



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

**Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria
en Iquitos, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

AUTORA:

Yabar Macahuachi, Wendy Malú (ORCID: 0000-0001-6070-1085)

ASESOR:

Mg. Huamaní Paliza, Frank David (ORCID: 0000-0003-3382-1246)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Turística

LIMA - PERÚ

2020

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis hijos, Emma que me dejó una gran lección sobre la vida y Gabriel que día a día me da la fortaleza para continuar. A mi madre porque siempre está a mi lado apoyándome y demostrándome que, a pesar de las dificultades, siempre se puede salir adelante, a mi padre por su sacrificio por darme una buena educación, mis hermanos Joy y Joe, ellos son mi ejemplo a seguir.

AGRADECIMIENTO

Le doy gracias a Dios, a mi familia que nunca perdieron la fe en mí y siempre me motivaron para cumplir mi objetivo que es mi título. Gracias a mi asesor Frank Huamaní, que supo tenerme paciencia y orientarme para poder realizar mi tesis, demostrando ser un profesional con vocación, a pesar de estar en medio de una pandemia. Es el mejor asesor del mundo.

Índice de contenidos

	Pág
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II.MARCO TEÓRICO	7
III.METODOLOGÍA	27
3.1. Tipo y diseño de la investigación	27
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización:	27
3.3. Escenario de estudio	28
3.4. Participantes	30
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
3.6. Procedimiento	32
3.7. Rigor científico	33
3.8. Método de análisis de datos	35
3.9. Aspectos éticos	36
IV.RESULTADOS	37
V. DISCUSIÓN	67
VI.CONCLUSIONES	74
VII.RECOMENDACIONES	75
REFERENCIAS	76
ANEXOS	84

Índice de tablas

	Pág
Tabla 1: Tabla de porcentaje de validación	34
Tabla 2: Tabla Matriz de Consistencia	84
Tabla 3: Matriz de Categorización Apriorística	86
Tabla 4: Matriz de Codif. y Categ. para el análisis de entrevistas por Ítem	174
Tabla 5: Matriz de Codif. y Categ. para el análisis de entrevistas por categoría	178

Índice de figuras

	Pág
Figura 1: Combinado de herramientas de promoción	21
Figura 2: Diafragma de Gestión de crisis	24
Figura 3: Tabla de gestión de crisis de las "4 R's"	25
Figura 4: Dengue en el departamento de Loreto	26
Figura 5: Territorio del Municipio de Iquitos	28
Figura 6: Censos Nacionales 2017: XII de Población y VII de Vivienda	29
Figura 7: Fotos de entrevistas en la ciudad de Iquitos	31
Figura 8: Imagen de Tabla de evaluación de expertos	98

Resumen

El presente trabajo de investigación titulado “Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020”, tiene como objetivo analizar las estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos. Con respecto al método de investigación es de enfoque cualitativo, de tipo aplicada, con diseño fenomenológico y de nivel descriptivo. La muestra estuvo conformada por 12 personas que trabajan para el sector turístico y se utilizó la técnica de la entrevista y observación. Los resultados de nuestra investigación nos muestran que las estrategias de promoción en Iquitos se dan mediante medios masivos con mayor llegada a la población, generando una conciencia turística y a su vez impulsan la promoción de sus atractivos, donde también se impulsa la importancia sobre un buen manejo de información sobre prevención en medio de una crisis sanitaria. La conclusión del trabajo permite obtener un mayor alcance hacia el uso de estrategias de promoción mediante medios de mayor alcance mostrando de manera positiva a la ciudad, generando una fidelización de parte del turista a pesar de la situación de crisis sanitaria que Iquitos atraviesa. Por ello se recomienda fomentar mayor conciencia ambiental y cuidado del patrimonio a su vez crear plataformas informativas de fácil acceso, tanto del para el turista como para el poblador.

Palabras clave: *Promoción turística, publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas, marketing 3.0*

Abstract

The present research work entitled "Tourism promotion strategies during times of health crisis in Iquitos, 2020", aims to analyze such tourism promotion strategies in Iquitos during this time. Regarding the research method, it is of a qualitative approach, an applied type, with a phenomenological design and a descriptive level. The sample was made up of 12 people who work for the tourism sector: the interview and observation technique was used. The results of our research show us that promotion strategies in Iquitos are given through mass media with greater reach to the population. This generates tourist awareness and in turn increases the promotion of its attractions, where the importance of good management also encourages access to information on prevention in the midst of a health crisis. The conclusion of this work allows us to obtain a greater understanding of the use of promotion strategies by means of greater scope showing the city in a positive way, generating a loyalty on the part of the tourist despite the health crisis that Iquitos is going through. For this reason, it is recommended to promote greater environmental awareness and care for heritage, in turn creating easily accessible information platforms, both for tourists and residents.

Keywords: *Tourism promotion, advertising, public relations, sales promotion, marketing 3.0*

I. INTRODUCCIÓN

Con respecto a la realidad problemática, a lo largo de la historia, el sector Turismo ha atravesado por diversas crisis debido a acontecimientos como atentados terroristas, crisis financieras, desastres naturales, guerras, y la aparición de nuevos virus, pero se ha podido sobrellevar gracias a la creación de nuevas herramientas y/o estrategias con las cuales ésta actividad pueda ser promocionada dando como resultado un crecimiento, el mismo que ayuda a que esta actividad jamás se detenga.

Según Hall, Timothy y Duval (2003) el turismo está vinculado a la seguridad ya que los viajeros están en constante peligro. Una de las características actuales es la propagación del miedo a lugares donde se originan los riesgos. Por ejemplo, el SARS que se detectó en Hong Kong tuvo una gran expansión no solo en sus alrededores sino también en naciones europeas y en América del Norte, el cual perjudicó seriamente a la industria de los viajes en todo el mundo. Los autores indican que es importante comprender las amenazas que conllevan realizar esta actividad. Por lo tanto, los gobernadores deben garantizar la estabilidad tanto para los pobladores como para los turistas.

Otro ejemplo ocurrió en España, según la web de la Comunidad Hosteltur (2009) cuando la gripe A se declaró pandemia no incluyeron recomendaciones a los Gobiernos para que se restrinjan las salidas y entradas internacionales ni el cierre de fronteras, pero cuanto más avanzaba el virus, era más probable que se alteren los flujos turísticos internacionales. Además de esto la OMT no creó algún proyecto o investigación sobre cuáles podrían ser las consecuencias sobre el turismo mundial. Producto de ello, se cancelaron vuelos y viajes a nivel mundial. Entonces, sin tener un método para este tipo de dificultades que es una pandemia sobre el turismo, las bajas de viajes y afluencia turística se da en grandes masas, perjudicando no solo al gobierno si no a los pobladores que viven de este sector.

En una entrevista que realizó el Diario El País (2007) al secretario general de la OMT, indican que el más grande desafío para el rubro del turismo es la gripe aviar. Es la inquietud más importante para los Gobiernos ya que si el virus se vuelve más fuerte, pondría en una ardua situación. Por el cual los gobiernos y la OMS han estado trabajando en ensayos con una página de comunicación desarrollado por Microsoft para trabajar de mano de aerolíneas, aeropuertos, gobiernos para estar preparados hacia un posible problema de tal tamaño. A pesar de esto al cierre de ese año los resultados en el sector turismo superaron las expectativas con una tendencia de entre 880 y 900 millones de personas.

Todo lo expuesto conlleva a que, teniendo un plan de prevención y protección al turista, la propagación de cualquier enfermedad se puede frenar sin afectar este sector.

Por otro lado, tenemos un artículo que publicó la Web El Portafolio (2007), demuestra como Colombia eligió una estrategia para promocionar su turismo a pesar de la crisis social por la que atravesaban en ese año. La campaña que utilizaron tuvo el nombre de “Colombia, el riesgo es que te quieras quedar”, donde participaron ministros del sector Turismo de más de 150 países, Se realizó un concierto a manos del famoso cantante Fonseca y medios de comunicación de diferentes países. De esta manera Colombia se pudo consolidar como destino preferido de los turistas internacionales.

En un artículo que publicó la página web Andina, donde nos muestran como la campaña “Vuelve a Perú” impulsa el crecimiento de más visitas de turistas extranjeros en su mayoría latinoamericanos, esta campaña busca promover al Perú como destino turístico, invitando a los turistas a retornar al país durante feriados, fin de semana y vacaciones, donde también priorizan los lugares con mayor acceso al turismo como son la región Noramazónica, Paracas, Arequipa y Lima. Todo esto nos indica que lo que se busca con esta campaña es incrementar el porcentaje de visitas a nuestro país ya que es una de las importantes actividades económicas y benefician social y económicamente al buen progreso de la comunidad.

En un informe que publicó el diario El Peruano (2016) donde muestra que el turismo se ha transformado en uno de los motores más significativos de la economía peruana gracias a la variación del atractivo turístico. Esto se debe a que se ha generado diversas organizaciones y mega eventos que albergan miles de personas donde éstos hacen uso de diferentes operadores turísticos como hoteles, restaurantes, agencias, etc. Además de esto, la población local ha generado un interés mayor sobre su pasado histórico. Esto se debe a que el gobierno cuenta con un equipo que trabaja para impulsar el turismo y pueda ser aprovechado a su vez por toda la sociedad.

Según el artículo del Portal de Turismo, donde buscan implementar el turismo en el VRAEM (2019) en un encuentro entre diferentes representantes de entidades importantes de la región en la última reunión se indicó la promoción una estrategia que conecte la capacidad productiva y la infraestructura mediante la producción de actividades como el turismo para beneficiar a los pobladores de la comunidad. En los últimos años se ha ido luchando contra el terrorismo dentro del VRAEM, es por eso el valor de la promoción turística que realiza el municipio para que este problema social no afecte a la movilización que consigue el turismo. Además de esto, la ministra indicó que se debe dar mayor importancia al turismo de naturaleza, ya que gracias a su viabilidad realiza el estilo de vida de las personas y facilita el progreso.

El VRAEM es una región poco conocida y el mito que los alberga los limita a un mundo de narcotraficantes, senderistas y militares, pero es mucho más que eso y está habitado por gente que a pesar del prejuicio, buscan la forma de encontrar el progreso. Todo esto nos indica que las autoridades son de gran ayuda al momento de la toma de decisiones cuando se va a impulsar una actividad como es el turismo a pesar de que el lugar pueda tener algún conflicto social.

En un informe periodístico de cómo repercute el dengue en el turismo de Iquitos, (La República, 2011), los turistas que se encuentran alojados en esa ciudad deciden cambiar de fecha más próxima en su retorno a su lugar de origen y los turistas que aún planean sus viajes a este lugar, han optado por cancelar sus reservas. las

autoridades optan por no alarmar a la población la cual ya percibe la baja afluencia de turistas, por otro lado, los operadores turísticos realizan actividades de fumigación en alojamientos como son hoteles y hospedajes, además de brindar información sobre la prevención y cuidado para evitar las picaduras de mosquitos mediante afiches por diferentes medios. Hasta esa fecha, en menos de dos semanas, esta epidemia cobró la vida de 13 personas e iba en aumento, ¿se podría declarar emergencia sanitaria?, pues, las autoridades del sector turismo indicaron que no era necesario ya que generaría pánico y espantaría a los visitantes.

Todo lo expuesto indica que en aquel lugar se ha tomado las prevenciones necesarias para evadir el contagio de este virus mediante las picaduras de los mosquitos, se brinda información del uso de repelentes, mosquiteros y se realiza la fumigación respectiva pero el problema es que no se está mostrando la realidad exacta a los pobladores y visitantes solo por el temor de no tener afluencia lo que conlleva también a que nuestros turistas creen un tipo de desconfianza y baje el nivel de atracción hacia este lugar, porque al llegar a Iquitos y ver otra realidad, se genera un efecto multiplicador, los turistas dejan de llegar y se crea una baja importante. Sin embargo, si se da información adecuada y verídica, tanto los pobladores como los turistas podrán estar preparados para afrontar y evitar comentarios negativos que eviten futuras visitas.

Según el artículo Campaña de Recojo de inservibles para controlar el Dengue, (Iquitos al Rojo Vivo, 2020), nos indican que hasta la fecha se vienen realizando diversas campañas de recolección de basura dentro de la ciudad de Iquitos como parte de la estrategia de salud para combatir con la enfermedad endémica. Esto es parte de la lucha de prevención contra enfermedades tropicales tales como el Dengue, leptospirosis, el zika y chikunguya, a pesar de que aún se encuentran dentro de la pandemia del COVID-19, ésta enfermedad aún se mantiene latente en Iquitos y uno de los principales problemas es la acumulación de desperdicios, creando así grandes focos infecciosos, con éste tipo de campañas lo que se quiere lograr es reducir el alto índice de presencia de zancudos.

Por ende, nuestro trabajo analizará en torno a la siguiente pregunta

general, ¿Cuáles son las estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020? Asimismo, propondremos los siguientes problemas específicos: ¿Cómo se da las estrategias de publicidad turística en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020?, además ¿Cómo se da las estrategias de promoción de ventas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020?, ¿Cómo se dan las estrategias de relaciones públicas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020? finalmente concluimos con resolver ¿Cuáles son las estrategias de marketing 3.0 en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020?

De acuerdo con la justificación de nuestro trabajo, analizaremos las estrategias de promoción turística que Iquitos implementa cuando está en medio de una crisis sanitaria tan importante como es el Dengue, en la actualidad el turismo es la actividad más rentable a nivel mundial, ya que las personas realizan viajes por diferentes motivos ya sea por negocios, estudios, ocio, etc, por un tiempo determinado que no superan el año. Es por eso por lo que esta actividad ha sobrevivido a pesar de las crisis que han ido ocurriendo en las últimas décadas puesto que las empresas que prestan servicios turísticos han utilizado diferentes medios para poder seguir a flote, creando planes y estrategias. Existen diferentes formas para seguir motivando el interés del turista a pesar de que el lugar que quiera visitar pueda tener algún conflicto, esto nos demuestra que tener estrategias de promoción es muy importante.

A continuación, nos ubicamos en el distrito de Iquitos, considerado como la metrópoli más grande de la Amazonía Peruana, el cual recibe de 40 mil a 100 mil turistas anualmente y estos números ascienden cada vez más, obligando a la municipalidad y operadores turísticos a crear nuevas formas para atraer más visitantes y al mismo tiempo conservar la naturaleza del distrito. Por ejemplo, Promperú realizó una campaña de turismo llamada “De la Selva su encanto”, con la finalidad de atraer a nuevos visitantes nacionales e internacionales.

Iquitos tiene un problema muy importante que lo aqueja, nos referimos al Dengue. Actualmente existen campañas para prevenir esta enfermedad, las cuales han funcionado con normalidad y dando resultados positivos, pero ¿Qué pasaría si no

existieran programas para evitar la propagación del mosquito del Dengue y nadie quisiera visitar o realizar turismo dentro de la ciudad? ¿Cómo se generaría un buen desarrollo de la localidad si no se tiene un plan de contingencia?, por lo tanto, esto nos conlleva a crear nuevas estrategias para promover el flujo turístico en distrito, el cual no afecte el crecimiento social, cultural y económico, donde se pueda concientizar al turista y al poblador de la importancia de un buen manejo de información sobre la crisis sanitaria que se vive actualmente, no solamente en este lugar sino en toda la región amazónica.

Por todo ello, nuestro trabajo busca analizar las estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, teniendo como objetivos específicos describir las estrategias de publicidad turística en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, asimismo definir las estrategias de promoción de ventas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, describir las estrategias de relaciones públicas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020 y finalmente describir las estrategias de marketing 3.0 en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Sobre los trabajos previos de nuestra investigación, diversos autores lo han abordado desde la gestión de la crisis y desde la promoción turística en zonas de amazonia, por ejemplo, tenemos un estudio vinculado al turismo en crisis (Gómez et al., 2016) en su trabajo titulado Turismo y enogastronomía en la situación actual y las potencialidades del turismo enogastronómico en el caso de la Comunidad Autónoma de Aragón. Cuyo enfoque es cualitativo y de diseño estudio de caso, y de técnica focus groups. Y llegó a la siguiente conclusión, que el turismo enogastronómico emerge como un suceso aún por indagar, y que congrega diferentes características que son apreciados como muy prósperos por parte de los expertos. El presente trabajo utilizó la técnica de focus groups, dentro del sector gastronómico en la ciudad de Aragón, mientras que nuestro trabajo está enfocado al turismo en época de Dengue dentro de la ciudad de Iquitos, tomando entrevistas de trabajadores dentro del rubro turístico.

Por otro lado, tenemos el artículo de Rodríguez - Toubes y Fraiz (2011) cuyo título es Gestión proactiva de crisis en el turismo: una práctica de estudio en Galicia, y tiene con objetivo principal abordar una primera aproximación a los aspectos de la crisis en Galicia entre primeros meses del 2008. El enfoque del trabajo fue cualitativo, ya que manejó la técnica de la entrevista y el instrumento de la guía de observación, y lo aplicó a los responsables del turismo en Galicia, España. La conclusión que llegó la investigación fue que la colaboración y unión entre los establecimientos y agentes participantes surge como la mejor arma para la planificación y posterior resolución de la crisis.

Con respecto a la promoción como medio de sostenibilidad tenemos la investigación de Plumed, Gómez y Martín (2018) en su trabajo titulado Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: el caso de España, el objetivo es analizar la correlación entre la sostenibilidad y la promoción turística a través de un acercamiento cualitativo del caso de España, el enfoque es cualitativo y utiliza la fuerte hermenéutica para su análisis. Las conclusiones que llegaron fue que existe una relación fuerte entre la sostenibilidad y la promoción turística en este caso español.

Tenemos el artículo de Rodríguez (2016) en su trabajo titulado Gestión integrada de riesgos y crisis en el turismo: El caso de Ciudad Juárez, México, cuyo objetivo general es demostrar el paso a paso de una gestión sostenible y crisis en el turismo como dificultad estratégica para la seguridad de los destinos y evidenciar los hábitos que favorezcan el progreso de la elaboración y organización de riesgos y eventos de crisis inducidos por la inseguridad. El enfoque es cualitativo y se utilizó el instrumento de observación y estudio de casos con grupos de población. La conclusión que llegó es que se ha facilitado la comprensión en forma positiva el ambiente de inseguridad que se demuestra a nivel local, el incremento de la capacidad de respuesta ante nuevos acontecimientos de crisis, y el afianzamiento de la gestión turística para favorecer a la minimización de los efectos desfavorables a que ha estado expuesto el turismo.

Por otro lado, tenemos a García (2017) y su artículo titulado Tres Décadas de cambios en el turismo mundial: El impacto de la globalización en los flujos turísticos, y tiene como objetivo valorar e interpretar la evolución del turismo durante tres décadas de los grandes flujos turísticos que se desarrollan en el mundo, con un enfoque cuantitativo y diseño no experimental. Logrando la conclusión que la globalización en las últimas tres décadas ha evidenciado vulnerabilidad del turismo hacia el sector socioeconómico y político internacional, nacional o regional al mismo tiempo generó una capacidad de adaptación y reinención permanente. Al respecto, podemos apreciar que el presente artículo detalla los cambios del turismo en tres tiempos, en el cual demuestra cómo ha ido evolucionando a nivel mundial a comparación de nuestro trabajo en el cual se ubica en un tiempo determinado que es la época de crisis en una ciudad, asimismo es de enfoque cuantitativo, mientras que nuestro trabajo es de enfoque cualitativo, donde realizaremos diferentes entrevistas dentro del sector turismo.

Además, tenemos el artículo de Nieto, Román y Bonillo (2016) con el título La crisis económica y el turismo internacional en España, cuyo objetivo fue analizar la crisis económica de España y su repercusión sobre el sector turístico, el enfoque es cuantitativo utilizando un diseño no- experimental. Se llega a la conclusión que, si bien la crisis afectó mucho al turismo internacional en España, este impacto ha

decrecido considerablemente en el tiempo, creando un crecimiento espectacular en los últimos años, debido a los diferentes tipos de turismo. Al respecto, podemos ver que el artículo de Nieto, Román y Bonillo (2016), tiene un enfoque sobre la crisis económica dentro de España y como afectó al sector turismo en ese país donde hubo mejores gracias a la implementación y creación de nuevos tipos de turismo, mientras que en nuestro trabajo de investigación, el enfoque está situado a una población más pequeña dentro de una ciudad que es Iquitos, en la selva peruana y se estudia dentro de la crisis sanitaria, donde se busca describir las estrategias que este sector implanten para tener un buen desarrollo a pesar de la situación actual.

Por otro lado trabajamos con Korstanje (2017) donde el título es Introduction to Tourism Security: Tourism in the Age of Terrorism, aims to discuss the legacy and trajectory of three senior lectures who have focused their insight in the problem of terrorism and its effects on tourism, the approach is qualitative with case study design. The conclusion is that many underdeveloped communities adopt tourism as main alternative to revitalize their economies. Quiere decir que la industria del turismo ofrece muchas posibilidades para desarrollar un progreso económico, el terrorismo sigue presente pero ya no en mayor grado, donde utilizan el turismo como una alternativa de desarrollo tanto social como económico dentro del lugar. El presente trabajo nos indica sobre la crisis social que atraviesa el turismo cuando el terrorismo está presente, afectado tanto a pobladores como visitantes, donde a pesar de estar presente, se ha podido tener un desarrollo continuo, en cambio nuestro trabajo se enfoca a la crisis sanitaria, demostrando que a pesar de que el Dengue es una enfermedad mortal, se ha podido controlar por temporadas el cual no impide a seguir fomentando el Turismo dentro de la ciudad de Iquitos.

Respecto a trabajos previos nacionales tenemos a Marsano (2016) en su artículo titulado El impacto económico del Turismo en el Perú 1990 - 2015, y tiene como objetivo analizar y evaluar el comportamiento macroeconómico del sector turismo en el Perú entre los años 1990 - 2015, dándole un énfasis hacia el desarrollo tan importante económicamente en el sector servicios, así como en sus alcances de avance para el periodo 2016 -2019, el enfoque es cuantitativo y aplica un diseño no experimental para su evaluación. Llegaron a la conclusión que es importante y

esencial prevalecer el cuidado de la imagen interna como externa del país.

Además, tenemos el informe del Global Green Growth Institute (2015) titulado El turismo como estrategia para la conservación y uso sostenible de los bosques - consideraciones preliminares, tiene como objetivo manifestar la importancia del rubro del turismo para la preservación y uso sostenible de bosques, prevalecer al avance local, y económico del país, el enfoque es cuantitativo con diseño experimental. Las conclusiones que llegaron que se debe promocionar y coordinar en diferentes sectores el desarrollo del clúster de turismo incluyendo las áreas de bosques, y así asegurar la mejora de infraestructura e incrementar el desarrollo. En el informe del Global Green Growth Institute (2015) vemos que se utiliza al turismo como estrategia para la buena conservación de los bosques y concientizar sobre los factores positivos que ésta práctica conlleva, mientras que nuestro trabajo describe las estrategias de promoción turística que este sector utiliza para un mantenimiento y avance del turismo dentro de la ciudad de Iquitos a pesar de encontrarse en una crisis sanitaria permanente.

Por otro lado, tenemos a Herrera y Quispe (2018) en su trabajo de investigación titulado Estrategias de Promoción Turística y Turismo Interno en el Departamento de Ayacucho en el 2018, y tuvo como objetivo analizar el uso de estrategias de promoción turística y la correlación con el aumento interno en Ayacucho, el enfoque fue mixto con diseño correlacional no experimental. Y llegó a la conclusión que en el departamento de Ayacucho no tienen suficientes conocimientos sobre cómo impulsar efectivamente el turismo interno, pero con una correcta ejecución de instrumentos de promoción turística, se desarrolla desarrollo económico sostenible en el tiempo.

Sobre las comunicaciones tenemos diferentes conceptos que llegan a una misma idea, vemos que la comunicación que conocemos hoy en día ha pasado por cambios, históricamente mediante interacciones o símbolos, los cuales la realidad social es realizada, intervenida, almacenada y transmutada. (Gifreu, 1991), esto quiere decir que la comunicación contiene una iniciación, un desarrollo y una terminación, pero se diferencian cuando se trata de una persona o la sociedad. Es

histórico porque inmortaliza un momento determinado, y han ido evolucionando dentro de una misma sociedad, es simbólico porque se realiza mediante gestos o símbolos cargados de significados; y, por último, es interactivo porque es reproducida permanentemente, es controlada y transformada.

Por otro lado, tenemos como concepto de comunicación que “es un proceso donde el emisor interactúa con un mensaje mediando un canal hacia un receptor y viceversa (Santos, 2012), el cual nos indica que se define así al canje de información entre dos o más individuos utilizando otros medios para hacer llegar el mensaje, además que permite expresar emociones y experiencias de vida.

Por otro lado, entendemos a la comunicación como un requisito elemental de la persona, es por naturaleza interactuar con su semejante; se utiliza además como un medio para manifestar el panorama de lo que sucede en su entorno y genera una relación automática con los demás; apuntando a las capacidades intelectuales como arma para poder opinar con mayor exponeidad (Chuquimarca, Paz y Arcenio, citado en Arce, 2017)

La representación social es una forma propia de la comprensión, la cual se encarga de las conductas y la comunicación entre los sujetos. La idea es un cuerpo formado de sapiencias y acciones con el cual hacen que la realidad física y social sean accesibles. (Villarroel citado en Moscovici, 2007), entonces apreciamos que la representación social es una manera de comunicación que muestra el actuar del ser humano y el modo que utilizan para poder comunicarse entre sí, que día a día pueden intercambiar ideas y opiniones de todo lo que los rodea.

Por otro lado, las representaciones sociales pueden ser: Figuras que concentran una unión de significados; métodos de referencia que nos ayudan descifrar lo que nos ocurre, e inclusive, dar una explicación a lo imprevisto; condiciones que sirven para clasificar los momentos, los fenómenos y a las personas frecuentamos, teorías que admiten formar hechos sobre ellos. (Villarroel citado en Jodelet, 2007). Ambos autores nos indican que la representación social nace de la comunicación mediante medios que el ser humano y la sociedad puede crear realizando actividades que

puedan deducir lo que desean, adicional a eso, La representación social nos indica que es una forma de pensar donde las personas y/o individuos adquieren mediante la percepción del mundo real y actúan en relación con ello.

La forma de comunicarnos ha cambiado durante los últimos años con el arribo de la tecnología, utilizamos diferentes medios los cuales nos ayudan a obtener o brindar una información de una manera más cómoda y rápida. Entre las diferentes perspectivas sobre la comunicación en el siglo XXI, tenemos:

Según el avance de los años, el ser humano ha incrementado sus necesidades por lo cual busca nuevas maneras de comunicarse, esto lo llevó a crear diversos tipos de comunicación: verbal, escrita, visual, auditiva, entre otros. Esto originó a su vez, que los medios y/o canales de comunicación evolucionen para así tener nuevas maneras de transmitir ideas, acciones y pensamientos (Gutiérrez, 2009), vemos que la comunicación a evolucionado según las necesidades del hombre, facilitando la forma de comunicarse entre sí y obtener con mayor rapidez la información que desee, el cual hace que la vida sea más llevadera.

Adicionalmente tenemos otra forma de ver a la comunicación en el siglo XXI, el cual no detalla dos lados, positivos y negativos,

Entre el siglo 20 y el siglo 21 los medios de comunicación han ido cambiando constantemente, evolucionado de forma positiva brindando facilidades a las personas al momento de buscar información y negativa al mismo tiempo ya que se tiene una facilidad de manejar esa misma información a la manera conveniente de cada uno. Paralelamente, ha emergido una nueva forma de comunicación que son por medio de las redes sociales, que, gracias a la red, cualquier individuo sin importar su formación académica, puede llegar a ser un transmisor de información (Perelló, 2012)

Vemos que el autor realiza una crítica donde vemos que el avance de la comunicación ha brindado nuevas herramientas para que el ser humano se pueda expresar, y pueda obtener información con mayor rapidez ya que todo está a su alcance, pero esto también conlleva a que pueda realizar actividades por la cual no

ha sido preparado.

La mirada de turista no da a entender que “Los turistas observan el mundo exterior desde diferentes perspectivas mediante un filtro único de ideas, habilidades, deseos y expectativas, segmentadas según clase social, género, nacionalidad, edad y educación, y llegan a examinar sus alrededores repetidamente”. (Lurry y Larsen, 1990, p. 17-18) It is very important for services to have a social interaction between those who make the product and those who consume it within production. If the service is fully realized, there must be a local or spatial closeness between one or more of them. (Urry and Larsen, 2011)

Sobre el turismo han escrito innumerables autores, los cuales lo describen como una actividad de desplazamiento, y en general todos llegan a un mismo punto. Por ejemplo: Es cuando diferentes grupos de personas se desplazan de un lugar a otro motivados por la recreación, estudios, cultura, descanso o salud, éstos se mueven de su lugar de entorno sin el fin de ejercer actividades lucrativas ni pagadas. (De la Torre, 2011),

Entonces, se entiende que las personas visitan lugares nuevos y distintos a su entorno, por diferentes motivos con el fin de conocer lugares nuevos e involucrarse y aprender más sobre su cultura, historia y sociedad.

Por otro lado, tenemos al autor que nos indica que el Turismo genera la movilización de las personas a un lugar nuevo y/diferente a su entorno con fines recreativos, con la posibilidad de descansar de sus actividades habituales a su vez entrar en contacto con el destino que eligió. (Ledhesma, 2017)

“Tourism is a mix of work and leisure under supervision. Both are organized for modern societies. Acting as a tourist influences work performance. This has become common and can occur over regular periods of time”. (Lurry and Larsen, 2011, p.4) Entendemos que, según el autor, el turismo se ha convertido en una actividad moderna en la cual las empresas imitan el actuar del turista para que sea más fácil conocer su estilo de vida, atrayendo más consumidores ya así generar más ingresos y crear trabajos mejor remunerados.

Finalmente tenemos el enfoque de la OMT que nos da como definición que el turismo entiende las acciones que efectúan los individuos mientras realizan viajes y se hospedan en zonas diferentes al de su medio habitual, por un determinado periodo no mayor a un año con motivo de diversión, por estudios, trabajo y otros. (OMT, 2017)

Apreciamos que los diferentes autores nos indican que el turismo en general es una actividad donde los individuos viajan a un lugar diferente donde puedan permanecer más de un día y menos de un año, éstos eligen movilizarse de un lado a otro, visitando diferentes lugares, conociendo sus culturas, historia, gastronomía, etc. Por lo mismo, generan un desarrollo social y económico en el lugar que visitan, ya que consumen dentro de los establecimientos locales.

Sobre el turismo 2.0 entendemos que, desde la aparición del internet, el turismo ha ido transformándose, ya que el turista tiene mayor alcance a las redes cuando se dispone a elegir el próximo destino a visitar. Este proceso tiene dos características: La mercantilización de un servicio y no de bienes físicos y el reclamante uso de búsqueda para la programación del viaje. Todo esto conlleva a una rápida interacción entre los clientes y empresarios de este sector. (Sánchez, 2011)

El Turismo tiene una evolución histórica en la práctica profesional porque el desplazamiento de masas ha aumentado, se produce la industrialización, se vuelve como un hábito o ritual colectivo previamente informado, el turista está más compenetrado con el tipo de turismo que desea realizar, es más empático con el entorno. (Vittoria, 2016)

Por otro lado, entendemos que el turismo y las personas que realizan esta actividad han evolucionado en el tiempo, ya que se vuelven más exigentes al momento de realizar una compra, se encuentran informados y solicita la calidad del producto y servicio que utilizará y sea adaptable a sus requerimientos. (Sánchez, 2011)

En ambas ideas, se concluye que el turismo ha evolucionado adaptándose al avance de la tecnología y las necesidades del turista. Además, se ha creado nuevas

formas de turismo donde la persona puede informarse con mayor facilidad mediante el Internet.

Se le da nombre a destino turístico a una zona bien definida y ubicada geográficamente y en una visión más moderna, el reconocimiento como destino turístico está sujeto a la interpretación del consumidor y depende de un itinerario por el cual indica el motivo del viaje, ya sea para una formación cultural, por educación o alguna experiencia previa. (Parra y Beltrán, 2016), asimismo indica que, El conjunto de la demanda, la oferta, operadores turísticos y la actividad crea un destino, el cual tiene productos que de forma independiente logra que el todo el sistema pueda tener ganancias y éxitos. (Parra y Beltrán, 2016), por lo tanto, adicionando lo que indican los autores, el destino turístico es todo lugar que contiene los recursos necesarios para poder brindar un buen servicio, los cuales son: Infraestructura, recursos naturales, recursos culturales y recursos psicosociales. Es un lugar donde el turista se puede ubicar con mayor facilidad teniendo los servicios básicos al alcance.

Anteriormente cuando las estrategias de marketing se relacionaban con los destinos turísticos, mostraban un alcance a nivel económico y solo se centraban en el crecimiento del número de turistas sin importar los impactos que éstos generaban. Actualmente no es así, para lograr la satisfacción del turista se utiliza estrategias como el cálculo y la revisión sistemática de la percepción del cliente, la buena relación entre visitantes y pobladores y el buen progreso y subsistencia de los recursos que están dentro del destino turístico. (Parra y Beltrán, 2016)

Conocemos como Marketing que es la forma de realizar un diseño mediante un proceso donde se involucran diferentes acciones como fijar el precio, promocionar el producto, intercambiar ideas, bienes y servicios para lograr satisfacer objetivos individuales y organizacionales. (Acerenza, 2005), según la percepción del autor, vemos que el marketing es un proceso que la empresa debe seguir para obtener mayores resultados respecto al producto o servicio que va a ofrecer, con el fin de obtener buenos resultados y fidelizar al cliente.

En otro alcance sobre marketing podemos observar que, la industria donde el

personal confunde más el marketing con la publicidad y promoción es en los restaurantes, ya que los gerentes de dicho establecimiento no están familiarizados con el marketing por qué no lo creen suficiente para promocionar su negocio. La publicidad y las ventas son parte de una mezcla de comunicación y marketing, pero no son los más importantes. Existen también otros elementos que lo complementan como el producto, precio y distribución. El marketing también incluye investigación, sistemas de investigación y programación. (Kotler et. al., 2011)

El turismo 2.0 se ha generado mediante el uso de la Web, por ende, el turista tiene mayor facilidad para obtener información de su próximo destino. Por lo cual, existen dos tipos instrumentos que se utiliza para tener el alcance requerido.: La computadora y los dispositivos móviles.

En la computadora y los dispositivos móviles tenemos a los más representativo, son las páginas que brindan información donde el turista interactúa con otros usuarios para obtener una información más verídica, entre los más importantes tenemos: Tripadvisor, Minube y Holiday- Truth. En dichas páginas el cliente tiene la facilidad de elegir un servicio con solo registrarse. También tenemos las páginas de mapas y direcciones donde el cliente se puede ubicar y crear su propio itinerario, incluyendo restaurantes, museos, hoteles, etc. Otra herramienta que es muy utilizada son las páginas de audio y video, por ejemplo, tenemos YouTube, donde podemos encontrar infinidad de grabaciones con el cual el cliente tiene una perspectiva muy cercana del lugar a conocer. Además, tenemos los Blogs, donde existe un autor que narra paulatinamente sus vivencias entorno al turismo, las redes sociales también han superado las visitas en cuanto a búsqueda de información se indica, ya que tiene mayor alcance e interacción más cercanas con clientes que ya han podido visitar el destino que han elegido, esto los ayuda a decidir por el producto o servicio que desean comprar. (Sánchez, 2011)

La promoción turística debe conseguir que los clientes conozcan los atractivos y la infraestructura que se pueda encontrar en el destino que visita, y se diferencie de otros lugares, así generar confianza y credibilidad la cual lo lleve a elegir entre opciones y pueda tomar una decisión de compra. (Da Cruz y Velozo citado en Acerenza, 2010), por lo tanto, es necesaria la promoción del destino que se quiera impulsar para que pueda generar más visitas y promueva el desarrollo, utilizando

diferentes medios que puedan estar al alcance del turista.

Las empresas y organizaciones han optado por publicitar o anunciar mediante la gran plataforma llamada INTERNET, ya que lo encuentran mucho más rentable puesto que es más utilizado por la sociedad y tiene gran alcance. Entre los beneficios encontramos, la interactividad entre la empresa y el cliente, teniendo un trato más personalizado. Otro es la facilidad de encontrar la información del cliente, para poder generar una base de datos y posteriormente utilizarlos para enviar los detalles de la compañía que se desee promocionar; se reducen los costos, es mucho más cómodo ya que el cliente puede generar alguna compra de servicio en cualquier momento y lugar donde se encuentre. Además, permite una constante actualización, entre otros. (Sánchez, 2011), en resumen, gracias al uso del internet, los clientes pueden hacer comparaciones entre dos o varias empresas y según el alcance de promoción, pueden llegar a completar su decisión de compra.

Según el autor nos indica que el marketing se utiliza mayormente para la publicidad y promoción del producto que una empresa desea sacar al mercado, olvidando otros factores que puedan resaltar más sus características y pueda ser aprovechado para una buena venta. Para lograr un buen manejo del marketing es necesario utilizar todas sus herramientas, las cuales son: Producto, Venta, promoción, publicidad y distribución.

Por otro lado, tenemos al Marketing 3.0, donde el cambio se encuentra al tratar a las personas más allá de simples consumidores donde las empresas se diferencian por sus valores complementando lo espiritual con lo cultural. Además, los consumidores hacen mayor uso de los medios sociales en la red. (Kotler, 2018)

Entendemos por relaciones públicas a la interacción que una empresa tiene con el público en general, donde su trabajo está en mantener una buena comunicación con sus clientes para crear una relación y fidelizarlos. Todo negocio requiere de una buena imagen y reputación para poder sobresalir en el área que opera. (Parra, 2019), entonces, sabemos que el área de relaciones públicas de una empresa se encarga de mantener una imagen adecuada la cual emita confianza a sus clientes, creando una fidelización continua para así poder sobresalir ante la competencia y

volverse el lugar favorito de sus clientes.

En otro alcance sobre relaciones públicas, su función más importante es generar en el sector turístico una alerta positiva hacia el lugar y los productos y servicios que se promociona, obteniendo la confianza del turista potencial para cubrir sus expectativas. (Acerenza, 2005). Esto a su vez nos indica que el objetivo de las relaciones públicas en el ámbito turístico es adaptar el destino y sus atractivos, por medio de una publicidad sin costo dentro de los medios masivos.

Las relaciones públicas es una herramienta el cual desarrolla una relación entre el cliente y la empresa, creando una buena imagen, bloqueando comentarios negativos que puedan afectar sus actividades, además se utiliza para promocionar personas, lugares, ideas, actividades, reuniones, entre otros. Esto genera resultados favorecedores. (Kotler, Armstrong, 2008)

Entendemos también a la imagen como un determinante para la decisión de compra relacionada al destino turístico, el cual está condicionada a factores internos y externos que pueda cambiar de opinión de manera positiva o negativa en el cliente. (Parra y Beltrán, 2017), además nos indica que la imagen del destino se relaciona con la percepción que obtiene el cliente al visitar un lugar, formándose desde antes hasta después de consumir el producto o servicio.

Llamamos a la percepción cuando los individuos tienen la habilidad de captar información de todo lo que los rodea para lograr una interacción. Según un artículo sobre la percepción según Gestalt:

Los primeros años del siglo XX se consideraba a la percepción como un proceso mental, donde el aprendizaje, el pensamiento, la imaginación y la memoria dependía del buen funcionamiento de la organización perceptual, a esto se le llamó el movimiento Gestalt creado en Alemania por Koffka, Wertheimer y Köhler. (Oviedo, 2004). Además, encontramos que la percepción “es un desarrollo nervioso privilegiado que consiente al cuerpo, a través de los sentidos, recoger, elaborar e interpretar la investigación procedente de su alrededor” (Sotil citado en Méndez, 2017), por ende, todo lo que podemos apreciar, lo recibimos de manera automática porque mostramos un cierto interés en las experiencias que vivimos.

Dentro de las estrategias para la promoción tenemos como herramienta la publicidad, se usa en la mercadotecnia la cual se encarga de propagar los rasgos positivos de un producto o servicio con el objetivo de generar el interés del público e interceder en la decisión de compra.(Giraldo, 2019), y para lograr una buena publicidad se debe tener en cuenta tres características importantes, los cuales son: Logística porque maneja la distribución, medios y espacios; el lenguaje lo utiliza para crear anuncios y por medio enviar mensajes y por último, la universalidad, porque el mensaje llega a todos los grupos segmentados.(Giraldo, 2019)

También entendemos por publicidad que es una herramienta que se utiliza dentro de la sociedad para indicarnos que comprar, donde viajar, que lugares conocer, a quien elegir presidente, promover la felicidad propia, entre otras cosas, ayudándonos a obtener una mejor decisión de compra. (Gómez, 2017). Sabemos que la publicidad tiene un grado de influencia en nuestra vida cotidiana, es por eso por lo que las empresas le ponen un mayor énfasis de interés al momento de promocionar sus productos.

En los últimos años se ha creado medios masivos por el cual se para apoyar estrategias de marketing mediante la publicidad, donde las empresas cada vez más invierten en este tipo de publicidad mediante la televisión, radios, revistas o cualquier medio de comunicación con más allegada a los clientes (Kotler, Armstrong, 2008), entonces la publicidad más utilizada por las grandes empresas en el mundo son mediante los medios que puedan hacer llegar sus productos a millones de personas a nivel mundial y así generar el mayor interés en sus productos o servicios. Entendemos también que la publicidad contiene un mix referente al marketing que se utiliza el cual sufrirá cambios a lo largo del tiempo, mediante medios tradicionales de comunicación masiva y una nueva forma de hacer publicidad más personalizada. (Kotler et. at., 2011)

Referente a la publicidad mediante medios masivos como la televisión y radio se percibe que estos medios aún abarcan en gran mayoría el mercado publicitario donde las empresas realizan este tipo de marketing y por lo pronto no cambiará ya que tiene más llegada a los clientes, por lo contrario, en los últimos años, se ha

invertido mucho más en anuncios televisivos, porque a pesar de que esto se reduzca, representa un gran porcentaje de interés en la población. (Kotler, et. at., 2011)

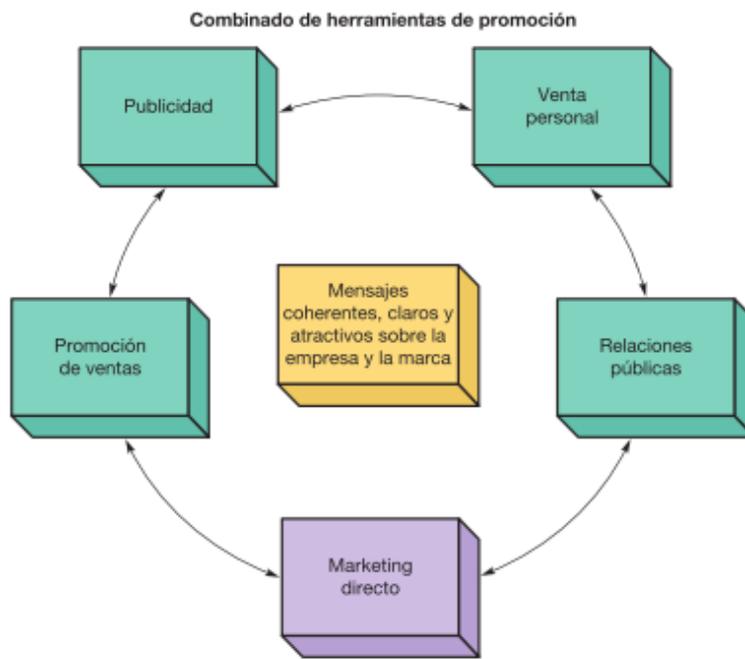
Luego tenemos la promoción de venta que se basa en la acción de vender en el momento, el cual busca la interacción de los consumidores como papel primordial, donde se realizan eventos diseñados a estimular de manera automática la compra y venta de un producto. (Álvarez, 2000), entonces la promoción de ventas es necesaria para la presentación y ampliación del conocimiento de un producto.

Entendemos también por promoción de ventas como un conjunto de herramientas como cupones, rebajas, bonificaciones, concursos y otras formas, cada una con características especiales que los diferencia de otros, el cual genera la atracción de los clientes para que decida comprar el producto de manera inmediata. (Kotler, Armstrong, 2008)

La promoción de ventas es la estrategia más utilizada por las empresas el cual da un resultado mayor y más rápido, que se utiliza para incrementar la oferta de un producto o servicio y además recuperar lo perdido en ventas. (Kotler, et., at., 2011). En otro alcance sobre promoción de ventas se presenta una decisión de compra más rápida dando resultados instantáneos, siendo a su vez ésta estrategia más barata por lo que no se requiere algún gasto adicional. (Acerenza, 2005), donde los autores nos indican que la promoción de ventas como estrategia es utilizada para obtener resultados de manera más rápida y a corto plazo, generando una decisión de comprar en el cliente más directo.

Figura 1

Figura 1 Combinado de herramientas de promoción



Nota: Esquema de las herramientas de promoción. Fuente: Marketing turístico, Kotler, et. at., 2011.

Por otro lado tenemos una de las estrategias de marketing cuando una empresa o destino se encuentra en crisis, nos referimos a la orientación del Mercado el cual se medirá mediante tres componentes: Orientación al Cliente, Orientación a la competencia y Coordinación interfuncional; los cuales se basan en entender y manejar las necesidades del cliente, estudiar las estrategias de la competencia y por último compartir la información del mercado con todas las áreas. (Mesa citando a Srinivasan et al., 2010) El desarrollo de un conjunto de actividades que se establecen a largo plazo es más de la orientación del mercado. (Mesa et al., 2013). Los autores nos muestran que la Orientación al mercado se caracteriza por focalizarse en la interacción con los consumidores y la competencia, teniendo una idea de lo que esperan y lo que desean.

“Risk is an important topic in contemporary society. People are confronted with risks from financial markets, nuclear power plants, natural disasters and privacy leaks in ICT systems, to mention just a few of a sheer endless list of areas in which uncertainty and risk of harm play an important role”. (Hillerbrand, Sadin y Peterson, 2012, p. 23)

Se entiende que la humanidad ha pasado por diferentes tipos de riesgos, ya sea en lo personal, dentro de una empresa, su entorno o en el país donde reside, pero siempre estará presente y de una u otra forma es vital para que gracias a ello se pueda aprender y mejorar estrategias que ayuden a sobresalir en cualquier ámbito.

“The problem of security rests on a great paradox since while it is imposed, a shared sentiment of vulnerability surfaces. The ideal of security is based on its own reversibility. Each culture, country or any type of human organization develop their own conception of what safe and dangerous”. (Korstanje, 2017, p.211)

el autor nos indica que el estado de inseguridad es una percepción que vulnerabilidad a los pobladores, pero cada lugar tiene un concepto de lo que significa. Además, cada individuo, organización o país, cuenta con diferentes conceptos cuando se trata de diferenciar lo que es seguro para uno y lo que es peligroso.

Para el autor, vemos al estado de crisis como una oportunidad de variación y evolución que invade la manera en que estamos acostumbrados a vivir, lo que nos compromete a entrar en una desestabilización e incertidumbre y la premura de actuar. Este proceso por el cual todos debemos pasar, tanto personas naturales como empresas u organizaciones, podemos decir que es un “mal necesario” que nos permite crecer, reflexionar y madurar (Ledhesma, 2017)

Existen diferentes factores que generan una crisis, las cuales son: Inseguridad, Sociopolítica, Económica, Legal, Sanitaria, Medioambientales y por catástrofes

naturales.

Se puede dar el nombre de crisis sanitaria cuando se detecta algún caso, o situación que genere alarma, que conlleva a actuar rápidamente. Las condiciones para hablar sobre una crisis sanitaria son: La alerta y la emergencia, además de tener una percepción de riesgo de propagación simultánea en el cual no se puede manejar individualmente. Esto puede empeorar en la población al generar el miedo y paranoia que causan los medios de comunicación. (Gervás, 2009), es preciso saber que las crisis empeoran por la propagación de información errónea, generando pánico en la población.

Referente al bajo rendimiento en la salud pública provocado por una crisis, donde se elevan las incidencias o letalidad, donde no se puede medir la dimensión final del problema, que además genera mayor interés informativo en la población tanto local como internacional, es mejor que el gobierno o la oposición se encarguen de la gestión de crisis. (Lamata, 2006)

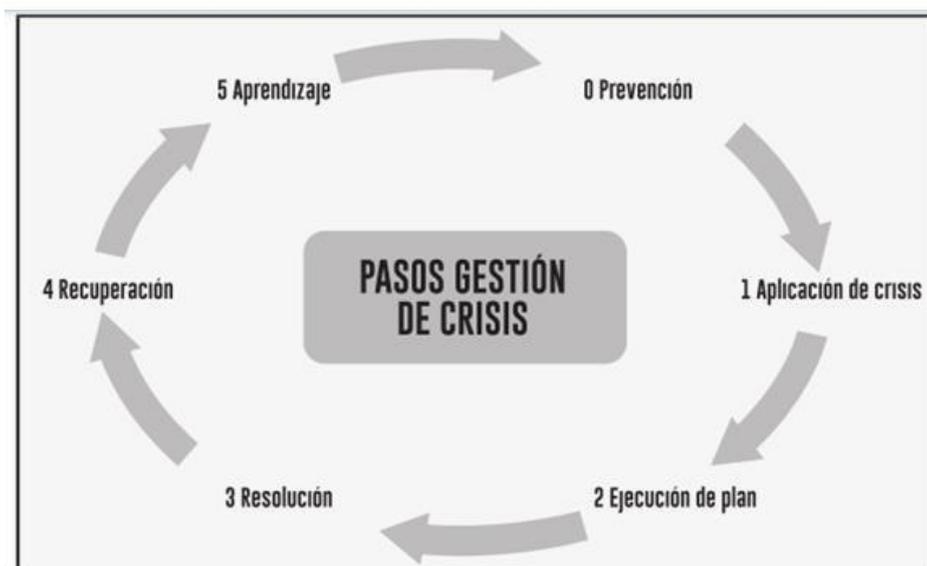
El autor nos indica que una crisis sanitaria no es fácil de manejar ya que intervienen varios factores, por eso es mejor que la entidad que se encarga por velar los intereses del país afectado debe crear y/o formar estrategias para que se pueda superar.

Entendemos como gestión de crisis a la preparación que debe tener una empresa para afrontar una emergencia de cualquier índole de forma obligatoria. Existen riesgos internos y externos por el cual las compañías deben tener un plan para auto protegerse. (Lope de Vega, 2014), por ende, toda empresa necesita un plan de emergencia en casos de crisis de cualquier índole, estar preparados y poder resurgir sin ningún problema hacia el mercado.

El sector turismo es un área donde siempre está propenso a sufrir crisis de diversas formas que se lidian casi a diario, ya sea ocasionado dentro de la empresa o por razones externas. Existen pasos para realizar una buena gestión de crisis:

Figura 2

Figura 2 Diafragma de Gestión de crisis



Nota: Pasos de Gestión de Crisis. Fuente: Ledhesma (2016, p.21)

Adicionalmente, tenemos la percepción del autor sobre gestión de crisis que nos indica que son las mejoras que realizan las empresas y los destinos turísticos en cuanto a medidas de higiene, seguridad, gestión y desarrollo, las cuales son menos propensas a generar crisis, sin embargo, eso no es inevitable en su totalidad. Según la evolución del turismo, así como se tiene mayor accesibilidad, también enfrenta defectos puestos que cada vez más existe un mayor número de crisis que se puede enfrentar. (Toubes y Fraiz, 2009), por ende, una crisis siempre tendrá lugar, pero con una adecuada gestión, se puede sobrellevar.

El patrón de gestión de crisis en una plaza turística son las 4 R's, el cual está conformado por cuatro fases. La fase de reducción y preparación analizan y detectan las primeras señales de amenaza y realizar un plan formando un grupo de personas que se encargue de la gestión de crisis. En el período de respuesta se efectúa las operaciones y planes, y finalizan con la fase de recuperación, donde su objetivo es restaurar la empresa o destino, retornando a su estado normal. (Toubes y Fraiz, 2009)

Figura 3

Figura 3 Tabla de gestión de crisis de las "4 R's"

Reducción	Vigilancia de la crisis Políticas de observación y vigilancia Protocolos y procedimiento de operaciones
Preparación	Plan de Gestión de Crisis Planificación del Turismo Medidas de Salud y Seguridad
Respuesta	Procedimientos de respuesta de emergencia Investigación Asistencia a las familias Comunicación
Recuperación	Plan de empresa continuo Recursos Humanos Interrogatorio

Nota: Cuadro de la gestión de crisis. Fuente: Toubes y Fraiz citado en Wilks y Moore (2009, p.53)

Por último, tenemos a la gestión municipal que son las acciones que realizan los organismos gubernamentales que tienen como objetivo cumplir metas establecidas en programas y planes que crean dicha entidad, de la mano de los recursos humanos, económicos y materiales. El manejo de las áreas municipales repercute en la vida de los pobladores y sus alrededores que llegan a involucrar directamente a los gestores responsables de la administración del lugar (Asencio, 2012)

Perú ha atravesado por diversas epidemias tales como el cólera, el cual afectó a unas 300 mil personas y dejó más de 3 mil fallecidos en todo el país, colapsando hospitales donde solo atendían casos con ésta enfermedad, años después apareció otra epidemia llamada Gripe H1N1, con síntomas de fiebre alta, tos constante y sangrado nasal, registrando en nuestro país 312 muertes entre el año 2009 y el año 2010, por otro lado también tenemos a la enfermedad de Carrión que obtuvo alrededor de 11 mil casos y hubo 400 muertos en gran parte del país, el cual no tuvo alcance en Lima por las condiciones climáticas que este requería pero sí se

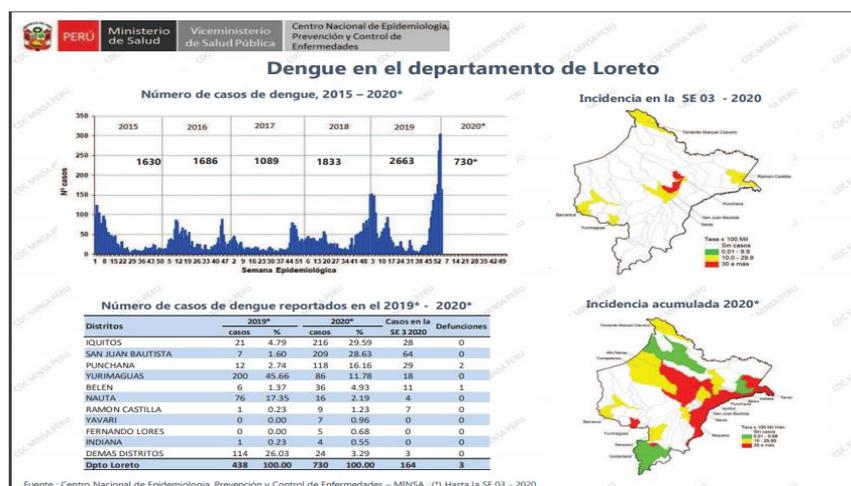
produjo otra enfermedad la cual conocemos como el Dengue. (Epidemias en Perú, 2019)

Nos referimos al Dengue como una enfermedad vírica transmitida por la picadura del mosquito hembra Aedes Aegypti, la cual se ha propagado en todas las regiones en los últimos años. Ésta infección provoca síntomas que se pueden confundir con una gripe, pero se puede ir agravando convirtiéndolo en algo mortal. En las últimas décadas el número de contagios en el mundo ha crecido enormemente, siendo la mitad de la población del mundo aproximadamente, corre el riesgo de contraer este virus. Se estima, a nivel mundial, 390 millones de casos anuales, de los 96 millones presentan manifestaciones clínicas. Se sabe que aún no existe tratamiento específico para esta enfermedad, pero cuando se detecta a tiempo y con la debida asistencia médica se puede disminuir la tasa de mortalidad por debajo del 1%. (OMS, 2020).

El Dengue existe en el Perú desde hace muchos años, siendo su reingreso en el año 1990 con una explosiva epidemia en las principales ciudades de la Amazonía y posteriormente se extendió en las ciudades del norte del país. El mosquito que transmite este virus se cría en recipientes sombreados y con agua limpia donde las hembras depositan sus huevos, también aparecen en lugares lluviosos, como la selva. (Revista Diagnostico, 2011)

Figura 4

Figura 4 Dengue en el departamento de Loreto



Nota: Número de casos de dengue en Iquitos. Fuente: Ministerio de Salud

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

Nuestro trabajo es de tipo aplicada, este se refiere a “que estudia para modificar o causar cambios en una determinada parte a la realidad” (Carrasco, 2007), de nivel descriptivo, “que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández et. al., 2014, p.92), por ello, nuestro trabajo se acopla perfectamente a lo citado por los autores.

Asimismo, tiene un enfoque cualitativo, ya que “experimenta la percepción de las personas sobre los cambios que se originan en su hábitat”. (Hernández et. al., 2014)

Finalmente, nuestro diseño es fenomenológico, ya que “prepara una crítica esencial frente al naturalismo científico, el cual asume que la persona es inventada como un objeto más de naturaleza.” (Fuster, 2018).

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización:

Unidad de análisis: Estrategias de promoción turística en épocas de crisis sanitaria en Iquitos.

Categorías de la investigación: Estrategias de publicidad turística, Estrategias de promoción de ventas, estrategias de relaciones públicas turísticas y estrategias de marketing 3.0.

Subcategorías de la investigación:

Estrategias de publicidad turística: Afiches, Medios y espacios, Anuncios impresos y transmitidos.

Estrategias de promoción de ventas: Eventos, Exposición al público. Estrategias de relaciones públicas: Imagen y Relaciones con la comunidad.

3.3. Escenario de estudio

Este trabajo de investigación se realizó en la ciudad de Iquitos, Loreto. Donde se conoce como la metrópoli más grande de la Amazonia Peruana, siendo el más importante puerto fluvial del río Amazonas, fue creado como distrito mediante un Decreto sin número, que fue emitido el 7 de febrero de 1866.

La ciudad se conecta con otros lugares por medio de vuelos comerciales y viajes en embarcaciones fluviales y cuenta con una sola que se une con Bauta por el sur y otros sitios por el norte. Tiene una extensión de 368,9 km² y en sus alrededores se encuentran los ríos Amazonas, Nanay e Itaya.

Figura 5

Figura 5 Territorio del Municipio de Iquitos

TERRITORIO DEL MUNICIPIO DE IQUITOS	
Superficie del municipio de Iquitos	36 100 hectáreas 361,00 km ² (139,38 sq mi)
Altitud del municipio de Iquitos	102 metros de altitud
Coordenadas geográficas	Latitud: -3.75 Longitud: -73.2444 Latitud: 3° 45' 0" Sur Longitud: 73° 14' 40" Oeste

Nota: Datos del territorio de la ciudad de Iquitos. Fuente: Recuperado <https://www.distrito.pe/distrito-iquitos.html>

El clima de Iquitos durante todo el año ocurre fuertes lluvias por lo que no cuenta con una estación seca, sus temperaturas varían entre 21°C a 33°C, es decir solo tiene dos estaciones. Invierno, entre noviembre y mayo y verano los meses restantes. También presentan microclimas, donde en algunas zonas llueve o garúa y en otras está ligeramente nublados o despejados.

Respecto a cuestiones ambientales, actualmente Iquitos enfrenta la acumulación de basura dentro de la ciudad y a orillas de embarcaderos creando una contaminación visual. Esto en su mayoría pasa en los asentamientos humanos informales y mercados.

Otro factor que afecta a la ciudad es la contaminación sonora producto del transporte público, además es el lugar más populoso de la Amazonia Peruana y del departamento de Loreto, según el último censo del INEI, tiene una población de 150 221 habitantes, cuenta con más de 13 barrios que generalmente son asentamientos humanos, pueblos jóvenes, urbanizaciones cerradas, villas, etc.

Figura 6

Figura 6 Censos Nacionales 2017: XII de Población y VII de Vivienda

INDICADOR	UNIDAD	AÑO	VALOR
Analfabetismo de la Población de 15 y más años, según departamento	Número	2017	1 413
Analfabetismo de la Población masculina de 15 y más años, según departamento	Número	2017	420
Analfabetismo de la Población femenina de 15 y más años, según departamento	Número	2017	993
Asistencia de la Población de 6 a 11 años de edad a educación primaria, según departamento	Número	2017	14 032
Asistencia de la Población de 12 a 16 años de edad a educación secundaria, según departamento	Número	2017	11 097
Población afiliada a algún seguro de Salud, según departamento	Número	2017	120 148
Población afiliada únicamente a Seguro Integral de Salud (SIS), según departamento	Número	2017	60 296
Población afiliada únicamente a Seguro Social de Salud (EsSalud), según departamento	Número	2017	49 701
Población afiliada únicamente a Otros seguros de salud, según departamento	Número	2017	8 974
Población afiliada a dos o más seguros de salud según departamento	Número	2017	10
VIVIENDAS PARTICULARES CON OCUPANTES PRESENTES CON ACCESO A AGUAS CALIENTES	Número	2017	26 422
VIVIENDAS PARTICULARES CON OCUPANTES PRESENTES QUE SE ABASTECE CON GAS	Número	2017	225
VIVIENDAS PARTICULARES CON OCUPANTES PRESENTES QUE SE ABASTECE CON GAS	Número	2017	1 139
VIVIENDAS PARTICULARES CON OCUPANTES PRESENTES CON COBERTURA DE TELEFONO CELULAR	Número	2017	26 094
VIVIENDAS PARTICULARES CON OCUPANTES PRESENTES QUE CUENTAN CON COBERTURA DE TELEFONO CELULAR	Número	2017	730
VIVIENDAS PARTICULARES CON OCUPANTES PRESENTES QUE CUENTAN CON COBERTURA DE TELEFONO CELULAR	Número	2017	367
VIVIENDAS PARTICULARES CON OCUPANTES PRESENTES CON COBERTURA DE TELEFONO CELULAR	Número	2017	27 625
HOGARES QUE TIENEN SERVICIO DE TELEVISION POR CABLE, SEGÚN DEPARTAMENTO	Número	2017	18 473
HOGARES QUE ACCEDEN AL SERVICIO DE INTERNET, SEGÚN DEPARTAMENTO	Número	2017	10 602
HOGARES QUE TIENEN TELÉFONO CON LÍNEA FIJA, SEGÚN DEPARTAMENTO	Número	2017	8 925
HOGARES CON AL MENOS UN MIEMBRO QUE TIENE TELÉFONO CELULAR, SEGÚN DEPARTAMENTO	Número	2017	27 049
Población en edad de trabajar, según departamento	Número	2017	114 +A3:D25287

Nota: Cuadro del total de habitantes en la ciudad de Iquitos en el año 2017. Fuente: INEI (2017)

Iquitos cuenta con un sistema de gobierno conformada por la Alcaldía y 15 regidores, donde se ocupan de proyectar el progreso y disposición dentro de su jurisdicción. Actualmente el cargo de alcalde lo lleva el señor Francisco Sanjurjo Dávila.

El turismo es una de las importantes actividades en la ciudad, cuenta con una arquitectura de estilo europeo, espaciosas áreas verdes y tiene una infraestructura apropiada para el albergue de turistas de todo nivel.

3.4. Participantes

El presente proyecto de investigación es de diseño cualitativo, se entrevistó a toda persona y entidad involucrada en el sector turismo, que se encontraron viviendo en Iquitos durante los últimos 10 años.

Criterios de inclusión y exclusión:

Se entrevistó a personas de ambos sexos de 18 años que se encontraron viviendo en Iquitos durante los últimos 10 años, trabajando para el sector turístico de la ciudad. (Agencias de viajes, Hoteles, municipalidad, atractivos turísticos). No se entrevistó niños y pobladores que no estén involucrados en el turismo.

Muestreo:

El límite de los entrevistados se realizó un muestreo por conveniencia, que están formadas las situaciones que encontramos y tienen un acceso (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), mediante la estrategia de la saturación teórica, que significa que los datos se vuelven repetitivos o redundantes y los nuevos análisis confirman lo que hemos basado. (Hernández et. al. Citando a Sparkes y Smith, 2014)

Figura 7

Figura 7 Fotos de entrevistas en la ciudad de Iquitos



Nota: Fotografías compiladas con entrevistados en la ciudad de Iquitos. Fuente: Del autor

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas que usamos en el presente trabajo fueron:

La Entrevista, consiste en un dialogo interpersonal entre el entrevistador y el entrevistado, en una relación cara a cara, es decir, en forma directa. Puede ser mediante preguntas elaboradas de acuerdo con las circunstancias y características del desenvolvimiento y desarrollo de la entrevista. (Carrasco, 2014, p. 334).

Se realizó la entrevista a todas las personas y entidades involucradas en el sector turismo para obtener un alcance sobre las opiniones respecto al manejo de las estrategias de promoción turística en la ciudad. “La observación, que es un proceso sistemático de obtención, recolección y registro de datos empíricos de un objeto, suceso o conducta humana con el propósito de convertirlo en información”. (Carrasco, 2014, p. 282)

Los instrumentos que hemos usado son la guía de entrevista, donde se selecciona y se formula las preguntas que se realizará en el momento de la entrevista, para obtener respuestas más directas y profundas (Hernández et. al., 2014) Se utilizó la guía de entrevista a las personas involucradas en el turismo de Iquitos por medio de video llamada, ya que nos encontramos en una coyuntura en la cual no nos permite realizar trabajos fuera de nuestro entorno. Y, la ficha de observación, se emplea para registrar datos del resultado del observador y la realidad. (Carrasco, 2017)

3.6. Procedimiento

Nuestro trabajo de investigación se realizó a través de varias etapas que nos sirvieron de apoyo para organizar y recolectar información referente a la promoción turística en época de crisis sanitaria, los cuales fueron elementales desarrollar el proyecto de tesis.

Modo de recolección de información:

El método de recolección de información lo hemos realizado con las técnicas de entrevista y observación; los instrumentos denominados guía de entrevista, el cual se define como un acercamiento para dialogar e intercambiar conocimientos entre una o más personas involucradas a la investigación. (Hernández et. al. Citando a Juanesick, 2014) y ficha de observación.

Además, hemos realizado la prueba de validez y confiabilidad para trabajos de enfoque cualitativo, por medio de expertos en el tema.

Para todas las categorías hemos utilizado el instrumento de guía de entrevista.

Aplicación de intervenciones

La entrevista se realizó mediante video llamada con personas y entidades involucradas en el turismo de Iquitos en diferentes ocasiones para tener mayor credibilidad y las respuestas sean más concretas y poder lograr mayor profundidad a nuestro trabajo. La guía de entrevista es semiestructurada. Durante la entrevista

nos hemos apoyado de nuestra guía de entrevista, esto nos permitió apuntar algunas incidencias e interacciones de las respuestas durante la entrevista. La observación se realizó en los lugares más importantes para el sector turístico de la ciudad.

Proceso de triangulación

El proceso de triangulación lo hemos realizado categorizando la tendencia de las respuestas en función de los ítems y del objetivo específico de trabajo de investigación. Para ayudarnos usamos una matriz de categorización, la cual nos permitió integrar el análisis conjunto entre las preguntas de la entrevista y la ficha de observación por ítem, categoría y unidad de análisis del trabajo de investigación

3.7. Rigor científico

Para obtener un resultado óptimo en nuestro trabajo de investigación, es necesario verificar si es válido y confiable. “La confiabilidad y la validez son nuestra primera línea de defensa contra conclusiones espurias e incorrectas. Si el instrumento falla, todo lo demás también”. (Carrasco citando a Salkind, pág.336, 2014)

Validez

Con respecto a la validez de nuestro instrumento, donde consiste en medir la variable con objetividad, precisión, veracidad y autenticidad. (Carrasco, 2014) por lo cual nuestro trabajo fue validado por 6 expertos en el tema de Gestión turística, dando un resultado de 87%.

Tabla 1

Tabla 1 Tabla de porcentaje de validación

Nº	NOMBRE DEL EXPERTO VALIDADOR	INSTITUCIÓN DE PROCEDENCIA	PROMEDIO DE VALIDEZ
1	Mag. Verónica Zevallos	UCV	90%
2	Mag. Braulio Castillo	UCV	90%
3	Dr. Robert Jara	UCV	90%
4	Mag. Martin Butrón	UCV	71%
5	Mag. Miguel Bazalar	UCV	95%
6	Mag. Carlos Tovar	UCV	88%

Fuente: Elaboración propia

Producto de esta validación, el experto Mg. Carlos Tovar nos sugirió cambiar y modificar los ítems de Categorías de Plan de Gestión de Crisis, asimismo, las subcategorías, el experto Mg. Martin Butrón sugirió mejorar el título de la investigación, con ello nuestro instrumento tuvo una mejor consistencia lógica.

Confiabilidad para cualitativos

La confiabilidad es por lo que se caracteriza un instrumento de medición, que permite asimilar resultados iguales, mientras se aplica en diferentes oportunidades a una o más personas sin importar el periodo de (Carrasco, 2014),

Para la confiabilidad de cualitativos hemos utilizado algunos criterios sugeridos por Hernández, Fernández y Baptista, la cual la podemos resumir de la siguiente manera:

Credibilidad

Nuestro trabajo ha sido revisado en diferentes ocasiones por un método de auditoría interna llamado, “amigo crítico”, es cuando el investigador entiende y

capta el significado total y profundo de las prácticas de los participantes, que están dirigidos a la formulación del problema. (Hernández et. al. Citando a Saumure y Given, 2014), en pocas palabras un amigo crítico se refiere a que el trabajo puede ser calificado por alguien externo que nos pueda brindar su punto de vista y mostrar las debilidades de la investigación, siempre mostrando opiniones positivas. Donde nos indicó que las preguntas

Confirmabilidad

En la cual hemos realizado una investigación más detallada mediante datos que nos ayude a interpretar y proveer información en diferentes campos como la reflexión de los prejuicios, creencias, auditoría, el chequeo con participantes. (Hernández et. al., 2014). Nuestras entrevistas han sido grabadas en su totalidad y subidas en la nube del drive y están a disposición de cualquier persona o institución que solicite verificar la información.

Transferibilidad

En la cual hemos realizado el análisis “revisión ítem por ítem” con un experto en la temática, esto nos indica que debemos determinar el grado de semejanza entre el contexto de estudio y otros. (Hernández et. al. 2014), se realizó una auditoría interna donde dos licenciados de la carrera de Turismo nos indicaron modificar la pregunta 2 y agregó las preguntas 3 y 21. Además, agregar en las preguntas que el tema en específico es sobre crisis sanitaria del Dengue. Asimismo, se ha realizado una prueba piloto a 2 entrevistados que coinciden o se acercan al perfil de nuestra muestra.

3.8. Método de análisis de datos

El análisis de datos consiste en toda la información no estructurada que recibimos mediante observaciones, entrevistas, etc, y narraciones de los participantes. En esta etapa le dimos una estructura al material recogido en el trabajo de campo. (Hernández et. al. 2014), finalmente creó la data cualitativa a cargo de los objetos

de investigación.

3.9. Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación respetó la autoría de los escritores, citándolos, se tuvo en consideración la sinceridad de los resultados; el respeto por las ideologías y creencias de los demás en general y el cuidado del entorno; respeto a la privacidad; entre otros

IV. RESULTADOS

Las estrategias de promoción turística que Iquitos maneja en época de crisis sanitaria se basa en las diferentes actividades que los prestadores de servicio turístico realizan para promocionar la ciudad, donde los medios con más llegada al turista y al poblador emiten videos cortos y reportajes que las principales entidades de turismo realizan con fin de fomentar dicha actividad dentro de la ciudad y sus alrededores, brindando la información adecuada sobre su gastronomía, cultura, sociedad, entretenimiento. Adicional a eso, brindan información sobre cómo prevenir enfermedades tropicales producto de mosquitos como es el portador del virus del Dengue, el cual a pesar de ser una enfermedad considerada endémica, el poblador Iquiteño lo toma como parte de su día a día, y sabiendo que esto conlleva a obtener una mala imagen para el turismo extranjero, ellos consideran en informar sobre los peligros que se puedan adquirir al visitar dicha ciudad y contraer este tipo de virus, por otro lado, gracias a la calidez y alegría que transmite el poblador, el turista sigue teniendo preferencia realizar turismo consolidando a la ciudad como un espacio para disfrutar, divertirse y relajarse. Finalmente, el contacto con el turista es más personalizado y directo, mediante el uso de las páginas web y redes sociales, con una llegada rápida en el cual el turista tiene la facilidad de buscar la información que necesita.

Las estrategias de publicidad turística que no se maneja son los afiches y anuncios, ya que son muy pocas las personas que le toman atención a este tipo de publicaciones impresas, por lo mismo que el Dengue se ha vuelto parte de su vida diaria, con el cual han aprendido a convivir a lo largo de los años a pesar de ser una enfermedad mortal. Sin embargo, los turistas que visitan la ciudad, en su mayoría ya llegan informados desde su país de origen, toman las precauciones adecuadas para no contraer dicha enfermedad. Una de las estrategias que más influyen entre los operadores turísticos son los medios y espacios, ya que Iquitos cuenta con zonas donde tanto el turista con el poblador puede encontrar información turística de la ciudad y sobre prevención, convirtiendo su estadía más comfortable. Además, realizan diferentes reportajes que son transmitidos en medios masivos como son las redes sociales, la televisión y la radio, ya que son los más

requeridos al momento de buscar información sobre los atractivos turísticos de Iquitos.

Sobre los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos encontramos que la gran mayoría de entrevistados respondió de forma negativa ya que no satisface la demanda, pero una apreciable cantidad de entrevistados manifestaron lo contrario. En nuestra observación 01 pudimos anotar que “No se encuentra ninguna publicación impresa en la plaza de armas ni en sus alrededores, sobre el turismo y prevención del Dengue en la ciudad de Iquitos. Principales lugares turísticos, además se observó que dentro del aeropuerto tampoco existe publicidad alguna. Tanto en el área de llegadas como en salidas nacionales”, por ende, llegamos a la conclusión que no hay suficiente distribución de afiches y volantes sobre el Dengue en espacios turísticos estratégicos de la ciudad. Entre los argumentos principales existen algunas estrategias de mitigación, pero que nunca es suficiente, asimismo, apreciamos el uso casi exclusivo de las redes sociales, pero de una manera muy mecánica y poco dinámicas, por otro lado según Entrevistado 1 “no hemos tenido una campaña publicitaria para los turistas”, nos indica que no se realiza este tipo de publicidad impresa, asimismo nuestro entrevistado 2 nos indica “No, el turismo se promociona por medios de las redes sociales, no por volantes” donde nos demuestra que la demanda del uso de las redes sociales es más efectiva que los volantes y afiches, y nuestro entrevistado 8 “Entonces los afiches y esas cositas es bien limitados, y en lo personal casi no se ve”

Con respecto a las personas que respondieron positivamente sobre los afiches y volantes distribuidos para la demanda turística en época de crisis sanitaria, indicaron que existe este tipo de promoción impresa por parte de los operadores turísticos que se ubican dentro de la ciudad, según nuestro Entrevistado 5, “Si he visto bastantes, las AA.VV, reparten a todos los hoteles, paquetes turísticos”, asimismo nuestro entrevistado 6, “Afiches ha habido en etapas de colegio, los niños hacían sus marchas del dengue, se disfrazaban. ahora en época de pandemia no”, donde nos aclara que, en la etapa escolar del año, es donde se muestran a los niños con afiches referente a la ciudad, pero actualmente por coyuntura en la que nos encontramos, no hay afiches ni volantes. Por ende, apreciamos los

entrevistados en su mayoría nos indican que los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos no son suficientes y no abastecen la demanda turística en época de crisis sanitaria

Sobre los afiches turísticos que contienen información sobre prevención referente al Dengue, la gran mayoría respondió de forma negativa, por el contrario, en un número menor, respondieron que, si existe dichos afiches turísticos con información sobre prevención referente al dengue, y no responde, no precisa no obtuvo ningún tipo de respuesta. Según las manifestaciones existen publicaciones impresas referente a la prevención del dengue, pero no lo suficiente ya que podría afectar el flujo turístico de la ciudad, optando simplemente por informarlo mediante charlas de manera presencial o solo evitan tocar el tema, entonces según el entrevistado 3 “En realidad los afiches no están, si hacemos las precauciones, en estos tiempos no hay (Junio a Diciembre) mosquitos recién aparecen en Febrero y Marzo”, la prevención se indica por temporadas pero no por medios impresos, además nuestro entrevistado 8 “No, y eso quizás es una estrategia que puede traerte cosas positivas, pero yo creo que más cosas negativas, porque en el aspecto turístico, ya se sobreentiende que viniendo de un clima tropical debes traer tu repelente y eso lo dicen casi todas las AAVV y hoteles, pero por parte del estado no tanto”, nos muestra que para ellos es mejor no comentarlo en primera estancia, ya que afectaría el flujo turístico, pero si es importante que el turista al llegar a un clima tropical, tome sus precauciones.

Con respecto a las infografías sobre enfermedades tropicales que son distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria, un gran número de entrevistados nos indicó que no se realiza infografías sobre enfermedades tropicales, pero pocos indican que, si lo hacen, pero son pequeñas cantidades y como todos los entrevistados respondieron las preguntas, no precisa, no responde quedaron sin respuestas. Según los argumentos que se demuestran, el entrevistado 1 “Mayormente este tipo de información lo puedes encontrar en internet, pág. De Fb, pero afiches o volantes que hay en cada esquina, en la ciudad. No. Como te digo el dengue ha sido una enfermedad que ha tenido muchísimos muertos en Iquitos. No le han dado la importancia debida”, nos indica que no realizan infografías con ese tipo de información, pero se puede acceder mediante

la web, redes sociales y charlas grupales, aunque no se le ha dado la debida importancia, a su vez el entrevistado 4 “Las personas que llegan a hoteles, ellos les informan a los turistas.” Argumentando que la información que se les brinda es mediante los operadores turísticos, además los entrevistados 2, 5, 7, 8 y 10 niegan el hecho de que se realice infografías sobre enfermedades tropicales.

Por otro lado, los que indican positivamente sobre las infografías de enfermedades tropicales para que sean distribuidos entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria, entrevistado 9 “Contiene la información de cómo debemos cuidarnos y protegernos de esta enfermedad”, donde nos muestra el contenido de las infografías referente a dicha información, además nuestro entrevistado 9 “En pocos, pero si hay”, nos indica que si hay este tipo de publicaciones impresas pero no lo suficiente para que pueda ser distribuido entre los turistas de la ciudad.

Con relación a los medios informativos tradicionales (radio, Televisión) donde se suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria, en ambos medios tradicionales que son la TV y la radio, se obtuvo respuestas de igual número, en el caso de otros medios, se manifestaron un pequeño grupo. Entre los argumentos principales nos muestran que tanto la Tv como la radio son los principales medios por el cual se suele promocionar los atractivos turísticos de Loreto, según entrevistado 6 “Hay un programa Loreto Tv, eso se encarga de promocionar los lugares bonitos en Tv”, donde nos indica que existen canales de televisión donde muestran imágenes de Loreto, a su vez confirma “también hay en la radio Iquitos que es la mejor radio que hay en la ciudad.”, por lo tanto en ambos medios tradicionales se puede encontrar este tipo de información, además nuestro entrevistado 10 “En radios amazónicas, en la tele muy poco y en las redes sociales” afirma que en su mayoría, se escucha mediante la radio, los entrevistados 8, 9, 10, 11, 12 “ por medio de la radio Loreto, radios amazónicas y en la TV”, es donde sí se puede apreciar este tipo de publicidad.

Con respecto a otras respuestas, según el entrevistado 1 “básicamente la municipalidad lo hace mediante su cuenta de Fb, el Gobierno Regional, pero así una campaña sólida que por ejemplo se unan todas las campañas de comunicación, televisoras, radios, no existe. básicamente el gobierno regional y municipal lo hacen a su modo, a su alcance, pero así campañas de todos. No.”, nos

comenta que no se promociona los atractivos turísticos ya que no cuentan con el apoyo del Gobierno Regional, a su vez el entrevistado 2 “En ninguno, no promocionamos en Loreto”, afirma que no existe ningún tipo de promoción hacia el lugar.

Con respecto al espacio en Iquitos donde los turistas puedan buscar información en general sobre la ciudad, en su totalidad, todos están de acuerdo que la ciudad si cuenta con un lugar para que los turistas se puedan informar, no tenemos respuestas negativas, al igual que en la opción no precisa., no responde. Por ende, todos los involucrados nos manifiestan que, si cuentan con un lugar específico para encontrar información detallada sobre Iquitos, según nuestro entrevistado 1 “Si, hay. Eso sí lo vi. En la plaza hay como ciertos puntos, como un croquis de la zona Monumental. No de todo Iquitos, pero si la zona céntrica, puedes encontrar hoteles, restaurantes, agencias de viajes, y sumado a eso también los aplicativos por internet puedes ubicar todo lo que te acabo de mencionar. Si hay en ciertos puntos estratégicos, más que todo en la zona monumental. El cual lo llamamos nosotros al centro, donde mayormente están los sitios turísticos, todo lo demás está cerca al río, por ejemplo, los Lodge”, donde nos indica que hay diferentes lugares donde es fácil ubicar dentro de la zona céntrica de la ciudad, además, nuestros entrevistados 2, 3, 4,5, 8,9 y 10 “Tenemos oficinas de turismo, IPERÚ, DIRCETUR, PROMPERÚ, INFOTUR, los cuales se encargan de brindar todo tipo de información turística al visitante”, éstas oficinas de turismo son fáciles de ubicar por los turistas, a su vez, los entrevistados 11 y 12 “Si, hay una oficina de turismo que desarrolla la municipalidad de Maynas”, comentan que es la municipalidad la que se encarga de fomentar y brindar este tipo de información general sobre la ciudad de Iquitos. Ésta información fue constatada con nuestra observación, en la cual pudimos ver que se brinda información sobre las medidas de prevención del dengue en un horario de oficina de la municipalidad de Maynas, donde sí se brinda información sobre el dengue y la prevención dentro del horario de 8am a 3pm”. Asimismo, los lugares como IPerú y museo brindan información sobre turismo de la ciudad, pero a la fecha no se encuentran abiertos al público debido a la situación actual producto de la pandemia.

Con respecto al espacio en Iquitos donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales la gran mayoría de entrevistados respondió que sí cuentan con un espacio donde se puedan informar, pero solo un entrevistado indicó que no existe dicho lugar y una minoría optó por no responder o simplemente no precisa su respuesta. Entre los argumentos principales tenemos que si cuentan con establecimientos donde se pueda adquirir dicha información, según nuestro entrevistado 2 “Si constantemente el personal de salud da capacitaciones y charlas de casa en casa sobre esta enfermedad. Es habitual, siempre hacen eso.”, nos indica que el personal de salud es el que más se encarga de que la población y los turistas estén muy bien informados sobre cómo prevenir el Dengue, además el entrevistado 8, “Si, como nosotros vivimos con esto, y el que te habla también tuvo este año Dengue, ósea de 10 personas la mitad lo tuvo. No tiene cura como todos, pero hay un tratamiento. Después de tantos años el dengue crece en un lugar contaminado. Hay un instituto de infectología, de lima vienen acá para que se especialicen en enfermedades tropicales, hay centro de salud, hospitales donde te informan”, nos comenta que el Dengue por ser una enfermedad tan común en Iquitos, hace que existan lugares especializados donde muestran la prevención de dicho virus mediante estudios, a su vez nuestro entrevistados 7, 9, 10 y 11 “ En los hospitales y centros de salud brindan mucha información sobre enfermedades de la región”, ellos afirman que la información la pueden obtener fácilmente en centros de salud que están en la ciudad y alrededores.

Con respecto al entrevistado que indicó que Iquitos no cuenta con un espacio donde los turistas puedan adquirir información sobre prevención de enfermedades tropicales, entrevistado 1 “la verdad, creo que no. No contamos con ese tipo de lugares, creo que eso le compete al Gobierno Regional, a la Diresa, al Turismo. Creo que debe ser un trabajo en común entre el Gobierno regional de Salud y la Oficina de Turismo, pero hacen campañas cada uno por su lado, pero no se unifican para una campaña por la prevención de enfermedades tropicales para el turismo no.”, donde nos indica que no Iquitos no cuenta con dicho lugar específico, ya que cada establecimiento realiza diferentes campañas por separado. Por otro lado, los entrevistados que no respondieron y no precisaron sus respuestas nos muestran

que a pesar de que pueda haber personas que brindan información sobre la prevención de estas enfermedades, la mayoría no le da la importancia necesaria y es por eso por lo que aún existen muertes causados por el Dengue, esto según el entrevistado 6 “En sí, lugares específicos no hay, hay los hospitales. Mayormente están las chicas enfermeras que les mandan a enseñar, pero la gente no le da importancia”.

Referente a los reportajes e informativos realizados en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes en la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria de todos los entrevistados, gran parte respondió que si lo realizan, por otro lado solo un entrevistado respondió que no y los entrevistados que no precisan y no responden a la pregunta son solo tres, según las manifestaciones positivas, los entrevistados nos señalan que en su mayoría estos reportajes son visualizados en la Tv, pero como son canales locales, no son muy vistos por la localidad. Tenemos a nuestro entrevistado 1 “si se escucha, pero no creo que le den la importancia suficiente que necesita esta enfermedad, tanto en el tratamiento como en la prevención. Eso te enseñan en el colegio también, básicamente los profesores te enseñan cómo se contagia”, a pesar de que, si existan estos reportajes, la población no le da la debida importancia, además es algo que se aprende desde la etapa escolar ya que muchos han crecido teniendo el conocimiento de la existencia de este virus, según el entrevistado 5 “Mayormente la información que dan es la prevención es en la televisión local, pero casi nadie lo ve. Hay reportajes constantes pero es la gente que no ve esos canales, y si lo ven no le dan importancia”, nos indica la falta de interés hacia estos reportajes ya que la población no está interesada en los canales de televisión locales, adicionando a eso, tenemos a nuestro entrevistado 11 “Si, por eso le digo en la radio hay mucha información y la mayor parte del tiempo informan sobre síntomas, prevención y tratamiento”, que nos comenta que en la radio también se brinda este tipo de información, el entrevistado 6 “En sus tiempos, poco te indicaban sobre el dengue. lo que te recomendaban era que tenías que dormir con mosquitero. Si hubo, pero poco “, nos explica que tipo de recomendaciones son las que se brindaban anteriormente para evitar contraer el Dengue.

Referente a las respuestas que no son precisas, según el entrevistado 8 “No tanto ese tipo para los visitantes, mas es para la población local. Eso se encargan las empresas, incluso los turistas vienen más informados que los propios locales. Entonces ellos ya tienen su conocimiento y cuidado previo.”, nos muestra que a pesar de que pueda existir reportajes sobre la prevención del Dengue, los visitantes ya llegan a la ciudad preparados e informados desde su país.

Como respuesta negativa solo tenemos al entrevistado 2 “No”, el cual nos indica que no hay reportajes e informativos en los medios masivos sobre prevención del Dengue para los visitantes de la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria”

Referente a qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en épocas de crisis sanitaria tenemos charlas preventivas, las cuales son practicadas por una minoría, caso contrario en otros tipos de actividades son en su mayoría los entrevistados que lo realizan y pocos entrevistaron respondieron que no utilizan ninguna estrategia. Respecto a las charlas informativas, lo realizan pero no en su totalidad, según el entrevistado 5 “en caso nuestro, le decimos en forma oral sobre los mosquitos y zancudos, hay que andar con manga largas, abanicos y todo eso”, les informan a los turistas sobre los peligros que existen al salir a la selva y como deben de protegerse, lo mismo pasa con el entrevistado 8 “Nuestra recomendación siempre es protegerse, traer ropas manga larga, que te cubran un poco, pero a veces es complicado porque más tarde vas a tener calor, pantalón y la tela de color negro absorbe humedad más el calor corporal, los animalitos vienen y te pican. si yo te llevo a una caminata con pantalones de gimnasia, es presa fácil, todas tus piernas te van a picar. Sin excepción todas las empresas recomiendan a los turistas locales como extranjeros a protegerse”, es la estrategia que usan para poder informar a los turistas sobre la prevención ante todo tipo de enfermedades tropicales, más aún si se adentrar hacia la selva.

Con respecto a otros tipos de estrategias que se utilizan, encontramos al entrevistado 9 “Nosotros cumplimos con el requisito que es la fumigación del hotel, pero aparte de eso no brindamos más información” realizan como estrategia la fumigación total de su establecimiento, incluso utilizan lámparas especiales para combatir con toda bacteria que se pueda encontrar dentro del hotel. Por otro lado,

el entrevistado 12 “Concientizarlo y que tomen sus medidas de prevención. Les envías también por mensajes de texto”, nos informa que la estrategia que utilizan es mediante los números telefónicos de los turistas.

Las estrategias de promoción de ventas que los operadores turísticos implementan son mediante ofertas y promociones que establecen dentro de sus negocios para que así puedan seguir atrayendo más turistas, brindando un excelente servicio y calidad ya que de esta forma el turista pueda retornar y recomendarlos, además se da la toda la información necesaria para que pueda tomar precauciones sobre las enfermedades tropicales que pueda contraer durante su estadía, a pesar de que esto pueda ocasionar una baja afluencia. Respecto a la exposición al público, el poblador de Iquitos se caracteriza por ser alegre y carismático, es por ello que, a pesar de tener tanta deficiencia respecto a la limpieza y salubridad de la ciudad, el turista siempre quiere volver.

Con respecto a qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria del dengue para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos, tenemos en su mayoría a los entrevistados que optan por las promociones, a su vez son pocos los que realizan ofertas, de igual forma son pocos los entrevistados que optan por otras estrategias de promoción de ventas, entre los argumentos principales existen estrategias de promociones que los operadores turísticos ofrecen como nuestro entrevistado 9 “Tenemos diferentes promociones, como en pareja, en familia con diferentes cosas, habitaciones dobles, piscina” que se enfocan en el hospedaje de los turistas tanto locales como extranjeros, ofreciendo diferentes promociones de habitaciones para que el cliente pueda elegir según su necesidad, tenemos al entrevistado 10 “Eso se encargan Promperú. Los clientes vienen solo. Nosotros tenemos otros tipos de estrategias que son promociones, alianzas con los hoteles. que yo vaya a traer turistas de afuera no, porque no tengo contacto con operadores de Lima” nos comenta que como restaurante ellos elijen ofrecer promociones mediante alianzas con otros operadores turísticos para así poder obtener más clientes, vemos también al entrevistado 11 “Ahora estoy utilizando el medio de Fb, mi albergue es económico por eso es muy llamativo”, el cual opta por mantener sus precios económicos pero brindando un excelente servicio para que así el cliente pueda regresar al mismo lugar siempre.

Con respecto a las ofertas, son muy pocas personas que implementan esta estrategia, tenemos al entrevistado 1 “las ofertas que nosotros ofrecíamos son las que comúnmente se suelen poner. Por ejemplo, aquí en mi restaurante siempre tenemos ofertas, regalos, sorpresas que damos a los que nos visitan. Como yo siempre he trabajado con los taxistas, empresas de turismo, siempre tenía ya como un espacio ya ganado. Mi restaurante es muy conocido aquí en Iquitos y bueno siempre tenía ese gancho de traer a los turistas, muchas veces sin necesitar de ninguna promoción” quien nos indica que gracias a que su restaurante es muy conocido en la ciudad, no necesita de promociones, pero si ofrece algunas ofertas dentro de su carta.

Finalmente, existen otras estrategias de promoción de ventas que los operadores utilizan para que su negocio prospere, por ejemplo, tenemos al entrevistado 8 “Nuestra agencia por el precio no es tan accesible para el turismo interno, nos enfocamos más en el turismo internacional por el servicio que ofrecemos, bien completo. Uno paga y recibe y uno recibe lo que paga”, donde nos muestra que en el caso de la AAVV no bajan sus precios en ninguna época del año, ya que gracias a la calidad del servicio y el producto que brindan al turista es muy bueno, siempre es recomendado.

Con referencia de qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos la gran mayoría de entrevistados respondió que se promocionan mediante charlas informativas, una pequeña cantidad de entrevistados indicó que Promocionan las actividades de prevención mediante medios impresos y otros y por ultimo solo un entrevistado indicó que se realiza campañas.

Tenemos al entrevistado 5 “Por medio de charlas, en el hotel, AA.VV. En algún momento lo han hecho en el aeropuerto. Porque cuando el dengue estuvo en su pico más alto. Esto es pan de cada día. Hay gente que muere, mayormente los que viven en la ribera. Ellos son los que contantemente mueren a causa de esas enfermedades, ya sea dengue o ya sea malaria.” Que nos indica que en la época con más índice de Dengue en Iquitos se brindaban más charlas en los diferentes operadores turísticos de la ciudad para que el turista pueda estar prevenido, además el entrevistado 7 “Damos recomendaciones, el hecho de que vayan a selva

abierta, que tengan mucho cuidado con los mosquitos, en la ciudad no se ve mucho. Hay casos sí, pero por temporadas. Es más, en plena pandemia de Covid ha habido casos altos de dengue. Es algo que siempre está, claro que cada año se trata de tener más herramientas para enfrentar la enfermedad.” Hace referencia al Covid 19, y que, a pesar de encontrarse en plena Pandemia, igual se le informa al turista mediante charlas, sobre las precauciones que debe tomar cuando visita la ciudad.

Respecto a los medios impresos y otros son pocos los entrevistados que informaron sobre esta modalidad, en caso del entrevistado 3 “La información lo dan las mismas agencias, bloqueador de sol, repelente, camisa manga larga, lentes, todas esas cosas, la misma agencia lo anticipa.” Nos comenta que son los mismos AA. VV que los prepara a los turistas antes de su viaje y por último el entrevistado 8 “Las campañas de sensibilización, de recojo de inservibles y de fumigación que se dan casi siempre casa por casa a las 5 am o 6pm. Y porque se hace eso, el zancudo ve mejor en la oscuridad”, nos indica que se promociona las actividades de prevención mediante fumigaciones constantes que realizan casa por casa en toda la ciudad.

Con respecto a de qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria en su mayoría los entrevistados respondieron que la interacción es regular, pocos entrevistados indicaron que la interacción es bueno y de la misma forma algunos entrevistados indicaron que tienen mucha interacción con los turistas, entre las manifestaciones principales donde nos indican que existe regular interacción, el entrevistado 8 “Hay una interacción sí, pero es más en la parte céntrica de la ciudad porque el resto de la ciudad no ve a los turistas. Solo en la parte del embarcadero, ese es un punto de salida para albergues que están por allá”, el cual nos muestra que los turistas en su mayoría viajan a Iquitos para conocer la selva, es por eso que no se quedan mucho tiempo en la ciudad.

Con respecto a la buena interacción, el entrevistado 7 nos indica “Nosotros como local, obviamente ofrecemos un servicio a cierto tipo de clientes y muchos de ellos son turistas nacionales e internacionales. Aquí funciona mucho el boca a boca. Por recomendaciones” interactúa con el cliente mediante el servicio que ofrece en su bar para que así el cliente se sienta satisfecho y pueda retornar en cualquier otro momento.

Por otro lado, diferentes entrevistados indicaron que interactúan mucho con los turistas, ya que, por el mismo hecho de ser personas amigables y serviciales, el turista se siente como en casa. Según el entrevistado 5 “Conversamos, charlamos, reímos, la gente de la selva tiene esa característica de ser muy alegre, muy conversadora muy charlatán. Gracias a esa forma de ser. A muchos les agrada. Terminamos siendo amigos”, Además el entrevistado 1 nos muestra de que forma interactúa con el turista “El turismo es una fuente de ingreso para muchas personas, desde los taxistas, los cambistas, restaurante. Prácticamente todo Iquitos vivía del turismo y ni hablar de los Lodge”, donde nos indica que el turista desde que pisa suelo Iquiteños ya está en contacto directo con el poblador.

En referencia a la pregunta sobre la información que se brinda a todos los turistas sobre los riesgos y prevención que se toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos, la gran mayoría de entrevistados afirmaron que, si se les informa a los turistas sobre los riesgos y prevención contra el Dengue, muy pocos entrevistados no respondieron o en todo caso se les informa de forma regular y solo un entrevistado indicó que en definitiva no se le menciona al turista sobre dicha enfermedad. Basados en los argumentos principales que nos indica que, si se les informa a todos los turistas, tenemos al entrevistado “Si, les explicamos porque ir a pasear adentro, corres el riesgo de que te pique una araña, una víbora incluso hasta una hormiga te puede hacer llorar. Nosotros le decimos que, si vamos por un camino, no se alejen, no se muevan, pisen donde pisamos. Su bienestar es nuestra prioridad”, donde vemos que el operador turístico brinda toda información a detalle para prevenir cualquier tipo de peligro o accidente dentro de la selva, además tenemos al entrevistado 8 “A modo de empresa Si, nosotros de una forma sanitaria te tengo que prevenir, si vienes de un país del primer mundo, yo no te puedo llevar a tomar un refresco en la calle, porque el tratamiento de agua está contaminado por ende no hay una buena educación sanitaria para los vendedores!, nos muestran que se es más cuidadoso con los turistas que vienen del extranjero ya que no están acostumbrados a nuestras costumbres.

Con respecto a los entrevistados que no respondieron y que regularmente informan a los turistas tenemos al entrevistado 9 “El dengue siempre ha existido. Siempre se informa, pero no de manera específica. Dengue siempre ha existido en la región

por el clima y factores x. siempre se propone la fumigación y limpieza”, nos indica que no son específicos al momento de brindar este tipo de información.

Por último, el entrevistado 1, no comenta “no lo mencionan para nada. Como le digo el Dengue es una enfermedad que nosotros hemos aprendido a convivir con ellos. Es un problema que siempre va a estar aquí. Es por eso que no le dan la importancia, no invierten en la prevención”, por el mismo hecho que la gente no le da la debida importancia a dicha enfermedad.

Con respecto a cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria obtuvimos la mayor cantidad de respuestas sobre otros canales, algunos entrevistados respondieron que el canal de atención al turista es la Web y solo un entrevistado respondió sobre las AA.VV. Entre las manifestaciones más relevantes e importantes tenemos en otros canales, como el entrevistado 7, el cual nos indica que “Tienes la oficina de turismo para información específica”, donde una oficina de información turística sirve como canal de atención, al igual que el entrevistados respondió “Las oficinas de turismo, la DIRCETURA, GOREL.”, luego tenemos otros canales de atención que son mediante la Web, por ejemplo el entrevistado 6 nos indica que “Nosotros tenemos un sistema llamado Amadeus, sonde tenemos contacto directo con el pasajero. Y tenemos un familiar totalmente encargado de eso, no tarta tanto en responder y como ejecutivo le damos nuestro número para que se contacten por ahí. Tenemos un trato más personalizado con el cliente”, siendo su atención más personalizada y rápida para la satisfacción del turista.

Con respecto a las AA. VV, según el entrevistado 5 “O ellos mismos visitan las agencias”, los turistas buscan información mediante estas agencias para poder ubicarse mejor en la ciudad.

Las estrategias de relaciones públicas turísticas en épocas de crisis sanitarias en Iquitos son aquellas que nos muestran en qué estado se encuentra esta hermosa ciudad, según su imagen, lamentablemente la mala organización de los gobernantes y principales instituciones estatales, Iquitos demuestra ser una ciudad invadida de contaminación, falta de conciencia ambiental, creando así focos infecciosos el cual atrae a este tipo de zancudo el cual provoca el virus del Dengue,

a pesar de que Iquitos es la ciudad más importante de la región amazónica peruana, no se le está dando el debido mantenimiento, el cual como resultado genera baja afluencia turística, perjudicando a la población, ya que la mayoría vive del turismo. Por otro lado, respecto a las relaciones con la comunidad, Iquitos es lugar donde sus pobladores demuestran su afecto y calidad desde primeros minutos hasta el último de tu estadía en la ciudad, siendo famoso por sus fiestas y hermosas mujeres. Iquitos ofrece diferentes tipos de turismo, ya sea de Naturaleza, Vivencial, Esotérico, Medicinal, entre otro, solo falta más apoyo y conciencia ambiental entre los gobernantes y pobladores.

Con respecto a cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria la mayoría de entrevistado respondieron que tienen otras formas de promocionar turísticamente Iquitos, de la misma forma son pocos entrevistados que indicaron que realizan la promoción de Iquitos mediante la Web, tv y radio, y solo un entrevistado indicó que lo hacen mediante instituciones del estado. Tenemos argumentos de otras formas de promocionar Iquitos para que sigan llegando los turistas, según el entrevistado 6 “Que se relajen, que salgan de su ambiente. La gente no tiene miedo. El dengue no se contagia por contacto físico. Se contagia por el zancudo” donde lo aplica informando al turista sobre las precauciones que debe tomar, pero siempre manteniendo la calma, además tenemos al entrevistado 7 “La promoción es Sal de la rutina, Escápate de la ciudad y del encierro”, donde nos explica que el turista llega a Iquitos en busca de alejarse del ruido y la contaminación de la ciudad, quiere estar más cerca de la naturaleza, es por eso que aprovechan ese plus que obtienen.

Con respecto a la Web, Tv y radio, tenemos al entrevistado 3 “Atreves de las redes sociales, mediante los grupos de turismo, que se llaman “explorando” donde hay hoteles, restaurantes, donde muestran lugares de Iquitos. Pero no hablan nada de epidemias ni prevenciones”, el cual nos comenta que existen grupos en las redes sociales donde se promocionan los lugares de Iquitos para así tener mayor alcance.

Por último, el entrevistado 3 “Nosotros tenemos un gobierno regional y también la cámara de comercio, ellos son mayormente un grupo de personas, empresarios grandes de turismo, ellos se promocionan con diferentes agencias de turismo, cuando hay eventos. Ellos tienen sus promotores en lima dentro de sus oficinas”,

nos indica que las mismas oficinas e instituciones del estado se encargan de difundir sobre las maravillas de Iquitos para que así el turista pueda viajar y visitar la ciudad.

Referente a como gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad, tenemos el mismo resultado en cuanto a tomar precaución se trata, otros entrevistados toman las precauciones, pero no modifican sus actividades y también agregan otras respuestas. Según el entrevistado 2 “Nosotros tenemos un gobierno regional y también la cámara de comercio, ellos son mayormente un grupo de personas, empresarios grandes de turismo, ellos se promocionan con diferentes agencias de turismo, cuando hay eventos. Ellos tienen sus promotores en lima dentro de sus oficinas”, y el entrevistado 9 “En si cuando hablamos de Iquitos sabemos que es un clima tropical, no hay una temporada exacta, en caso de turista vienen por tiempos determinados, puede que llueva o haga sol. Siempre los turistas que vienen preguntan, pero siempre le decimos que puede que, si llueva y puede que no”, podemos apreciar que el turista al visitar una ciudad tropical sabe que el clima es cambiante, es por eso que toma sus precauciones.⁷ Por otro lado, según el entrevistado 3 “Referente a las lluvias, no sabemos cuándo va a llover y cuando va a hacer sol, en tiempo de verano no lo hay. Tenemos lluvia, no cancelamos, podemos hacer actividades, caminatas, charlas referentes a la selva, la mayoría no le gusta quedarse, se ponen sus chalecos y ven especies, porque cuando llueve también salen nuevas especies, por ejemplo, la rana la serpiente porque cuando hace calor ellos no salen, salen insectos. Y más que todo la lluvia se ve en la noche. Y pueden cazar más fácil y comerlos”, nos demuestra que el turista a pesar de pasar por una lluvia torrencial quiere seguir realizando sus actividades programadas.

Con respecto a otras respuestas obtenidas, el entrevistado 8, nos comenta “Es naturaleza, yo jamás te voy a decir que vienes a Disneylandia. Todo va a depender del factor climático, si tu como guía no especificas eso..., lo mismo pasa con las empresas. Si vienen diciembre hasta abril, saben que habrá lluvias intensas, incluso enviamos el pantallazo del mapa de la marina, ellos tienen el nivel de los ríos. Eso ya queda en el criterio si vienen o no. Lo importante es informar. Es un clima tropical y estas en naturaleza, puede que llueva, puede que no”, siempre les informan a los

turistas sobre las constantes lluvias, pero ya es decisión de la persona si desea continuar con sus actividades o parar.

Referente a que deberían hacer para mejorar el turismo en época de crisis sanitaria en Iquitos la mayoría de entrevistados respondieron que deberían mejorar en conciencia turística y ambiental de los pobladores y otras opciones, unos pocos entrevistados respondieron que debería mejorar la seguridad y la limpieza en la ciudad y la otra minoría respondió que se debería promover y gestionar más atractivos turísticos en la ciudad. Mediante las anotaciones de nuestra ficha de observación pudimos notar que “la municipalidad se encarga de realizar fumigaciones dentro de los hogares de la población, realizando controles de salud, y todo esto es detallado en cartillas que cada grupo familiar obtiene.” El cual genera un grado de confianza entre los pobladores y los gobiernos, donde se le da la prevención necesaria para evitar el contagio del dengue, este resultado nos indica que hay ayuda por parte de las entidades públicas, pero no lo suficiente. Dentro de las respuestas sobre conciencia turística y ambiental de los pobladores, es un ámbito en el cual se debería mejorar y cambiar, según nuestro entrevistado 2 “Un mejor manejo de las autoridades con respecto a la información que se envía y al control de la epidemia y/o dengue” ya que el mal manejo de información podría alejar a los turistas al ver una tasa tan alta de infectados por el dengue, causando miedo, además el entrevistado 1 sugiere “Sería bueno que, al momento de llegar al aeropuerto y al momento de salir también, se brinde toda esta información al turista. Ya que llegando a su país puede tener una información de esto en caso lo haya adquirido”, donde nos indica lo positivo que sería si se le brindará más información al turista al momento de salir y entrar a Iquitos.

Con respecto a la seguridad y limpieza, el entrevistado 5 “Iquitos en sí, es linda, su gastronomía, su folklore, su cultura, su gente, la alegría que nos caracteriza, pero hay muchas deficiencias, hay mucho que trabajar, por ejemplo, la limpieza de la ciudad que hay que mejorar, la delincuencia que está horrible y es un punto en contra en cualquier parte del país”, y el entrevistado 8 “Yo creo que se debería mejorar primero el plan de estrategia sanitaria, el que se tiene es bueno, pero se debería mejorar. A raíz de eso en tema ambiental, si generamos más basura se convierte en un foco infeccioso, y el tema sanitario también porque también hay

malas prácticas sanitarias en los locales”, donde ambos enfatizan la limpieza y delincuencia como un problema fuerte en la ciudad que debe cambiar para poder mejorar la imagen de Iquitos.

Por último, pocos entrevistados no indican que se debe promover y gestionar más atractivos turísticos en la ciudad, según el entrevistado 4 “. Bueno pienso que viene ya desde las autoridades, promocionar nuestro Loreto, hacer más publicidad, las autoridades viajar a promocionar a diferentes tipos de países, a dar lo mejor de nosotros. Para que el turista se quede enamorado de nuestra selva.” Que nos indica que para que Iquitos mejore turísticamente, el gobierno regional debería poner más enfoque en el tema de promoción.

En referencia a cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas, la mayoría de entrevistados respondieron que Iquitos tiene una mala imagen, una gran minoría indicó que tiene los turistas se llevan una regular imagen de la ciudad y pocos entrevistados respondieron que Iquitos tiene una buena imagen hacia el turismo. Según lo anotado en nuestra ficha de observación pudimos rescatar que “Apreciamos que la publicidad encontrada en la plaza de armas orientada para los visitantes de la ciudad de Iquitos, quieren resaltar las medidas de seguridad pública y salubre ya que en las señales B4, encontramos miembros del ejército del Perú, del personal de salud, de médicos y enfermeras y fumigadores, por ende, quieren reflejar a la gente de la ciudad una adecuada bioseguridad establecida”, la cual la ciudad quiere dar una imagen segura y protegida en caso de necesitarlo hacia el poblador y el turista.

Entre los argumentos más importantes tenemos a Iquitos con una muy mala imagen hacia el turista, según el entrevistado 2 nos indica que la imagen que se tiene es “De una ciudad sucia y desordenada, durante todo el año, independientemente que sea época de crisis sanitaria”, por el mismo hecho de que el poblador no tiene buenas prácticas ambientales, además el entrevistado 5 nos dice “He escuchado de todo, buenos, malos, negativos y horribles. Y si escucha con atención, es cierto lo que dicen. Iquitos es lindo, dicen que les encantan sus comidas, pero anda a ver dónde lo sirven. En el mercado todo cochino. Desgraciadamente Belén es su punto de atracción. No sé qué le ven ellos. El pasaje Paquito es otro gancho para los turistas. Es bueno todo lo que venden, pero el lugar

no es recomendable”, a pesar de que Iquitos sea una ciudad llena de naturaleza, la contaminación excesiva, es el que da mala imagen, otro es el entrevistado 7 nos indica que “Lamentablemente ha habido mucha indiferencia de parte de las autoridades con el tema de la limpieza en Iquitos, los alrededores de la ciudad tienen un gran problema con el acopio de la basura. El mercado de Belén era un sitio muy sucio. Era un lugar impenetrable”, lamentablemente las autoridades tienen mucha responsabilidad respecto a la limpieza de la ciudad. Estos testimonios fueron contrastados en nuestra ficha de observación en algunos lugares turísticos emblemáticos, “Iquitos a simple vista es una ciudad hermosa y cálida, pero la contaminación y falta de conciencia ambiental de los pobladores es muy frecuente, ya que se observan a las personas tirar sus desechos en la vía pública, el desorden en el mercado de Belén que aún existen los ambulantes que generan suciedad. El boulevard no se encuentra en buenas condiciones ya que la pintura se nota desgastada, y la presencia de basura es abundante en esa zona cerca al río”

Con respecto a la imagen regular que Iquitos tiene, según el entrevistado 8 “Para el turista externo más pesa el producto que el problema, lo ven secundario por más que sea por salud, ellos están más enfocados en lo que ofrecen como ciudad, como principal atractivo”, el turista prefiere ver el lado más positivo de la ciudad que ver el lado negativo, aunque eso no se pueda ocultar.

Por último, pocos entrevistados respondieron que Iquitos tiene una buena imagen, según el entrevistado 1 “Yo creo que lo principal de Iquitos es que siempre se ha vendido como una tierra juerguera, entonces vas a Iquitos es la fiesta, el complejo, el pardo. Sin duda es algo no negativo para Iquitos porque siempre va a haber fiesta”, donde resalta el calor de la gente y la alegría que transmite.

Con respecto a cómo monitorean la postventa turística en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria la mayoría de entrevistados no respondieron y otros indicaron otras formas de monitoreo, en menor número de entrevistados respondieron que se monitorea la postventa mediante un seguimiento por la web y un pequeño número de entrevistado indicó que se le hace seguimiento por teléfono.

Entre los principales argumentos tenemos al entrevistado 2 “En cualquier época se monitorea a través de una encuesta virtual post-servicio”, obteniendo información más exacta sobre el servicio que se le brindó al turista, también tenemos al entrevistado 3 nos comenta que “Mayormente los monitoreamos a cualquier pasajero. Las agencias solo dan folletos para llenar que tal les pareció el viaje, pero no tienen ese contacto con el pasajero, se olvidan. El guía tiene que ser alegre y con espíritu de aventura”, donde no se le brinda un seguimiento adecuado al turista luego de haber brindado un servicio., y los entrevistados 4, 8,9 y 12 no respondieron a la pregunta.

Con respecto al seguimiento por teléfono, el entrevistado 1 nos comenta “Pero si ha habido casos de turistas con los cuales he tenido comunicación después que ya regresaron a su tierra y me dicen. Oye me he enfermado en tu tierra. Por eso ya se van con el mal sabor de Iquitos, donde probablemente no quieran volver”, donde mantiene comunicación con sus clientes para que pueda ser recomendado y por último sobre el seguimiento por la web como monitoreo de posventa a los clientes, tenemos al entrevistado 7 “Nosotros tenemos una base de datos donde registramos al turista, pero no tenemos un contacto directo en el cual le mandamos mensajes ni nada. La mayoría son clientes que vienen más de una vez”, donde almacenan los datos de todos los clientes que compraron su servicio.

En referencia a cuáles son las necesidades y que buscan los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria la mayoría de entrevistados respondieron que sus necesidades y lo que buscan es diversión y otras cosas, en un número menor de entrevistados indican que viajan por naturaleza o cultura y un mínimo de entrevistados indicaron que visitan la ciudad de Iquitos por salud y esoterismo. Entre los principales argumentos tenemos al entrevistado 7 “El internet es lo que más necesita un turista, la comida es muy importante porque no todos están acostumbrados a la comida, siempre buscan que puedan tener una comida que ellos comen. El internet que nosotros tenemos es el mismo de hace 20 años atrás, la velocidad es muy mala, y cuando llueve es peor”, la necesidad del internet no solo es en Iquitos, ya que el turista necesita estar en contacto con la tecnología cuando viaja a un lugar nuevo y desconocido, siendo la red una de las mayores deficiencias de Iquitos, además según el entrevistado 8 “Faltan mosquiteros, la

necesidad principal es el tema de las fumigaciones, cuando está fuera de control es insoportable, cuando está el tope de los ríos se siente, 6pm por más cerrada que se a tu casa, se sienten los mosquitos. Es una realidad y se vive con ello”, si se desea evitar el contagio del virus del Dengue, se necesita la protección adecuada.

Con respecto a la naturaleza y cultura, el entrevistado 12 nos indica que “Lo que buscan ellos es algo diferente, apreciar y disfrutar la naturaleza y salir de su zona de confort. Aislarse y relajarse”, además el entrevistado 6 agregó “La mayoría viene a visitar a su familia, vienen a pasear, a las playas. El complejo de CNI, ahí tocaban varias bandas. Porque Iquitos es para pasarla bien.”, siendo las actividades que buscan los turistas.

Por último, el turista va a Iquitos en busca de Salud y esoterismo, según el entrevistado 5 lo que busca es “Plantas medicinales, la ayahuasca. Juerga, vacilón, parranda, perdición, hay, eso no va a pasar nunca. La gente lo hace. Por el Rio también vienen, para recorrer, en tiempos de playa. Lindas playas, agua transparente”, el cual demuestra nuevamente la alegría por el que se caracteriza el poblador de Iquitos.

En referencia a que estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en épocas de crisis sanitaria, en su mayoría lo encontramos por el buen trato, algunos entrevistados respondieron que brindar información y el apoyo también satisfacen las expectativas del turista y por ultima en pequeña proporción, existen otras estrategias que los operadores turísticos utilizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria.

Siendo el buen trato el que obtuvo mayor respuesta entre los entrevistados, según el entrevistado 4 “Les doy una buena atención, trato de hacer lo mejor y darle un buen producto para que el cuándo un día vuelva pueda recomendar mi lugar”. Según el entrevistado 6 “Cuando vienen los turistas, le llevamos al Frio y fuego, es un restaurante en el centro del rio que tiene piscina, lo llevamos a la jungla que se entra por la carretera, lo llevamos a la laguna, al os Boras, esto es Iquitos ciudad, no hay tantos atractivos porque es la ciudad”, es la estrategia que utilizan para satisfacer las expectativas del cliente, además los entrevistados 7 y 12 indican que

“Si bien es cierto, saben que están llegando a un país diferente al de ellos, tratamos de que no se sientan muy lejos de casa., brindándoles algo novedoso y siempre a la vanguardia”

Por otro lado, los entrevistados que respondieron Otros, tienen diferentes estrategias para satisfacer al turista, según el entrevistado 5 “Brindamos descuentos. Por ejemplo, una habitación vale 120 soles, el jalador de saca el 50%.” donde opta por brindar descuentos al turista como estrategia.

Y en referencia utilizar una estrategia como es brindar información o apoyo al turista según el entrevistado 11 “Yo lo que utilizo es la gastronomía, trato en lo posible hacerles probar la comida de la región y vuelven contentos” nos comenta que la atención que el brinda en su albergue, es tan personalizado que turista nunca se quiere ir.

Con respecto a cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en época de crisis sanitaria en Iquitos, la mayoría de los entrevistados respondieron que una de las estrategias para competir con otros destinos turísticos es promocionar los recursos naturales, luego en menor escala sería promocionar las festividades contemporáneas y en solo un entrevistado indicó promocionar las festividades tradicionales como estrategia para competir con otros destinos turísticos. Entre los argumentos más importantes tenemos al entrevistado 3 “Aquí mostramos diferentes tipos de tours. Mayormente los turistas vienen por motivo de salud, me refiero a plantas medicinales, hay muchos centros de Ayahuasca, los nacionales van por ejemplo a la aventura, a un Lodge, paseos en canoa, lagos gigantes. Tenemos esos lugares a quien Iquitos. Es por eso por lo que prefieren Iquitos.” Utilizan como estrategia los recursos naturales que tiene la ciudad de Iquitos y se puede aprovechar para realizar diferentes tipos de turismo, por otro lado, tenemos al entrevistado 5 “Nuestro fuerte es el clima, hay mucha gente de la costa y la sierra que vienen por el clima. Por ejemplo, el dueño, viene por el clima, dice que él se siente más jovencito, todos sus dolores desaparecen.

Se sienten jóvenes, llenos de vida. Por eso es muy importante el tema climatológico. Aquí en lluvias, por ejemplo, la gente sale a bañarse. Su sistema inmunológico se vuelve más fuerte. Aparte de eso, el Rio Amazonas. Otro, la Frontera de Brasil y

Colombia. Puedes ir en cruceros y sales al Atlántico. Todas esas cosas hacen que seamos un imán que atrae gente”, donde el turista puede disfrutar de la naturaleza en todo su esplendor.

Con respecto a las estrategias para promocionar festividades contemporáneas, según el entrevistado 1 “A comparación de las personas que viven en Moyobamba son personas secas, son casi para la sierra. Testigo porque tengo familia allá. En Iquitos somos más hospitalarios, más corteses con las personas. Si tú por ejemplo vienes y empiezas sin conocerme, me saludas. Yo te contesto normal. Es algo característico que nosotros gratuitamente ofrecemos. Es por eso que también dicen que las chicas son fáciles, que también sería otro atractivo que Iquitos tiene. Pero hoy en día esos atractivos que te digo, todo es cerca es por eso que puedes visitar 10 locales en una noche, y es lo que a una persona que no vive aquí le gusta. Hoy en día eso no hay. Era un atractivo turístico, como sabrás en países extranjeros no hay este tipo de eventos. El plus adicional que tenemos como región es el trato, porque campañas publicitarias tienen otras ciudades, pero ya queda a criterio del turista. Hay muchas personas que no se cansan de venir a Iquitos. Yo tengo familia que prefieren regresar a Iquitos siempre. Y ni hablar del carnaval, siempre lo hacen coincidir con la semana turística porque es donde más afluencia de turismo tenemos. Más que el aniversario de Iquitos, más que la fiesta de San Juan a pesar de que no es originaria de aquí. Pero Carnaval como en Iquitos no hay en ninguna parte. Iquitos es una tierra muy mitológica, tenemos muchos mitos, el Ayahuasca, el cual es una bebida que supuestamente tiene poderes sobrenaturales que te hace ver tu pasado y tu futuro. Tengo amigos que si lo han tomado y dicen que si tiene algo de cierto. A veces se trata de confundir la leyenda con la realidad, pero hay cosas que, si son ciertas”, el cual resalta las fiestas contemporáneas y el calor humano que proyecta el Iquiteño, siendo una estrategia para atraer al turista hacia la ciudad de Iquitos.

Por último, como estrategia para competir con otros lugares turísticos se promocionan las festividades tradicionales, tenemos al entrevistado 12 “La competencia es fuerte, pero Iquitos tiene un lugar ganado y siempre van a regresar al lugar que los han cautivado” el cual concluye que existe otros lugares tan

hermosos como Iquitos, pero la ciudad cuenta con mejores atractivos y eso hace que el turista lo prefiera.

Las estrategias de marketing 3.0 en época de crisis sanitaria son las más utilizadas por parte de los operadores turísticos en la ciudad de Iquitos, por el cual les resulta más fácil y económico brindar información a los turistas y pobladores del lugar, por diferentes razones y motivos. Es un medio por el cual las empresas muestran todo lo que ofrecen, ya sean productos o servicios, y tienen una llegada más directa con el consumidor.

Pero a su vez, por el mismo hecho de que las redes sociales, las páginas web, entre otros, está al alcance de los usuarios, resulta ser un arma de doble filo, ya que es una manera donde tanto pobladores como turistas pueden opinar tanto de forma positiva como negativa respecto a sus experiencias durante su estadía en la ciudad de Iquitos.

En cuanto a cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria vemos que la mayoría de entrevistados respondió que el manejo es de manera personalizada, en menos número solo se maneja poco o casi nada y por últimos solo un entrevistado respondió que la interacción en los fanpage se maneja de vez en cuando. Por lo cual, según la idea principal nos muestra que los operadores turísticos cuentan con una interacción personalizada mediante sus fanpage, el cual hace que el turista se sienta muy bien atendido. Según las observaciones que se tomaron en las diferentes páginas dentro de las redes sociales, se muestra una interacción continua con el turista, “Podemos encontrar diferentes grupos en Fb donde brindan toda la información de la ciudad de Iquitos”:

- Lo que está pasando en Iquitos (170.6 mil seguidores)
- Iquitos al rojo vivo (107.240 seguidores)
- Iquitos City (147.092 seguidores)
- Turismo en Iquitos (3,5 mil seguidores)
- Loretano chévere (320.325 seguidores)

Además, cada empresa turística cuenta con su página de Facebook para poder interactuar continuamente con el turista y poblador.

Tenemos también páginas de Instagram tales como:

- Iquitos oficial (703 seguidores)
- Iquitos wonders (719 seguidores)
- Iquitos es bacán (17mil seguidores)

Y basándonos en la cantidad de seguidores con los que cuenta cada página, el seguimiento entre empresa y cliente es permanente, entre ellos tenemos al entrevistado 6 que nos dice “. Si el turista viene le damos folletos, por internet tenemos nuestro catálogo, brindamos una respuesta rápida porque tenemos una persona dedicada exclusivamente a eso”, demostrando que la prioridad como negocio es el turista, además tenemos al entrevistado 7 “Tanto el Fb como el IG, es algo que lo maneja todo el mundo, sin discriminación alguno. Nosotros trabajamos un contenido diario, las personas entran a la página, ven los comentarios, las fotos, las calificaciones. En Trip Advisor. Si se dejan llevar lo que dice tu página y recomendaciones de estas. Todo es sobre las redes sociales” que nos indica que el área más fuerte en su negocio son las redes sociales, ya que por ese medio la interacción con el turista es más directa, por ultimo tenemos al entrevistado 11 “Tengo una persona encargada de las redes sociales y por ahí capto pasajeros”, donde nos dice que le es más fácil contactar turistas por medio de su fanpage, entonces, la mayoría de entrevistados nos indica que la interacción mediante sus fanpage es importante y pueden tener un trato directo y rápido con el turista.

Sin embargo, la tenemos a la minoría de entrevistados que nos indica que su interacción en las fanpage es poco o casi nada por diferentes motivos, por ejemplo, el entrevistado 8 “No tiene Iquitos una fanpage. Para mí es inaceptable que, habiendo tantos lugares hermosos en la selva, las fotos se trucan, las edita, y es del mismo Promperú”, donde nos explica que Iquitos no cuenta con una página en la cual se pueda interactuar con los turistas, además de eso las pocas páginas del estado que promocionan la ciudad, utilizan material editado, quitando la credibilidad del lugar,

Por último, solo el entrevistado 1 nos aclara que “No tenemos fanpage. Solo manejamos Fb que recién tenemos seguidores” el ingreso a la red social es muy pronta es por eso que aún no interactúan con el turista por ese medio”.

Con relación a si realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del Dengue, obtuvimos en su mayoría respuestas positivas, por lo contrario, pocos entrevistados respondieron de forma negativa y solo un entrevistado no estuvo muy seguro de su respuesta.

Dicho de otra manera, según la gran parte de los entrevistados que respondieron que, si se realizan videos cortos viralizables sobre la ciudad, tenemos al entrevistado 5 “Siempre, en la tv, redes sociales. En Fb, sobre todo, promocionan el turismo con fotos, videos, reseñas históricas.” En el cual nos indica que la promoción es muy frecuente, y lo muestran en diferentes medios para un mayor alcance a la población y visitantes, además tenemos al entrevistado 7 “El gobierno se encarga de eso, hay una oficina de turismo. Ellos tienen informaciones promocionales de la ciudad. Deben tener algún tipo de video corto sobre la ciudad” donde nos indica que las oficinas encargadas de manejar el turismo son las que realizan este tipo de promociones mediante videos, Iguualmente con el entrevistado 12 “. Si, ponemos parte de la naturaleza con animales, o personas lanzándose al rio o sosteniéndose en una sogá. Etc.”, el cual nos indica que en su agencia los videos que realizan son resaltando los atractivos naturales que tiene la ciudad.

No obstante, algunos entrevistados mostraron negatividad respecto a si se realizan videos cortos viralizables, por ejemplo, el entrevistado 8 “No veo promociones tanto”, donde nos dice que no realiza este tipo de promociones y el entrevistado 11 “En mi lugar no” también nos dice que desde su albergue tampoco realizan este tipo de videos.

Por último, tenemos a un entrevistado 3 “Si hay, pero no mucho. Cada empresa hace reservas y se maneja internamente” donde nos indica que cada operador turístico maneja su forma de promocionar sus productos, pero no lo confirma en su totalidad.

En cuanto a que tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en épocas de crisis sanitaria, tenemos en su

mayoría los entrevistados respondieron que comparten información de sus recursos naturales y culturales, por otro lado, un entrevistado respondió que comparte las actitudes de los pobladores y poco entrevistados respondieron que tienen otros temas que comparten en las redes. Siendo un argumento principal el hecho que comparten información sobre sus recursos naturales, tenemos por ejemplo al entrevistado 1 “Ahora, cada uno mediante su plataforma de Fb, trata de hacer publicidad por ejemplo hay un restaurante que está en medio del río Amazonas, que lamentablemente hasta el día de hoy no han podido reactivarse. También hay otro llamado LA casa de Fierro, el cual fue construido por el mismo arquitecto que hizo la torre Eiffel, esa es una casa que se arma y se desarma. Sobre eso hay un restaurante con el mismo nombre. Y yo creo q ese empresario, dueño del restaurante, al promocionar su sitio también promociona este atractivo turístico.” Donde nos explica que la mejor manera de promocionar Iquitos es mediante el Fb, donde cada empresa resalta sus recursos tanto propios como los recursos naturales de la ciudad, otro ejemplo lo tenemos con el entrevistado 5 “Siempre es el tema de los defines rosado, quistococha, el río Amazonas, el río Nanay, la unión de los ríos. El río de color negro y el otro de color blanco. Las casas en la época del caucho. Las casonas históricas de la ciudad. Las tribus, los Boras.” Que nos resalta más la naturaleza que Iquitos brinda, siendo el mayor atractivo que los turistas buscan, y los entrevistados 8 y 11 refuerzan la respuesta indicando que lo que se comparte en las redes sociales es la naturaleza, lugares turísticos y las actividades que pueden realizar.

Por otro lado, referente a la actitud de los pobladores tenemos al entrevistado 7 “El calor de la gente, la amabilidad. Iquitos es una ciudad bastante calurosa con su gente, nunca te vas a sentir aislado. La amabilidad de las personas es una de las características de la ciudad y más que eso conocer una ciudad tropical por un clima tan cambiante” donde nos resalta el trato que tienen los pobladores hacia cualquier visitante que quiere conocer la ciudad.

En respuesta a otros tipos de información que se comparte en las redes sociales, tenemos al entrevistado 2 “Posters y videos con promociones del Lodge y sus servicios” el cual comparte más información sobre su Lodge para poder promocionarlo y así obtener más clientes, además la entrevista 4 “Ofrezco todo lo

que vendo en Fb”, nos indica que lo que ella comparte en las redes sociales son sus productos que vende a los turistas, así obtener más clientes.

Con respecto a cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria la mayoría de entrevistados respondieron que hay más comentarios negativos sobre las visitas a la ciudad, y por otro lado muy pocos entrevistados respondieron de forma positiva y un número pequeño de entrevistados indicó que son indiferentes a esto. Entre los argumentos más importantes tenemos al entrevistado 1 “Si he visto uno que otros, pero uno de tras de otros no. En dos oportunidades leí, en la pág. Del municipio que personas que no eran de acá decían que Iquitos tiene dengue, que tengan cuidado. Personas que no son de acá” donde se muestra que los comentarios negativos con respecto al virus del Dengue por el cual inhiben a los turistas que visiten la ciudad, además tenemos al entrevistado 6 “Algunos se van molestos porque hay muchos zancudos, no todos se van felices, porque duermen incomodos, pero eso es mayormente cuando se van a la selva, adentro”, comentan más sobre la cantidad de mosquitos que encuentran, pero esto es algo inevitable ya que Iquitos tiene un clima tropical, otro ejemplo es del entrevistado 10 “Que no se quieren quedar en la ciudad por la lluvia y la suciedad. Siempre ponen la isla bonita de Iquitos, pero le falta mucho por que sus gobernantes no se preocupan”, hace un énfasis en el estado de limpieza y desorden de la ciudad.

Por otro lado, también existen comentarios positivos, pero en menor cantidad, según el entrevistado 12 “Los comentarios no son malos, siempre son positivos. Por ejemplo, dicen que lo han disfrutado, pero quisieran que el dengue se erradique, cosa que es imposible”, donde muestran su preocupación por el problema que aquejan referente al Dengue.

Sin embargo, algunos entrevistados se mostraron indiferentes o no tienen conocimiento sobre estos comentarios de las visitas a la ciudad de Iquitos. Según el entrevistado 7 “Ningún turista que le haya podido dar dengue te va a decir que haya pasado bien. Los turistas que han podido llegar en estos tiempos y no les han picado los mosquitos y han podido completar sus actividades, la mayoría se van contentos. Todo el mundo quiere volver porque les agradó la ciudad. Iquitos es una fiesta”.

Con relación al pago de publicidad para promocionar la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria gran parte de los entrevistados respondieron de forma positiva, por el contrario, algunos entrevistados respondieron de manera negativa y en respuesta a que tal vez se paga, no hubo ningún comentario.

Entonces, entre las respuestas más impactantes tenemos al entrevistado 2 “En todas las épocas se paga publicidad para determinadas fechas de feriados o promociones especiales en temporadas bajas en las redes sociales” que nos indica que se hace más publicidad pagada en fechas de festividades más importantes, pero en general se realiza en todo el año. Adicional a esto, tenemos la respuesta del entrevistado 5 “Siempre pagan, el tema del dengue es algo que ya es parte de. Nadie le toma importancia. Normal, hay publicidad, en radios, páginas web. Normal”, donde nos comenta que, pese a que el Dengue existe siempre, las personas no le dan la importancia debida, es por eso que de igual forma se paga publicidad para que se siga promocionando la ciudad.

Dentro de las respuestas negativas tenemos al entrevistado 6 que nos dice “No, porque cada AAVV busca la manera de cómo hacer su marca, para que venda sus pasajes. Cada empresa se encarga de eso”, explicando que cada empresa busca la manera de promocionarse y hacer publicidad de sus productos sin necesidad de pagar a terceros.

En referencia a en que plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos la mayoría de entrevistados informó que lo realizan por medio de las redes sociales tales como FB, Instagram o WhatsApp, También según algunos entrevistados, sus promociones lo realizan desde su página web y por último solo un entrevistado indicó que no usa ningún tipo de plataforma.

Con respecto a la promoción mediante redes sociales, tenemos las respuestas de los entrevistados 1, 2, 3, 4, 8 y 12 nos indican que la plataforma más utilizada es el Fb, Instagram y WhatsApp, ya que lo consideran redes sociales donde se puede interactuar más con el turista.

Adicional a eso tenemos a los que utilizan sus promociones mediante páginas web, como por ejemplo los entrevistados 3, 9 y 10 indican que las páginas de TripAdvisor, Vive Perú y otras que encuentras en internet, ayudan a compartir sus promociones.

Por último, los entrevistados que no usan plataformas o saben de su existencia, tenemos al entrevistado 5 “En caso nuestro no. No estamos tan metidos en la tecnología.” El cual nos comenta que les es más cómodo trabajar de la manera antigua y tradicional.

En referencia a la existencia de una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales, según lo observado dentro de nuestra ficha, encontramos que “Las páginas que podemos encontrar información de Iquitos y prevención del Dengue son”:

- Mincetur
- Promperú
- Diresa

de todos los entrevistados tenemos en su mayoría con respuestas positivas y pocos de ellos respondiendo que no existe página alguna, además de eso, solo tenemos dos entrevistados de los cuales no precisan alguna información. Entre los argumentos principales nos muestran que existen diferentes paginas donde se brinda información turística de la ciudad de Iquitos y también sobre las prevenciones de enfermedades tropicales, por ejemplo, tenemos el testimonio del entrevistado 2 “CARETUR tiene una página de información turística. IPERÚ (oficial de Información Turística del Mincetur) creo que también tiene su página informativa del destino” el cual nos indica algunas páginas oficiales en el que se brinda la información adecuada, además tenemos a los entrevistados 6, 9 y 11 enfatizan el uso de las páginas del DIRCETUR el cual se encarga de difundir información sobre Iquitos, y el entrevistado 7 “Si en la página del GOREL. Tiene páginas de información al turista. Muchos de los turistas les ponen una vacuna para algunas enfermedades tropicales”, donde nombra al Gorel, el cual los turistas pueden encontrar toda la información sobre las enfermedades tropicales.

Tenemos dos entrevistados que indican de forma negativa la existencia de dichas páginas, por ejemplo, el entrevistado 8 “No existe”.

Por último, tenemos a los entrevistados 3, 4 y 12 donde nos responden que no tienen idea sobre alguna página web que brinde ese tipo de información.

En relación a las páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionarse el turismo en época de crisis sanitaria tenemos al DIRCETUR y PROMPERÚ como mayor respuesta de los entrevistados y Mincetur en un menor número de entrevistados, por otro lado, algunos entrevistados respondieron otras páginas web de instituciones estatales.

Respecto a las páginas del DIRCETUR Y PROMPERÚ, 11, 8 y 10 respondieron que estas dos instituciones cuentan con una página web donde ayuda a promocionar el turismo en la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria, Además de eso tenemos como respuesta I Mincetur, donde el entrevistado 1 “Creo que la única pág. Que promociona el atractivo turístico como estado es la página del MINCETUR, por medio de esta página nosotros nos enteramos de las actividades que el gobierno está haciendo”, el cual indica que en esta página se publican diferentes informaciones sobre el turismo de la ciudad, también el entrevistado 5 “Mincetur, constantemente trabaja con los hoteles, siempre viene a chequearlos. La verdad no sabría decirle si hay o no hay una página regional”.

Por último, la minoría de entrevistados nos indica que existen otras páginas estatales que ayuda a promocionar el turismo en ésta época, como por ejemplo las páginas del GOREL según los entrevistados 6 y 7 “El que ha estado apoyando durante mucho tiempo ha sido el gobierno regional, pero nos pone trabas para sacar el licenciamiento” pero también obtuvimos una respuesta haciendo referencia a que no hay muchas páginas que se dediquen al turismo de Iquitos según el entrevistado 2 “Poco, ni en crisis ni en épocas normales.”.

V. DISCUSIÓN

El turismo en Iquitos ha crecido tanto los últimos años, que se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes de la ciudad y es por ellos que los diversos operadores turísticos han logrado crear nuevas estrategias de promoción turística para mantener las visitas tanto internas como externas, a pesar de que, por tener un clima tropical, se presenten diferentes enfermedades que se transmiten por medio de picadura de mosquito como el dengue. El dengue es una enfermedad tropical que ha cobrado muchas vidas humanas en la ciudad de Iquitos, convirtiéndolo así en una enfermedad endémica, y producto de ellos genera una crisis sanitaria. (Gervás, 2009) indica que las condiciones para hablar de una crisis sanitaria son: la alerta y la emergencia, además de tener una percepción de riesgo de propagación simultánea dentro de una población.

Las estrategias de promoción turística son herramientas que han sido creadas para impulsar ésta actividad dentro de la ciudad y sus alrededores, (Parra y Beltrán, 2016), nos dice que para obtener la satisfacción del turista se emplean estrategias como la relación entre visitantes y pobladores y el buen progreso y subsistencia de los recursos. Éstos han ido actualizándose y mejorando según las necesidades del cliente, Sánchez (2001), sostiene que el turismo y las personas se han vuelto más exigentes al momento de obtener un producto o servicio, tienen más información y busca la buena calidad y sea adaptable a sus requerimientos. Dentro de las estrategias utilizadas por el sector turismo en la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria tenemos a los medios y espacios que ayudan a difundir la información sobre los atractivos turísticos más resaltantes, mediante promociones y ofertas que atraen al turista, además se le mantiene informado por medio de charlas sobre prevención sanitaria, dándole una sensación de seguridad a pesar de los problemas presentes en la ciudad. La imagen actual de Iquitos es de una ciudad poco higiénica, ruidosa y desordenada, pero por otro lado el carisma y el calor de la población, genera esa atracción del turista por quedarse y seguir explorando nuestra selva. (Parra y Beltrán. 2007) nos dice que la imagen es un determinante para la decisión de compra relacionada al destino turístico que está condicionada por factores internos y externos. Lamentablemente existe una falta de interés en las autoridades según la percepción que tienen en su mayoría la población y los

turistas, con ayuda y la unión de las diferentes entidades de Turismo y salud, la tasa de contagios producto del dengue disminuirá y la actividad turística incrementará fomentando así más empleabilidad e incremento económico entre la población.

Con respecto a la publicidad como estrategia de promoción turística en Iquitos, se realiza ésta actividad mediante medios masivos, ya que tiene más llegada a la población, brindando todo tipo de información respecto al turismo en la ciudad y cómo prevenir el contagio del virus de Dengue, por otro lado, encontramos puntos estratégicos, donde brindan este tipo de información al turista de una manera más directa y personal, en concordancia a lo mencionado, (Giraldo, 2019) nos dice que la publicidad se usa para resaltar y propagar las características positivas de un lugar, producto o servicio con la finalidad de atraer al público en general y crear un interés, por ello, (Kotler, Armstrong, 2008) menciona que a la actualidad para apoyar el marketing mediante la publicidad se ha generado medios masivos como la televisión, radios, revistas o cualquier medio de comunicación donde las empresas invierten más dinero en este tipo de medios generando así mayor interés en sus productos. Por otro lado, siguiendo con la publicidad, los medios masivos aún son considerados como los más utilizados dentro del mercado publicitario ya que representa un mayor interés en la población, (Kotler, et. at., 2011), por ejemplo, vemos que en Iquitos el medio por donde más se brinda información es por la radio y por la televisión mediante canales del estado, donde las entidades de salud y turismo crean videos cortos para así tener una llegada más directa con el poblador y el turista, y a su vez generar interés hacia la ciudad, creando un tipo de conciencia por el cual las personas estarán más concentradas en sus cuidados personales como a su vez de la ciudad. Adicional a esto, las entidades públicas y privadas realizan un tipo de publicidad sobre la prevención del dengue hacia los turistas que visitan la ciudad, generando una reacción que se mantiene en el tiempo, ya que con ello crean un interés genuino al momento de adquirir algún servicio turístico, esto se refiere, (Gómez, 2017) que nos indica que la publicidad es una estrategia que se emplea dentro de la población el cual ayuda a elegir que obtener, promover la felicidad propia, etc., así generar una correcta decisión de compra. Entonces, todo lo mencionado nos lleva a que la publicidad mediante medios con mayor alcance a la sociedad es muy importante ya que genera un interés por el producto

o servicio, ya sea para obtener información y ponerlo en práctica manteniéndolo vigente a largo plazo.

Con respecto a la promoción de ventas como estrategias de promoción turística que Iquitos maneja en época de crisis sanitaria, lo hace mediante ofertas de los productos y servicios que brindan cada empresa tanto pública como privada, de manera que puedan lanzar promociones con un límite de tiempo para que el turista pueda adquirir como mayor facilidad, esto sucede mayormente en las agencias de viaje con la creación de paquetes turísticos donde tienen una capacidad limitada, restaurantes que promocionan la gastronomía local mediante combos o menús en el día y hoteles que ofrecen descuentos y algunos beneficios durante su estadía., además la calidad de servicio que el poblador ofrece al turista hace que éste mismo quiera volver a pesar de las condiciones en que se pueda encontrar la ciudad, en concordancia a lo mencionado, (Álvarez, 2000) nos comenta que la promoción de ventas es la acción de vender el producto o servicio en el momento a un corto plazo y genera la participación del cliente de manera principal mediante eventos incentivando la compra y venta. Por otro lado, (Kotler, Armstrong, 2008), nos dicen que la promoción de ventas es la agrupación de herramientas con características específicas que se utilizan para atraer a los clientes y obtengan el producto elegido de manera eficaz y rápida, como, por ejemplo; cupones, descuentos, concursos, ofertas, etc. Por lo mismo que los diferentes operadores turísticos que encontramos en la ciudad de Iquitos, manejan sus propias ofertas para así atraer cada vez más a turistas tanto internos como extranjeros, y más aún en temporada baja producto de la crisis sanitaria, ya que, con esto, pueden recuperar las ventas perdidas. Por ello, (Kotler, et., at., 2011) nos dice que ésta herramienta es la más implementada por las entidades, aumentando así la oferta del producto y recuperar lo perdido en el comercio. Adicionalmente, el servicio que brinda el proveedor de la ciudad se caracteriza por la calidad y el trato amigable al momento de vender, brindando toda la información necesaria para que así el cliente se sienta seguro con el producto que va adquirir. Por otro lado, (Acerenza, 2005) nos indica que, cuando se utiliza esta estrategia, no genera un gasto mayor, es por ellos que se utiliza si se quiere obtener resultados positivos de manera rápida y eficaz. Entonces, cada operador turístico que se encuentra en Iquitos, promociona sus productos o servicios de acuerdo al interés que muestra el turista, ofreciendo descuentos, ofertas y

promociones que se pueden adquirir en el momento, ya que en ésta época e donde incrementan los casos del Dengue, los turistas sienten temor de visitar la ciudad.

Con respecto a relaciones públicas como estrategia, Iquitos nos muestra una ciudad donde la imagen es fundamental para la promoción del turismo, pero lamentablemente se encuentra con una mala organización entre las principales entidades, generando el rechazo del turista al ver una ciudad contaminada, pero todo esto se contrasta al momento de que el turista tiene contacto con la comunidad, el cual demuestra su calidez y enseña sobre las costumbres que se suelen practicar en la ciudad, generando así la preferencia del turista a pesar de la situación en que encuentra, resaltando el lado positivo del lugar, en concordancia a lo mencionado, (Femenía, 2011), nos dice que la imagen de un destino turístico influye en el comportamiento de los turistas, por lo mismo es uno de los hechos más estudiados en una investigación, (Parra, 2019) nos dice que las relaciones públicas es la relación que tiene una empresa con el cliente, donde prevalece la buena comunicación en todo momento, por ejemplo, los operadores turísticos se centran en mantener un contacto directo con el turista, brindándole información verídica a pesar de que esto genere un rechazo ya sea por motivo de la situación actual de la ciudad referente a la contaminación o el hecho de que existan enfermedades tropicales que se puede adquirir al momento de realizar una actividad en dicha ciudad, pero, esto a su vez genera una fidelidad del turista hacia el operador ya que siente que no se le oculta información importante. Por otro lado, (Acerenza, 2005), nos dice que es importante generar una atracción positiva del destino para generar confianza y fidelizar a los turistas potenciales para no perder la venta. Entonces, pese a que Iquitos cuenta con una mala imagen producto de la contaminación y falta de conciencia ambiental el cual genera focos infecciosos y atraen al mosquito que produce el virus del Dengue, la relación que tiene la comunidad con el turista es un factor altamente positivo, ya que su población se caracteriza por su calidez, alegría y buena actitud que muestra al momento de ofrecer su producto o servicio, el cual cumple con las expectativas del cliente. Por último, (Kotler, Armstrong, 2008) nos indican que, para generar una buena relación entre el consumidor y la empresa, se debe evitar los comentarios y actitudes negativas que puedan afectar la buena imagen del producto, obteniendo buenos resultados. Es por ello que a pesar de que Iquitos se pueda encontrar en medio de

una crisis sanitaria, el turista aún encuentra motivos para visitar la ciudad y sus alrededores.

Con respecto al marketing 3.0 que Iquitos utiliza como estrategia de promoción, es considerada la más importante ya que es la forma más económica y rápida por el cual se tiene un contacto directo con el turista, mediante las páginas Web de las instituciones públicas y privadas, como las redes sociales que manejan cada empresa, generando así la satisfacción positiva del cliente, quien se siente como alguien primordial y especial, pero a su vez éstos tienen una parte negativa ya que al ser un medio con mayor facilidad de entrada, se pueden filtrar comentarios y opiniones de clientes no satisfechos producto de una mala experiencia, por ello, (Kotler, 2018), nos dice que Marketing 3.0, muestra el cambio del trato hacia las personas, no solamente porque consumen sus productos, sino que demuestran sus valores y a su vez utilizan más los medios sociales en la red, lo cual nos indica que para obtener un mayor alcance con los clientes, es mejor mantener una buena relación y manejarse según sus costumbres y cultura. Por otro lado tenemos, (Sánchez, 2011), nos dice que el turismo 2.0 nace por medio de la Web, donde el cliente se siente con mayor facilidad y accesibilidad al momento de obtener información sobre el destino que visita y a su vez puede interactuar con otras personas que ya hayan adquirido el servicio, por ejemplo, la mayoría de los operadores turísticos en Iquitos manejan una interacción personalizada con los clientes, donde muestran los servicios y productos resaltando las características positivas, gracias a esto pueda generar un interés del cliente, mediante fotografías, descripciones, comentarios y experiencias publicadas en sus páginas respectivas. Por otro lado, (Kotler, 2018) nos muestra que la evolución del marketing es más objetiva con vista al consumidor, tratándolos con valores y a su vez estos, utilizan con más frecuencia las redes sociales, es por ello que las personas involucradas en el sector turístico de Iquitos, se concentran más en satisfacer las expectativas del cliente según su propia investigación, utilizando todos los medios necesarios para fidelizar al cliente, adicionalmente (Kotler et. at., 2001) nos dice que el marketing introduce la investigación del mercado para poder promocionar un producto. Ante ello, Iquitos da un mayor énfasis al momento de promocionar sus productos y servicios mediante la red, ya que es el primer medio donde los turistas obtienen información.

Con respecto a las estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria, tenemos el artículo de investigación de Rodríguez - Toubes y Fraiz (2011) donde aborda la cercanía de las características de la crisis en Galicia, España; en un determinado tiempo, ya que se enfoca sobre la unión de las empresas y agentes participantes como una herramienta para la planificación y solución del problema en el lugar, mientras que nuestro trabajo se enfoca en toda persona y entidad involucrada en el sector turístico de la ciudad de Iquitos y fomenta la creación de nuevas estrategias para promover el turismo en dicho lugar , asimismo utilizamos un enfoque cualitativa donde buscaremos resultados mediante una entrevista, por lo tanto nuestro trabajo tiene un enfoque más detallado.

Tenemos también respecto a publicidad como estrategia de promoción al trabajo de investigación de Plumed, Gomez y Martín (2018), el cual analiza la conveniencia entre la sostenibilidad y promoción turística, pero no se enfoca en el tema de crisis sanitaria que es un componente más específico, si no en la sostenibilidad nacional, además el lugar de la investigación está ubicado en España, donde el turismo y sociedad es muy diferente a la zona de nuestro trabajo. (Iquitos).

Respecto a las relaciones publicas mediante la imagen brindada del lugar, tenemos al artículo de Rodríguez (2016) donde demuestra los riesgos y la sostenibilidad de la crisis en el sector turístico con referencia a la seguridad como inconveniente para los destinos, vemos que se enfoca en la crisis y riesgos en el turismo de Latinoamérica, evidenciando las consecuencias que trae la falta de seguridad en los lugares donde se practica el turismo hacia los turistas o nuevos visitantes, asimismo el tema se centra en la Ciudad de México mientras que nuestro trabajo se enfoca en una crisis específica que es la sanitaria dando referencia al Dengue, dentro de la ciudad de Iquitos.

Referente a las estrategias de promoción turística, tenemos también a Marsano (2016), que en su artículo analiza y evalúa la crisis económica que el Perú atravesó en los años 90's hasta el 2015, afectando así negativamente al turismo, donde nos indica como se ha desarrollado el turismo dentro de nuestro país en un plazo de 15 años, mientras que nuestro trabajo se centra en un determinado periodo donde el Dengue estuvo más presente. Además, el trabajo de investigación se refiere a un

área económica, caso contrario nuestro trabajo se monta a la situación de crisis sanitaria.

Por otro lado, respecto a promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, tenemos a Herrera y Quispe (2018) con su trabajo de investigación donde analiza el uso de herramientas de promoción generando un incremento en el turismo interno de Ayacucho, mientras que nuestro trabajo está situado en la ciudad de Iquitos, departamento de Loreto, donde analizan las estrategias de promoción que se utiliza en medio de una crisis sanitaria. Asimismo, el enfoque fue mixto, caso contrario nuestro trabajo tiene un enfoque cualitativo de diseño fenomenológico.

Con respecto a las limitaciones del trabajo, nos encontramos en medio de una pandemia producto del Covid-19, generando así una baja importante en el sector turístico, el cual no permitió que se realice una observación real de alto flujo turístico y las entrevistas sean basadas en casos anteriores, pero a pesar de todo, pudimos realizarlo mediante el contacto con operadores turísticos que han atravesado por crisis sanitarias producto del dengue ya que es algo que se vive en el día a día y además se esfuerzan en promover el turismo dentro de la ciudad de Iquitos, superando nuestras expectativas a pesar de la realidad actual.

A partir de nuestro trabajo, se puede proponer a futuro, la creación de nuevas estrategias para promocionar el turismo dentro de la región Amazónica de manera continua, ya que el Dengue está presente en todo momento, asimismo generar una conciencia ambiental en la población demostrando los aspectos positivos que conllevan a un buen manejo de las herramientas de promoción turística y así generar un incremento cultural, social y económico a largo plazo.

VI. CONCLUSIONES

Las estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria son las herramientas que los operadores turísticos como establecimientos de hospedajes, agencias de viaje, hoteles y entidades públicas manejan a través de medios informativos que tienen mayor llegada a la población y turistas de la ciudad de Iquitos, mostrando cualidades positivas y actitudes con las cuales se obtiene una fidelización genuina de parte del visitante, sintiéndose más seguro e informado, a pesar de las dificultades que se puedan presentar durante su estadía.

Con respecto a la publicidad turística en Iquitos se da mediante los medios masivos con más llegada a la población y al turista, información transmitida por canales y emisoras locales, por otro lado, lo manejan mediante publicaciones impresas que son repartidas en puntos estratégicos.

Con respecto a la promoción de ventas, las empresas turísticas en Iquitos ofrecen todo tipo de ofertas, promociones, descuentos de sus productos y servicios con un tiempo limitado para así no perder la afluencia turística y la demanda sea continua, creando alianzas estratégicas entre ellos para así poder enfrentar la crisis.

Con respecto a las relaciones públicas, Iquitos muestra una imagen preocupante por motivo de la contaminación y poco cuidado que tiene por medio de sus gobernantes, pero a pesar de eso, los turistas prefieren este lugar por la calidez humana que reciben por parte de los pobladores y empresas turísticas, obteniendo un efecto multiplicador al momento de recomendar el lugar.

Con respecto al marketing 3.0, las empresas turísticas y entidades estatales utilizan la web de manera positiva, brindando toda información que el turista solicita, con un contacto más directo y personalizado. Además, busca que el turista se sienta cómodo y así lograr tener una experiencia inolvidable.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda que las entidades estatales como IPERÚ, DIRCETUR, PROMPERÚ, INFOTUR que se encargan de promocionar el turismo dentro de la ciudad, fomente una mayor conciencia ambiental y cuidado del patrimonio natural y cultural, brindando capacitaciones de interés público y a su vez crear nuevas plataformas gratuitas donde el turista pueda informarse sobre el estado actual de Iquitos al momento de planear su visita a la ciudad, durante su estadía y al retornar a su lugar de procedencia, brindando las herramientas necesarias para una correcta prevención de enfermedades tropicales.

Se recomienda invertir más en la publicidad impresa, ya que no toda la población cuenta con un acceso a la tecnología, distribuyéndolo gratuitamente a todos los hogares de la región; asimismo es necesario que el Gobierno Regional promueva charlas informativas sobre la prevención del Dengue en los lugares más vulnerables,

Se recomienda a PROMPERÚ invertir más en el mantenimiento y protección de los atractivos turísticos que se encuentran dentro de la ciudad, incluyéndolos también en los paquetes turísticos que se ofrecen actualmente mediante promociones creando alianzas estratégicas entre operadores turísticos generando una competencia genuina e incrementar las visitas hacia la ciudad

Se recomienda elaborar charlas informativas sobre conciencia ambiental y desarrollo sostenible a la población, a su vez implementar puntos de recolección de residuos y fomentar el reciclaje, por otro lado, es necesario crear nuevos atractivos turísticos dentro de la ciudad, así la estadía del turista pueda ser más prolongada y su percepción sea más positiva.

Por último, se recomienda Impulsar el uso de las redes sociales y crear nuevas aplicaciones que se puedan visualizar mediante el teléfono móvil, lo que permitiría llegar no solo a turistas sino también a pobladores, donde los más jóvenes hacen uso de ésta tecnología y puedan ser compartidos y comentados con las personas de mayor edad.

REFERENCIAS

Acerenza, M. (2005), *Promoción Turística: un enfoque metodológico*, 7ma edición.

Editorial Trillas.

Álvarez, B. (2000), La Promoción de Ventas como Instrumento para modificar el Comportamiento de los Individuos, *revista Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, p.1-29.

http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/45788/1/d204_00.pdf

Buscan impulsar el turismo en el VRAEM (15 de abril del 2019), Portal del Turismo, parr. 1, 2. <https://portaldeturismo.pe/noticia/buscan-impulsar-el-turismo-en-el-vraem/>

Calvi, M. (2016), Guía de viaje y Turismo 2.0: Los borrosos confines de un género, *Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos*, volumen (31), p. 15-37.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2870/287045359002>

Campaña “Vuelve a Perú” promueve más visitas de turistas latinoamericanos (11 de setiembre del 2019), Andina, parr. 1, 2. <https://andina.pe/agencia/noticia-campana-vuelve-a-peru-promueve-mas-visitas-turistas-latinoamericanos-766348.aspx>

Canalis, X. (12 de junio del 2009), *La pandemia de la gripe A afectará al turismo durante meses y por oleadas*, Comunidad Hosteltur [Mensaje de Blog]. https://www.hosteltur.com/61444_pandemia-gripe-afectara-al-turismo-meses-oleadas.html

Carrasco, S. (2014), *Metodología de la Investigación Científica: Pautas Metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de Investigación*, 2da edición. Editorial San Marcos.

Chen, C. (22 de enero del 2016), *La comunicación digital es la comunicación del siglo XXI*, PuroMarketing [Mensaje de Blog].

<https://www.puromarketing.com/55/26223/comunicacion-digital-comunicacion-siglo-xxi.html>

Chuquimarca, R. et. al. (2017). La Cultura de la comunicación, una condición del profesor del siglo XXI, *revista Universidad y Sociedad*, volumen (9), p. 173-

177.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000200023&lng=es&tlng=es.

Colombia, el riesgo es que te quieras quedar (29 de noviembre del 2007), El Portafolio, parr. 1. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/colombia-riesgo-quieras-quedar-186572>

Diario Gestión (2019), Promperú presentó su campaña “De la Selva, su Encanto” [Video Promperú], Perú. <https://gestion.pe/economia/promperu-presento-su-campana-de-la-selva-su-encanto-noticia/?ref=gesr>

Fuller, N. (2008), *Turismo y Cultura, Entre el entusiasmo y el recelo*, Fondo Editorial.

Fuster, D. (2019), Investigación Cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico, *propósitos y Representaciones*, volumen (7) número (1).

https://www.researchgate.net/publication/330233808_Investigacion_cualitativa_via_Metodo_fenomenologico_hermeneutico

García, F. (2017). Tres décadas de cambios en el turismo mundial: El impacto de la globalización en los flujos turísticos, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, p. 127.

Global Green Growthd Institute (2015), El Turismo como estrategia para la conservación y el uso sostenible de los Bosques – Consideraciones preliminares. serfor.gob.pe/wp-content/uploads/2016/03/El-turismo-como-estrategia-para-la-conservacion-y-el-uso-sostenible-de-los-bosques.pdf

Glosario de la OMT (s.f.) Organización Mundial de Turismo. <https://www.unwto.org/es>

Guerrero, P. y Ramos, J. (2014) *Introducción al Turismo*. Editorial Patria.

Gurría, M. (1991), *Introducción al Turismo*. Editorial Trillas.

Hall, C., Duval, D. y Timothy, D. (2004), Safety and Security in Tourism: Relationships, Management and Marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, volumen (15), p. 2-4.

https://www.researchgate.net/publication/306083050_Safety_and_Security_in_Tourism_Relationships_Management_and_Marketing

Hernández, R. et. al. (2017), *Metodología de la Investigación*, 6ta edición. McGraw- Hill/Interamericana Editores.

Herrera, M. y Quispe, J. (2018), *Estrategias de Promoción Turística y Turismo Interno en el Departamento de Ayacucho en el 2018*, (Tesis para obtener Licenciatura). Universidad Tecnológica del Perú.

file:///D:/Users/casa/Downloads/estrategia%20promocion%20turistica%20a yacucho%202018.pdf

Instituto de Estadística e Informática (2018), base de datos del INEI, [noviembre].

Iquitos: El dengue ya repercute en el turismo (31 de enero del 2011), Diario LA República, parr. 4, 5. <https://larepublica.pe/archivo/515890-iquitos-el-dengue-ya-repercute-en-el-turismo/>

Korstanje, M. (2016), *Handbook of Research on Holistic Optimization Techniques in the Hospitality, Tourism, and Travel Industry*, https://www.researchgate.net/publication/312003037_Introduction_to_Tourism_Security/stats

Kotler, p. et. al. (2011), *Marketing Turístico*, 5ta edición. Editorial Pearson Education.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2008), *Fundamentos de Marketing*, 8a edición. Editorial Pearson Education.

Kotler, P., Kartajaya H. y Setiawan I. (2018), *Marketing 3.0*. 4ta edición. Editorial LID.

La gripe aviar es la gran amenaza para el turismo mundial (26 de diciembre 2007),
Diario El País.
https://elpais.com/diario/2007/12/27/economia/1198710010_850215.html

Campaña de recojo de inservibles para controlar el Dengue (07 de octubre

del 2020), Fanpage Iquitos al rojo vivo.
https://www.facebook.com/IQARV2/posts/215932263293515?comment_id=216223443264397&reply_comment_id=216298613256880¬if_id=1602199411499907¬if_t=comment_mention&ref=notif 7-

Cabezas, C. (2011). 21 años de la re-emergencia del Dengue en el Perú: una enfermedad crónicamente anunciada, *Diagnostico*, volumen (50), número (3)

Dengue y Dengue Grave (2020) Organización Mundial de Salud.
<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/dengue-and-severe-dengue>

Lamata, F. (2006), Crisis sanitaria y respuesta política, *revista de Administración Sanitaria Siglo XXI*, volumen (4), p. 401-406.
<https://www.elsevier.es/es-revista-revista-administracion-sanitaria-siglo-xxi-261-articulo-crisis-sanitarias-respuesta-politica-13094669>

Ledhesma, M. (2017), *Gestión de crisis en turismo*. Editorial Augusta Carolina Rivas Tello

Mann, S. (02 de Setiembre del 2018), *Las teorías de la Percepción*, ACFILOSIFÍA Actividades de Filosofía [Mensaje de Blog].
<https://www.acfilosofia.org/materias/psicologia-2-bachillerato/en-breve/596-las-teorias-de-la-percepcion.html>

Marsano, J. (2016), El impacto económico del turismo en el Perú 1990 – 2015, *revista Turismo y Patrimonio de la Universidad San Martín de Porres*, núm. (10), p. 155-168.

https://www.researchgate.net/publication/321280622_El_impacto_economico_del_turismo_en_el_Peru_1990-2015

Mesa, D. (2010), *Marketing proactivo en períodos de crisis y sus efectos en el desempeño empresarial*, (Tesis para obtener Doctorado).
Universidad
Politécnica

de

Cataluña.file:///D:/Users/casa/Downloads/mesa_marketing_crisis_p
ara%20wendy%20(1).pdf

Moncada, S. (18 de junio del 2019), *Epidemias en Perú*, Consejo Regional
Lima [Mensaje Blog]. <https://cmplima.org.pe/epidemias-en-peru/>

Nieto, J., Román, I. y Bonillo, D. (2016). La Crisis Económica y el Turismo
Internacional en España, *International Journal of Scientific
Managment*

Tourism, volumen (2), p.
271-

283. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/5665880.pdf>

Oviedo, G. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología
con base en la Teoría Gestalt, *revista de Estudios Sociales*,
volumen (18), p. 89-96.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-885X2004000200010&lng=en&tlng=es.

Parra, M. y Beltran, M. (2016), *Estrategias de Marketing para Destinos
Turísticos*,

<http://www.eumed.net/libros/libro.php?id=1560>.

Plumed, M., Gómez, D. y Martín, C. (2018), Planificación turística,
promoción y sostenibilidad ambiental, *Revista de Ciencias de la
Administración* y

Economía, volumen (8), p. 7-17.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6382097>

Rodríguez, M. (2016). Gestión Sustentable de Riesgos y Crisis en el Turismo Mexicano y Latinoamericano como Problema Estratégico para la seguridad de los destinos. Implicaciones para Ciudad Juárez, México, *European Scientific Journal*, volumen (12), p. 183.

https://www.researchgate.net/publication/304743323_GESTION_SUSTENTABLE_DE_RIESGOS_Y_CRISIS_EN_EL_TURISMO_MEXICANO_Y_LATINOAMERICANO_COMO_PROBLEMA ESTRATEGICO PARA LA SEGURIDAD DE LOS DESTINOS IMPLICACIONES PARA CIUDAD JUAREZ_MEXICO#fullTextFileContent

Rodríguez, R. (17 de abril del 2018), *Gestión de crisis, ¿Cómo actuar?*, mglobal Marketing Razonable [Mensaje de Blog]. https://mglobalmarketing.es/blog/gestion-de-crisis/#Gestion_de_crisis

Rodriguez-Toubez, D. y Fraiz, J. (2009), Gestión de Crisis en el Turismo: La cara Emergente de la Sostenibilidad, *Revista Encuentros Científicos*, p. 49 – 58. https://www.researchgate.net/publication/262632422_Gestion_de_crisis_en_el_turismo_la_cara_emergente_de_la_sostenibilidad

Sánchez, E. (2011). El Turismo 2.0. Un nuevo modelo de Promoción Turística, *revista académica REDMARKA*, volumen (6), p. 33-57. <https://app.luminpdf.com/viewer/5eb104824feb650017d8e480>

Sánchez, M. y Oliva, C. (2016), *Formas de Comunicación en el siglo XXI*.
Editorial Dykinson.

Urry, J. y Larsen, J. (2011), *The Tourist Gaze 3.0*, 11va edición. Sage
Publications.

Villaroel, G. (2007), Las representaciones sociales: una nueva relación
entre el individuo y la sociedad, *revista Fermentum*, número (49), p.
434 – 454. <https://www.redalyc.org/pdf/705/70504911.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Tabla 2

Tabla 2 Tabla Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Tema o unidad de análisis	Categorías	Metodología
<p>General</p> <p>¿Cuáles son las estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020?</p> <p>Específicos</p> <p>¿Cómo se da las estrategias de publicidad turística en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020?</p> <p>¿Cómo se da las estrategias de promoción de ventas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020?</p> <p>¿Cómo se dan las estrategias de relaciones públicas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020?</p>	<p>General</p> <p>Analizar las estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020</p> <p>Específicos</p> <p>Describir las estrategias de publicidad turística en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020.</p> <p>Definir las estrategias de promoción de ventas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020.</p> <p>Describir las estrategias de relaciones públicas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020</p>	<p>Estrategias de promoción turística época de crisis sanitaria en Iquitos.</p>	<p>Estrategias de publicidad turística</p> <p>Estrategias de Promoción de ventas turísticas</p> <p>Estrategias de relaciones públicas turísticas</p> <p>Estrategias de marketing 3.0</p>	<p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Diseño: Fenomenológico</p> <p>Población Involucrados en la actividad turística</p> <p>Técnica: Entrevista Y Observación</p> <p>Instrumentos :</p>

¿Cuáles son las estrategias de marketing 3.0 en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020?

Describir las estrategias de marketing 3.0 en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020.

Guía de
Entrevista y ficha
de observación

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Matriz de Categorización Apriorística

Tabla 3

Tabla 3 Matriz de Categorización Apriorística

Ámbito temático	Problemas específicos	Objetivos específicos	Categorías	Subcategorías	Ítems de entrevistas para involucrados en turismo
Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020	¿Cómo se da las estrategias de publicidad turística en épocas de crisis sanitaria Iquitos, 2020?	Describir las estrategias de publicidad turística en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020.	Estrategias de publicidad turística	Afiches	<p>¿Los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos son suficientes y abastece la demanda turística en época de crisis sanitaria? ¿De qué manera? Podría detallar su respuesta por favor</p> <p>¿Los afiches turísticos contienen información sobre prevención referente al dengue? Podría detallar su respuesta por favor</p> <p>¿Realizan infografías sobre enfermedades tropicales para que sean distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor</p> <p>¿En qué medios informativos tradicionales (radio, televisión) suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria?</p> <p>¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas puedan buscar información en general sobre la ciudad?</p> <p>¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales?</p> <p>¿Realizan reportajes e informativos en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor</p>
				Medios y espacios	
				Anuncios impresos y transmitidos	

<p>¿Cómo se da las estrategias de promoción de ventas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020?</p>	<p>Definir las estrategias de promoción de ventas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020</p>	<p>Estrategias de promoción de ventas turísticas</p>	<p>Eventos</p>	<p>¿Qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria del dengue para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos? podría detallar su respuesta por favor ¿De qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos? Podría detallar su respuesta por favor.</p>
<p>¿Cómo se dan las estrategias de relaciones públicas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020?</p>	<p>Describir las estrategias de relaciones públicas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020</p>	<p>Estrategias de relaciones públicas turísticas</p>	<p>Exposición al público</p>	<p>¿De qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor ¿A todos los turistas se les informa sobre los riesgos y prevención que se toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor ¿Cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor</p>
<p>¿Cómo se dan las estrategias de relaciones públicas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020?</p>	<p>Describir las estrategias de relaciones públicas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020</p>	<p>Estrategias de relaciones públicas turísticas</p>	<p>Imagen</p>	<p>¿Cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Cómo gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad? Desde su punto de vista ¿Qué deberían hacer para mejorar el turismo en época de crisis sanitaria en Iquitos? ¿Cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas?</p>
<p>¿Cómo se dan las estrategias de relaciones públicas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020?</p>	<p>Describir las estrategias de relaciones públicas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020</p>	<p>Estrategias de relaciones públicas turísticas</p>	<p>Relaciones con la comunidad</p>	<p>¿Cómo monitorean la postventa turista en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Cuáles son las necesidades de los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor ¿Qué estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitarias?</p>

				¿Cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
¿Cuáles son las estrategias de marketing 3.0 en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020?	Describir las estrategias de Marketing 3.0 en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020.	Estrategias de Marketing 3.0	Redes Sociales	<p>¿Cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor</p> <p>¿Realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del dengue?</p> <p>¿Qué tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor</p> <p>¿Cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor</p> <p>¿Se paga publicidad para promocionar la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Por qué? Podría detallar su respuesta por favor</p>

Web

¿En qué plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

¿Existe una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

¿En qué páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionar el turismo en la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3: Instrumentos utilizados

GUÍA DE ENTREVISTA

Nombre del entrevistado:

Lugar de nacimiento del entrevistado:

Centro de labores del entrevistado:

Edad del entrevistado:

Institución del entrevistado:

Hora de inicio de la entrevista:

Hora de fin de la entrevista: _____

Lugar de entrevista: _____

TEMA: ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURISTICA EN ÉPOCA DE CRISIS SANITARIA EN IQUITOS, 2020.

I. SOBRE ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD TURISTICA:

1. ¿Los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos son suficientes y abastece la demanda turística en época de crisis sanitaria? ¿De qué manera? Podría detallar su respuesta por favor
2. ¿Los afiches turísticos contienen información sobre prevención referente al dengue? Podría detallar su respuesta por favor
3. ¿Realizan infografías sobre enfermedades tropicales para que sean distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

4. ¿En qué medios informativos tradicionales (radio, televisión) suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria?
5. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas puedan buscar información sobre la ciudad?
6. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales?
7. ¿Realizan reportajes e informativos en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor
8. ¿Qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria?

II. SOBRE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE VENTAS TURÍSTICAS:

1. ¿Qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
2. ¿De qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos? Podría detallar su respuesta por favor.
3. ¿De qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor
4. ¿A todos los turistas se les informa sobre los riesgos y prevención que se toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
5. ¿Cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

III. SOBRE ESTRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS:

1. ¿Cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria?

2. ¿Cómo gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad?
3. Desde su punto de vista ¿Qué deberían hacer para mejorar el turismo en época de crisis sanitaria en Iquitos?
4. ¿Cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas?
5. ¿Cómo monitorean la postventa turista en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria?
6. ¿Cuáles son las necesidades de los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor
7. ¿Qué estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitarias?
8. ¿Cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

IV. SOBRE ESTRATEGIAS DE MARKETING 3.0:

1. ¿Cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor
2. ¿Realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del Dengue?
3. ¿Qué tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor
4. ¿Cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor
5. ¿Se paga publicidad en las redes sociales para promocionar la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Por qué? Podría detallar su respuesta por favor
6. ¿En qué plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por

favor

7. ¿Existe una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor
8. ¿En qué páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionar el turismo en la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Anexo 4: Validación de expertos

Figura 8

Imagen de Tabla de evaluación de expertos 1



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 06 de junio de 2020

Apellido y nombres del experto: Miguel Angel Bazalar Paz

DNI: 25793885 Teléfono: 989193334

Título/grados: Maestro en Finanzas y Mercados Financieros

Cargo e institución en que labora: Docente Universitario

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?											X	
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?									X			
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										X		
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										X		
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?									X			
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?									X			

Promedio de valoración: 95%

Mgr. Miguel Ángel Bazalar Paz

FIRMA DEL EXPERTO

Nota: Evaluación de expertos. Fuente: Del autor

Figura 9

Imagen de Tabla de evaluación de expertos 2



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 6 DE JUNIO de 2020

Apellido y nombres del experto: ANSELMO MARTIN BUTRON SANCHEZ

DNI: 07758162

Teléfono: 2024342

Título/grados: MAESTRIA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

Cargo e institución en que labora: DOCENTE EN ADMINISRACION EN TURISMO Y HOTELERIA UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES		
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100	
1								X					
2							X						
3									X				
4							X						
5							X						
6									X				
7									X				
8									X				

X

Promedio de valoración: 570/8

FIRMA DEL EXPERTO

ALLUMNO: Yabar

Nota: Evaluación de expertos. Fuente: Del autor

Figura 10

Imagen de Tabla de evaluación de expertos 3



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 02 de abril de 2020.

Apellido y nombres del experto: Zevallos Gallardo, Z. Verónica.

DNI: 41726975

Teléfono: 932371609

Título/grados: Mg. Docencia Universitaria.

Cargo e institución en que labora: Universidad César Vallejo.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										X		
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										X		
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										X		
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?										X		
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?										X		

Promedio de valoración: 90%

FIRMA DEL EXPERTO

Nota: Evaluación de expertos. Fuente: Del autor

Figura 11

Imagen de Tabla de evaluación de expertos 4



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 04 de Junio de 2020

Apellido y nombres del experto: ROBERT ALEXANDER JARA MIRADA

DNI: 42312593 Teléfono: 947995565

Título/grados: DR. EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Cargo e institución en que labora: DOCENTE

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										X		
2										X		
3										X		
4										X		
5										X		
6										X		
7										X		
8										X		

Promedio de valoración: 90%

FIRMA DEL EXPERTO

Nota: Evaluación de expertos. Fuente: Del autor

Figura 12

Figura 8 Imagen de Tabla de evaluación de expertos 5



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 06 de junio del 2020

Apellido y nombres del experto: **CASTILLO CANALES, BRAULIO ANTONIO**

DNI: **47011880**

Teléfono: **984214226**

Título/grados: **MAESTRO**

Cargo e institución en que labora: **COORDINADOR ACADÉMICO DE LA UCV – FILIAL CALLAO**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										X		
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										X		
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										X		
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?										X		
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?										X		

Promedio de valoración: 90%



Mgtr. CASTILLO CANALES, BRAULIO ANTONIO

Nota: Evaluación de expertos. Fuente: Del autor

Figura 13

Imagen de Tabla de evaluación de expertos 6



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
 TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 18 de junio de 2020

Apellido y nombres del experto: Tovar Zacarías Carlos
DNI: 10139218
Teléfono: 997050409
Título/grados: Magíster en Administración
Cargo e institución en que labora: Docente EP. ATH Universidad César Vallejo

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										X		
2										X		
3										X		
4									X			
5									X			
6										X		
7										X		
8										X		

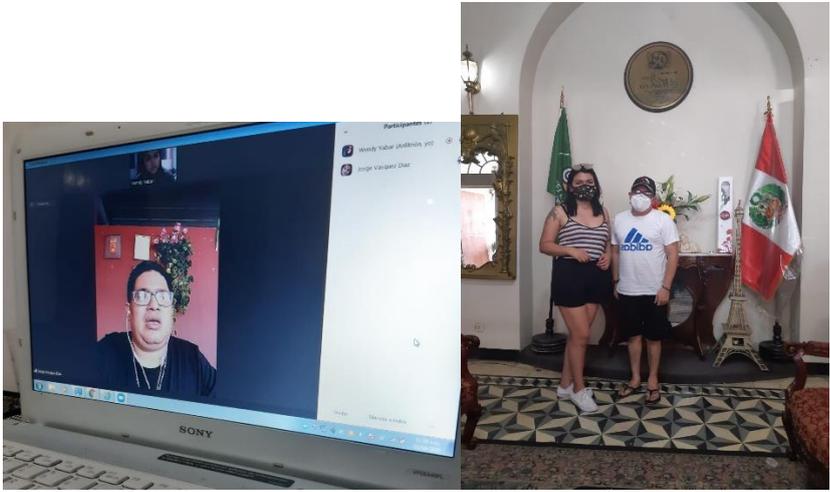
Promedio de valoración: 88%



 FIRMA DEL EXPERTO
 X

Nota: Evaluación de expertos. Fuente: Del autor

Anexo 5: Transcripción de entrevistas

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS	
Número de registro:	01
Nombre del investigadora/entrevistadora:	Wendy Yabar Macahuachi
Nombre de la población:	Iquitos
Fecha y hora de la entrevista:	3 de setiembre del 2020, 12pm
Fecha de llenado de ficha:	6 de setiembre del 2020, 9pm
Tema:	Estrategia de Promoción Turística en época de crisis sanitaria
Informante:	Gerente del Restaurante Gran Maloca: Jorge Vásquez
Contextualización:	Crisis sanitaria del Dengue
Observaciones:	La entrevista se realizó mediante Zoom.
Evidencia fotográfica:	
Duración de entrevista:	60 minutos mediante video llamada en la plataforma Zoom
1.	<p>¿Los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos son suficientes y abastece la demanda turística en época de crisis sanitaria? ¿De qué manera? Podría detallar su respuesta por favor</p> <p>Bueno , en este caso creo que el Dengue, es una enfermedad que el Gobierno Regional no ha sido lo suficientemente capaz de darle una</p>

importancia debida, lamentablemente no hemos tenido una campaña publicitaria para los turistas, en lo que es la prevención del Dengue, si bien es cierto el Dengue es una enfermedad que le puede dar a una persona que venga a hacer turismo dos o tres días, en la mayoría de los casos una semana, pero el dengue se manifiesta a partir de los 15 días porque tiene un proceso de incubación en el cuerpo y lamentablemente no existe ningún tipo de campaña de prevención que el gobierno haya hecho para los turistas que nos visitan. No hay ningún tipo de conocimiento para los turistas.

2. ¿Los afiches turísticos contienen información sobre prevención referente al dengue? Podría detallar su respuesta por favor

Se puede decir que hay, pero no lo suficiente (El dengue es esto, es lo otro) pero no específicamente previniendo la enfermedad, lo que deberían saber los turistas al venir a Iquitos.

3. ¿Realizan infografías sobre enfermedades tropicales para que sean distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria?

¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

Bueno eso sí creo que hay, los lugares que puedes acudir, las postas. Mayormente este tipo de información lo puedes encontrar en internet, pág. De Fb, pero afiches o volantes que hay en cada esquina, en la ciudad. No. Como te digo el dengue ha sido una enfermedad que ha tenido muchísimos muertos en Iquitos. No le han dado la importancia debida. y eso que el Dengue ha estado más antes que el Covid, como tu sabes Loreto ha sido una de las regiones más golpeadas con el Covid, sumando a que ya teníamos el Dengue, las consecuencias han sido desastrosas, miles y miles de muertes.

4. ¿En qué medios informativos tradicionales (radio, televisión) suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria?

Si hay ciertas campañas promocionando los atractivos turísticos de Iquitos, pero básicamente la municipalidad lo hace mediante su cuenta de Fb, el Gobierno Regional, pero así una campaña sólida que por ejemplo se unan todas las campañas de comunicación, televisoras, radios, no existe. básicamente el gobierno regional y municipal lo hacen a su modo, a su alcance, pero así campañas de todos. No.

5. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas puedan buscar información sobre la ciudad?

Sí, hay. Eso sí lo vi. En la plaza hay como ciertos puntos, como un croquis de la zona Monumental. No de todo Iquitos, pero si la zona céntrica, puedes encontrar hoteles, restaurantes, agencias de viajes, y sumado a eso también los aplicativos por internet puedes ubicar todo lo que te acabo de mencionar. Si hay en ciertos puntos estratégicos, más que todo en la zona monumental. El cual lo llamamos nosotros al centro, donde mayormente están los sitios turísticos, todo lo demás está cerca al río, por ejemplo, los Lodge.

6. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales?

la verdad, creo que no. No contamos con ese tipo de lugares, creo que eso le compete al Gobierno Regional, a la Diresa, al Turismo. Creo que debe ser un trabajo en común entre el Gobierno regional de Salud y la Oficina de Turismo, pero hacen campañas cada quien, por su lado, pero no se unifican para una campaña por la prevención de enfermedades tropicales para el turismo no.

7. ¿Realizan reportajes e informativos en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

si se escucha, pero no creo que le den la importancia suficiente que necesita esta enfermedad, tanto en el tratamiento como en la prevención. Lo único que hacen es fumigar, pero es un saludo a la bandera, es más agua que otra cosa. Creo que es más que toda una ventana para que las autoridades puedan hacer sus cutras, basados en la fumigación, pero que tenga efectos no. Si se ve pues campañas, prevén, usa protector. Porque mayormente el contagio no es en el centro, no es en la ciudad. Generalmente el contagio es cuando vas por la carretera, cuando vas a los Lodge, al río. Esos son los lugares donde hay más contagio. Por decir uno que vive en la ciudad que quiera ir por la carretera, cosa que ahora no se puede por el toque de queda,

entonces vas a la carretera y ahí te contagia. Ojo que no que no es una enfermedad que te contagias con el Covid. Es una enfermedad que lo adquieres a través del zancudo. Eso te enseñan en el colegio también, básicamente los profesores te enseñan cómo se contagia. Pero por decir que yo haya visto en toda mi vida profesional, que el gobierno regional vaya y diga, de esta manera se contagia, tiene un proceso de incubación de tanto tiempo. No lo hace. Las autoridades en Iquitos son indolentes. Si cuando tuvimos el tema del Covid el gobernador regional tenía a su disposición cerca de millones de soles para combatir el Covid y no hizo nada, ahí descubrimos que esa cantidad de dinero le dieron cuando el Dengue estuvo en todo su furor en Iquitos, entonces no hizo nada. Hay una indolencia de parte de nuestras autoridades, con lo del Covid ha sido la gota que derramó el vaso, tanto así que ha habido 2 sacerdotes que han tenido que poner dos plantas de oxígenos. En Iquitos la gente se moría por falta de Oxígeno, de nada te valía tener el dinero en la mano, pero no había donde comprar. Entonces con el Covid salió a resurgir que el Gobierno regional tenía el presupuesto, pero no hizo nada para prevenir.

8. ¿Qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria?

Bueno, no sé , basado en que estudio dicen que Iquitos obtuvo el efecto rebaño, no tengo mucho conocimiento. En Iquitos respecto al Covid, está bastante Controlada. YO nunca pensé pasar por todo lo que he vivido con el Covid, ósea el Dengue es una enfermedad que siempre hubo en Iquitos. El dengue, la Malaria son enfermedades tropicales. Yo he tenido esas dos enfermedades. Una persona que ha vivido en Iquitos ha tenido estas enfermedades, porque es algo con el cual hemos convivido siempre, pero siempre hay momentos que hay un excesivo incremento que se da en la creciente del río, porque tú sabes que el Dengue es una enfermedad que se transmite a través del zancudo, hay personas que viven sobre el río. Ahí es donde ponen sus huevos los zancudos. Pero como te digo, son enfermedades que siempre van a haber, pero el Covid ha sido algo que ha venido de golpe. En todos lados hemos tenido que cerrar. Estar encerrado

en casa, veías morir a varias personas. Volviendo a tú pregunta, campañas que se realicen de ese tipo no hay, habiendo dinero. Lo que pasa es por tema de desidia, porque el Dengue es mortal. También hay el Dengue Hemorrágico, que es mortal.

9. ¿Qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Bueno en época del Dengue, seguíamos teniendo la recurrencia del turismo que hoy en día está la gente nula. Y bueno, las ofertas que nosotros ofrecíamos son las que comúnmente se suelen poner. Por ejemplo, aquí en mi restaurante siempre tenemos ofertas, regalos, sorpresas que damos a los que nos visitan. Como yo siempre he trabajado con los taxistas, empresas de turismo, siempre tenía ya como un espacio ya ganado. Mi restaurante es muy conocido aquí en Iquitos y bueno siempre tenía ese gancho de traer a los turistas, muchas veces sin necesitar de ninguna promoción, simplemente con decir: Vamos al Gran Maloca. Generalmente las promociones que dan son para las personas de acá, por el turista de afuera viene con su dinero y no se miden. Las promociones son para el turismo interno.

Si, definitivamente, hemos tenido que reinventarnos para poder trabajar con el turismo interno. Un ejemplo son los Lodge, que viven del turismo. Pero ahora se centran en el turismo local. Han bajado sus precios, porque sinceramente ir a un Lodge que personas con economía media no podían darse ese lujo acá en Iquitos. Pero ahora han tenido que bajar sus precios de dólares a soles, te ofrecen packs para familias.

10. ¿De qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos? Podría detallar su respuesta por favor.

11. ¿De qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

El turismo es una fuente de ingreso para muchas personas, desde los taxistas, los cambistas, restaurante. Prácticamente todo Iquitos vivía del

turismo y ni hablar de los Lodge. Yo creo que ellos deberían tener más información sobre la prevención porque están ubicados por la rivera del rio, por la chacra. Son los lugares donde si se pueden contagiar del dengue, entonces son las personas que mayor cuidado deberían tener porque hay muchas veces que los turistas se quedan cerca de un mes o 15 días. Hay turistas que no les gusta estar en la ciudad y se van de frente a la selva.

12. ¿A todos los turistas se les informa sobre los riesgos y prevención que se toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

No lo mencionan para nada. Como le digo el Dengue es una enfermedad que nosotros hemos aprendido a convivir con ellos. Es un problema que siempre va a estar aquí. Es por eso que no le dan la importancia, no invierten en la prevención. Por qué deben decir que así que hagamos lo que hagamos siempre va a existir. Dirán, para que gastar dinero en algo que siempre va a estar acá y nunca se va a ir, como si lo han dado por ejemplo al Covid.

Ahora con el tema del Covid sí. ahí si te puedo decir que sí. Por ejemplo, una empresa quiere promocionar su marca, utilizan al Covid, con el Covid si está habiendo eso, cosa que con el Dengue nunca.

13. ¿Cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

14. ¿Cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria?

Creo que es una planteación nueva que me haces, porque te soy sincero, nunca ningún turista ha venido a preguntarme sobre el Dengue, como es, como lo adquiere. No se si ya viene de su tierra concientizados o simplemente no saben de su existencia

15. ¿Cómo gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad?

16. Desde su punto de vista ¿Qué deberían hacer para mejorar el turismo en

época de crisis sanitaria en Iquitos?

Sería bueno que, al momento de llegar al aeropuerto y al momento de salir también, se brinde toda esta información al turista. Ya que llegando a su país puede tener una información de esto en caso lo haya adquirido.

17. ¿Cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas?

Yo creo que lo principal de Iquitos es que siempre se ha vendido como una tierra juerguera, entonces vas a Iquitos es la fiesta, el complejo, el pardo. Sin duda es algo no negativo para Iquitos porque siempre va a haber fiesta.

18. ¿Cómo monitorean la postventa turista en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria?

. Pero si ha habido casos de turistas con los cuales he tenido comunicación después que ya regresaron a su tierra y me dicen. Oye me he enfermado en tu tierra. Por eso ya se van con el mal sabor de Iquitos, donde probablemente no quieran volver. Iquitos siempre ha sido una ciudad turística. Nunca he tenido caso que vengan a preguntar por el Dengue, a pesar de que mi restaurante es muy conocido por los turistas extranjeros, y al no tener esos casos, yo en lo personal no he tenido alguna estrategia de cómo prevenirlo. Lo que tu me estas planteando es algo nuevo para mí.

19. ¿Cuáles son las necesidades de los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

al dengue lo minimizan, a pesar de que es una enfermedad mortal. No le dan esa importancia y simplemente no se hacen ese tipo de campañas. Las campañas que te hacen promoviendo el turismo, solo es eso. Hablan de turismo, mas no hablan sobre prevención del Dengue.

20. ¿Qué estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitarias?

no sé porque no lo hacen, como por ejemplo en el cusco, así como tenemos en Iquitos el dengue, ellos tienen el problema de altura que es el soroche.

En el aeropuerto, al momento de llegar están ahí: Amigos turistas cuídate del soroche”, incluso hay una canasta con hojas de coca donde puede agarrar y empezar a mascar ahí mismo. El mismo personal del aeropuerto te ayuda. Cosa que aquí no hay.

21. ¿Cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor por ejemplo, las personas de Tarapoto son personas más joviales que nosotros de Iquitos. A comparación de las personas que viven en Moyobamba son personas secas, son casi para la sierra. Testigo porque tengo familia allá. En Iquitos somos más hospitalarios, más corteses con las personas. Si tu por ejemplo vienes y empiezas sin conocerme, me saludas. Yo te contesto normal. Es algo característico que nosotros gratuitamente ofrecemos. Es por eso que también dicen que las chicas son fáciles, que también sería otro atractivo que Iquitos tiene. Pero hoy en día esos atractivos que te digo, todo es cerca es por eso que puedes visitar 10 locales en una noche, y es lo que a una persona que no vive aquí le gusta. Hoy en día eso no hay.

Era un atractivo turístico, como sabrás en países extranjeros no hay este tipo de eventos. El plus adicional que tenemos como región es el trato, porque campañas publicitarias tienen otras ciudades, pero ya queda a criterio del turista. Hay muchas personas que no se cansan de venir a Iquitos. Yo tengo familia que prefieren regresar a Iquitos siempre. Y ni hablar del carnaval, siempre lo hacen coincidir con la semana turística porque es donde más afluencia de turismo tenemos. Más que el aniversario de Iquitos, más que la fiesta de San Juan a pesar de que no es originaria de aquí. Pero Carnaval como en Iquitos no hay en ninguna parte. Iquitos es una tierra muy mitológica, tenemos muchos mitos, el Ayahuasca, el cual es una bebida que supuestamente tiene poderes sobrenaturales que te hace ver tu pasado y tu futuro. Tengo amigos que si lo han tomado y dicen que si tiene algo de cierto. A veces se trata de confundir la leyenda con la realidad, pero hay cosas que si son ciertas.

22. ¿Cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage

turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

No hay una campaña que sea permanente. Mayormente las campañas publicitarias en lo que es marketing en las redes siempre es de mano con una fecha estratégica. Como por ejemplo el carnaval que es enero. Desde el mes de diciembre ya el gobierno regional está trabajando en promocionar el gobierno regional. San Juan, por ejemplo, si hacen las campañas promocionando videos por redes. Hay otra fiesta también que es en Diciembre "La purísima" que es el 8 de diciembre, la semana turística, el aniversario de Iquitos. Por ejemplo, en el mes de san juan hubo una controversia en Iquitos. Esto ocurre en el mes de junio. Si bien nosotros en junio estábamos en cuarentena, con toda la muerte de la gente por el Covid. Entonces al gobernador no se le ocurre otra idea que hacer su fiesta de San Juan por Fb, hacer concursos. Ósea, en que cabeza se le ocurre celebrar algo, cuando tus hermanos loretanos están muriéndose, entonces ha sido una tremenda irresponsabilidad de su parte, si la gente hubiera podido salir a las calles, lo hubiera buscado para que le peguen porque cientos de familias han estado llorando la muerte de sus familias y el haciendo su campaña de la fiesta de san Juan. Publicaba quien hace el juane más rico. Normalmente se hace eso... quien hace el juane más rico, el juane más grande. El lo estaba haciendo virtualmente pero no teníamos nada que celebrar, como vas a celebrar sobre la tumba de tus hermanos que estaban muriendo. Si te contara el tipo de muertes que hubo en Loreto, tu te podías morir en la calle, gente que llegaba cadáver al hospital, donde simplemente los agarraban los envolvían y los votaban en la carretera a enterrar en una fosa común, y mucha gente ahora está en esa batalla por saber dónde está el cuerpo de su familiar.

Ese tipo de campañas si existe, pero por el momento no es dable. Si se dan los videos, y uno como persona, poblador de Iquitos, siempre trata de difundir lo nuestro, compartiendo en nuestras redes.

23. ¿Realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del Dengue?

Si

24. ¿Qué tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Ahora, cada uno mediante su plataforma de Fb, trata de hacer publicidad por ejemplo hay un restaurante que está en medio del río Amazonas, que lamentablemente hasta el día de hoy no han podido reactivarse. También hay otro llamado LA casa de Fierro, el cual fue construido por el mismo arquitecto que hizo la torre Eiffel, esa es una casa que se arma y se desarma. Sobre eso hay un restaurante con el mismo nombre. Y yo creo q ese empresario, dueño del restaurante, al promocionar su sitio también promociona este atractivo turístico. Tanto para su ingreso personal como regional.

25. ¿Cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Si he visto uno que otros, pero uno de tras de otros no. En dos oportunidades leí, en la pág. Del municipio que personas que no eran de acá decían que Iquitos tiene dengue, que tengan cuidado. Personas que no son de acá. El principal problema creo yo, es cuando una persona viene a Iquitos y le pica el zancudo, pero para que tu cuerpo presente los síntomas, deben pasar 15 días (fiebre, escalofríos, vómitos, dolor de cabeza, sangrado por la nariz), tiene un proceso de incubación aproximadamente de 15 a 20 días, y que pasa con el turista, en 20 días ya no están en Iquitos, ellos han vuelto a su tierra. Y allá ellos no saben de esta enfermedad, entonces le pueden decir muchas cosas confundiendo la enfermedad. Porque para que te digan q tienes Dengue, debes hacerte una prueba de descarte que es sacarte sangre todos los días, porque el Dengue te ataca a las plaquetas del organismo del ser humano. Entonces cuando te diagnostican esta enfermedad lo único que debes hacer es tomar paracetamol, tomar frescos, agua, hidratarte, te manda a la cama, te da fiebre. Ósea, es una enfermedad que te deja tela, y todos los días deben sacarte sangre para ver si tus plaquetas se normalizan. Esta sintomatología tiene una duración aproximada de una semana y media,

entonces creo que eso es una de las cosas que hace que el turista no sabe.

26. ¿Se paga publicidad en las redes sociales para promocionar la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Por qué? Podría detallar su respuesta por favor

Sí, tenemos como un programa que nos hace publicidad en un noticiero.

27. ¿En qué plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

En mi negocio tenemos nuestra página de Fb, básicamente es todo por ese medio, yo lo hago todo por ahí.

28. ¿Existe una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

Si

29. ¿En qué páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionar el turismo en la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Creo que la única pág. Que promociona el atractivo turístico como estado es la página del MINCETUR, por medio de esta página nosotros nos enteramos de las actividades que el gobierno está haciendo. Yo siempre trato de compartir.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 02

Nombre del investigadora/entrevistadora: Wendy Malú Yabar Macahuachi

Nombre de la población: Cercado de Lima
Fecha y hora de la entrevista: 10 de setiembre del 2020, 2pm
Fecha de llenado de ficha: 13 de setiembre del 2020, 9pm
Tema: Estrategia de Promoción Turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020
Informante: AVATAR AMAZON LODGE & CANOPY PARK
Contextualización: Estrategias de Promoción en Época de Dengue en Iquitos
Observaciones: La entrevista se realizó mediante comunicación por whatsapp
Evidencia fotográfica: <div data-bbox="517 692 820 1267" data-label="Image"> </div>
Duración de entrevista: 30 minutos
<p>1. ¿Los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos son suficientes y abastece la demanda turística en época de crisis sanitaria? ¿De qué manera? Podría detallar su respuesta por favor.</p> <p>No utilizamos material promocional en Iquitos, nuestra promoción IMPRESA ANTES de la crisis sanitaria se ha realizado en Lima.</p> <p>2. ¿Los afiches turísticos contienen información sobre prevención referente al dengue? Podría detallar su respuesta por favor.</p> <p>No, los afiches turísticos se usan en Lima y no utilizamos los problemas de salud para información considerando que cohibe la venta y es tarea del estado.</p>

3. ¿Realizan infografías sobre enfermedades tropicales para que sean distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor.

No

4. ¿En qué medios informativos tradicionales (radio, televisión) suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria?

En ninguno, no promocionamos en Loreto.

5. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas puedan buscar información sobre la ciudad?

Las oficinas de IPerú

6. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales?
Supongo que en IPerú y en el MINSA

7. ¿Realizan reportajes e informativos en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor.

No

8. ¿Qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? Ninguna, no estamos abiertos durante la crisis sanitaria actual.

9. ¿Qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Solo realizamos pósters sobre el cuidado del medio ambiente, no estamos realizando ofertas de ventas ya que no estamos operando aún.

10. ¿De qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos? Podría detallar su respuesta por favor.

Con pósters informativos relacionados a la prevención del contagio en las redes sociales.

11. ¿De qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

No estamos recibiendo turistas ya que no estamos operando.

12. ¿A todos los turistas se les informa sobre los riesgos y prevención que se toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor N/A

13. ¿Cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor.

N/A

14. ¿Cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria?

En Avatar no estamos promocionando a Iquitos aún ya que no estamos operando.

15. ¿Cómo gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad?

El turista que viene sabe que viene a una zona de selva tropical lluviosa y que las lluvias son ocasionales, intensas y la mayoría de las veces de corta duración, si no lo sabe igual se le informa.

16. Desde su punto de vista ¿Qué deberían hacer para mejorar el turismo en época de crisis sanitaria en Iquitos?

Un mejor manejo de las autoridades con respecto a la información que se envía y al control de la epidemia y/o dengue.

17. ¿Cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas? De una ciudad sucia y desordenada, durante todo el año, independientemente que sea época de crisis sanitaria.

18. ¿Cómo monitorean la postventa turista en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria?

En cualquier época se monitorea a través de una encuesta virtual post-servicio.

19. ¿Cuáles son las necesidades de los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Limpieza y Orden.

20. ¿Qué estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitarias?

Nuestros tours son en la selva, pocas veces nuestros turistas están en la ciudad, los paquetes son aeropuerto/Lodge/aeropuerto

21. ¿Cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor.

Precios

22. ¿Cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Se responden todas las preguntas y consultas en las redes sociales, la interacción es constante.

23. ¿Realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del Dengue?

En las redes sociales se postean videos cortos de nuestros servicios.

24. ¿Qué tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Pósters y videos con promociones del Lodge y sus servicios.

25. ¿Cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor
Pocos se quedan en la ciudad, van directo al Lodge debido a su infraestructura, ruido, suciedad y desorden.

26. ¿Se paga publicidad en las redes sociales para promocionar la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Por qué? Podría detallar su respuesta por favor

En todas las épocas se paga publicidad para determinadas fechas de feriados o promociones especiales en temporadas bajas en las redes sociales.

27. ¿En qué plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

En FB e IG

28. ¿Existe una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

CARETUR tiene una página de información turística. IPERÚ (oficial de Información Turística del Mincetur) creo que también tiene su página informativa del destino.

29. ¿En qué páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionar el turismo en la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Poco, ni en crisis ni en épocas normales.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 03

Nombre del investigadora/entrevistadora: Wendy Malú Yabar Macahuachi

Nombre de la población: Iquitos

Fecha y hora de la entrevista: 11 de setiembre del 2020, 9pm

Fecha de llenado de ficha: 13 de setiembre del 2020, 9pm

Tema: Estrategia de Promoción Turística en época de crisis sanitaria

Informante: Guía Turístico de Iquitos : Alex Crisostomo

Contextualización: Crisis sanitaria del Dengue

Observaciones: La entrevista se realizó mediante llamada telefónica ya que el señor Alex se encontraba en medio de un guiado turístico dentro de la selva de Iquitos.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 30 minutos, mediante llamada telefónica

1. ¿Los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos son suficientes y abastece la demanda turística en época de crisis sanitaria?
¿De qué manera? Podría detallar su respuesta por favor
En realidad, a lo que te refieres del Dengue, aquí en la Amazonia, no está tan radicado, me refiero que el Dengue hay mayormente en el tiempo de lluvias cuando el rio crece y está alto, mayormente los guías que llevamos a los pueblos a visitar a los albergues, nosotros hacemos conocer las comunidades pasamos a visitar las postas de salud, entonces estos tienen muchos afiches del dengue y la malaria, enfermedades tropicales. Si en caso alguien se enferma, ahí tienen medicina, hay un enfermero cada cierto tiempo. Y dan todo gratis para las comunidades y para los turistas también nos dan gratis. Hay varios casos de turistas que se enfermaron y los hemos llevamos a las postas y se sanaron.
2. ¿Los afiches turísticos contienen información sobre prevención referente al dengue? Podría detallar su respuesta por favor
En realidad, los afiches no están, si hacemos las precauciones, en estos tiempos no hay (Junio a Diciembre) mosquitos recién aparecen en Febrero y

Marzo.

3. ¿Realizan infografías sobre enfermedades tropicales para que sean distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria?
¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

Si

4. ¿En qué medios informativos tradicionales (radio, televisión) suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria?
Hay promociones en la televisión.

5. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas puedan buscar información sobre la ciudad?

Tenemos un lugar llamado Infotur donde te dan información turística de lo que es la municipalidad, local, de todos los lugares donde quieran viajar o quieren salir al extranjero. Está en la plaza de armas de Iquitos.

6. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales?
Si hay información en cada pueblo tiene una posta y el enfermero hace una reunión cada semana o dos semanas, vive ahí también, pero es de la ciudad. Ellos cada cierto tiempo van por 5 o 6 meses en los lugares rivereños.

7. ¿Realizan reportajes e informativos en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

Por supuesto, ahora más que todo están informado por el internet en todas partes de la Amazonia.

8. ¿Qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria?

En la amazonia, no es en todas partes el dengue ah, lo que si según un informe es por el rio Nanay, un tributario del Amazonas, parte del Amazonas es grande y caudaloso. Hay más dengue en la parte norte de la Amazonia, por los ríos Napo, en la parte norte. No está cerca de la ciudad

de Iquitos, la gente que vive por allá, como no tienen medicamentos en sus pueblos, vienen a la ciudad de Iquitos y lo reportan que, y es ahí donde los medio avisan que han llegado un caso de Dengue o Malaria, donde vienen en sus botes porque tienen un seguro gratis. Porque cuando ya se sienten muy mal y no les ayuda la medicina, vienen acá y el reportero va y dice, es un caso de Iquitos, pero no es específicamente de aquí, son de los lugares aledaños a Iquitos.

9. ¿Qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

En realidad, amazonas tiene una fuerza en su corriente, jala mucho las cochas y lagos y va limpiando, arboles, casas, y el dengue siempre está en las cochas o lagos muy lejos de los rio. Ahí es donde el sol caliente y no hay lluvia varios días. Ahí es donde se seca y salen a rebrotar los zancudos y mosquitos. Entonces no están por esta parte.

10. ¿De qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos? Podría detallar su respuesta por favor.

La información lo dan las mismas agencias, bloqueador de sol, repelente, camisa manga larga, lentes, todas esas cosas, la misma agencia lo anticipa.

11. ¿De qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Por supuesto, primeramente, le damos al pasajero su repelente y si están con fiebre le damos pastillas para la malaria, pero eso le damos cuando están varios días instalados en la selva. Mayormente son los gringos que se internan en la selva, en la ciudad no se ve mucho eso.

Nosotros le llevamos de frente a la posta, muchos ya vienen tomando sus pastillas contra la malaria y el dengue, ellos mismos se previenen desde su país, por eso no hay muchos casos.

12. ¿A todos los turistas se les informa sobre los riesgos y prevención que se toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por

favor

Lo que pasa que a nosotros los guías nos dan información más detallada que a un señor de restaurante porque estamos más en contacto con los turistas, gente rivereña, gente de pueblo, porque vamos hasta allá.

Sabemos en qué lugares nos podemos infectar, y si no se pueden llevar turistas allá.

13. ¿Cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor
14. ¿Cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria? Nosotros tenemos un gobierno regional y también la cámara de comercio, ellos son mayormente un grupo de personas, empresarios grandes de turismo, ellos se promocionan con diferentes agencias de turismo, cuando hay eventos. Ellos tienen sus promotores en lima dentro de sus oficinas. Y cada pasajero llega con un paquete, no llegan al aeropuerto buscando
15. ¿Cómo gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad?

Referente a las lluvias, no sabemos cuándo va a llover y cuando va hacer sol, en tiempo de verano no lo hay. Tenemos lluvia, no cancelamos, podemos hacer actividades, caminatas, charlas referentes a la selva, la mayoría no le gusta quedarse, se ponen sus chalecos y ven especies, porque cuando llueve también salen nuevas especies, por ejemplo, la rana la serpiente porque cuando hace calor ellos no salen, salen insectos. Y más que todo la lluvia se ve en la noche. Y pueden cazar más fácil y comerlos.

16. Desde su punto de vista ¿Qué deberían hacer para mejorar el turismo en época de crisis sanitaria en Iquitos?

Mayormente nosotros dependemos de Lima, sabes que Iquitos es una ciudad aislada y muy costosa, entonces lo que muchas veces proponemos. Por ejemplo, tiempo atrás había vuelos directos de Miami, de Cuzco, hubo bastantes tours, pero ahora que van directamente a Lima, los cambian y ya no quieren venir, cosas así. Como te digo, Iquitos seguimos viviendo de esto, que se mejoren las agencias, que haya más promociones sobre todo

de Iquitos, del Amazonas y como el Gobierno Regional está, por un lado, no nos ayuda en nada. Nosotros que somos un grupo de turistas muchas veces los turistas quieren venir a hacer negocio, pero no se puede con los empresarios grandes, esperemos que en octubre cuando entren los vuelos internacionales, tengamos más apoyo no dentro de la Amazonia.

17. ¿Cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas?

Por ejemplo, yo estoy haciendo un guiado con turistas que se han quedado. Muchos están optando por venir por acá. También está muy descuidada, no se promociona mucho. Cada quien baila con su propio pañuelo.

18. ¿Cómo monitorean la postventa turista en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria?

Mayormente los monitoreamos a cualquier pasajero. Las agencias solo dan folletos para llenar que tal les pareció el viaje, pero no tienen ese contacto con el pasajero, se olvidan. El guía tiene que ser alegre y con espíritu de aventura.

19. ¿Cuáles son las necesidades de los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

20. ¿Qué estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitarias?

Como todo empresario, yo prefiero hacer todo el tour por mi propia cuenta, yo vengo con mi propio grupo porque me recomiendan y los gringos prefieren venir conmigo.

21. ¿Cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Aquí mostramos diferentes tipos de tours. Mayormente los turistas vienen por motivo de salud, me refiero a plantas medicinales, hay muchos centros de Ayahuasca, los nacionales van por ejemplo a la aventura, a un Lodge, paseos en canoa, lagos gigantes. Tenemos esos lugares a quien Iquitos. Es por eso por lo que prefieren Iquitos.

22. ¿Cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis

sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

En estos momentos nadie está trabajando en turismo. En realidad, como te dije el dengue está controlado. solo Aparece en época de lluvias, pero aislados, en clínicas, hospitales. No dejan que se expandan. Ya hemos aprendido a convivir con ello.

23. ¿Realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del Dengue?

Si hay, pero no mucho. Cada empresa hace reservas y se maneja internamente. En el aeropuerto es muy difícil conseguir e incómodo

24. ¿Qué tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

25. ¿Cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor
- Hay bastante. También tengo contacto con ellos. Comentan como están acá, si la gente se enferma por Covid. Y por medio de esos comentarios ven que pueden confiar y venir a Iquitos.

26. ¿Se paga publicidad en las redes sociales para promocionar la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Por qué? Podría detallar su respuesta por favor

Las agencias más grandes pagan su publicidad. Ellos mismos hacen sus campañas, pagan su plata, vienen reporteros de Lima.

27. ¿En qué plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
- Si existe. Por internet

28. ¿Existe una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

29. ¿En qué páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionar el turismo en la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 04

Nombre de la investigadora/entrevistadora: Wendy Yabar

Nombre de la población: Iquitos

Fecha y hora de la entrevista: 8:00 pm / 17-09-2020

Fecha de llenado de ficha: 27-09-2020

Tema: Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria

Informante: Neiva Peña

Contextualización: Crisis sanitaria del Dengue

Observaciones: La entrevista se realizó mediante llamada telefónica

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 30 minutos

1. ¿Los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos son suficientes y abastece la demanda turística en época de crisis sanitaria? ¿De qué manera? Podría detallar su respuesta por favor
No, el turismo se promociona por medios de las redes sociales, no por volantes
2. ¿Los afiches turísticos contienen información sobre prevención referente al dengue? Podría detallar su respuesta por favor
Si existen. Todo turista que llega siempre le informa para que el pueda

prevenirse

3. ¿Realizan infografías sobre enfermedades tropicales para que sean distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

Hay lugares donde les explican lugares donde puedan visitar, como quistococha, lugares turísticos.

Las personas que llegan a hoteles, ellos les informan a los turistas.

4. ¿En qué medios informativos tradicionales (radio, televisión) suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria? Si pasan,

5. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas puedan buscar información sobre la ciudad?

Normalmente cuando llegan los turistas llegan por un tour y ellos se encargan de darle esa información. O algunos que viene por si solos, se informan por la municipalidad o la oficina de turismo que está en putumayo.

6. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales?

7. ¿Realizan reportajes e informativos en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

Personalmente no lo he visto pero si hay.

8. ¿Qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria?

9. ¿Qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

En lo que es mi área, yo ofrezco y trato de dar los mejores acabados con mis productos y los mejores precios para que el turista se quede con mis productos y regrese

10. ¿De qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis

sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos? Podría detallar su respuesta por favor.

11. ¿De qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

12. ¿A todos los turistas se les informa sobre los riesgos y prevención que se toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

13. ¿Cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

14. ¿Cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria?
Yo pienso que le atrae el río Amazonas, por ser una maravilla, porque es una isla bonita y la gente que siempre los recibimos bien.

15. ¿Cómo gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad?

Bueno en lo que es lluvia, realmente nosotros cuando tenemos que hacer algo, salimos, nos cubrimos, igual el turista si tiene algo que hacer, sale. La lluvia no es ningún impedimento. Ahora para viajar en lo que es botes si es impedimento. En la misma ciudad no.

16. Desde su punto de vista ¿Qué deberían hacer para mejorar el turismo en época de crisis sanitaria en Iquitos?

Bueno pienso que viene ya desde las autoridades, promocionar nuestro Loreto, hacer más publicidad, las autoridades viajar a promocionar a diferentes tipos de países, a dar lo mejor de nosotros. Para que el turista se quede enamorado de nuestra selva.

17. ¿Cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas?

18. ¿Cómo monitorean la postventa turista en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria?

19. ¿Cuáles son las necesidades de los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Yo vendo licores entonces ellos van por querer probar los licores afrodisiacos, a base de que están hechos. Ellos quieren probar. El para

para, quieren experimentar si realmente es efectivo. Por la ayahuasca también, vendo en sogá, cocinado y en barra. En caso de turismo internacional, mayormente compran la ayahuasca en barra. En caso del turismo en medicina natural no ha afectado, artesanía si bajó.

Puede no haber turismo internacional, pero hay turismo nacional, poco, pero hay.

20. ¿Qué estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitarias?

Les doy una buena atención, trato de hacer lo mejor y darle un buen producto para que el cuándo un día vuelva pueda recomendar mi lugar.

21. ¿Cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

22. ¿Cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

23. ¿Realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del Dengue?

24. Sí, tengo en FB. Por el pasaje Paquito. Video que hemos publicado y que nos han venido a entrevistar hace años y han tenido buena acogida

25. ¿Qué tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Ofrezco todo lo que vendo en Fb.

26. ¿Cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

27. ¿Se paga publicidad en las redes sociales para promocionar la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Por qué? Podría detallar su respuesta por favor

Por el momento no, pero eso estamos viendo, investigando que podemos hacer.

28. ¿En qué plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
En Facebook.

29. ¿Existe una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

No tengo conocimiento.

30. ¿En qué páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionar el turismo en la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 05

Nombre de la investigadora/entrevistadora: Wendy Yabar

Nombre de la población: Iquitos

Fecha y hora de la entrevista: 16:04 pm / 21-09-2020

Fecha de llenado de ficha: 27-09-2020

Tema: Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria

Informante: Antony recepcionista del hotel Camu Camu

Contextualización: Crisis sanitaria del Dengue

Observaciones: La entrevista se realizó en el Hotel Camu Camu situado en Iquitos, y se tomaron las medidas sanitarias correspondientes

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 30 minutos

1. ¿Los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos son suficientes y abastece la demanda turística en época de crisis sanitaria? ¿De qué manera? Podría detallar su respuesta por favor
Digamos que eso es subjetivo. Si bien es cierto en algunos casos si rinde y en otros no. Si he visto bastantes, las AA. VV, reparten a todos los hoteles, paquetes turísticos.

2. ¿Los afiches turísticos contienen información sobre prevención referente al dengue? Podría detallar su respuesta por favor

Básicamente la información que hacen es presencial, reuniones.

3. ¿Realizan infografías sobre enfermedades tropicales para que sean distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

No he visto.

4. ¿En qué medios informativos tradicionales (radio, televisión) suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria? Comerciales, publicidad pagada. Siempre hay.

5. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas puedan buscar información sobre la ciudad?

Si claro, en el boulevard, en el malecón hay una oficina de turismo.

6. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales?

Si constantemente el personal de salud da capacitaciones y charlas de casa

en casa sobre esta enfermedad. Es habitual, siempre hacen eso.

7. ¿Realizan reportajes e informativos en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

Mayormente la información que dan es la prevención es en la televisión local, pero casi nadie lo vee. Hay reportajes constantes, pero es la gente que no ve esos canales, y si lo ven no le dan importancia.

8. ¿Qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria?

por ejemplo, en caso nuestro, le decimos en forma oral sobre los mosquitos y zancudos, hay que andar con manga largas, abanicos y todo eso.

9. ¿Qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Por ejemplo, el tema de dengue, creo que todos sabemos de eso. El turista que viene a la selva sabe que existe ese tipo de enfermedades tropicales como el dengue. Ellos ya vienen con su información desde su país y son ellos, muchos exageran con el cuidado, tienen información y aparte que ya tienen conocimiento, acá también se les dice. Se les refuerza.

10. ¿De qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos? Podría detallar su respuesta por favor.

Por medio de charlas, en el hotel, aa.vv. En algún momento lo han hecho en el aeropuerto. Porque cuando el dengue estuvo en su pico más alto. Esto es pan de cada día. Hay gente que muere, mayormente los que viven en la ribera. Ellos son los que contantemente mueren a causa de esas enfermedades, ya sea dengue o ya sea malaria.

11. ¿De qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Conversamos, charlamos, reímos, la gente de la selva tiene esa característica de ser muy alegre, muy conversadora muy charlatán. Gracias

a esa forma de ser. A muchos les agrada. Terminamos siendo amigos.

12. ¿A todos los turistas se les informa sobre los riesgos y prevención que se toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Si, en caso mío. lo que yo siempre suelo hacer con el tema del dengue es el tema de los zancudos. Como te digo la gente ya viene preparada. Piensan que la selva es una cuna de epidemias. Piensan que ni bien llegan se mueren. Si hay, pero no tanto como lo pintan. pero hay gente extremadamente cuidadosa con eso. Nunca está demás prevenir.

13. ¿Cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

En caso de los acuden al internet o redes sociales. O ellos mismos visitan las agencias.

14. ¿Cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria?

Como siempre lo ha venido haciendo. El dengue ya es algo irrelevante. Está presente pero no lo toman tanto en cuenta, como que vienes y ya te va amatar.

15. ¿Cómo gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad?

La gente continua con su vida, ya sea con sol con lluvia, de día, de noche. No hay ningún impedimento.

16. Desde su punto de vista ¿Qué deberían hacer para mejorar el turismo en época de crisis sanitaria en Iquitos?

Es una pregunta bastante compleja, Iquitos en si, es linda, su gastronomía, su folklore, su cultura, su gente, la alegría que nos caracteriza, pero hay muchas deficiencias, hay mucho que trabajar, por ejemplo, la limpieza de la ciudad que hay que mejorar, la delincuencia que está horrible y es un punto en contra en cualquier parte del país. Otro, la falta de solidaridad, ósea hay gente que te ven que te están asaltando, son indiferentes. Seguridad en general, higiene, educación. Hay gente que come, toma y tira la basura. Desgraciadamente, siendo nosotros iquiteños fomentamos eso siendo

dueños de casa, hay gente que viene de afuera y cuida la ciudad. Comen y toman y se lo guarda en el bolsillo, no como nosotros. Es algo que apena. Siempre digo esto, demuestra el amor por tu ciudad, se limpió. Por qué es la imagen que tu vendes.

17. ¿Cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas?

Cada uno tiene su propio pensamiento de acuerdo a su experiencia vivida. He escuchado de todo, buenos, malos, negativos y horribles. Y si tu escuchas con atención, es cierto lo que dicen. Iquitos es lindo, dicen que les encantan sus comidas, pero anda a ver dónde lo sirven. En el mercado todo cochino. Desgraciadamente Belén es su punto de atracción. No sé qué le ven ellos. El pasaje Paquito es otro gancho para los turistas. Es bueno todo lo que venden, pero el lugar no es recomendable.

18. ¿Cómo monitorean la postventa turista en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria?

En el caso nuestro, nos esmeramos bastante en la atención. Es algo normal, lo básico. Trabajamos en el efecto multiplicador. Eso hace que siempre estemos llenos. Por recomendación.

19. ¿Cuáles son las necesidades de los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Plantas medicinales, la ayahuasca. Juerga, vacilón, parranda, perdición, hay, eso no va a pasar nunca. La gente lo hace. Por el Rio también vienen, para recorrer, en tiempos de playa. Lindas playas, agua transparente. Recomendable.

20. ¿Qué estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitarias?

Brindamos descuentos. Por ejemplo, una habitación vale 120 soles, el jalador de saca el 50%. Yo estoy encantado hacer el descuento para el huésped no para alguien que hace unos segundos se cruzaron en el camino. Nos hemos peleado con los jaladores, ellos nos han hecho una campaña sucia. Es una mafia.

21. ¿Cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en

época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
Nuestro fuerte es el clima, hay mucha gente de la costa y la sierra que vienen por el clima. Por ejemplo, el dueño, viene por el clima, dice que él se siente más jovencito, todos sus dolores desaparecen.

Se sienten jóvenes, llenos de vida. Por eso es muy importante el tema climatológico. Aquí en lluvias, por ejemplo, la gente sale a bañarse. Su sistema inmunológico se vuelve más fuerte. Aparte de eso, el Rio Amazonas. Otro, la frontera de Brasil y Colombia. Puedes ir en cruceros y sales al atlántico. Todas esas cosas hacen que seamos un imán que atrae gente.

22. ¿Cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

El hotel nunca ha cerrado a pesar de la pandemia. Al contrario, siempre hemos estado llenos, a pesar que no hay vuelos. Somos una isla. Tenemos clientes corporativos. La mayoría de hoteles trabajan con booking. El dueño tiene un Fb, él se encarga de compartir información.

23. ¿Realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del Dengue?

Siempre, en la tv, redes sociales. En Fb sobre todo, promocionan el turismo con fotos, videos, reseñas históricas.

24. ¿Qué tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Siempre es el tema de los defines rosado, quistococha, el rio amazonas, el rio nanay, la unión de los ríos. El rio de color negro y el otro de color blanco. Las casas en la época del caucho. Las casonas históricas de la ciudad. Las tribus, los Boras.

25. ¿Cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

La mayoría de gente siempre comenta cosas lindas, y también comentan cosas desagradables. Por ejemplo, el sol que les afecta, no les gusta mucho el calor insoportable. El tema de los mosquitos, les genera asco. Dentro lo bueno son las cosas bonitas que han visto.

En lo malo, es más que todo sobre las estafas que les hacen las agencias de viaje.

26. ¿Se paga publicidad en las redes sociales para promocionar la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Por qué? Podría detallar su respuesta por favor

Siempre pagan, el tema del dengue es algo que ya es parte de. Nadie le toma importancia. Normal, hay publicidad, en radios , páginas web. Normal.

27. ¿En qué plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
En caso nuestro no. No estamos tan metidos en la tecnología.

28. ¿Existe una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

Si. Recuerdo haber visto en el Fb. Casos del dengue, la malaria.

29. ¿En qué páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionar el turismo en la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Mincetur, constantemente trabaja con los hoteles, siempre viene a chequearlos. La verdad no sabría decirle si hay o no hay una página regional.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 06

Nombre de la investigadora/entrevistadora: Wendy Yabar

Nombre de la población: Iquitos

Fecha y hora de la entrevista: 19:00 pm / 21-09-2020

Fecha de llenado de ficha: 27-09-2020

Tema: Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria

Informante: Lucca Jason Ejecutivo de la AAVV Full viajes

Contextualización: Crisis sanitaria del Dengue

Observaciones: La entrevista se realizó en la oficina de la AAVV Full viajes, tomando la debida precaución sanitaria.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 25 minutos

1. ¿Los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos son suficientes y abastece la demanda turística en época de crisis sanitaria? ¿De qué manera? Podría detallar su respuesta por favor

El dengue empieza aparecer cuando en tiempo de lluvias en Iquitos, porque el dengue crece en el agua. Pero para ser sincero no le damos mucha importancia al Dengue, por que mayormente nuestro alcalde, presidentes regionales no están enfocados en ese problema, estaba enfocados más en problemas terceros, aquí el tema más importante es hacer una carretera porque no tenemos. Si usted llega prender la tele regional, va a ver que hay pocos anuncios de cómo cuidarte del dengue, porque mayormente cuando vas al hospital te dicen que tienes dengue, lo único que te recetan es paracetamol y no es como que te dan el cuidado que te mereces.

Afiches ha habido en etapas de colegio, los niños hacían sus marchas del dengue, se disfrazaban. ahora en época de pandemia no.

Los niños se paraban en una esquina, con afiches y pancartas.

2. ¿Los afiches turísticos contienen información sobre prevención referente al dengue? Podría detallar su respuesta por favor

Mayormente hay en el aeropuerto.

3. ¿Realizan infografías sobre enfermedades tropicales para que sean distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

4. ¿En qué medios informativos tradicionales (radio, televisión) suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria? Hay un programa Loreto Tv, eso se encarga de promocionar los lugares bonitos en Tv, también hay en la radio Iquitos que es la mejor radio que hay en la ciudad.

5. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas puedan buscar información sobre la ciudad?

Si hay, acá en el parque que es como un pequeño museo donde te enseñan su historia, hay otro por el boulevard, un museo en forma de barco.

6. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales?

En sí, lugares específicos no hay, hay los hospitales. Mayormente están las chicas enfermeras que les mandan a enseñar, pero la gente no le da importancia.

7. ¿Realizan reportajes e informativos en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

En sus tiempos, poco te indicaban sobre el dengue. lo que te recomendaban era que tenías que dormir con mosquitero. Si hubo, pero poco.

8. ¿Qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria?

Si está en una casa, y el agua está empozada mucho tiempo. Hay que botarla, limpiarla, echarle lejía, porque si tú te bañas con esa agua, puede ser que tenga larvas.

9. ¿Qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Mayormente las ofertas cada día, dependiendo de la demanda.

Nosotros como empresa ganamos una pequeña comisión, pero en estas épocas hemos lo reducido

10. ¿De qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos? Podría detallar su respuesta por favor.

Nosotros mayormente, siempre le decimos en el aeropuerto, evitar el contacto con las cosas, que usen sus mascarillas y si estamos en el avión evitar tocar el cinturón de seguridad.

11. ¿De qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Nosotros como agencias, le hacemos sentir cómodos. Si ellos quieren ir a conocer los Boras, nosotros tenemos un contacto directo que los lleva por el río. Y ese amigo tiene un contacto con la tribu. Por eso, le hacemos sentir la seguridad, porque tú sabes que sienten miedo por que andan desnudo. Ósea, nos preocupamos por el cliente, que se lleve un buen recuerdo

12. ¿A todos los turistas se les informa sobre los riesgos y prevención que se toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Si, les explicamos porque ir a pasear adentro, corres el riesgo de que te pique una araña, una víbora incluso hasta una hormiga te puede hacer llorar. Nosotros le decimos que, si vamos por un camino, no se alejen, no se muevan, pisen donde pisamos. Su bienestar es nuestra prioridad.

13. ¿Cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Nosotros tenemos un sistema llamado Amadeus, donde tenemos contacto directo con el pasajero. Y tenemos un familiar totalmente encargado de eso, no tarta tanto en responder y como ejecutivo le damos nuestro número para que se contacten por ahí. Tenemos un trato más personalizado con el cliente.

14. ¿Cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria?

Que se relajen, que salgan de su ambiente. La gente no tiene miedo. El dengue no se contagia por contacto físico. Se contagia por el zancudo.

15. ¿Cómo gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad?

Mayormente cuando tenemos planes en el día para sacarlos a pasear y ese día vemos que el clima está mal, preferible es no sacarlos., porque tú sabes que se asustan, piensan que están en una tormenta. Nosotros nos hacemos cargo de ese día. Le damos películas, alternativas para que no se aburran

16. Desde su punto de vista ¿Qué deberían hacer para mejorar el turismo en época de crisis sanitaria en Iquitos?

Deberían de reabrir todo, porque la gente se cree inmune. La Seguridad porque hubo un tiempo donde jóvenes de 15 o 16 se dedicaban a la vida fácil

17. ¿Cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas?

El dengue estuvo en su etapa más alta en el 2015, cuando no te enseñan ni como lavarte las manos.

El dengue ataca más en la selva baja, ahí la gente muere por que está cerca al río. Mayormente son la gente de la rivera que sufre de eso.

18. ¿Cómo monitorean la postventa turista en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria?

Nosotros tratamos de hacerlo sentir satisfechos para que no busquen otras agencias. Le bajamos los precios, le hacemos sentir como nuestra prioridad.

19. ¿Cuáles son las necesidades de los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

La mayoría viene a visitar a su familia, vienen a pasear, a las playas. El complejo de CNI, ahí tocaban varias bandas. Porque Iquitos es para pasarla bien.

20. ¿Qué estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitarias?

Cuando vienen los turistas, le llevamos al Frio y fuego, es un restaurante en el centro del río que tiene piscina, lo llevamos a la jungla que se entra por la carretera, lo llevamos a la laguna, al os Boras, esto es Iquitos ciudad, no hay tantos atractivos porque es la ciudad.

21. ¿Cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

22. ¿Cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Si el turista viene le damos folletos, por internet tenemos nuestro catálogo, brindamos una respuesta rápida porque tenemos una persona dedicada exclusivamente a eso.

23. ¿Realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del Dengue?

Hay páginas que se dedican hacer eso como “lo que está pasando en Iquitos”, también sobre los atractivos de la ciudad.

24. ¿Qué tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Que Iquitos es un buen lugar para pasear, las playas, los restaurantes.

25. ¿Cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Algunos se van molestos porque hay muchos zancudos, no todos se van felices, porque duermen incomodos, pero eso es mayormente cuando se van a la selva, adentro

26. ¿Se paga publicidad en las redes sociales para promocionar la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Por qué? Podría detallar su respuesta por favor

No, porque cada AAVV busca la manera de cómo hacer su marca, para que venda sus pasajes. Cada empresa se encarga de eso.

27. ¿En qué plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Redes sociales, WhatsApp, páginas web.

28. ¿Existe una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales? ¿Qué información contienen? podría detallar su

respuesta por favor

Solo hay uno que es del gobierno, se llama DIRESA.

29. ¿En qué páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionar el turismo en la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

El que ha estado apoyando durante mucho tiempo ha sido el gobierno regional, pero nos pone trabas para sacar el licenciamiento. Nos ponen miles de peros.

Nos dan la mano, pero nos ponen miles de piedras

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 07

Nombre de la investigadora/entrevistadora: Wendy Yabar

Nombre de la población: Iquitos

Fecha y hora de la entrevista: 11:24 am / 22-09-2020

Fecha de llenado de ficha: 27-09-2020

Tema: Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria

Informante: Frank Pinedo Socio administrador del Bar Lulú

Contextualización: Crisis sanitaria del Dengue

Observaciones: La entrevista se

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 30 minutos

1. ¿Los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos son suficientes y abastece la demanda turística en época de crisis sanitaria?
¿De qué manera? Podría detallar su respuesta por favor
No se usan mucho esa estrategia del volanteo y los afiches, yo pienso que independientemente de cualquier emergencia sanitaria, las redes sociales es lo que más está moviendo
2. ¿Los afiches turísticos contienen información sobre prevención referente al dengue? Podría detallar su respuesta por favor
Campañas de prevención del dengue si hay por parte de las municipalidades, pero de empresas privadas muy poco. Afiches no hay.
3. ¿Realizan infografías sobre enfermedades tropicales para que sean distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria?
¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor
No hay.
4. ¿En qué medios informativos tradicionales (radio, televisión) suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria?
Mayormente en los canales de la provincia, la radio también se usa mucho aquí en la ciudad de
5. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas puedan buscar información sobre la ciudad?
Si. Hay una oficina de Turismo que cumple esa función
6. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales?

Si, en los hospitales y los centros de salud de los poblados.

7. ¿Realizan reportajes e informativos en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

Si hay campañas donde básicamente son infomerciales, también hay estas revisiones a domicilio, vienen y se fijan si tienes contenedores con agua que puedan ser foco del dengue.

8. ¿Qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria?

9. ¿Qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Obviamente contar con todos los protocolos de seguridad ante una "X" emergencia sanitaria, ofrecer un producto innovador, no lo que todo el mundo vende, nosotros como bar esa es la diferencia,

10. ¿De qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos? Podría detallar su respuesta por favor.

Damos recomendaciones, el hecho de que vayan a selva abierta, que tengan mucho cuidado con los mosquitos, en la ciudad no se ve mucho. Hay casos sí, pero por temporadas. Es más, en plena pandemia de Covid ha habido casos altos de dengue. Es algo que siempre está, claro que cada año se trata de tener más herramientas para enfrentar la enfermedad.

11. ¿De qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Nosotros como local, obviamente ofrecemos un servicio a cierto tipo de clientes y muchos de ellos son turistas nacionales e internacionales. Aquí funciona mucho la boca a boca. Por recomendaciones.

12. ¿A todos los turistas se les informa sobre los riesgos y prevención que se

toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Si, a pesar de que hay mucho menos turistas sí. esto ya es un tema de conocimiento nacional. No es un secreto. Yo particularmente me sentiría más a seguro si voy a un sitio si la persona me dice todas las precauciones que debo tomar. Si se le da plenamente toda la información. No podemos hacernos de la vista gorda y hacer como que no pasa nada cuando es todo lo contrario.

3. ¿Cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Tienes la oficina de turismo para información específica. Iquitos no es una ciudad grande, tú te das un paseo de 1 hora y ya recorriste toda la ciudad.

4. ¿Cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria?

La promoción es Sal de la rutina, Escápate de la ciudad y del encierro.

5. ¿Cómo gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad?

Iquitos es una ciudad tropical, las lluvias es el día a día. Un negocio que abre siempre tiene que estar consiente que las lluvias son parte del negocio por así decirlo. Es obvio que afecta, la gente no sale por que terminas completamente empapado. Pero esperan que pasen la lluvia. Obviamente la gente busca lugares donde se sientan seguros de la lluvia. Lo hemos manejado de una forma que sabemos que no podemos parar la lluvia.

6. Desde su punto de vista ¿Qué deberían hacer para mejorar el turismo en época de crisis sanitaria en Iquitos?

Es muy cierto que Iquitos le faltan muchísimas cosas, por un tema logístico se entiende que muchas empresas privadas no invierten en la ciudad por el tema que es complicado llegar a la ciudad, solo se puede llegar de manera fluvial o aéreo. Las personas de Iquitos tienen una consigna de vivir el día a día. Si nos gustaría que Iquitos tenga un poco más de inversión privada. El sector publico te manejan sus albergues, zoológicos, mas no hay.

7. ¿Cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas?

Actualmente fuera de cualquier emergencia sanitaria, ahora Iquitos es una ciudad que más rápido ha salido del problema. Al turista extranjero y nacional se le dice eso. Los turistas ahora ven a Iquitos un destino mucho más agradable que Cuzco o Piura o Arequipa.

Lamentablemente ha habido mucha indiferencia de parte de las autoridades con el tema de la limpieza en Iquitos, los alrededores de la ciudad tienen un gran problema con el acopio de la basura. El mercado de Belén era un sitio muy sucio. Era un lugar impenetrable.

8. ¿Cómo monitorean la postventa turista en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria?

El turismo viene por temporadas, o visitar algo específico, por aventura, Lodge, recreo, naturaleza, etc.

Nosotros tenemos una base de datos donde registramos al turista, pero no tenemos un contacto directo en el cual le mandamos mensajes ni nada. La mayoría son clientes que vienen más de una vez

9. ¿Cuáles son las necesidades de los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

El internet es lo que más necesita un turista, la comida es muy importante porque no todos están acostumbrados a la comida, siempre buscan que puedan tener una comida que ellos comen. El internet que nosotros tenemos es el mismo de hace 20 años atrás, la velocidad es muy mala, y cuando llueve es peor.

10. ¿Qué estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitarias?

Si bien es cierto, saben que están llegando a un país diferente al de ellos, tratamos de que no se sientan muy lejos de casa. Por ejemplo, si viene un extranjero trato de ofrecerle lo que toman en su país. Hay muchos locales que te ofrecen lo de la ciudad, pero para probar está bien.

11. ¿Cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Todas las regiones de la selva tienen el mismo enfoque. Sal de la ciudad,

ven a relajarte.

Iquitos maneja el tema de sus restaurantes turísticos, de sus recreos. Aquí se promociona mucho la recreación en el agua. Paseo en botes, piscina, temporada de playas, básicamente Iquitos te va a ofrecer todo lo que puedas hacer en el agua.

2. ¿Cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Tanto el Fb como el IG, es algo que lo maneja todo el mundo, sin discriminación alguno. Nosotros trabajamos un contenido diario, las personas entran a la página, ven los comentarios, las fotos, las calificaciones. En Trip Advisor. Si se dejan llevar lo que dice tu página y recomendaciones de estas. Todo es sobre las redes sociales.

3. ¿Realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del Dengue?

El gobierno se encarga de eso, hay una oficina de turismo. Ellos tienen informaciones promocionales de la ciudad. Deben tener algún tipo de video corto sobre la ciudad,

4. ¿Qué tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

El calor de la gente, la amabilidad. Iquitos es una ciudad bastante calurosa con su gente, nunca te vas a sentir aislado. La amabilidad de las personas es una de las características de la ciudad y más que eso conocer una ciudad tropical por un clima tan cambiante.

5. ¿Cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Ningún turista que le haya podido dar dengue te va a decir que haya pasado bien. Los turistas que han podido llegar en estos tiempos y no les han picado los mosquitos y han podido completar sus actividades, la mayoría se van contentos. Todo el mundo quiere volver porque les agradó la ciudad. Iquitos es una fiesta.

6. ¿Se paga publicidad en las redes sociales para promocionar la ciudad de

Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Por qué? Podría detallar su respuesta por favor

Nosotros como local si pagamos publicidad para algún evento específico, ya sea alguna fiesta temática, algún plato nuevo.

7. ¿En qué plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
Solo redes sociales, pero no descartamos la posibilidad de hacerlo en las redes sociales.

8. ¿Existe una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

Si en la página del GOREL. Tiene páginas de información al turista. Muchos de los turistas les ponen una vacuna para algunas enfermedades tropicales.

9. ¿En qué páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionar el turismo en la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

10. En la página del Gorel.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 08

Nombre de la investigadora/entrevistadora: Wendy Yabar

Nombre de la población: Iquitos

Fecha y hora de la entrevista: 10:48 am / 23-09-2020

Fecha de llenado de ficha: 28-09-2020

Tema: Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria

Informante: Jino Boullosa – Guía de Turismo del AAVV Down on the Amazon

Contextualización: Crisis sanitaria del Dengue

Observaciones: La entrevista se realizó en Iquitos dentro de la oficina del joven Jino, tomando todas las precauciones requeridas.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 47 minutos

1. ¿Los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos son suficientes y abastece la demanda turística en época de crisis sanitaria? ¿De qué manera? Podría detallar su respuesta por favor

Hay un calendario turístico y tristemente Loreto está perdiendo menos protagonismo, incluso por el lado Amazónico, en el turismo interno tenemos la promoción es para la fiesta de San Juan y en Setiembre la carrera internacional de balsas, pero en el pico más alto del dengue igual, si hay promociones es un poco limitada, digamos que Promperú no trabaja fuertemente para la promoción de Loreto, se siguen promocionando otros destinos. Loreto no es solo Pacaya Samiria, hay otros lugares. Entonces los afiches y esas cositas son bien limitados, y en lo personal casi no se ve.

2. ¿Los afiches turísticos contienen información sobre prevención referente al dengue? Podría detallar su respuesta por favor

No, y eso quizás es una estrategia que puede traerte cosas positivas, pero yo creo que más cosas negativas, porque en el aspecto turístico, ya se sobreentiende que viniendo de un clima tropical debes traer tu repelente y eso lo dicen casi todas las AAVV y hoteles, pero por parte del estado no tanto. No he visto, como bien sabemos los toques más altos del dengue son en los meses de diciembre y abril, que es de la época del creciente. Las lluvias son más constantes.

3. ¿Realizan infografías sobre enfermedades tropicales para que sean

distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

No.

4. ¿En qué medios informativos tradicionales (radio, televisión) suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria?

El medio local es la DIRCETURA, que es del Gobierno Regional de Loreto, son ellos los que tratan de difundir. El año pasado tuvimos algunas actividades que parte del calendario, por ejemplo, en el aniversario de la ciudad empieza ya la creciente y ahí es donde se hace la publicidad del dengue. Por medio televisivo, radial y escrito.

5. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas puedan buscar información sobre la ciudad?

Si hay en iPerú, quizá es un poco confuso por que cambian de oficina

6. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales?

Si, como nosotros vivimos con esto, y el que te habla también tuvo este año Dengue, ósea de 10 personas la mitad lo tuvo. No tiene cura como todos, pero hay un tratamiento. Después de tantos años el dengue crece en un lugar contaminado. Hay un instituto de infectología, de lima vienen acá para que se especialicen en enfermedades tropicales, hay centro de salud, hospitales donde te informan.,

7. ¿Realizan reportajes e informativos en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor.

No tanto ese tipo para los visitantes, mas es para la población local. Eso se encargan las empresas, incluso los turistas vienen más informados que los propios locales. Entonces ellos ya tienen su conocimiento y cuidado previo.

8. ¿Qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria?

El cuidado depende siempre de uno mismo. Siempre las medidas de prevención están ahí para los turistas. Por ejemplo, tenemos un índice muy

bajo de fiebre amarilla, a cuál es una ventaja. Nuestra recomendación siempre es protegerse, traer ropas manga larga, que te cubran un poco, pero a veces es complicado porque más tarde vas a tener calor, pantalón y la tela de color negro absorbe humedad más el calor corporal, los animalitos vienen y te pican. si yo te llevo a una caminata con pantalones de gimnasia, es presa fácil, todas tus piernas te van a picar. Sin excepción todas las empresas recomiendan a los turistas locales como extranjeros a protegerse.

9. ¿Qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Nuestra agencia por el precio no es tan accesible para el turismo interno, nos enfocamos más en el turismo internacional por el servicio que ofrecemos, bien completo. Uno paga y recibe y uno recibe lo que paga. Entonces nuestros precios no tienen variación, no hay una oferta donde dicen, no, este mes bajaremos los precios. Aquí en la Amazonia los meses más bajos son setiembre y octubre, no hay ninguna oferta y el precio se mantiene. Y en época de dengue no hay ningún colega que va a negar cuando las aguas están crecidas, para mí es el mejor paisaje. Me encanta la naturaleza

10. ¿De qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos? Podría detallar su respuesta por favor.

Generalmente las fumigaciones casi son tres veces al año, entonces hay una campaña de sensibilización. Cuando ya vienes a la ciudad la vida cambia, y hay poca conciencia ambiental, la basura lo tiran en cualquier lado. De prevención hay como dos o tres veces de recojo de inservibles, y ese recojo de inservibles es precisamente para prevenir el dengue. Te repito el dengue crece en aguas contaminadas. Entonces eso es uno, las campañas de fumigación, incluso los recojo de inservibles se pasan las 500 toneladas o más alrededor de la ciudad, hay muchas personas que tienen chatarra y huertas, tenemos ese privilegio de tener nuestro espacio verde, pero también es como tu almacén de inservibles, entonces lo que se quiere es prevenir en el año. Para mí como guía es importante saber eso. Las campañas de sensibilización, de recojo de inservibles y de fumigación que se dan casi siempre casa por

casa a las 5 am o 6pm. Y por qué se hace eso. Porque el zancudo ve mejor en la oscuridad

11. ¿De qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Iquitos como ciudad ofrecen historia porque es entre otras del nororiente. Iquitos es la capital de Amazonia Peruana y tiene el rio Amazonas. Esa es el atractivo principal aparte de los animales. De 100 turista que yo llevo el 80% me dice que quieren ver el rio Amazonas. Es naturaleza, a mí me encantaría llevarte a un albergue donde puedas ver insectos, animales. Hay una interacción sí, pero es más en la parte céntrica de la ciudad porque el resto de la ciudad no ve a los turistas. Solo en la parte del embarcadero, ese es un punto de salida para albergues que están por allá. Interactúa también en el mercado de Belén. Belén era un foco infeccioso.

12. ¿A todos los turistas se les informa sobre los riesgos y prevención que se toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

A modo de empresa Si, nosotros de una forma sanitaria te tengo que prevenir, si vienes de un país del primer mundo, yo no te puedo llevar a tomar un refresco en la calle, porque el tratamiento de agua está contaminado por ende no hay una buena educación sanitaria para los vendedores. Algo caliente si te puedo invitar, pero en tema de líquidos no. Abstenerse a menos que sea bajo la recomendación del guía. Y no todas las frutas son buenas. De esa manera prevenimos, depende también del lugar donde van. Porque sabemos que no hay un buen tratamiento o buena preparación. Los albergues generalmente cuando vas fuera de ciudad, no tienen electricidad, cuando vas ahí, por más que este todo cerrado igual pasan los mosquitos, por ser clima tropical debes traer gorro, lentes, bloqueador, repelente.

13. ¿Cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

No sé si existe una página Web traducida del gobierno. Mas son de las empresas. Hay mucha deficiencia en todo lo que es público, y los privados son los que hacen más esfuerzo en publicidad.

14. ¿Cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria?

Bueno tampoco no es un mes con más visitas de turismo, pero tenemos feriados largos, como por ejemplo semana santa, que atrae al turismo interno, pero también los europeos llegan. Utilizan estrategias de precio, allá en Lima no tanto se habla de eso, a menos que hagan una pregunta directa.

15. ¿Cómo gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad?

Es naturaleza, yo jamás te voy a decir que vienes a Disneylandia. Todo va a depender del factor climático, si tu como guía no especificas eso..., lo mismo pasa con las empresas. Si vienen diciembre hasta abril, saben que habrá lluvias intensas, incluso enviamos el Screen del mapa de la marina, ellos tienen el nivel de los ríos. Eso ya queda en el criterio si vienen o no. Lo importante es informar. Es un clima tropical y estas en naturaleza, puede que llueva, puede que no.

16. Desde su punto de vista ¿Qué deberían hacer para mejorar el turismo en época de crisis sanitaria en Iquitos?

Yo creo que se debería mejorar primero el plan de estrategia sanitaria, el que se tiene es bueno, pero se debería mejorar. A raíz de eso en tema ambiental, si generamos más basura se convierte en un foco infeccioso, y el tema sanitario también porque también hay malas prácticas sanitarias en los locales

17. ¿Cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas?

Para la turista externa más pesa el producto que el problema, lo ven secundario por más que sea por salud, ellos están más enfocados en lo que ofrecen como ciudad, como principal atractivo. Entonces eso del dengue, malaria, chiquinguya son secundarios.

18. ¿Cómo monitorean la postventa turista en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria?

19. ¿Cuáles son las necesidades de los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Faltan mosquiteros, la necesidad principal es el tema de las fumigaciones,

cuando está fuera de control es insoportable, cuando está el tope de los ríos se siente, 6pm por más cerrada que se a tu casa, se sienten los mosquitos. Es una realidad y se vive con ello.

20. ¿Qué estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitarias?

Nosotros tenemos dos principales objetivos que son tu satisfacción y tu salud. Porque si tu estas bien con tu salud y tu servicio nosotros estaremos felices. Darte una experiencia de por vida y al mismo tiempo seguro. Lo demás es complementario.

21. ¿Cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
Es dar un servicio completo al visitante. La amazonia es un libro demasiado grande, es mentirte que alguien sepa de todo. Yo respeto a mis colegas en cualquier parte del Perú, pero es diferente estudiar historia, que estudiar diferentes tipos de ramas dentro de la selva. Entonces lo que nosotros tratamos de dar lo que el turista quiere específicamente. Si quiere ver aves, si quiere hacer turismo vivencial, si quiere pesca. Y como marca, tenemos un nombre ganado.

22. ¿Cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

No tiene Iquitos una fanpage. Para mi es inaceptable que, habiendo tantos lugares hermosos en la selva, las fotos se truncan, las edita, y es del mismo Promperú

23. ¿Realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del Dengue?

No veo promociones tanto.

24. ¿Qué tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Principalmente se muestran más lo que es naturaleza. No se interactúa mucho en la ciudad, se está quedando cada vez más con menos atractivos. La parte monumental, zona histórica.

25. ¿Cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor
DI dengue en si No. Poco a poco se está cambiando la mentalidad de la gente. Ahora hay mejores prácticas por parte de la ciudad, veo ese cambio.

Algunos comentarios es la deficiencia del sistema de salud, en Loreto no tenemos muchos especialistas, pero sí muy buenos infectólogos. Mas son comentarios de miedo. No hay un buen servicio de salud para el turista.

26. ¿Se paga publicidad en las redes sociales para promocionar la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Por qué? Podría detallar su respuesta por favor

Si, Fb cobra.

27. ¿En qué plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Solo Facebook, porque tienen más usuarios.

28. ¿Existe una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

No existe.

29. ¿En qué páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionar el turismo en la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Promperú, pero se debería promocionar más. No hay una buena publicidad.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 09

Nombre de la investigadora/entrevistadora: Wendy Yabar

Nombre de la población: Iquitos

Fecha y hora de la entrevista: 12:56 pm / 23-09-2020

Fecha de llenado de ficha: 28-09-2020

Tema: Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria
Informante: Ana Paula. recepcionista del Hotel Gran Marañón
Contextualización: Crisis sanitaria del Dengue
Observaciones: La entrevista se realizó en el área de recepción del hotel Gran Marañón, tomando las medidas de prevención.
Evidencia fotográfica:
Duración de entrevista: 19 minutos
<ol style="list-style-type: none">1. ¿Los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos son suficientes y abastece la demanda turística en época de crisis sanitaria? ¿De qué manera? Podría detallar su respuesta por favor En Iquitos sobre el dengue si sobre la prevención y cuidado en los hogares, es lo que lo propone el gobierno.2. ¿Los afiches turísticos contienen información sobre prevención referente al dengue? Podría detallar su respuesta por favor No, el gobierno si, pero no mezclan salud con turismo.3. ¿Realizan infografías sobre enfermedades tropicales para que sean distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor En pocos, pero si hay.4. ¿En qué medios informativos tradicionales (radio, televisión) suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria? En la radio Loreto, en la tv no.5. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas puedan buscar información sobre la ciudad? Si, en la Dircetur.6. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales? Sí, siempre te entregan en los hospitales, o en algún centro del gobierno siempre te entregan afiches sobre ese tema,7. ¿Realizan reportajes e informativos en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes a la ciudad de Iquitos

en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

Si del mismo gobierno regional.

8. ¿Qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria?

Nosotros cumplimos con el requisito que es la fumigación del hotel, pero aparte de eso no brindamos más información.

9. ¿Qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Tenemos diferentes promociones, como en pareja, en familia con diferentes cosas, habitaciones dobles, piscina.

10. ¿De qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos? Podría detallar su respuesta por favor.

Atraves de nuestro fanpage.

11. ¿De qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor.

12. ¿A todos los turistas se les informa sobre los riesgos y prevención que se toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

El dengue siempre a existido. Siempre se informa, pero no de manera específica. Dengue siempre ha existido en la región por el clima y factores x. siempre se propone la fumigación y limpieza. El hotel si es bastante cuidadoso con ese tema, tenemos nuestro certificado. La limpieza de la piscina. También contamos con una lámpara desinfectante, la dejamos 15 minutos y mata toda bacteria.

13. ¿Cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Las oficinas de turismo, la DIRCETURA, GOREL.

14. ¿Cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria? En redes sociales. Nuestro hotel no está ligado a Lodge, pero siempre

ponemos fotos ligados a la ciudad. Mostramos un croquis donde estamos ubicados.

15. ¿Cómo gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad?

En si cuando hablamos de Iquitos sabemos que es un clima tropical, no hay una temporada exacta, en caso de turista vienen por tiempos determinados, puede que llueva o haga sol. Siempre los turistas que vienen preguntan, pero siempre le decimos que puede que si llueva y puede que no.

16. Desde su punto de vista ¿Qué deberían hacer para mejorar el turismo en época de crisis sanitaria en Iquitos?

Implementar mayores áreas protegidas, donde se pueda reforestar especies que ya no existe, por ejemplo, el árbol de Lupuna. Mejorar las áreas que ya tenemos porque algunas ya están dañadas.

17. ¿Cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas?

Eso depende de cada uno. Si llenan tus expectativas del lugar donde te hospedas o la agencia que usas. En general los turistas salen bastante agradecidos.

18. ¿Cómo monitorean la postventa turista en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria?

19. ¿Cuáles son las necesidades de los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

20. ¿Qué estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitarias?

Tratamos de ofrecer la comodidad del turista dando un buen servicio. La limpieza siempre debe haber.

21. ¿Cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Yo creo que tratamos de ofrecer nuevas experiencias, dando lugares que no veras en otras partes. Nosotros como hotel, ofrecemos lo más resaltante como la piscina. Recomendamos a AAVV, primero nos cercioramos lo que ofrece para poder recomendar.

22. ¿Cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

LA que se encarga de eso es la gerente del hotel, ella maneja las redes sociales y la comunicación es directamente con ella o por el WhatsApp.

23. ¿Realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del Dengue?

El hotel si publica videos, como por ejemplo del 5to piso se puede ver toda la ciudad, esos videos lo publicamos en las redes.

24. ¿Qué tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Los lugares turísticos.

25. ¿Cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor
- Por ejemplo, una turista argentina dejo comentarios muy buenos del hotel y la ciudad. La mayor parte de Booking son buenos.

26. ¿Se paga publicidad en las redes sociales para promocionar la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Por qué? Podría detallar su respuesta por favor

Solo estamos pagando publicidad para turismo local

27. ¿En qué plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
- En Tripadvisor.

28. ¿Existe una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

La Dircetur se encarga de eso. Ellos siempre realizan ruedas de negocios

de hotelería y turismo de la selva. Donde muestran los servicios que ofrecen

29. ¿En qué páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionar el turismo en la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Ninguna.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS	
Número de registro:	10
Nombre de la investigadora/entrevistadora:	Wendy Yabar
Nombre de la población:	Iquitos
Fecha y hora de la entrevista:	16:05 pm / 23-09-2020
Fecha de llenado de ficha:	28-09-2020
Tema:	Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria
Informante:	Iriana, socia y dueña del Restaurante Casa de Fierro
Contextualización:	Crisis sanitaria del Dengue
Observaciones:	La entrevista se realizó en el área de administración del restaurante Casa de Fierro, y se tomó las medidas respectivas de prevención
Evidencia fotográfica:	

Duración de entrevista: 15 minutos

1. ¿Los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos son suficientes y abastece la demanda turística en época de crisis sanitaria? ¿De qué manera? Podría detallar su respuesta por favor

Afiches si tenemos, tenemos un cartel en el aeropuerto. Para nosotros es suficiente eso.

2. ¿Los afiches turísticos contienen información sobre prevención referente al dengue? Podría detallar su respuesta por favor

No

3. ¿Realizan infografías sobre enfermedades tropicales para que sean distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

No

4. ¿En qué medios informativos tradicionales (radio, televisión) suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria?

En radios amazónicas, en la tele muy poco y en las redes sociales

5. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas puedan buscar información sobre la ciudad?

En el IPerú. Promperú también.

6. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales?

En los hospitales y postas de salud.

7. ¿Realizan reportajes e informativos en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

Lo que pasa que el dengue es época mas de vaciante. En ciudad no, en los alrededores si.

8. ¿Qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria?

No le damos esa información, ni nos preguntan, en la ciudad no hacemos

eso.

9. ¿Qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Eso se encargan Promperú. Los clientes vienen solo. Nosotros otros tipos de estrategias que son promociones, alianzas con los hoteles. que yo vaya a traer turistas de afuera no, porque no tengo contacto con operadores de Lima.

10. ¿De qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos? Podría detallar su respuesta por favor.

11. ¿De qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

12. ¿A todos los turistas se les informa sobre los riesgos y prevención que se toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

A las 6pm en los Lodge se toman las prevenciones, le damos repelentes, no queremos que entren a lugares mas cerrado. Pero en la ciudad no

13. ¿Cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

14. ¿Cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria?

Atraves de las redes sociales, mediante los grupos de turismo, que se llaman "explorando" donde hay hoteles, restaurantes, donde muestran lugares de Iquitos. Pero no hablan nada de epidemias ni prevenciones.

15. ¿Cómo gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad?

16. Desde su punto de vista ¿Qué deberían hacer para mejorar el turismo en época de crisis sanitaria en Iquitos?

Ahora estamos todos complicados, antes era solo difusión propia. Los gobiernos regionales no hay mucha ayuda, el ruido por ejemplo molesta a los turistas, no querían ponerse en el balcón por que les molesta el ruido

17. ¿Cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas?

18. ¿Cómo monitorean la postventa turista en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria?

Con encuestas, entrevistas. En realidad, yo hago un check list de todos los turistas nacionales y extranjeros. Estamos en las redes sociales.

19. ¿Cuáles son las necesidades de los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Por el clima tropical, por aislarse de la ciudad, porque en realidad el turista no viene a la ciudad, nos faltaría difundir más sobre la historia de la ciudad para que se puedan quedar.

20. ¿Qué estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitarias?

Nosotros estamos en un lugar monumental, vendemos más la historia que la gastronomía.

21. ¿Cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

No sabía decirte porque eso netamente lo hace Promperú.

22. ¿Cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

No tenemos fanpage. Solo manejamos Fb que recién tenemos seguidores.

23. ¿Realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del Dengue?

No, más bien los videos que suben son desde el balcón del restaurante.

24. ¿Qué tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Nosotros ponemos promociones por tiempo, de diferentes temas como la historia y gastronomía.

25. ¿Cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Que no se quieren quedar en la ciudad por la lluvia y la suciedad. Siempre ponen la isla bonita de Iquitos, pero le falta mucho por que sus gobernantes no se preocupan.

26. ¿Se paga publicidad en las redes sociales para promocionar la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Por qué? Podría detallar su respuesta por favor

No la ciudad, pago solo para el restaurante.

27. ¿En qué plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Sé que existe la página de Vive Perú

28. ¿Existe una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor

no difunden sobre enfermedades.

29. ¿En qué páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionar el turismo en la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Promperú publica sobre las festividades de Iquitos.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 11

Nombre de la investigadora/entrevistadora: Wendy Yabar

Nombre de la población: Iquitos

Fecha y hora de la entrevista: 18:19 pm / 23-09-2020

Fecha de llenado de ficha: 28-09-2020

Tema: Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria

Informante: Sergio Cárdenas, dueño del albergue la Cocona y su Ají

Contextualización: Crisis sanitaria del Dengue

Observaciones: La entrevista se realizó en casa del Sr. Sergio, tomando las medidas de seguridad respectivas.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 14 minutos

1. ¿Los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos son suficientes y abastece la demanda turística en época de crisis sanitaria? ¿De qué manera? Podría detallar su respuesta por favor
No, hay que utilizar el internet.
2. ¿Los afiches turísticos contienen información sobre prevención referente al dengue? Podría detallar su respuesta por favor
Hay mucha información sobre las enfermedades antiguas como el dengue, la malaria. Son volantes y gigantografías alrededor de la ciudad.
3. ¿Realizan infografías sobre enfermedades tropicales para que sean distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor
Contiene la información de cómo debemos cuidarnos y protegernos de esta enfermedad
4. ¿En qué medios informativos tradicionales (radio, televisión) suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria?
En la radio y la televisión.
5. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas puedan buscar información sobre la ciudad?
Sí, hay una oficina de turismo que desarrolla la municipalidad de Maynas.

6. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales?
Si, en el hospital regional hay mucha información sobre estas enfermedades de la región
7. ¿Realizan reportajes e informativos en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor
Si, por eso le digo en la radio hay mucha información y la mayor parte del tiempo informan sobre síntomas, prevención y tratamiento.
8. ¿Qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria?
Directo, con afiches y volantes. En el centro de la ciudad donde hay más afluencia turística.
9. ¿Qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
Ahora estoy utilizando el medio de Fb, mi albergue es económico por eso es muy llamativo.
10. ¿De qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos? Podría detallar su respuesta por favor.
Mediante de charlas, conversamos con ellos y le enseñamos a cómo comportarnos.
11. ¿De qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor
Es más directo, les hago notar que el zancudo es el transmisor del dengue.
12. ¿A todos los turistas se les informa sobre los riesgos y prevención que se toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
Si ahora estamos poniendo énfasis y más ahora con la pandemia.
13. ¿Cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en

época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Solo por Facebook, o las personas que llegan a mi lugar son por recomendaciones.

14. ¿Cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria?

Como sabes estamos pasando un mal momento, era muy fuerte con el Dengue y bajo la afluencia de turistas por esa enfermedad. Ahora se ha recuperado por que ha quedado en segundo plano, pero no dejamos de cuidarnos.

15. ¿Cómo gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad?

Mediante Senami, es el encargado de informarnos si habrá lluvias o no. Cuando entro en contacto con los turistas, ya conocen el clima de Iquitos, ellos ya saben y están preparados.

16. Desde su punto de vista ¿Qué deberían hacer para mejorar el turismo en época de crisis sanitaria en Iquitos?

Debemos de tener mayor higiene, en lo posible tener el lugar muy limpio. De lo contrario vana captar esa enfermedad. Informar sobre la peligrosidad que tiene el Dengue.

17. ¿Cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas?

Lo que yo he podido notar, es que algunos se quedan sorprendidos y otros ya vienen informados sobre la enfermedad del Dengue, hasta se vacunan

18. ¿Cómo monitorean la postventa turista en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria?

Yo ya no les hago seguimiento una vez que se van

19. ¿Cuáles son las necesidades de los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Los turistas son exigentes y cuidadosos. Quieren ir a un lugar limpio donde puedan descansar.

20. ¿Qué estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas

que visitan Iquitos en época de crisis sanitarias?

Yo lo que utilizo es la gastronomía, trato en lo posible hacerles probar la comida de la región y vuelven contentos.

21. ¿Cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
No compito porque mi lugar es más familiar, es como un turismo interno, como lo que yo como, hacen lo que yo hago. Realizo turismo vivencial.

22. ¿Cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor
Tengo una persona encargada de las redes sociales y por ahí capto pasajeros.

23. ¿Realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del Dengue?
En mi lugar no.

24. ¿Qué tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor
Los lugares turísticos, el turista viene por conocer la selva, ir de pesca. esos lugares se le promueve

25. ¿Cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

26. ¿Se paga publicidad en las redes sociales para promocionar la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Por qué? Podría detallar su respuesta por favor
No.

27. ¿En qué plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
La mayoría tiene página web, yo no.

28. ¿Existe una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor
Dircetura, ellos son los encargados, van a los lugares para ver tipo de

servicio das junto a la municipalidad. Ven en qué condiciones das el servicio y en qué condiciones está el turista

29. ¿En qué páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionar el turismo en la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Dircetura y Promperú. El canal del estado.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 12

Nombre de la investigadora/entrevistadora: Wendy Yabar

Nombre de la población: Iquitos

Fecha y hora de la entrevista: 15:00 pm / 24-09-2020

Fecha de llenado de ficha: 29-09-2020

Tema: Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria

Informante: Romina Noriega, Atención al cliente AAVV Yavaria Travel

Contextualización: Crisis sanitaria del Dengue

Observaciones: La entrevista se realizó en la agencia de viaje Yavaria Travel con las medidas de seguridad respectivas.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 14 minutos

1. ¿Los afiches y volantes que promocionan los atractivos turísticos de Iquitos son suficientes y abastece la demanda turística en época de crisis sanitaria? ¿De qué manera? Podría detallar su respuesta por favor
No, cada empresa hace lo suyo.
2. ¿Los afiches turísticos contienen información sobre prevención referente al dengue? Podría detallar su respuesta por favor
Yo pienso que, si hacen su trabajo, pero no lo suficiente. Estamos en la obligación de informar al turista sobre las precauciones que debe tomar.
3. ¿Realizan infografías sobre enfermedades tropicales para que sean distribuidas entre los visitantes de la ciudad en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor
Si realizan.
4. ¿En qué medios informativos tradicionales (radio, televisión) suelen promocionar los atractivos turísticos de Loreto en época de crisis sanitaria?
Por la Tv, internet y radio. Son publicidad de diferentes maneras.
5. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas puedan buscar información sobre la ciudad?
Claro, hay lugares donde les asesoran, generalmente son albergues y AAVV.
6. ¿Iquitos cuenta con un espacio donde los turistas y pobladores puedan adquirir información sobre la prevención de enfermedades tropicales?
Claro, hay lugares como Irapay, que es la madre de todas las empresas que pueda haber acá.
7. ¿Realizan reportajes e informativos en los medios masivos sobre las medidas de prevención del dengue para los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor
Si en la tv.
8. ¿Qué estrategias utilizan para que el mensaje de prevención llegue a todos los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria?

Concientizarlo y que tomen sus medidas de prevención. Les envías también por mensajes de texto.

9. ¿Qué tipo de ofertas de ventas realizan en época de crisis sanitaria para que los visitantes se animen a visitar la ciudad de Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Cuando estamos en la época del dengue el turismo decae porque piensan que van a venir a contagiarse, pero le decimos que siempre estarán bien cuidados.

10. ¿De qué manera se promocionan las actividades de prevención sobre crisis sanitaria entre los visitantes a la ciudad de Iquitos? Podría detallar su respuesta por favor.

Damos charlas, les enseñamos como se deben proteger. Hacen fumigaciones también.

11. ¿De qué manera se interactúa con el turista que visita la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

12. ¿A todos los turistas se les informa sobre los riesgos y prevención que se toman sobre la crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

Claro, se le tiene que decir, los pros y los contras. Debemos ser realistas, ellos deciden si vienen o no.

13. ¿Cuáles son los canales de atención a los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Por todos los medios tecnológicos. Teléfonos, internet

14. ¿Cómo se promocionan turísticamente Iquitos en época de crisis sanitaria?

Es un poco difícil, la gente tiene miedo de venir. hacemos descuentos también.

15. ¿Cómo gestionan la información que reciben los turistas sobre las excesivas lluvias en la ciudad?

Pues el día que llueve no se puede hacer turismo y no salimos.

16. Desde su punto de vista ¿Qué deberían hacer para mejorar el turismo en época de crisis sanitaria en Iquitos?

Yo pienso que deberían crear más atractivos turísticos, mantenerlos más bonitos. Algunos abusan del precio. Deberían regular eso.

17. ¿Cuál es la imagen que tiene Iquitos en época de crisis sanitaria por parte de los turistas?

Dicen que deberíamos tener más apoyo del gobierno y los hospitales deberían estar más equipados,

18. ¿Cómo monitorean la postventa turista en los clientes que visitaron la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria?

19. ¿Cuáles son las necesidades de los visitantes a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Lo que buscan ellos es algo diferente, apreciar y disfrutar la naturaleza y salir de su zona de confort. Aislarse y relajarse.

20. ¿Qué estrategias realizan para satisfacer las expectativas de los turistas que visitan Iquitos en época de crisis sanitarias?

Brindarles algo diferente con mejor atención, algo novedoso y estar siempre a la vanguardia.

21. ¿Cuáles son las estrategias para competir con otros destinos turísticos en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor

La competencia es fuerte, pero Iquitos tiene un lugar ganado y siempre van a regresar al lugar que los han cautivado.

22. ¿Cómo se maneja la interacción de la información en los fanpage turísticos de las visitas que se realizan a la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? podría detallar su respuesta por favor

Siempre promocionamos las actividades que realizamos.

23. ¿Realizan videos cortos viralizables sobre los atractivos turísticos de Iquitos en época de crisis sanitaria del Dengue?

Si, ponemos parte de la naturaleza con animales, o personas lanzándose al rio o sosteniéndose en una soga. Etc.

24. ¿Qué tipo de información comparte en las redes sociales turísticas para promocionar la visita a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor

Siempre sacar lo mejorcito de acá, la parte más bonita de la ciudad.

25. ¿Cuáles son los comentarios que se pueden leer sobre las visitas a la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor
Los comentarios no son malos, siempre son positivos. Por ejemplo, dicen que lo han disfrutado, pero quisieran que el dengue se erradique, cosa que es imposible
26. ¿Se paga publicidad en las redes sociales para promocionar la ciudad de Iquitos en época de crisis sanitaria? ¿Por qué? Podría detallar su respuesta por favor
No.
27. ¿En qué plataformas informativas promocionan sus ventas turísticas en época de crisis sanitaria en Iquitos? podría detallar su respuesta por favor
En Fb, Instagram, páginas web.
28. ¿Existe una página web sobre el turismo en Iquitos y cómo prevenir enfermedades tropicales? ¿Qué información contienen? podría detallar su respuesta por favor
Creo que sí.
29. ¿En qué páginas web de instituciones estatales les ayuda a promocionar el turismo en la ciudad en época de crisis sanitaria? Podría detallar su respuesta por favor
Si hay, pero no se los nombre.

Anexo 6: Transcripción de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 01

Lugar de la observación: Iquitos

Fecha de la Observación: Del 21 al 25 de Setiembre

Hora de inicio de la Observación: 10:00am

Hora de término de la Observación: 6:00 pm

Responsable de la Observación: Wendy Yabar

TEMA: ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN ÉPOCA DE CRISIS SANITARIA

COMPONENTE: ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD TURÍSTICA

Subcomponente: Estrategia de publicidad turística

Afiches

No se encuentra ninguna publicación impresa en la plaza de armas ni en sus alrededores, sobre el turismo y prevención del Dengue en la ciudad de Iquitos.

Principales lugares turísticos, además se observó que dentro del aeropuerto tampoco existe publicidad alguna. Tanto en el área de llegadas como en salidas nacionales

Medios y espacios



Los lugares como IPerú y museo brindan información sobre turismo de la ciudad pero a la fecha no se encuentran abiertos al público, encontramos también en la municipalidad de Maynas, donde sí se brinda información sobre el dengue y la prevención dentro del horario de 8am a 3pm.

SUBCOMPONENTE: Estrategias de relaciones públicas turísticas

Imagen



Iquitos a simple vista es una ciudad hermosa y cálida, pero la contaminación y falta de conciencia ambiental de los pobladores es muy frecuente, ya que se observan a las personas tirar sus desechos en la vía pública, el desorden en el mercado de Belén que aún existen lo ambulantes que generan suciedad.

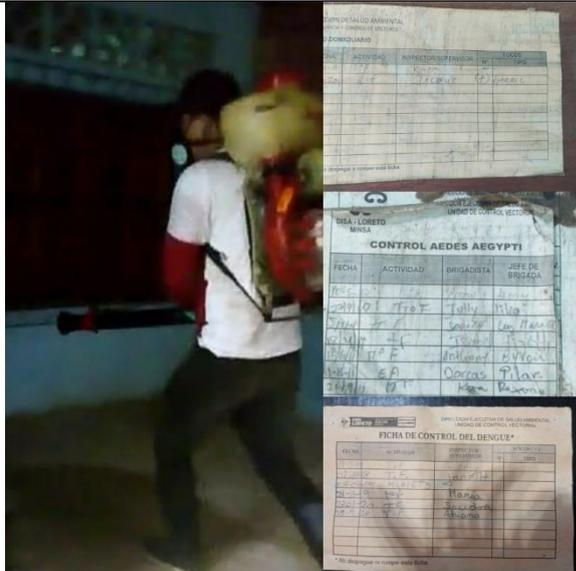
El boulevard no se encuentra en buenas condiciones ya que la pintura se nota desgastada, y la presencia de basura es abundante en esa zona cerca al río.



Apreciamos que la publicidad encontrada en la plaza de armas orientada para los visitantes de la ciudad de Iquitos, quieren resaltar las medidas de seguridad pública y salubre ya que en las señales B4, encontramos miembros del ejército del Perú, del personal de salud, de médicos y enfermeras y fumigadores, por ende,

quieren reflejar a la gente de la ciudad una adecuada bioseguridad establecida.

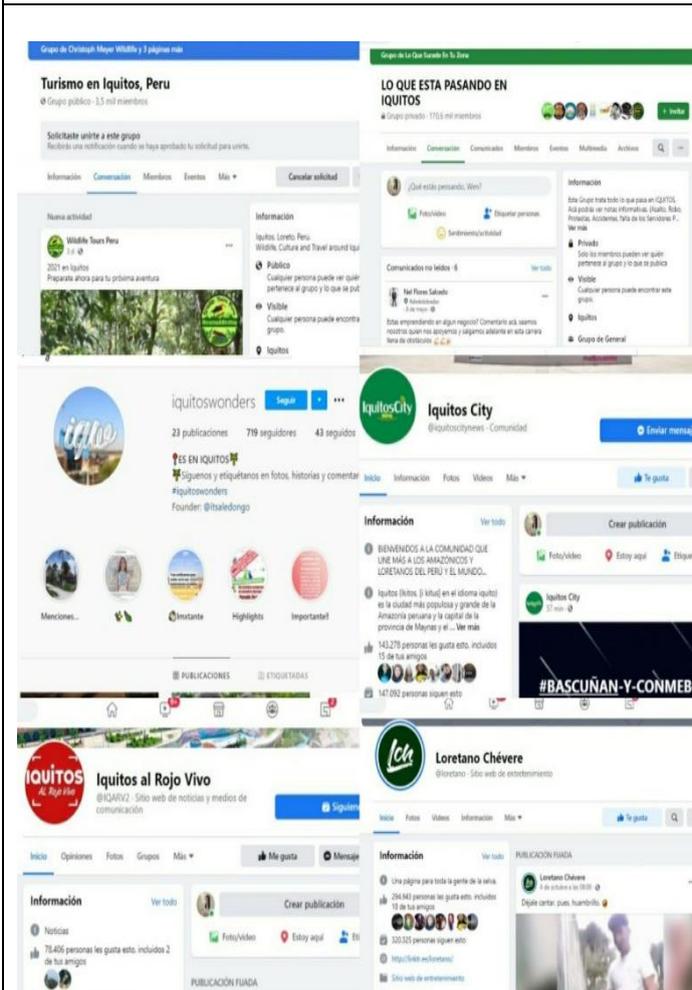
Relaciones con la comunidad



Se observa que la municipalidad se encarga de realizar fumigaciones dentro de los hogares de la población, realizando controles de salud, y todo esto es detallado en cartillas que cada grupo familiar obtiene.

SUBCOMPONENTE: ESTRATEGIAS DE MARKETING 2.0

Redes Sociales



Podemos encontrar diferentes grupos en Fb donde brindan toda la información de la ciudad de Iquitos:

- Lo que está pasando en Iquitos (170.6 mil seguidores)
- Iquitos al rojo vivo (107.240 seguidores)
- Iquitos City (147.092 seguidores)
- Turismo en Iquitos (3,5 mil seguidores)
- Loretano chévere (320.325 seguidores)

Además, cada empresa turística cuenta con su página de Facebook

para poder interactuar continuamente con el turista y poblador.

Tenemos también páginas de Instagram tales como:

- Iquitos_oficial (703 seguidores)
- Iquitos wonders (719 seguidores)
- Iquitos es bacan (17mil seguidores)

Web



Las páginas que podemos encontrar información de Iquitos y prevención del Dengue son:

- Mincetur
- Promperú
- Diresa

Anexo 7: Matrices de codificación

Tabla 4 Matriz de Codificación y Categorización para el análisis de entrevistas por Ítem

Categoría	Objetivos específicos	Ítems de la entrevista	Testimonios	Categorización			Análisis ítem por ítem
Estrategias de publicidad turística	Describir las estrategias de publicidad turística en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020.	Ítem 1	12 Entrevistados	Si	No	No precisa, no responde	Análisis integral ítem 1
		Ítem 2	12 Entrevistados	Si	No	No precisa, no responde	Análisis integral ítem 2
		Ítem 3	12 Entrevistados	Si	No	No precisa, no responde	Análisis integral ítem 3
		Ítem 4	12 Entrevistados	Radio	Tv	Otros	Análisis integral ítem 4
		Ítem 5	12 Entrevistados	Si	No	No precisa, no responde	Análisis integral ítem 5
		Ítem 6	12 Entrevistados	Si	No	No precisa, no responde	Análisis integral ítem 6
		Ítem 7	12 Entrevistados	Si	No	No precisa, no responde	Análisis integral ítem 7
		Ítem 8	12 Entrevistados	Charlas preventivas	Ninguna	Otros	Análisis integral ítem 8

Estrategias de promoción de ventas turísticas	Definir las estrategias de promoción de ventas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020	Ítem 9	12 Entrevistados	Promociones	Ofertas	Otros	Análisis integral ítem 9
		Ítem 10	12 Entrevistados	Campañas	Charlas	Medios impresos u otros	Análisis integral ítem 10
		Ítem 11	12 Entrevistados	Mucha interacción	Buena interacción	Regular interacción	Análisis integral ítem 11
		Ítem 12	12 Entrevistados	Si	No	No precisa, talvez, regular o a veces	Análisis integral ítem 12
		Ítem 13	12 Entrevistados	Web	Agencias de viajes	otros	Análisis integral ítem 13
Estrategias de relaciones públicas turísticas	Describir las estrategias de relaciones públicas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020	Ítem 14	12 Entrevistados	Web, Tv, radio	Instituciones del estado	Otros	Análisis integral ítem 14
		Ítem 15	12 Entrevistados	Toman precaución	Lo toman pero igual no modifican sus actividades	Otras respuestas	Análisis integral ítem 15
		Ítem 16	12 Entrevistados	Seguridad y limpieza	Promover y gestionar más atractivos turísticos de la ciudad	Conciencia turística y ambiental de los pobladores / otros	Análisis integral ítem 16

		Ítem 17	12 Entrevistados	Buenas imagen	Regular imagen	Mala imagen	Análisis integral ítem 17
		Ítem 18	12 Entrevistados	Seguimiento por teléfono	Seguimiento por web	Ninguna u otras respuestas	Análisis integral ítem 18
		Ítem 19	12 Entrevistados	Salud y esotérico	Naturaleza o cultura	Diversión u otros	Análisis integral ítem 19
		Ítem 20	12 Entrevistados	Buen trato	Brindar información o apoyo	Otros	Análisis integral ítem 20
		Ítem 21	12 Entrevistados	Promocionar las festividades tradicionales	Promocionar las festividades contemporáneas	Promocionar los recursos naturales	Análisis integral ítem 21
Estrategias de Marketing 3.0	Describir las estrategias de Marketing 3.0 en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020.	Ítem 22	12 Entrevistados	Personalizadamente	De vez en cuando	Poco o casi nada	Análisis integral ítem 22
		Ítem 23	12 Entrevistados	Si	No	Talvez	Análisis integral ítem 23
		Ítem 24	12 Entrevistados	Recursos naturales y culturales	Actitud de pobladores	Otros	Análisis integral ítem 24
		Ítem 25	12 Entrevistados	Comentarios positivos	Comentarios negativos	Indiferentes, no se menciona, no precisa	Análisis integral ítem 25

		Ítem 26	12 Entrevistados	Si	No	Talvez, no precisa	Análisis integral ítem 26
		Ítem 27	12 Entrevistados	Página Web	Redes Sociales	No saben / no usan plataformas	Análisis integral ítem 27
		Ítem 28	12 Entrevistados	Si	No	Talvez, no precisa	Análisis integral ítem 28
		Ítem 29	12 Entrevistados	Mincetur	Dircetur/Pro mperú	Otro	Análisis integral ítem 29

Tabla 5 Matriz de Codificación y Categorización para el análisis de entrevistas por categoría

Objetivos específicos	Análisis integral de los ítems de la entrevista	<u>Análisis de observación</u>	<u>Análisis por dimensión</u> ANÁLISIS DE RESULTADOS	Análisis integrado, objetivo general
Describir las estrategias de publicidad turística en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020.	Análisis integral ítem 1	Observación 1	Análisis de resultados del objetivo específico 1	Análisis integral
	Análisis integral ítem 2			
	Análisis integral ítem 3			
	Análisis integral ítem 4			
	Análisis integral ítem 5			
	Análisis integral ítem 6			
	Análisis integral ítem 7			
	Análisis integral ítem 8			
Definir las estrategias de promoción de ventas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020	Análisis integral ítem 9	Sin observación	Sin observación	Análisis integral
	Análisis integral ítem 10			
	Análisis integral ítem 11			
	Análisis integral ítem 12			
	Análisis integral ítem 13			
	Análisis integral ítem 14	Observación 3		

Describir las estrategias de relaciones públicas turísticas en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020	Análisis integral ítem 15		Análisis de resultados del objetivo específico 3	Análisis integral
	Análisis integral ítem 16			
	Análisis integral ítem 17			
	Análisis integral ítem 18			
	Análisis integral ítem 19			
	Análisis integral ítem 20			
	Análisis integral ítem 21			
Describir las estrategias de Marketing 3.0 en épocas de crisis sanitaria en Iquitos, 2020.	Análisis integral ítem 22	Observación 4	Análisis de resultados del objetivo específico 4	
	Análisis integral ítem 23			
	Análisis integral ítem 24			
	Análisis integral ítem 25			
	Análisis integral ítem 26			
	Análisis integral ítem 27			
	Análisis integral ítem 28			
	Análisis integral ítem 29			

Anexo 8: Consentimiento informado

Figura 14

Documento del Consentimiento Informado 1

Carta de Consentimiento informado

Yo, Frank Pinedo Dine..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 22.....del 2020



Firma de la participante

Firma del investigador

Celular N° 984229925

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador.....

Nota: Carta de consentimiento informado del entrevistado. Fuente: Del autor.

Figura 15

Documento del Consentimiento Informado 2

Carta de Consentimiento informado

Yo, Lucas Jeison Epullima Almeida Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 22 de Setiembre del 2020

Firma de la participante

Firma del investigador

Celular N° 984229925

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador.....

Nota: Carta de consentimiento informado del entrevistado. Fuente: Del autor.

Figura 16

Documento del Consentimiento Informado 3

Carta de Consentimiento informado

Yo, Manuel Anthony Talexio C. Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 22-09- del 2020

Firma de la participante

Firma del investigador

Celular N° 984229925

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador.....

Nota: Carta de consentimiento informado del entrevistado. Fuente: Del autor.

Figura 17

Documento del Consentimiento Informado 4

Carta de Consentimiento informado

Yo, JINO F. BULLOSA PANDURO..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 23 Set.....del 2020

Firma de la participante

Firma del investigador

Celular N° 984229925

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador.....

jinoquide@gmail.com

Nota: Carta de consentimiento informado del entrevistado. Fuente: Del autor.

Figura 18

Documento del Consentimiento Informado 5

Carta de Consentimiento informado

Yo, Romina Noriega Díaz..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 24 Set. del 2020



Firma de la participante

Firma del investigador

Celular N° 984229925

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador.....

Nota: Carta de consentimiento informado del entrevistado. Fuente: Del autor

Figura 19

Documento del Consentimiento Informado 6

Carta de Consentimiento informado

Yo, Alexander Mosquera I Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 23 de febrero del 2020


Firma de la participante

Firma del investigador

Celular N° 984229925

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador.....

Nota: Carta de consentimiento informado del entrevistado. Fuente: Del autor.

Figura 20

Documento del Consentimiento Informado 7

Carta de Consentimiento informado

Yo, Leydis Neu Bonceis Avila Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 23 del 2020



Firma de la participante

Firma del investigador

Celular N° 984229925

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador.....

Nota: Carta de consentimiento informado del entrevistado. Fuente: Del autor.

Figura 21

Documento del Consentimiento Informado 8

Carta de Consentimiento informado

Yo,.....Ana Paula Barzales Gil..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 23 de Sep del 2020



Firma de la participante

Firma del investigador

Celular N° 984229925

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador.....

Nota: Carta de consentimiento informado del entrevistado. Fuente: Del autor