es de demostrar apoyo y a la vez un seguimiento de los servicios, como tours, alojamiento y transporte que el pasajero contrata.

En Peru hop es primordial el trabajo en equipo, por eso el counter nacional tiene que demostrar habilidades multitarea porque no solo se encarga de la recepción de los clientes, sino que apoya al área de marketing online, enriqueciendo los foros de las redes sociales de la empresa. También tiene que coordinar con el área de marketing offline, el abastecimiento de folletos, polos y brazaletes. Además de una constante coordinación con el área administrativa, la cual se encarga de tomar decisiones por cualquier eventualidad.

3.2 ACCIONES, METODOLOGÍAS Y PROCEDIMIENTOS

En primer lugar, existen dos conceptos fundamentales que son de gran ayuda y siempre hay que tener en cuenta al trabajar en una empresa prestadora de servicios, cabiendo la posibilidad se presenten problemas poco comunes, más aún cuando es una agencia de viajes.

a. Atención al cliente:

MINCETUR (2013), refiere a los servicios que generan las compañías, cuyo objetivo es complacer las necesidades de sus clientes. Además, estos tienen el derecho de presentar descontento, retroalimentar y/o demandar asesoramiento de productos o servicios adquiridos por la empresa. (P.72) Sin embargo, el counter nacional debe ejecutar una buena atención al cliente. Se recalca, siempre estas palabras por que la suscrita ha comprobado que desarrollando esta recomendación se ha podido lograr el objetivo de fidelizar al cliente.

b. Calidad de servicio:

Moya (2016), refiere a la calidad de servicio como una de las direcciones que la empresa deber ejecutar para que logre mantenerse en el mercado. MINCETUR (2013), divide el concepto en dos siendo calidad, la facultad que tiene la compañía para complacer y exceder las expectativas que tienen los clientes en relación al producto o servicio recibido. Y el servicio, como el efecto de la interacción entre el cliente, los materiales para la prestación del servicio (enseres, maquinaria, ubicación, infraestructura, etc), y los

trabajadores que tienen contacto directo con el usuario, haciendo que la empresa sea diferente a las demás por que logrará satisfacer al comprador. (P.17-18) Entonces en simples palabras la calidad de servicio es la capacidad de brindar una buena experiencia, en conjunto con los productos o servicios otorgados por la compañía.

Componentes que intervienen en un servicio de calidad



Figura 2. Esquema de los componentes de los servicios de calidad

Fuente: MINCETUR.

3.2.1 PROCEDIMIENTOS PARA LOS PROBLEMAS MÁS FRECUENTES

Como agente de viajes en la empresa Peru Hop, se han observado diferentes contratiempos adversos al turismo que han surgido durante la experiencia laboral. Entre ellos, los factores políticos, Santibáñez y Cadena (2015) señalan que son todos los dictámenes que el gobierno admite, y que repercuten de manera positiva o negativa a la economía de las personas naturales o jurídicas del país. Por ejemplo, las enfrentaciones que se originaron por parte de los pobladores de La Paz en contra de las fuerzas armadas de Bolivia, por el cambio de presidente. En este caso, se le ofrece al cliente poner en espera su ticket y a veces se extiende la vigencia del mismo. También, en temporada alta del 2019 se presentaron aspectos sociales, García (2013), indica que son todas las peculiaridades mostrando costumbres, organización, entendimiento, cultura y movimientos. Como las protestas del pueblo arequipeño en contra de la actividad minera

ejecutada por una empresa extranjera, en La Joya. Como resultado, generó mucha incertidumbre por parte de los clientes cuando se acercaban a las oficinas de Peru Hop. Sin embargo, cuando sucede tal acción hay estrategias que se utilizan para incentivar a los pasajeros a la calma y seguridad, como siempre mantenerlos informados, y buscar soluciones. Por ejemplo: Adelantar la salida de buses o tomar rutas alternas que garantizarán que lleguen a su próximo destino, coordinando con el área de logística y administración. Además, de ofrecer una asistencia completa abordo con el tour conductor o guía turístico.

Asimismo, otros aspectos que han perjudicado al turismo son los factores naturales, como los derrumbes que son generados por movimientos telúricos, y bloquean las vías terrestres, causando que no partan buses a los destinos. La solución que usualmente se recurre es hacer un seguimiento de la situación, e informar a los operadores turísticos, hospedajes y restaurantes que el pasajero ha reservado a través de la compañía sobre el imprevisto.

Otros aspectos que perjudican el desarrollo de los servicios turísticos, es cuando no hay una óptima infraestructura, la cual Quinte, Merma, Valdivia y Ttito (2016), describen como bases fundamentales que componen la estructura turística, entre ellas se encuentran: agua, desagüe, vías de acceso, aeropuertos, servicios telefónicos, etc. (P.4) Por ejemplo: Cuando las carreteras del sur del país están en mal estado, generando la demora del tránsito de turistas y residentes. En este caso, se le informa al pasajero antes que suba al bus, cuáles son los percances que puede suceder cuando se viaja en Latinoamérica, y que escapa de las manos de la empresa, sin embargo, siempre hay un constante seguimiento vía satélite para poder evitar los lugares más accidentados.

4 PRINCIPALES CONTRIBUCIONES

La suscrita ha podido aplicar la proactividad en el ambiente de trabajo, siendo beneficioso para el cliente interno, ya que siempre hay que estar indagando las noticias que pueden afectar o no la actividad turística. Esto ha ayudado a estimular un aprendizaje continuo con el staff del área comercial, con ayuda de una constante comunicación y trabajo en equipo se ha logrado absolver dudas sobre el manejo de información sobre los servicios turísticos producidos por Peru Hop y diferentes operadores turísticos. Además de resolver problemas, como cancelación de reservas, inconvenientes de caja chica, stock de marketing offline, entre otros.

Por otro lado, en base a experiencias posteriores la resiliencia, es decir, tener la capacidad de encontrar la mejor solución de manera ágil y efectiva en situaciones complicadas. Ha sido la mejor ayuda al tratar con un turista con imprevistos, como la cancelación de su viaje por motivos de fuerza mayor o los reclamos por parte de pasajeros al haberse presentado dificultades en sus vacaciones durante la participación de tours brindadas por los tours operadores.

Igualmente, cuando surgen errores por parte de la suscrita en el proceso de las operaciones realizando la atención al cliente, ventas u otras tareas. Puede resultar perjudicial para el counter nacional, sin embargo, aceptación de responsabilidades es un punto que se rescata cuando se trata de mejorar y asumir obligaciones. Por ejemplo, cuando no se logra confirmar una reserva con el hotel por parte del agente de viajes, y el pasajero llega a su hospedaje y resulta que la reserva nunca se realizó. Entonces, el rol del trabajador es de admitir su falta y encontrar una solución para enmendar la equivocación.

Por último, la suficiencia de desempeñarse con rigor, en situaciones donde se busca obtener calidad y desarrollar un trabajo impecable por parte de la suscrita. Especializándose en los perfiles de turistas que están interesados en adquirir el servicio, elaborando planes y estrategias que ayudarán en la atención al cliente. Asimismo, realizar visitas minuciosas de campo para extraer todos los detalles sobre los tours y verificar si los protocolos por parte de los operadores turísticos son legítimos al que ofrece la agencia de viajes. Esto ha beneficiado y potencializado el nivel del área comercial, porque se

logra hacer una distinción del servicio que brinda la empresa Peru Hop entre la competencia.

CONCLUSIONES

- a. Se ha evidenciado a través de la experiencia de la suscrita, un mal estado de las infraestructuras, provocados por factores naturales o por desgaste causado por la mano del hombre, especialmente los accesos a un destino que perjudican el desplazamiento de turistas y el desarrollo de itinerarios.
- b. La suscrita menciona que las paralizaciones de actividades turísticas son causadas por factores donde la población del destino está en desacuerdo con las decisiones políticas que el gobierno impone, ocasionando un roce entre las partes.
- c. La agencia de viajes Peru Hop se destaca por tener un personal con experiencia y capacitados en atención al cliente para poder satisfacer las necesidades de los pasajeros potenciales, cuando se presentan situaciones que no permiten ejecutar la actividad turística.
- d. La suscrita logró obtener experiencia en el rubro de agencia de viajes, tras haber transcurrido por dos puestos de trabajo. Pudiendo contemplar y comparar desde dos perspectivas diferentes, como se maneja la empresa. Especialmente en el área comercial, ella ha podido desenvolverse en el manejo de información de itinerarios, logística, ventas, atención al cliente, manipulación de caja, estrategias de marketing y utilización el sistema de reservas creada por la compañía Peru Hop.

RECOMENDACIONES

- a. Una forma de preservar la calidad del servicio, es tener un counter nacional versátil y que esté en una continua actualización en la coyuntura con los destinos que la agencia de viajes promueve.
- b. Constante comunicación con los operadores turísticos, de esta manera se podrá evitar o agilizar la solución de problemas futuros como cancelación

de reservas, el estatus de un pasajero, actualización de la coyuntura en el respectivo destino, o imprevistos en general.

- c. Se propone una ampliación de servicios turísticos por parte de la agencia de viajes. Enfocándose en el norte y oriente del país para tener más llegada al turismo receptivo, debido que últimamente el turista es más aventurero.
- d. Se recomienda mantener una participación continua entre las comunidades y los gobiernos regionales, para recibir inquietudes de diferentes índoles e ideas de mejora, efectuando un plan de contingencia. De esa manera se podrá prevenir futuros inconvenientes que podrían afectar la tranquilidad de los pueblos, y por ende la paralización de la actividad turística.



5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Colegio de Bachilleres del Estado de Sonora. (2014). Servicios Turísticos: Capacitación para el trabajo (Jesús Franco ed.) Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/369853767/Servicios-Turisticos2>

Delgado, P. (2013). Separata de Counter. Scribd. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/330943330/07-Separata-Counter-2013-122-Hojas>

Delgado, P. (2019). Separata de Curso - Agencias de Viajes. Scribd. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/403687979/SEPARATA-AGENCIA-DE-VIAJES-2019-pdf>

García, H. G. Z. (2013). Los Aspectos Sociales [Diapositivas]. Slideshare. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/heribertogarciazamora/aspectos-sociales#:~:text=Conceptos%20b%C3%A1sicos%20LOS%20ASPECTOS%20SOCIALES,CULTURA%2C%20LOS%20MOVIMIENTOS%20DE%20POBLACION%20CI%3%93N>.

Marrero, M. (2016). Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados (1.a ed.). Recuperado de: <https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>

MINCETUR. (2013). Manual de Buenas Prácticas para Agencias de Viajes y Turismo (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ed.) Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/04_mbp_avt/MBP_Agencias_Viajes_Turismo.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR. (2013). Manual de Buenas Prácticas para Agencias de Viajes y Turismo (ed.) Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/04_mbp_avt/MBP_Agencias_Viajes_Turismo.pdf

content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/04_mb
p_avt/MBP_Agencias_Viajes_Turismo.pdf

Moya, M. V. M. (2016, 21 abril). Estrategia: Calidad de Servicio. Logistec. Recuperado de:<https://www.revistalogistec.com/index.php/scm/estrategia-logistica/item/2278-estrategia-calidad-de-servicio>

Quispe, J., Merma, L., Valdivia, N., & Ttito, D. (2016). Infraestructura Turística de la Región de Cusco. Scribd. Recuperado de:
<https://es.scribd.com/document/312270749/Infraestructura-turistica>

Santibáñez, E., & Cadena, D. (2015, 26 septiembre). Factores políticos [Diapositivas]. SlideShare. Recuperado de:
<https://es.slideshare.net/zuanyseguradechavez/factores-politicos>

