

Sistema de Información Turística para la Promoción y Desarrollo  
Económico, Social, Cultural y Ecológico de la Región Pasco

Tourism Information System for the Promotion and Economic, Social,  
Cultural and Ecological Development of the Pasco Region

*Arturo Yupanqui Villanueva<sup>1</sup> Freddy Elar Ferrari Fernández<sup>2</sup> Jorge Luis Hilario Rivas<sup>3</sup>*

### Resumen

La industria turística mundial ha encontrado en los sistemas de información (SI), tecnologías de Información y comunicación (TIC) un componente fundamental para su desarrollo y expansión. Las empresas turísticas en el Perú no son ajenas a ello, y ya se pueden ver casos concretos en que las iniciativas tecnológicas se han convertido en un valor agregado para estas empresas. Con el presente trabajo de investigación y desarrollo se espera conocer la real dimensión en cuanto al uso de las SI por parte de las empresas turísticas de la región, y de ese modo identificar sus necesidades concretas para, finalmente, poder plantear una estrategia de negocio, materializada en un sistema, cuya aplicación brinde una ventaja competitiva a las empresas del sector y que a través de su difusión muchas más empresas puedan gozar de los beneficios que actualmente otorgan las TIC.

**Palabras clave:** Sistemas de Información, Tecnologías de Información y Comunicación, Empresas Turísticas, Estrategias de Negocio, Ventaja Competitiva.

### Abstract

The world tourism industry has found in information systems (SI), technologies of information and communication technology (ICT) a fundamental component for their development and expansion. Tourism businesses in the Peru are not unrelated to this, and already you can see specific cases in which the technology initiatives have become an added value for these companies. This research and development work is expected to know the real dimension as regards the use of the SI by tourism in the region, and in this way companies identify their needs for, finally, to consider a business strategy, materialized in a system, whose implementation will give to the companies in the sector competitive advantage and that many companies can enjoy the benefits currently granted through its dissemination the ICT.

**Keywords:** information systems, information technologies and communication, tourist companies, business strategies, competitive advantage.

---

<sup>1</sup> Docente de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y de Ingeniería Civil – Escuela de Ingeniería de Sistemas - UNU. Correo electrónico: artu2002@hotmail.com

<sup>2</sup> Docente de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y de Ingeniería Civil – Escuela de Ingeniería de Sistemas - UNU. Correo electrónico: freddy\_e\_ferrari@hotmail.com

<sup>3</sup> Docente de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y de Ingeniería Civil – Escuela de Ingeniería de Sistemas - UNU. Correo electrónico: jlhr@jorgeluishilario.com

# INTRODUCCIÓN

El permanente avance en el desarrollo de las tecnologías, en particular las que tienen que ver con la información y las comunicaciones (TIC), sumado al ambiente competitivo desatado por la globalización, han provocado una verdadera revolución en la industria del turismo a nivel mundial, generando nuevos modelos de negocio, redefiniendo objetivos y estrategias, cambiando la estructura de los canales de distribución y reinventando procesos.

Proveedores, agentes turísticos y consumidores han sido impactados por las nuevas tecnologías. Sistemas de información y herramientas electrónicas que permiten minimizar las barreras de tiempo y distancia, facilitan el acceso a fuentes de información y potencian el desarrollo de nuevos productos y servicios, además, inciden favorablemente en la eficiencia operativa de las organizaciones, la calidad de los servicios prestados, el acercamiento con los clientes y la coordinación de actividades entre los diversos actores (públicos y privados) que intervienen en el turismo.

En el transcurso de los últimos años, los avances en las tecnologías de la información y las comunicaciones, en especial de Internet, permiten tener acceso en línea, las 24 horas del día, los 365 días del año, a: información actualizada de todos los países del mundo, servicios meteorológicos, herramientas para calcular el cambio de divisas, horarios internacionales, facilidades de búsqueda, conversión de medidas, y en general, a toda la información referente al lugar de destino, con objeto de que el trayecto resulte familiar y seguro. Se cuenta con servicios de reservación y compra en línea, con lo que se evita a los viajeros, desplazamientos, largas filas y esperas innecesarias. Para quienes deciden adquirir el viaje, se les entrega personalmente su boleto y documentación en la dirección que elijan, con objeto de quitarles esa preocupación y ahorrarles tiempo. Así mismo, pueden pagar de manera segura por medio de una tarjeta de crédito. Comprender las necesidades y expectativas de sus clientes ofrece a los proveedores la posibilidad, mediante tecnología, de ajustar a las preferencias de ellos cualquier tipo de búsqueda de información turística y enviarles puntualmente las mejores ofertas y novedades disponibles.

Para ello la presente investigación, se estructuró de la siguiente manera: Nuestro análisis nos ha permitido diagnosticar, identificar, analizar e interpretar la problemática de la falta de un sistema de información actualizado como las alternativas de solución, así como evaluar los gastos en las que incurren estos problemas. Los objetivos específicos de estudio fueron: Analizar los sistemas de información disponibles que influyen en las oportunidades de promoción de la Región Pasco; Determinar la clasificación de la información de las necesidades que influyen en los ingresos económicos de la región Pasco; Analizar el diseño de una estructura para el proceso de información que influya en el mejoramiento de la calidad de servicio social de la región Pasco; Determinar la elaboración de un diagrama de flujo detallado del sistema que influye en la sostenibilidad de recursos culturales y ecológicos de la región Pasco. La aplicación de la Regla de decisión estadística contrastará la hipótesis planteada en la investigación *“Si, el sistema de información turística influye en la promoción, desarrollo económico, social, cultural y ecológico entonces incrementará el empleo productivo de la región Pasco”*. Lo que comprende EL MARCO TEORICO CONCEPTUAL, consideramos que es la parte sustantiva del estudio a través del cual se ha realizado los fundamentos técnicos – científica del estudio, tratando de encontrar paradigmas que van a permitir explicar las condicionantes. Además, comprende la METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN, utilizados en el presente Estudio:

- a) Población y Contexto en Estudio, referido al ámbito de observación, consignando cifras cuantitativas de la población objeto de nuestro estudio.
- b) Técnicas para la Recolección de Datos, Se aplicó las estrategias de obtención de información de cada aspecto observado a través de encuestas, entrevistas etc.

c) Procesamiento informático y Análisis de Datos, la organización, clasificación, codificación y tabulación de la información nos permitió obtener datos importantes sobre el objeto de nuestro estudio.

RESULTADOS OBTENIDOS, nuestro estudio nos induce a tener que diagnosticar, evaluar y proponer Acciones que conlleven a la solución.

## MATERIAL Y MÉTODOS

### **Diseño:**

Diseño no experimental con estrategia transversal, porque se recolectaron los datos de la población en un solo momento. (Mejía, 2008)

### **Población:**

La población estuvo constituida por los usuarios con respecto al turismo en sus tres provincias Oxapampa, Pasco y Daniel Carrión. Para estimar el tamaño de la muestra se consideró el método de muestreo no probabilístico de muestra por conveniencia, conformada por 91 personas que han tenido algún contacto con sistemas y tecnologías;

### **Entorno:**

Cerro de Pasco es una ciudad del centro del Perú, capital de la provincia de Pasco y el departamento homónimo. Está situada a poco más de 4.380 m.s.n.m., en la meseta del Bombón, altiplano de la cordillera de los Andes. Es considerada la "capital minera del Perú", por sus yacimientos de plata, cobre, zinc y plomo. La región Pasco posee atractivos turísticos en sus tres provincias, entre las cuales se pueden resaltar los siguientes:

Santuario Nacional de Huayllay.- Con una extensión de 6 815 hectáreas de bosque de piedras, es considerado como el Primer Museo Geológico del Mundo, que se ubica a 40 kilómetros al sur de la ciudad de Cerro de Pasco. Es un hermoso lugar donde se puede apreciar un conjunto de rocas con diversas formas humanas y de animales según la posición del sol y la imaginación del visitante. Las figuras dan la impresión de haber sido cuidadosamente esculpidas por la mano del hombre. En el lugar habitan venados, vicuñas, gatos monteses, zorrillos, gavilanes y perdices; y la flora está conformada por pastos, quinales, huamampintas, putagas y otros.

Baños Termales de Calera.- Ubicado a 43 Km. de la provincia de Cerro de Pasco, al interior del Bosque de Piedras de Huayllay, es el lugar donde se encuentran aguas termales salientes del subsuelo, las mismas que provienen de un río subterráneo que estaría pasando por el centro de un volcán dormido. Las aguas son conocidas por sus propiedades curativas, ricas en calcio, potasio, sodio y magnesio. La temperatura que alcanzan las aguas bordean los a 60°C.

El Nevado de Huaguruncho.- Ubicado a 66 Km. de la ciudad de Cerro de Pasco, pasando la localidad de Huachón, desde donde se recorren 6 Km., se llega al nevado que alcanza los 5 730 m.s.n.m. y está formado por cuatro glaciares importantes: Jacahuay (5 180 m.s.n.m.), Ranrajanca (5 180 m.s.n.m.), Carhuaraj (5 160 m.s.n.m.) e Incatama (5 130 m.s.n.m.). En su base pueden apreciarse varias lagunas, entre las que destacan Huaguruncho, Leche Cocha, Suyro Cocha, Talaya y Pacchapata.

Laguna de Punrún.- Ubicado a 37 Km. al suroeste de la ciudad de Cerro de Pasco, cuenta con una superficie de 8 km<sup>2</sup>, una profundidad máxima de 200 metros y se encuentra a 4 200 m.s.n.m. Entre sus frías aguas se distinguen cinco islas, donde destaca la de Pumapachupán. La laguna es hábitat de numerosas especies de aves como el pato silvestre y el pato real, el corcovado, la gaviota, el zambullidor, el frailisco, el martín pescador y las bandurrias, además de numerosas ranas, truchas, chalhuanas y bagres.

Iglesia San Pedro de Ninacaca.- Ubicada a 31 Km. de la ciudad de Cerro de Pasco, fue declarada Monumento Histórico Nacional en el año 1940. Esta singular iglesia data de principios de la colonia y fue construida con piedras, formando figuras decorativas, entre ellas el pentagrama musical.

Iglesia Inmaculada Concepción de Vicco.- Ubicada a 18 Km. de la ciudad de Cerro de Pasco, se trata de una iglesia construida en piedra, de estilo colonial data del siglo XVII.

El Parque Nacional de Yanachaga – Chemillen.- Se trata de uno de los parques nacionales protegidos por el estado, se encuentra ubicado en la provincia de Oxapampa, entre los distritos de Pozuzo, Huancabamba, Oxapampa y Villa Rica, abarcando una extensión de 122 mil hectáreas, con una diversidad botánica impresionante y muchas nuevas especies. Desde las punas altoandinas del parque se puede observar los paisajes, bosques tropicales, bosques de neblina y áreas pajonales. Entre sus principales especies vegetales destacan árboles como: ulcumano, cedro, nogal y roble, así como orquídeas, helechos y arbustos. En la fauna se distinguen 59 especies de mamíferos, entre los que destacan el lobo de río, el jaguar, el oso de anteojos, el machetero y el venado enano. Todas estas especies se encuentran en peligro de extinción. También destacan especies de aves, tales como: el gallito de las rocas, el águila arpía y el relojero.

Catarata de León.- Se encuentra a 5 km. del poblado de Villa Rica. Tiene una caída de 15 metros y se compone de las aguas del río Yeso. Al caer genera una neblina que descompone los rayos del sol formando los colores del arco iris.

Catarata El Encanto.- Se ubica a 12 km. del poblado de Villa Rica. Cuenta con una caída de 30 metros y sus aguas se descomponen en tres niveles, que al caer forman con el reflejo del sol los colores del arco iris. El tamaño y la profundidad de sus pozas son ideales para nadar.

Puente Colgante de Pozuzo.- Ubicado en la localidad de Pozuzo, provincia de Oxapampa, se encuentra sobre el río Huancabamba y fue utilizado por los primeros colonos para cruzar el río. El puente fue un obsequio del Emperador Guillermo II de Prusia en 1914. Iglesia de Santa Rosa.- Ubicada en la Plaza de Armas de la ciudad de Oxapampa, fue Inaugurada en 1940. Su construcción completa de madera en forma rectangular corresponde a la técnica tradicional de la zona de estilo europeo. Casonas.- Algunas casas y demás edificaciones de Oxapampa son de madera y siguen el estilo implantado por los inmigrantes alemanes y austriacos.

#### **Intervenciones:**

La técnica fue la encuesta, porque permitió la recolección de datos, mediante preguntas formuladas a los potenciales usuarios que constituyen la unidad de análisis del estudio investigado. El instrumento fue un cuestionario de 10 preguntas, lo que permitió que los usuarios contesten una serie de interrogantes provistos de preguntas, en relación de cada una de las dimensiones de las variables abordadas

#### **Análisis estadísticos:**

El procesamiento de datos de la presente investigación se realizó con el programa Microsoft Excel 2010. De los datos obtenidos a través del instrumento de recolección de datos (encuesta), permitió a través de las preguntas poder segmentar a nuestra muestra y a través de los gráficos llegar a una interpretación para la investigación.

La confiabilidad de nuestros instrumentos es estable y objetiva, independientemente de un programa o un instrumento de evaluación. “Un instrumento confiable permite aislar los aspectos que mide de otros que para el caso se consideran irrelevantes” (Camilioni: 2003)

## RESULTADOS

Serán evaluados por un software especializado en el tratamiento estadístico una vez que se haya implementado el sistema de información turística en algunas de las tecnologías de información. Los resultados mostraran la creciente tendencia de los usuarios por estos tipos de sistemas más informativos, confiables y en tiempo real.

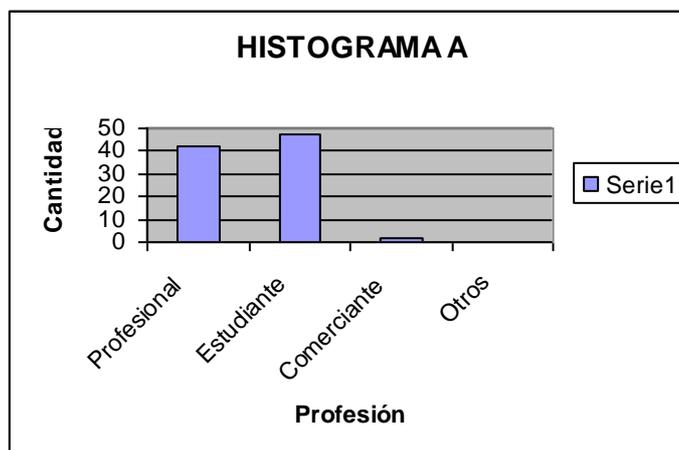
### Pregunta A

**Tabla 1.** ¿Cuál es tu ocupación actual?

a) ¿Cuál es tu ocupación actual?	
Profesional	42
Estudiante	47
Comerciante	2
Otros	0

Fuente: Elaboración Propia

**Grafico 1.**Cuál es tu ocupación actual



Fuente: Elaboración Propia

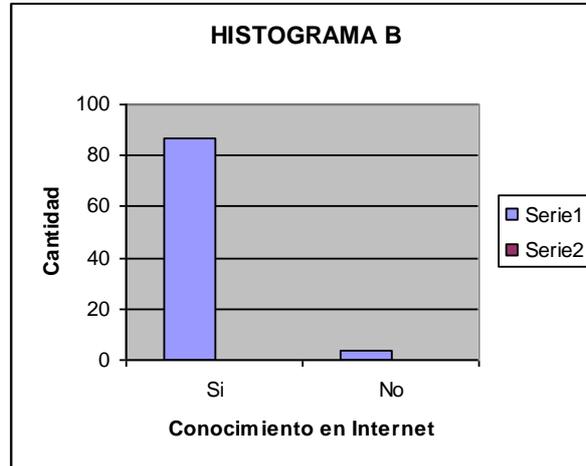
**Pregunta B**

**Tabla 2.** ¿Tiene usted conocimiento del uso de la red (Internet)?

<b>b) ¿Tiene usted conocimiento del uso de la red (Internet)?</b>	
Si	87
No	4

Fuente: Elaboración Propia

**Grafico 2.** Tiene usted conocimiento del uso de la red (Internet)



Fuente: Elaboración Propia

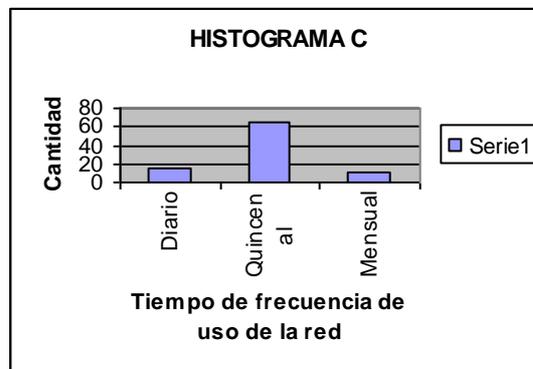
**Pregunta C**

**Tabla 3.** ¿Cada que tiempo hace uso usted de la red?

<b>c) ¿Cada que tiempo hace uso usted de la red?</b>	
Diario	15
Quincenal	65
Mensual	11

Fuente: Elaboración Propia

**Grafico 3.** ¿Cada que tiempo hace uso usted de la red?



Fuente: Elaboración Propia

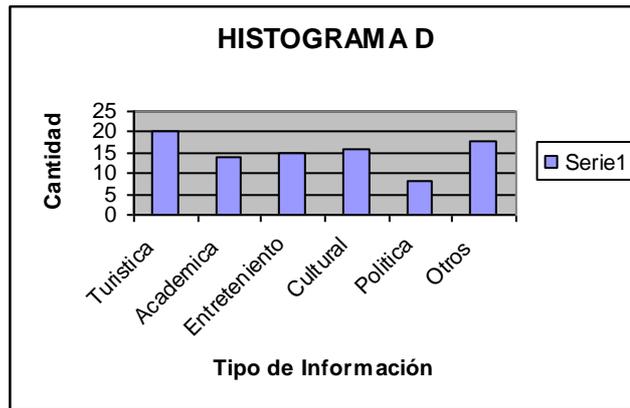
**Pregunta D**

**Tabla 4.** ¿Qué tipo de información busca usted en la red?

<b>d) ¿Qué tipo de información busca usted en la red?</b>	
Turística	20
Académica	14
Entreteniendo	15
Cultural	16
Política	8
Otros	18

Fuente: Elaboración Propia

**Grafico 4.** ¿Qué tipo de información busca usted en la red?



Fuente: Elaboración Propia

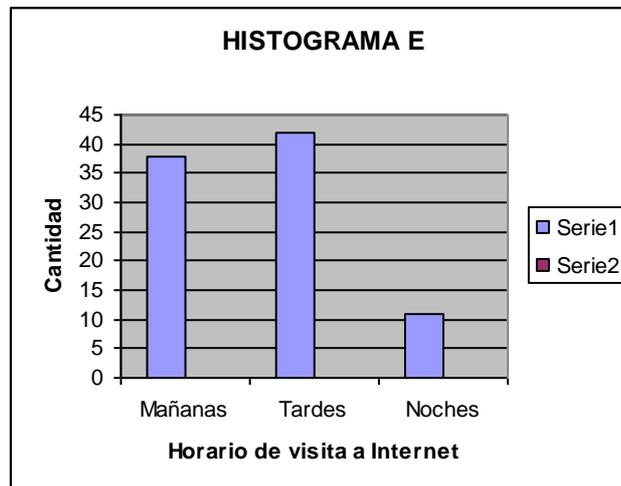
**Pregunta E**

**Tabla 5.** ¿En que horario visita usted la red con más frecuencia?

<b>e) ¿En que horario visita usted la red con más frecuencia?</b>	
Mañanas	38
Tardes	42
Noches	11

Fuente: Elaboración Propia

**Grafico 5.** ¿En que horario visita usted la red con más frecuencia?



Fuente: Elaboración Propia

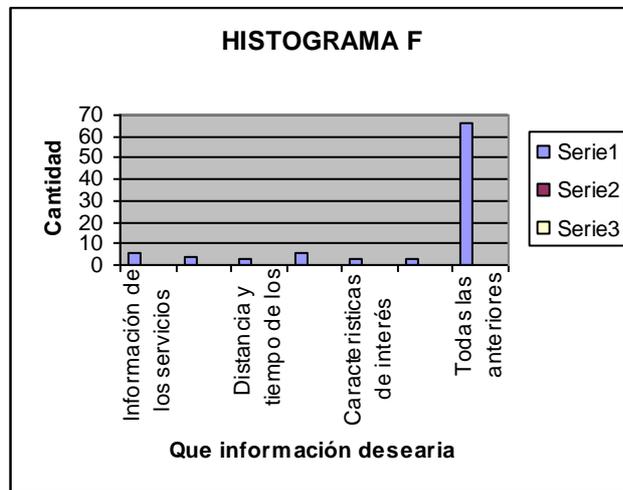
**Pregunta F**

**Tabla 6.** ¿Qué información quisiera usted que contenga una página Web turística?

<b>f) ¿Qué información quisiera usted que contenga una página Web turística?</b>	
Información de los servicios	6
Mapas y croquis de los atractivos	4
Distancia y tiempo de los atractivos	3
Costos de los servicios	6
Características de interés	3
Fechas aconsejables de viaje	3
Todas las anteriores	66

Fuente: Elaboración Propia

**Grafico 6.** ¿Qué información quisiera usted que contenga una página Web turística?



Fuente: Elaboración Propia

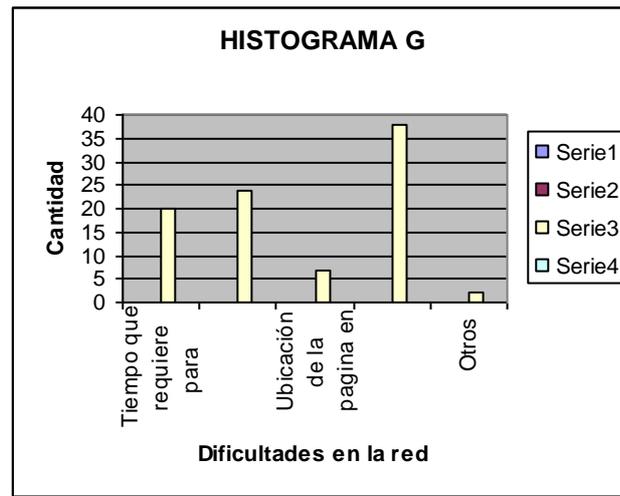
**Pregunta G**

**Tabla 7.** ¿Cuáles son las dificultades que tiene usted para acceder a una página web Turística?

<b>g) ¿Cuáles son las dificultades que tiene usted para acceder a una página web Turística?</b>	
Tiempo que requiere para cargar la pagina	20
Información poco relevante	24
Ubicación de la página en el portal principal	7
Poco interactivo	38
Otros	2

Fuente: Elaboración Propia

**Grafico 7.** ¿Cuáles son las dificultades que tiene usted para acceder a una página web Turística?



Fuente: Elaboración Propia

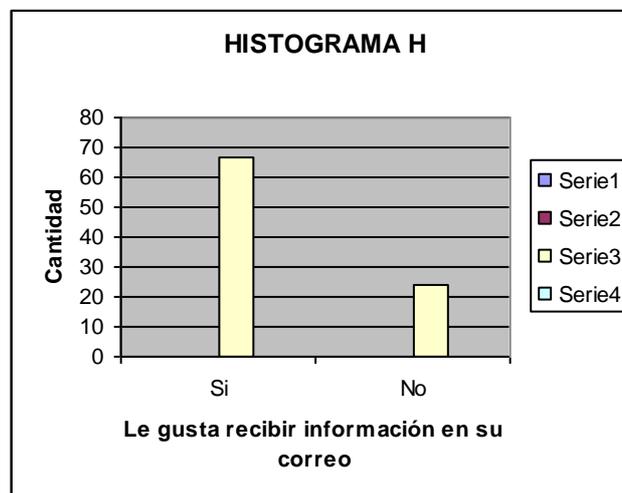
**Pregunta h**

**Tabla 8.** ¿Le gustaría a usted recibir información turística a través de su correo electrónico?

<b>h) ¿Le gustaría a usted recibir información turística a través de su correo electrónico?</b>	
Si	67
No	24

Fuente: Elaboración Propia

**Grafico 8.** ¿Le gustaría a usted recibir información turística a través de su correo electrónico?



Fuente: Elaboración Propia

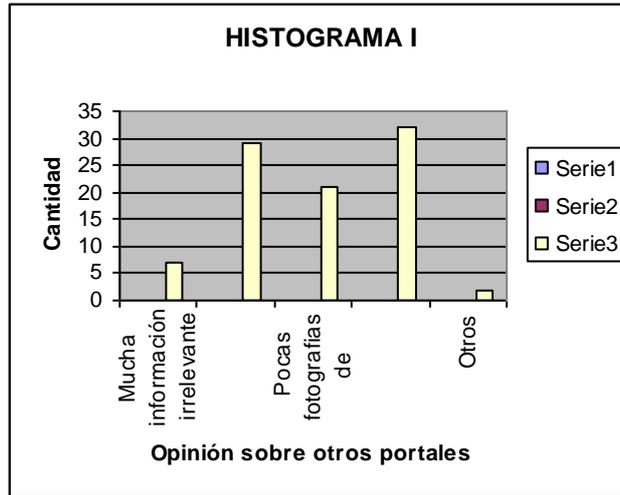
**Pregunta I**

**Tabla 9.** ¿Qué opinión le merece la existencia de otros portales en la Red?

<b>i) ¿Qué opinión le merece la existencia de otros portales en la Red?</b>	
Mucha información irrelevante	7
Información insuficiente	29
Pocas fotografías de atractivos	21
Poco motivador y atractivo de la pagina	32
Otros	2

Fuente: Elaboración Propia

**Grafico 9.** ¿Qué opinión le merece la existencia de otros portales en la Red?



Fuente: Elaboración Propia

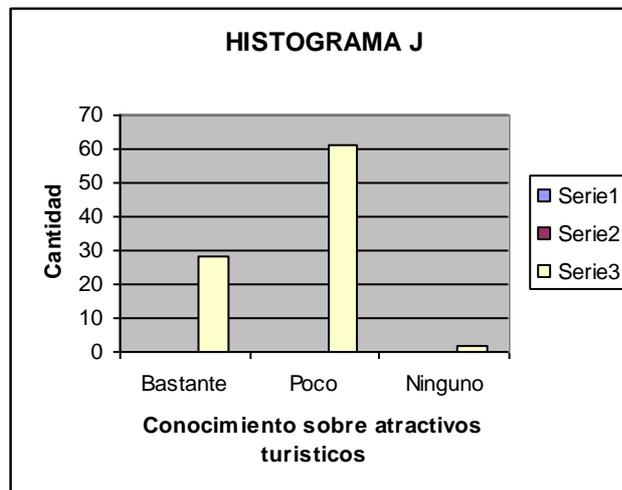
**Pregunta J**

**Tabla 10.** ¿Tiene usted conocimiento de los Atractivos turísticos que tiene la localidad de Huariaca?

<b>j) ¿Tiene usted conocimiento de los Atractivos turísticos que tiene la localidad de Huariaca?</b>	
Bastante	28
Poco	61
Ninguno	2

Fuente: Elaboración Propia

**Grafico 10.** ¿Tiene usted conocimiento de los Atractivos turísticos que tiene la localidad de Huariaca?



Fuente: Elaboración Propia

## DISCUSIÓN

En la tabla 1 que corresponde a la pregunta sobre la pregunta ¿Cuál es tu ocupación actual? de las personas encuestadas podemos observar que el 50% de personas son estudiantes y el 40 % profesionales. Esto quiere decir que nuestro mercado es muy joven y por ello es necesario que sea Inter dinámico.

En la tabla 2 que corresponde a la pregunta sobre la pregunta ¿Tiene usted conocimiento del uso de la red (Internet)? podemos observar que tratamos con un amplio mercado en el conocimiento de la red internet.

En la tabla 3 que corresponde a la pregunta sobre la pregunta ¿Cada que tiempo hace uso usted de la red? podemos ver que está en un 60% quincenalmente, 20% diario y 10% mensual.

En la tabla 4 que corresponde a la pregunta sobre la pregunta ¿Qué tipo de información busca usted en la red? se solicita más es la turística, otros y cultural lo cual nos permite incorporar en nuestra página toda la información que podemos contener.

En la tabla 5 que corresponde a la pregunta sobre la pregunta ¿En que horario visita usted la red con más frecuencia? está definido mayormente en las mañanas y tarde por lo tanto se recomendaría actualizar y hacerle mantenimiento a la web por las noches.

En la tabla 6 que corresponde a la pregunta sobre la pregunta ¿Qué información quisiera usted que contenga una página Web turística? la mayoría aporta a lo que es información de los servicios, mapas, croquis, distancias de los atractivos turísticos, costos de los servicios. Es por ello que la página deberá de contener todos estos ítems.

En la tabla 7 que corresponde a la pregunta sobre la pregunta ¿Cuáles son las dificultades que tiene usted para acceder a una página web Turística? podemos observar que el 38 de personas encuentra una deficiencia en lo que refiere a ser poco interactivo seguido de información irrelevante y de la demora en la carga de la página web.

En la tabla 8 que corresponde a la pregunta sobre la pregunta ¿Le gustaría a usted recibir información turística a través de su correo electrónico? se puede observar el 80 % de los encuestados se sienten deseosos de contar con esta forma de comunicación con los clientes.

En la tabla 9 que corresponde a la pregunta sobre la pregunta ¿Qué opinión le merece la existencia de otros portales en la Red? nuestro estudio nos da el resultado de un 40 % de poco motivador de los atractivos seguido de pocas fotografías e información irrelevante.

En la tabla 10 que corresponde a la pregunta sobre la pregunta ¿Tiene usted conocimiento de los Atractivos turísticos que tiene la localidad de Huariaca? observamos una cifra alarmante 80% del poco conocimiento de nuestra tierra y solamente un 20 % de conocer nuestros atractivos turísticos.

## CONCLUSIONES

El sector turismo, en sus diferentes modalidades es el segundo generador de divisas para el país y por lo tanto uno de los principales propulsores del desarrollo del país. En turismo, el presente - y no el futuro - exige a las empresas peruanas a incursionar en el comercio electrónico. La demanda existe y también existe un nuevo perfil de consumidor.

En la actualidad, dentro de la actividad turística podemos obtener información de diversas fuentes, Sin embargo, muchas empresas, no sólo en el Perú, sino en el ámbito regional y mundial, todavía no han adoptado las Tecnologías de Información como una herramienta básica para su desarrollo y competencia

En el turismo mundial, los negocios han evolucionado conforme a las exigencias de mercados globalizados y al desarrollo tecnológico. Los viajeros hacen uso, cada vez más de las Tecnologías de Información y comunicación para la elección de sus destinos. Por tal razón los negocios electrónicos han aumentado su participación en la venta de productos y servicios turísticos. El Perú no escapa a las actuales tendencias del comercio electrónico. Sin embargo, el lento avance del comercio electrónico en el país puede ser explicado por la falta de información adecuada, la falta de proyectos de largo alcance fomentados por el gobierno, la brecha digital característica de los países como la nuestra y la cultura de la población.

En el turismo peruano el uso de las TIC es aún muy limitado. Como resultado de la investigación de campo se detectó rezago tecnológico en las empresas del sector en materia de TIC. Las formas tradicionales de distribución y promoción aún predominan debido, en parte, al tamaño del mercado turístico de nuestro país, el cuál es marcadamente pequeño. Sin embargo, esta deficiencia significa a la vez que hay mucho por hacer en este campo y existen señales claras que indican que la incorporación de las tecnologías de información será bien recibida por parte del empresariado turístico, siempre y cuando los costos estén bien justificados y las ventajas de su uso sean claramente percibidos.

Aun cuando se considera a las TIC muy importantes para la competitividad de las empresas y el sector turístico, su baja utilización en el Perú se puede atribuir a los problemas de financiamiento y tarifas elevadas, al rezago tecnológico y al reducido apoyo del gobierno en esta materia. Si bien es cierto que la percepción general sobre el desempeño del sector público en el desarrollo del turismo nacional es buena, existen todavía muchas carencias en materia de política pública para la implantación de TIC en el sector. A diferencia de los grandes destinos turísticos internacionales como Francia, España, Estados Unidos e Inglaterra, entre otros, el Perú carece de una política pública integral y bien definida que fomente el desarrollo, uso y aplicación de las TIC de manera estratégica en el turismo.

La estrategia tecnológica más utilizada para fomentar la promoción y desarrollo de diversos destinos turísticos en nuestro país se presenta en la forma de portales Web turísticos. Estos portales se constituyen en sitios de entrada general mediante los cuales se puede ir derivando hacia información específica dependiendo de las necesidades del viajero

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ángel Emilio Castañeda. Las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones como proceso cultural y las bases para su impacto en la actividad educativa, un acercamiento desde lo tecnológico. Editorial Universidad Técnica de Ambato, primera edición, Perú, 2001, pp.245.
- Antonio Guevara. Informática Aplicada al Turismo. Tecnologías de Información y Comunicación. Madrid: Pirámide, 2004.
- David Valles. Tecnologías de la información y el turismo. <http://www.metabase.net/docs/inguat/03270.html>. 2003-06. 2003
- Gina Pipoli de Butrón. El marketing y sus aplicaciones en la realidad peruana. Edit. BUP – CENDI, Lima 1996.
- James A. Senn. Sistemas de información para la administración, Grupo Editorial Iberoamérica S.A. de CV., México 1990, pp. 728
- John J. Burnett. Promoción: Conceptos y Estrategias. Mc GRAW – HILL.
- José M. Sarabia Álaga. Sistemas avanzados de información turística: Planificación interactiva. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Universidad de Cantabria. 2da Edición,
- Laudon, Jane, Laudon, Kenneth. Administración de los sistemas de información. Organización y Tecnología. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A, 3ra Edición, México, 1996, Pp. 885.
- Martha Hernández. Tecnologías de Información aplicadas al Turismo.<http://www.monografias.com/trabajos16/industria-turismo/industria-turismo.shtml>: 2004-05. 2004
- Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) 2004. Reporte Mensual. El 2005 se perfila como un buen año para el turismo. Lima, 2005.