



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

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

**Gestión turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de
la pandemia COVID 19 - 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración de Turismo y Hotelería

AUTORA:

Medrano Alor, Lilia (ORCID: 0000-0002-8471-2253)

ASESORA:

Mg. Velásquez Viloche, Leli Violeta (ORCID: 0000-0001-9985-0344)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Turística

LIMA - PERÚ

2020

Dedicatoria

El presente trabajo va dedicado en primer lugar a Dios, a mi familia, mi mamá por haberme forjado en la persona que soy en la actualidad, mucho de mis logros se lo debo a ella que me forjó con reglas y libertades, pero al final de cuentas me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos, a mi hermana por siempre estar a mi lado aconsejándome, a mis sobrinitas Claudia y Fátima que con cada sonrisa y cariño hacen que sea una mejor persona y por último a mis cuatro ángeles: mi papá, mis dos abuelitos y a mi tío Miguelito, sé que siempre están conmigo y me guían en cada paso que doy.

Agradecimiento

Agradezco a Dios en primer lugar por darme las fuerzas necesarias para poder culminar esta etapa universitaria, las personas que me apoyaron en realizar el trabajo de investigación y en especial a mi asesora Leli Violeta Velásquez Viloche por la paciencia y apoyo incondicional.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	15
3.1. Tipo y diseño de la investigación	15
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	16
3.3. Escenario de estudio	16
3.4. Participantes	16
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.6. Procedimiento	17
3.7. Rigor científico	18
3.8. Método de análisis de datos	18
3.9 Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	20
V. CONCLUSIONES	29
VI. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS	31
ANEXOS	38

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 Nombres de expertos para la validación	56

Índice de gráficos

	Pág.
Gráfico 1 Productos turísticos y sus elementos	11

Índice de figuras

Figura 1 Matriz de redes de planificación turística	52
Figura 2 Matriz de redes de desarrollo de productos y servicios turísticos	52
Figura 3 Matriz de redes de promoción turística	53

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar la gestión turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia Covid 19. Para la elaboración de este trabajo de investigación se realizó un enfoque cualitativo, tipo básica, con diseño fenomenológico. La muestra estuvo conformada por 4 personas relacionadas al turismo, quienes son parte de la Gerencia Regional de Desarrollo Económico, Jefe de la Oficina de Comercio, Turismo y Energía y Minas, que participan en la actividad turística de la región. En la presente investigación los resultados que se obtuvieron fue que la gestión turística en la región del Callao se viene dando de manera correcta, ya que el gobierno regional está desarrollando productos y servicios con miras a la reactivación económica, a través del desarrollo de un plan turístico, a la vez que promocionan de manera eficiente los recursos y nuevas actividades turísticas. Por ello, se concluyó que la gestión turística en el Gobierno Regional del Callao se está realizando de una forma óptima, con una planificación turística para la reactivación económica, a la vez se preparan a las empresas turísticas con los protocolos adecuados para el turismo post pandemia.

Palabras claves: gestión turística, desarrollo de productos y servicios, planificación turística, promoción turística.

Abstract

The objective of this research work was to analyze tourism management in the Callao Regional Government from the Covid 19 pandemic. For the preparation of this research work, a qualitative approach, basic type, with a phenomenological design was carried out. The sample consisted of 4 people related to tourism, who are part of the Regional Management of Economic Development, Head of the Office of Commerce, Tourism and Energy and Mines, who participate in the tourism activity of the region. In the present investigation, the results obtained were that tourism management in the Callao region has been taking place correctly, since the regional government is developing products and services with a view to economic reactivation, through the development of a plan tourism, while efficiently promoting resources and new tourism activities. Therefore, it was concluded that tourism management in the Regional Government of Callao is being carried out in a positive way, with tourism planning for economic reactivation, at the same time preparing tourism companies with the appropriate protocols for post-pandemic tourism.

Keywords: tourism management, product and service development, tourism planning, tourism promotion.

I. INTRODUCCIÓN

La pandemia del COVID 19 está afectando a todo el mundo provocando la muerte de más de 300.000 personas a nivel mundial, centrándose la mayoría de casos en el país de China. El 31 de diciembre del 2019 se habló por primera vez de esta pandemia en ese país, exactamente en Wuhan. (OMS, 2020) Poco después la enfermedad se propagó por 220 países más, siendo los focos de suma importancia en España, Rusia, Reino Unido y Estados Unidos. En España, las sumas de los contagiados por esta pandemia ya superan los 270.000.

Por otro lado, el COVID 19 está afectando la economía. Así como muestra Gozzer, Canchihuamán, Espinoza (2020) que el FMI prevé una necesidad mundial del 3% en 2020 y un apunte del 5,8% en 2021. Asimismo, uno de los sectores más afectados en el mundo entero ha sido el sector turismo, ya que al empezar la propagación de esta pandemia que fue hace más de 7 meses, las medidas que optaron los gobiernos para proteger a la población fueron; el aislamiento total que quiere decir la inmovilización de las personas, el cierre de centros comerciales, cancelaciones de vuelos internacionales y cierre de aeropuertos, entre otros. Por ende, las empresas turísticas dejaron de funcionar.

Por tanto, es una situación preocupante ya que ninguna empresa turística estaba preparada para este lamentable acontecimiento que ha afectado a muchos países creando una crisis internacional, afectando también a países con una economía estable y desarrollada como lo es EE.UU.

Según Maguiña (2020) afirma que el coronavirus o también llamado COVID-19 es un grave riesgo que conlleva a muchos países en recesión y ha enviado al mercado de valores de EE. UU a un mercado bajista. Por otro lado, en Latinoamérica los países con alto índice de contagiados por el COVID 19 son Perú (738.020) sigue Colombia (728.590) y por último México (676.4879) casos.

Según Graham, Director General de la Dirección de Mercados Financiero y Previsional Privado del Ministerio de Economía y Finanzas (2020) informo que el Perú es uno de los Países de Latinoamérica más afectado, la segunda etapa de REACTIVA PERÚ se dio el 17 de julio, la emisión de 45,000 garantías para los créditos otorgados a las PYMES, otorgando 28 mil soles de garantías a 103 mil organizaciones que dan 1,7 millones de trabajos formales. Por lo tanto, no será

suficiente para la recuperación de muchas empresas que están hoy en día en quiebra.

Mucho se habla de un mal manejo por parte de los Gobiernos Regionales sobre la ayuda correspondiente para las pequeñas empresas. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020) fomenta el programa de concurso público del “Turismo emprende” para fomentar el crecimiento de la actividad turística como medio para colaborar al desarrollo económico y social del Perú. En consecuencia, este programa no tendrá fruto siempre y cuando los Gobiernos Regionales no trabajen y lo promuevan en conjunto con las empresas turísticas.

Asimismo, se ve reflejado que el gobierno peruano no está interviniendo consecutivamente a la situación que se viene atravesando en el ámbito del turismo, por ende, está afectando al turismo por una mala gestión turística en las entidades públicas y privadas, en ese sentido Tinoco (2014) afirma que el Perú es un país con mucha riqueza turística pero que lastimosamente existen deficiencias a consecuencia de una mala gestión, explotando a los recursos y atractivos turísticos, escasas estrategias para un turismo sostenible.

El Gobierno Regional del Callao carece de información y estrategias para enfrentar esta problemática que no solo el Perú está atravesando sino a nivel mundial, entonces contar con un plan estratégico que ayude a la reactivación del turismo no solo en la Región del Callao sino en todo el País es de suma importancia.

En la actualidad el turista busca seguridad, menor contacto, valor por su dinero, una compra inmediata y sensibilidad, entonces la gestión turística de la Región del Callao deberá optar por replantear sus estrategias y trabajar de la mano con las empresas turísticas, con el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, los lugares turísticos, agencias de viajes y hoteles. La gestión turística de la Región del Callao debería tener también un plan de Marketing turístico de los destinos existentes que están siendo afectados. Aires, Nicolau (2020) muestra un modelo de plan de marketing turístico que es diagnosticar la demanda y la oferta, accionar, tener alianzas estratégicas, imagen de marca, ser líder de opinión e implementar.

Ante ello, el trabajo de investigación planteó la formulación del problema general, ¿De qué manera se da la gestión turística en el Gobierno Regional del

Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020?, seguido de los problemas específicos, ¿De qué manera se da la planificación turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020?, igualmente ¿De qué manera se da el desarrollo de productos y servicios turísticos en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020?, finalmente ¿De qué manera se da la promoción turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020?.

El presente trabajo de investigación se justifica por lo siguiente: es vital y necesario realizar la investigación sobre la gestión turística en la Región del Callao, porque permite conocer y tener un panorama amplio de la situación actual sobre la emergencia sanitaria y las posibles consecuencias que atraviesa el sector turístico a consecuencia de la pandemia del COVID -19, también saber cómo el Gobierno Regional del Callao viene trabajando por la reactivación económica y recuperación de las actividades turísticas y si están creando estrategias o un plan de trabajo en conjunto con los operadores turísticos, ya que son ellos los más afectados por la coyuntura sanitaria, como lo recalca Britto (2020) menciona que la pandemia COVID 19 está llegando a un punto en el ciclo empresarial donde los empresarios están siendo afectados económicamente, está llegando a su punto máximo de quiebre económico para muchos empresarios.

Así mismo el trabajo de investigación ayudará entender la gravedad del problema de la emergencia sanitaria, con la finalidad de poder dar posibles soluciones para mejorar la gestión turística en la Región Callao, por ende, las organizaciones en conjunto con los Gobiernos locales deberán proponer y optar estrategias para mejorar sus ventas de sus productos o servicios respetando los protocolos de bioseguridad ante la pandemia. Así mismo, Britto (2020) menciona que las estrategias que se deben tener en cuenta son; Incrementar la calidad de servicio o producto, innovar, aumentar el servicio, generar valor en la comunicación.

Por consiguiente, el presente trabajo tiene como objetivo principal; Analizar la gestión turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 -2020. Asimismo, los objetivos específicos son; describir la planificación turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 -2020. Seguido, determinar el desarrollo de productos y servicios

turísticos en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020 y para finalizar describir la promoción turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 – 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Para el trabajo de investigación se presentó antecedentes nacionales e internacionales, los trabajos previos en el contexto nacional tenemos a Ortiz (2020) En su trabajo de investigación, se planteó como objetivo primordial proponer un plan de fortalecimiento de las capacidades para fomentar la gestión turística municipal, la investigación se desarrolló bajo la metodología de un enfoque cualitativo con diseño fenomenológico de tipo propositivo, para la recolección de información se utilizaron entrevistas a profundidad a cuatro representantes locales asociados a la actividad turística y tres especialistas conocedores de la realidad turística del distrito de Monsefú, se llegó a las siguientes conclusiones que la municipalidad de distrito de Monsefú no está desarrollando con profesionalismo el turismo, ya que dicha área es compartida con el área de educación, cultura, juventud y deportes, así mismo se identificó que la falta de liderazgo en distrito de Monsefú no ayuda a articular a los agentes, los residentes, operadores y empresas turísticas a desarrollar objetivos encaminados a fortalecer la gestión turística del distrito.

Según Gonzales (2020) En su trabajo de investigación, sostuvo como objetivo principal de contrastar que si la gestión turística y el turismo de naturaleza en operadores turísticos se relacionan, por el cual desarrollaron una metodología de tipo básica con un alcance descriptivo correlaciona y de diseño no experimental, tuvieron como muestra a 73 operadores turísticos, como técnica usaron la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Las principales hallazgos fueron; si hay relación positiva entre la gestión turística y el turismo de naturaleza, así mismo se caracterizó que la gestión turística en el distrito de Tarapoto de viene desarrollando de forma regular con un 73% de aceptación por parte de los operadores turísticos, en relación al estado de conservación del turismo de naturaleza presenta un 84% de aceptación de la población, pero recalcan que se debe mejorar la comunicación y promoción de los del destino turístico, mejorar el desarrollo de los servicios y productos turísticos mediante una planificación del destino.

Así mismo Mori (2018) En su estudio, tuvo como objetivo fijar cuál es la importancia que ejercen las municipalidades de una provincia dentro del progreso turístico de un espacio, dicha investigación se desarrolló con un enfoque

cuantitativo de alcance correlacional, se aplicó encuestas a funcionarios y empresarios de la provincia de Huallaga, como instrumento utilizaron el cuestionario, se llegó a la conclusión de que la gestión turística se relaciona con el desarrollo local, donde ayuda a mejorar el crecimiento de la oferta turística, conservación de los recursos naturales, apoyo y orientación a los prestadores servicios turísticos.

De acuerdo a Gómez y Vílchez (2017) en su estudio buscó proponer un modelo de Gestión turística Municipal y su influencia en la actividad turística de la ciudad de Bagua Grande provincia de Utcubamba – Región Amazonas 2011 – 2016. Por otro lado, los métodos utilizados en su tesis sostuvieron una base científica, con características de investigación de método inductivo y deductivo, realizando la técnica de la entrevista, observación directa y encuesta. Finalmente, en su trabajo de investigación llegó a la conclusión que la gestión turística municipal en la ciudad de Bagua Grande provincia de Utcubamba es escaso en planificación y control, ya que esta solo se limita a desarrollar algunas actividades que se vienen implementando desde el año 2014 a la actualidad; la gestión del turismo la están realizando de una manera inadecuada por falta de compromiso y profesionalismo. Además, Leonardo (2017) en su trabajo de investigación buscó demostrar de qué manera la Gestión Turística Municipal influye en el desarrollo turístico del Distrito de Huánuco, en su tesis desarrolló una encuesta donde la muestra fueron las empresas turísticas de la provincia, asimismo, a los gestores Municipales de Huánuco.

En síntesis, el trabajo de investigación demostró que la gestión turística municipal influyó significativamente en el desarrollo del turismo de Huánuco, en una perspectiva de los turistas en un 36.7% considerado como regular, por otro lado, un 41.7% influye al desarrollo del turismo.

Los trabajos previos en un contexto internacional tenemos a Vargas (2020) en su artículo científico buscó entender el turismo Post-Coronavirus: Posibles escenarios, el turismo después de la pandemia global análisis, perspectivas y vías de recuperación. En este estudio se plantean algunos sucesos en función de tres categorías y/o variables que son la política gubernamental, la cultura organizacional y el comportamiento del turista. El estudio se perfecciona con apreciaciones de gestión de crisis. Llegando a la conclusión que las

organizaciones en estos momentos de crisis deberán comportarse como un buen ciudadano, ayudando a sus trabajadores, proveedores y clientes. Es una cuestión de solidaridad de parte de las empresas hacia sus colaboradores, por otro lado, este estudio menciona que, pese a esta crisis por la pandemia, si las empresas turísticas optan por usar las herramientas de las tecnologías, llegarán a cumplir sus metas de una manera significativa.

Asimismo, Gossling, Scott y Hall (2020) en su artículo científico buscaron comparar los impactos del COVID-19 con otras pandemias sucedido anteriormente y otros tipos de crisis globales y explicar cómo la pandemia puede cambiar a la sociedad de un momento a otro, en la economía y en el sector turismo, asimismo, se analiza porque le COVID-19 es parecido a la actual crisis climática y porque es necesario cuestionar el modelo de turismo de desarrollo bajo el modelo de turismo de crecimiento defendido por la organización mundial del turismo. Este estudio llegó a la conclusión que después de la comparación con otras pandemias, existe una necesidad urgente de no volver a la normalidad cuando la crisis termine, que aun la recuperación de los países va a tardar.

Por otro lado, García (2017) en su estudio buscó diseñar un modelo de gestión turística para fomentar el desarrollo del turismo comunitario en la provincia de Manabí, Ecuador. La metodología estableció tres fases fundamentales para el desarrollo que son el diagnóstico turístico, análisis de la situación e implementación de un plan estratégico. Llegando a la conclusión que existen varios modelos de gestión turística que no son más que la demostración de una realidad actual del turismo, teniendo en cuenta que ningún modelo es completo que parte desde estructurales, funcionales hasta teóricos.

De acuerdo a Villao (2017) en su tesis buscó analizar la influencia de la planificación y gestión turística de la comisión de turismo del GADPR frente a la implementación local de la cabecera parroquial de Colonche. Por otro lado, la metodología se basó en la investigación descriptiva correlacional, realizando el instrumento de la entrevista y las encuestas bajo un enfoque cualitativo y cuantitativo. Asimismo, se llegó a concluir que no existe flujo de inversión y planificación para fomentar el turismo dentro de la cabecera Parroquial Colonche, siendo el turismo para ellos no tan importante en el desarrollo para la población ya

que no muestran estrategias para el desarrollo ni tampoco hacen partícipe a la población del turismo interno.

Para la fundamentación teórica, se buscó autores que tuvieran sustento en la categoría de estudio mediante fundamentos. Según la OMT (2020) el turismo abarca las cosas que hacen los turistas durante su estadía en diferentes naciones que no es su lugar de origen, con una duración no más de un año, los motivos del viaje pueden ser por ocio, negocios, etc. Es de suma importancia definir el turismo para tener una visión más clara al respecto al trabajo de investigación y poder comprender las variables o categorías. El turismo es desplazamiento fuera de su lugar de origen por cualquier motivo sea ocio, gastronómico, cultural, etc.

Según la Azevedo, Gomes (2014) define el turismo como la actividad que hacen los individuos fuera de su entorno, por un tiempo determinado no mayor a un año y los motivos pueden ser varios como por ejemplo cultural, negocio, de salud, entre otros. Por otro lado, Francesch (2014) el turismo se define como la acción que hacen los individuos que viajan de un país que no sea el de residencia, por cualquier motivo que no sea de trabajo. En la actualidad la definición del turismo es aún más amplia. Asimismo, Camilleri (2017) define el turismo como el término de actividades características, seleccionadas por elección y emprendidas fuera del entorno doméstico. Esto implica pasar fuera de casa. En suma, el turismo es importante para la economía de un país, es una de las actividades que genera divisas importantes y ayuda a la estabilidad y desarrollo de un lugar o país. Por otro lado, el Perú es un país turístico con muchas riquezas, lugares turísticos que hace que el turista internacional lo visite, de esa manera hace que el Perú sea un destino más atractivo para los visitantes.

En contraste, Fuller (2014) da su punto de vista con respecto al turismo, señala que es una actividad que ayuda a la economía de un país, genera ingresos y ayuda en el desarrollo.

Por otro lado, Mora, Duran y Zambrano (2016) define que la gestión es la actividad de gestionar o administrar algo, trámite que se realiza para llegar a lograr el objetivo deseado, hace referencia al control y mejoramiento de los procesos. Entonces la gestión hace referencia a todos los planes y control propuestas, con el fin que la organización tenga rentabilidad. Por consiguiente,

Murray (2002) dice que la gestión es una función de dirección transversal sin depender en el catálogo de tareas problemáticas de planificar, organizar, liderar y controlar. La gestión es la ejecución de realizar operaciones para lograr las metas trazadas. Asimismo, Rodríguez (2015) explica que la Gestión turística es un conjunto de actividades donde el estado o gobierno busca que la población local valore el desarrollo económico y la promoción. La Gestión turística tiene como finalidad ayudar a que no se pierda la identidad cultural en los pobladores y hacer bien la gestión.

Igualmente, según Damian, Suárez (2015) define gestión turística como la puesta en práctica de los saberes administrativos en los bienes patrimoniales de los que un lugar goza. Esta comprende la conservación del área geográfica, la adaptación de esta para el empleo turístico y la promoción de la misma hacia un público objetivo o general.

El desarrollo de una eficaz planificación turística, tomar las medidas referidas en los párrafos anteriores, permiten realizar procesos acertados, en el momento oportuno, tratando a tiempo justo las problemáticas que puedan suscitarse y así alcanzar los objetivos trazados. Por ende, el gobierno local es responsable de dar prioridad a la planificación turística e impulsar el desarrollo de promoción del turismo, responder a las solicitudes, demandas de la comunidad local y minimizar todos aquellos inconvenientes que puedan afectar al turismo.

Según Álvarez (2014) describe el concepto de planificación turística como la creación y diseño de una política para la correcta actividad turística que permita el desarrollo sostenible en este sector y este se mantenga estable. Entonces la planificación turística comprende los aspectos de ordenar, regular, desarrollar, promocionar y controlar para posteriormente ser gestionado por alguna institución de ser más probable de carácter público. Según García (2016) la planificación turística es un instrumento que sirve para alcanzar ciertos objetivos que se plantea dentro de una organización de tal modo que permite crear los equipamientos necesarios para el turismo masivo.

Según Contreras (2014) la estrategia se establece en un aspecto de suma importancia en las decisiones que los encargados y/o responsables de cada organización deben asumir con respecto a la gestión empresarial, asimismo

existen recursos que serán utilizados en forma inmejorable para llegar a cumplir los objetivos trazados.

Estrategia es planificar y dirigir las metas trazadas que se plantea una empresa y que todos los trabajadores deben de seguir con el fin de lograr la permanencia de la organización.

Por otro lado, Gutiérrez (2014) definen la estrategia como el subconjunto de metas y objetivos de una empresa, las importantes actividades que están seleccionadas para lograr las metas, objetivos y los mecanismos importantes de asignación de recursos usados para vincular a la organización con su entorno.

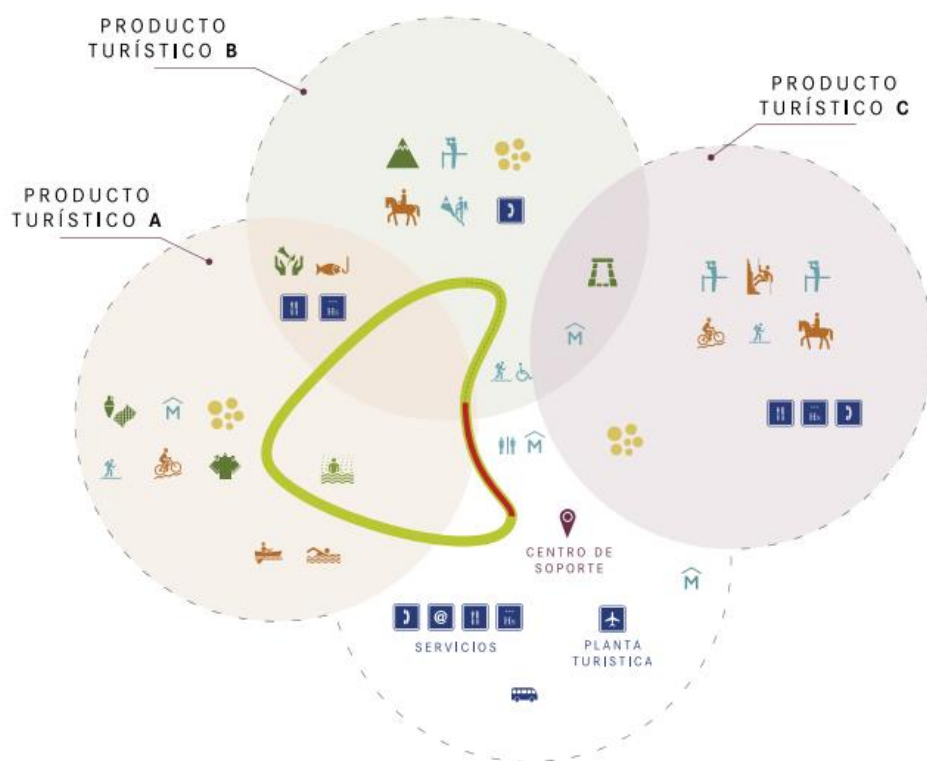
Por consiguiente, Gálvez (2014) menciona que la asistencia técnica es lo que expertos certificados y calificados prestan, estos pueden estar constituidos de la siguiente manera: ofrece servicio de especialistas, estructura y administra trabajos o programas, facilitar becas de estudio, organizar y realizar programas experimentales o estudios. Asimismo, uno de los objetivos principales de la asistencia técnica es la utilización de entendimientos especializados por la persona que presta los servicios.

El desarrollo de productos y servicios turísticos es significativo para mantenerse en el mercado, creando productos o servicios innovadores que capte la atención de los visitantes no solo nacional sino también internacional, la creación de estrategias, un sistema de trabajo adecuado y control ayudará a seguir desarrollando nuevos productos y servicios. Por otra parte, Fernández (2015) menciona que el producto y servicio se componen de 4 elementos principales que son el programa o itinerario, los alojamientos, la alimentación y por último los servicios adicionales.

Según la cooperación suiza en el Manual para la Planificación de Productos Turísticos (2014) menciona que el desarrollo de un producto turístico está dividido en etapas fundamentales: la planificación, la implementación y la comercialización y marketing. En la planificación se analiza primero el destino, luego se conceptualiza el producto o servicio turístico, seguido se diseña el producto y por último se realiza el plan y estrategias para el posicionamiento del producto turístico. En la implementación se analizan las actividades, programas

del plan de trabajo validado por los operadores y para finalizar la comercialización y Marketing del producto turístico.

Gráfico 01: Productos turísticos y sus elementos



LEYENDA			
RECURSO TURÍSTICO		PLANTA TURÍSTICA	
ACTIVIDADES TURÍSTICAS		SERVICIOS	
INSTALACIONES		INFRAESTRUCTURA	
CENTROS POBLADOS		CARRETERA ASFALTADA	
DESTINO TURÍSTICO - PRODUCTO		RUTA TURÍSTICA	

Fuente: Manual para la planificación de Productos Turísticos (2014).

Los operadores o prestadores de servicios son personas naturales o jurídicas que se dedican a todas las actividades turísticas y fortalecen el conocimiento de la productividad en el sector turístico.

Según Mata (2014) señala que en la Ley Orgánica de Turismo en su artículo 66 los operadores o prestadores turísticos deben cumplir algunos deberes y derechos que son: promocionar de una manera adecuada el turismo, ofrecer servicio y/ o producto de calidad según las condiciones dadas, incentivar las manifestaciones culturales, históricas y folclóricas, ejecutar el control de calidad, brindar trabajo a profesionales de turismo. Estos deberes y derechos son de suma importancia en la cual los operadores turísticos tendrán en cuenta para trabajar de una manera adecuada contribuyendo al desarrollo del turismo en el país.

En palabras de Castillo, Castaño (2014) define la promoción turística como “conjunto de sucesos consecuentes y complejos, direccionado a un propósito general de ventas, proyectados a lograr metas en un tiempo específico, contando con principales destinatarios: los mercaderes, prescriptores, mediadores, clientes, entre otros”. La promoción turística es el acto de fomentar una serie de procesos y operaciones, que admita la labor turística de un sector localizado. Por consiguiente, Flores (2017) define promoción turística a la acción de ilustrar y estimular intrínsecamente la visita a una persona no perteneciente al lugar, ya que la visita de personas por motivos de viaje de distracción promueve una mayor actividad económica en la región, brindando como producto principal al turista las diversas alternativas de relación que pueda tener en la ciudad y con los pobladores.

Por otro lado, definimos el marketing turístico según Kotler, Bowen, Makens, García y Zamora (2015) como herramienta fundamental para el éxito de una organización, para promocionar sus productos. Asimismo, los autores mencionan que el marketing y las ventas son lo mismo, también que la publicidad y las ventas son integrantes del elemento de la comunicación del Mix Marketing. Cabe mencionar que el marketing cumple un papel muy importante en el sector turístico, las empresas medianas, pequeñas y grandes necesitan del marketing para promocionar sus productos o servicios.

Para Santesmases (2012) las estrategias de promoción es un conjunto de actividades que realizan las empresas para promocionar sus productos y servicios

que van dirigidas a los vendedores, intermediarios y clientes, que mediante un incentivo económico se realiza la compra y venta.

Según Canals (2020) define al Covid-19 como un virus a partir del SARS-COV-2, agente de SARS; con una conexión con el SARS-COV-1 procedente de un yacimiento de murciélagos en la ciudad de Wuhan, China, tratándose en consecuencia de una zoonosis. También señala que el verdadero problema se encuentra en la rápida propagación en poco tiempo, mas no en el padecimiento a causa del virus del SARS-COV-2, lo que ha traído como resultado una pandemia mundial. El COVID 19 de acuerdo a la explicación de la OMS (2020) el nuevo nombre se toma de las palabras "corona", "virus" y diseñase, en inglés una enfermedad. Asimismo 19 es el año en donde empezó esta pandemia (el brote se informó a la OMS el 31 de diciembre de 2020) es por ello que se forma el nombre de esta enfermedad que generó muchas pérdidas humanas y causó inestabilidad política y económica.

La Organización Internacional del Trabajo (2020) informa que el sector turismo se ha visto afectado de manera radical a consecuencia del COVID-19 por lo que esto ha impactado de forma específica en las empresas turísticas afectando más aún a sus trabajadores, de las cuales esta mayor representada en número por mujeres jóvenes. La OIT considera conveniente promover políticas de gran magnitud planificadas a nivel nacional como internacional consultado con los gobiernos, los directores de las empresas y los empleados, tomando en cuenta las normas internacionales de trabajo de la OIT. Para Mendoza y García (2020) los impactos del COVID 19 en el sector turismo ha sido muy rápido y ha afectado a muchas empresas causando el cierre de muchas Mypes y el desempleo para muchas personas que vivían del turismo, se entiende que la reactivación del turismo será de una forma lenta. Es trabajo del Gobierno Regional y local crear estrategias para la reactivación de la misma y trabajar de la mano con las empresas turísticas.

Por tanto, el impacto generado por la COVID 19 nos invita a poner en práctica metodologías de diagnóstico, que permitan reconocer los problemas que perjudican al sector empresarial turístico en plena crisis sanitaria mundial.

Según la Organización Mundial del Turismo (2020) de los 217 destinos de todo el mundo, 156 detuvieron por completo el turismo internacional, esto es un

72% del total. En un 25% de los lugares turísticos, las restricciones han estado vigentes durante al menos tres meses, mientras que en un 40% de ellos, las restricciones comenzaron a principios del mes de marzo. Otro dato importante de este estudio es que el 83% de los destinos en Europa tuvo que cerrar sus fronteras para frenar el contagio que se venía dando de una forma rápida.

Por último, la OMS (2020) menciona que el impacto del COVID – 19 en el sector turístico ha causado la ansiedad de muchas personas a nivel mundial, por ello la mayoría de los países han tomado decisiones drásticas con respecto al turismo, el 72% de los países cerraron sus fronteras para que las personas no puedan ingresar y no cause más contagios. Esta decisión que tomó de cerrar las fronteras y aeropuertos ha sido crucial para frenar esta pandemia, muchas personas no estuvieron de acuerdo por la crisis que se asemejaba, pero la salud es importante también.

Esta situación nos hace reflexionar y a la vez plantear estrategias para un nuevo mundo turístico con la finalidad de salvaguardar empleos, proteger medios de vida y permitir que el mencionado sector ayude a la reactivación del turismo.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se tomó en cuenta para el siguiente trabajo fue de tipo básica ya que buscó estudiar el fenómeno de estudio y reforzar a su vez las teorías. Para Muntané (2010) la investigación básica busca el descubrimiento de principios básicos, el progreso científico y dar credibilidad a las teorías basadas en leyes y principios.

Asimismo, se enmarco en el enfoque cualitativo, este método porque es el más conveniente para la explicación de la realidad del análisis de la gestión turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020. Por otro lado, Hernández, Fernández y Baptista (2014) la investigación cualitativa Busca entender la perspectiva de las personas que participan en el fenómeno que lo rodea, permite conocer las experiencias a profundidad y sus opiniones, cómo perciben ellos la realidad igualmente Hernández (2014) señala que los métodos cualitativos toman la comunicación de investigador con el campo y sus miembros como una parte explícita de la producción de conocimiento en lugar de excluirla lo más posible como una variable parcialmente responsable. Por otro lado, Herrera (2018) señala que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural tal y como sucede, intentando sacar sentido o de interpretar los fenómenos de acuerdo a los significados que tienen para las personas implicadas.

Diseño de investigación

El diseño de investigación fue fenomenológico según Carrasco (2017) el cual se fundamenta en el análisis de discursos y temas determinados, así como en la búsqueda de sus contingentes alcances. Para Hernández y Mendoza (2018) el diseño fenomenológico es explorar, describir, y comprender las experiencias vividas de los individuos que se van a investigar. Igualmente, Moreno (2014) señala que una investigación fenomenológica tiene como propósito comprender la experiencia vivida de las personas en relación con situaciones de su vida. Por último, Fuster (2019) el enfoque fenomenológico de investigación surge como una

respuesta al radicalismo de lo objetivable, se fundamenta en el estudio de las experiencias de vida, respecto de un suceso desde la perspectiva del sujeto.

3.2. Categorías y subcategorías

Las categorías y subcategorías que se establecieron en la presente investigación para la realización de la entrevista se clasificaron de la siguiente manera:

Categoría: Gestión turística.

Subcategoría 1: Planificación turística.

Subcategoría 2: Desarrollo de productos y servicios turísticos.

Subcategoría 3: Promoción turística.

3.3. Escenario de estudio

La Región Callao, se encuentra ubicada en la costa central del Perú, el cual limita con el departamento de Lima en el norte y por el suroeste con el Océano Pacífico. El Callao cuenta con una extensión de 147 km², con más de 5,5 mil habitantes por kilómetro cuadrado. Puerto natural de la ciudad de Lima creado en tiempos virreinales que congregan las grandes infraestructuras portuaria e industrial del Perú y el gran aeropuerto que es un sector importante para el país, ya que genera divisas al Perú. Por lo tanto, el presente estudio se desarrolló en la Región Callao, enfocándose en los funcionarios públicos del Gobierno Regional del Callao que forman parte de la Gerencia Regional de Desarrollo Económico como son: Jefe de Oficina de Comercio de Turismo Energía y Minas (e), Coordinadora de Turismo, Especialista de Turismo y Supervisor de Turismo.

3.4. Participantes

La presente investigación tuvo como participantes a los funcionarios que trabajan dentro de la Gerencia Regional de Desarrollo Económico, el Jefe de Oficina de Comercio de Turismo Energía y Minas (e), Coordinadora de Turismo, un Especialista en Turismo y un Supervisor de Turismo. La muestra de esta investigación fue tomada bajo un tipo de muestreo no probabilístico intencional, como lo acredita Carrasco (2017) el muestreo intencional, se considera que los participantes son elegidos dada la conveniente accesibilidad y proximidad para el averiguador o investigador. Por ende, el presente estudio tuvo cuatro participantes o funcionarios con cargos públicos del Gobierno Regional del Callao.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la estudio se usó como técnica la entrevista semiestructurada, la cual se basó en la elaboración de un conjunto de preguntas, que las personas de la muestra respondieron, con el objetivo de recabar información directa sobre aspectos actitudinales, o ya bien sobre el conocimiento u opinión de estos, en referencia a un objeto de estudio, además, se llegó a solicitar, contemplar aspectos abiertos, íntimos, y flexibles, que permitieron la cercanía con las personas participantes (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). De acuerdo con Troncoso, Amaya (2017) determina que la entrevista es una herramienta eficaz para desentrañar significaciones, las cual han sido elaboradas por los individuos mediante sus discursos, relatos y experiencias, de esta manera se aborda a la persona en su individualidad e intimidad. En este sentido, el instrumento de recolección de información que se realizó para esta técnica fue la guía de entrevista.

Silva (2015) señala que la guía de entrevista es un documento que tienen preguntas relacionadas al objetivo o tema de estudio, el cual sirve para plasmar la información del tema de estudio. Se realizó la guía de entrevista, ya que son instrumentos para recolectar información de los funcionarios del Gobierno Regional del Callao, sobre sus experiencias ante la pandemia del COVID-19.

3.6. Procedimiento

En este apartado se especificó el procedimiento metodológico del presente trabajo de investigación, se mencionó el modo de recolección de información, la manipulación o control de categorías y las coordinaciones institucionales que serán fundamentales para la realización del estudio.

La aplicación de intervenciones, se procedió a la realización de las entrevistas los cuales se eligió a los funcionarios que laboran en la actualidad en el Gobierno Regional del Callao. Se explicó a los entrevistados sobre el objetivo de la entrevista que fue de carácter y uso académico, la entrevista fue de manera presencial luego a través de la aplicación de WhatsApp con el consentimiento del entrevistado, se mantuvo una guía de entrevista para ahondar en tema de las estrategias de gestión turística.

Por último, se realizó, el proceso de triangulación para el estudio, se fundamentó en una matriz de análisis de los contenidos obtenidos en las entrevistas para luego alinearlos y comparar con los objetivos propuestos por la investigación.

3.7. Rigor científico

Se determinó por las fundamentaciones teóricas y por la búsqueda ardua de coherencia entre las diversas interpretaciones. En este sentido, es semejante a la confiabilidad y validez del estudio, para ello se utilizó: consistencia lógica o la dependencia, la audibilidad, la confortabilidad o credibilidad, y la aplicabilidad o transferibilidad (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Igualmente, Arias, Giraldo (2014) señalan que el rigor surge como concepto fundamental de la investigación científica, se basa en la doctrina del reduccionismo y la universalidad y pone énfasis en el modo analítico de pensamiento, para ello se realizó la validación de juicios de expertos, los cuales fueron tres especialistas en el tema, quienes calificaron al instrumento de recolección como aplicable, el cual se aprecia en el anexo 9.

En relación a la credibilidad el instrumento de recolección de información fue revisado mediante la auditoria interna o también llamado el amigo secreto, donde las preguntas fueron evaluadas para comprobar su objetividad y entendimiento. Así mismo, la conformabilidad se plasmó en la conservación de la información recolectada mediante la grabación de las entrevistas, que dan respaldo a la información obtenida, por último, la transferibilidad se realizó mediante la prueba piloto, donde se aplicó las entrevistas a muestras similares, especialistas en el sector turismo y se subsanó algunas palabras u oraciones que los entrevistados no entendían o estaban mal formuladas.

3.8. Método de análisis de datos

Posterior a la aplicación de la entrevista, se procedió al traslado de la información conseguida que se examinó en este sentido, se organizó los datos a través de la estructura de los mismos en una matriz de categorización. Los datos manifestados, se desarrolló por medio de la codificación y luego se otorgó un código, luego se ejecutó el desarrollo de síntesis, el cual se basó en realizar una

rememoración representativa donde estuvieron las preferencias concordantes y discordantes de respuesta y su comprobación con la teoría actual.

3.9. Aspectos éticos

El estudio se realizó con integridad y honestidad respetando el uso de normas APA – 7ma edición y el derecho de autores, así como el incógnito de los entrevistados si así lo prefieren los participantes. Según Valderrama (2012) los trabajos científicos utilizados por otros investigadores deberán respetar la ética del derecho de los autores citando las fuentes convenientes en un proceso de investigación. Por lo tanto, todo lo autores que ayudaron en la búsqueda de la bibliografía fueron debidamente referenciados en el trabajo. Así mismo, se respetó la ideología de los participantes teniendo en cuenta su forma de expresión tanto oral, escrita, opinión e ideas particulares, su tiempo para poder participar de forma voluntaria en las entrevistas y se solicitó su consentimiento para grabar las entrevistas con la finalidad de resguardar la información para fines solamente académicos.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La gestión turística en el Gobierno Regional del Callao, a partir de la pandemia COVID 19, está encaminando de manera positiva, ya que la parte turística de la región está en proceso de desarrollo, buscando la colaboración de todos los prestadores turísticos, brindando los lineamientos y capacitaciones en cuanto a bioseguridad, buscando una correcta reactivación turística en el Callao. Además, se busca brindar facilidades a las empresas turísticas para que desarrollen los servicios turísticos respectivos, de la misma forma, se trabaja a la par con los dispositivos digitales, buscando una promoción turística virtual, mostrando los diversos servicios y destinos que tiene la región a través de plataformas web, e incluso realizando programas de recorridos turísticos virtuales, los cuales buscan incentivar a los visitantes a visitar el lugar. A la vez, se desarrollan estrategias que busquen mostrar al destino como un lugar seguro, ya que el temor por la pandemia continúa vigente en las personas, razón por la que se busca, a través del desarrollo de estrategias, mostrar a la región como un destino seguro, de esta manera se captará mayor atención del visitante logrando que realice actividades turísticas en el lugar.

Por otro lado, la parte turística del Callao está trabajando en el perfil del turista adecuado para la región, por lo cual, conforme a la pandemia actual, buscan enfocarse y desarrollar contenido para atraer turistas jóvenes, ya que son los que mayormente buscan nuevas experiencias y sobre todo los más aptos para movilizarse y realizar diversas actividades en estos tiempos de crisis sanitaria, de la misma manera, no se dejarán de lado las rutas gastronómicas y los recorridos tradicionales por las zonas más emblemáticas de la región. Asimismo, la parte turística de la región no busca solo enfocarse en las actividades de la población juvenil o apta para movilizarse, ya que buscarán promocionarse de manera virtual, donde mostrarán las diversas actividades y destinos por conocer, e incluso, se pretende elaborar un catálogo virtual para que cualquier persona pueda disfrutar de los destinos sin salir de casa, de igual forma, se busca realizar ferias virtuales, en donde la población pueda participar y conocer más de la región, esto para familiarizar a las personas con los atractivos de la zona, buscando así una motivación para que se sientan atraídos a realizar actividades turísticas en el lugar, luego de la pandemia.

En los resultados por la categoría planificación turística, se pudo ver que existe una gestión con respecto a la reactivación del turismo en el Callao, asimismo, las estrategias que se están utilizando son las capacitaciones a todos los prestadores de servicios turísticos, sean empresas o personas, brindando las facilidades y conocimientos sobre bioseguridad para un correcto desempeño de la actividad turística, a la vez que se busca realizar promociones turísticas que logren incentivar y motivar a la población para que puedan movilizarse y atraer flujo turístico a la región.

Con respecto a la planificación turística, sobre si existe un plan para el desarrollo del turismo, el entrevistado Colcas, indicó que “Está en elaboración el Plan Estratégico Regional, se inició en junio-2020”. De igual forma, el entrevistado Flores, señaló que “Estamos en etapa de elaboración del PERTUR”, ambos entrevistados respondieron lo mismo, indicando que sí existe un plan estratégico, pero que este aún se encuentra en proceso de elaboración.

Siguiendo con la planificación turística, en relación a las estrategias que se piensan implementar a través de la pandemia, el entrevistado Flores dijo que “Las estrategias son de implementación de protocolos de bioseguridad, estamos dando todo el soporte técnico y asesoramiento necesario a todos nuestros administrados” donde indica que se está capacitando a los diferentes prestadores de servicios turísticos, del mismo modo, el entrevistado Colcas nos indica que “Como aún no hay turistas, se está capacitando a los prestadores turísticos sobre Bioseguridad en general”, aquí podemos observar una similitud en las respuestas, buscando capacitar a las empresas turísticas sobre temas de bioseguridad. Por otro lado, la respuesta del entrevistado Girón fue más compleja, donde indica que, además de sensibilizar y capacitar a los prestadores de servicios turísticos sobre temas y protocolos de bioseguridad, también buscan presentar productos turísticos bioseguros de forma periódica, a la vez que buscan trabajar en conjunto con la población para una mejor promoción turística de la región.

De esta manera, podemos apreciar que no solo se busca capacitaciones sobre temas y protocolos de bioseguridad, ya que, también se encamina a reactivar la oferta turística en conjunto con la población.

De acuerdo a la planificación turística, sobre la presentación de programas de asistencia técnica para la recuperación del turismo post pandemia, tenemos a

los entrevistados Colcas y Flores, que respondieron “Las capacitaciones que se están haciendo está en el marco de la Reactivación Económica al sector turismo”, del mismo modo, el entrevistado De la Cruz nos dijo “Capacitaciones virtuales”, de acuerdo a estas respuestas, se puede decir que la región está realizando capacitaciones virtuales a las empresas turísticas, las cuales se encuentran dentro del marco de la reactivación económica del turismo en la región.

En relación a los resultados obtenidos por la categoría desarrollo de productos y servicios turísticos, se pudo ver que existe un correcto desarrollo de los productos y servicios turísticos, ya que, el gobierno regional está buscando promover la reactivación turística a través de la promoción online, en donde buscan promocionar los diferentes productos turísticos de la región, además de brindar circuitos virtuales, de igual forma, se busca fortalecer las competencias con los aliados estratégicos, es decir, con empresas prestadoras de servicios turísticos, desarrollando estrategias como destino seguro, buscando reducir el temor del visitante. Por otro lado, se están desarrollando capacitaciones a las empresas turísticas, brindando asesoramientos sobre temas de bioseguridad, a la vez que se pide cumplir con todos los protocolos de seguridad que han sido dados por el Minsa, de la misma manera, a estas empresas proveedoras de servicios turísticos se les está brindando todas las facilidades necesarias para la reactivación turística fortaleciendo sus competencias.

Con respecto al desarrollo de productos y servicios turísticos, sobre cómo se está apoyando y desarrollando los productos turísticos a partir de la pandemia, el entrevistado Colcas nos dijo que “Se les está apoyando con circuitos virtuales de visita a los monumentos históricos y las ferias de gastronomía virtualmente”, de la misma forma, el entrevistado De la Cruz señaló que “A través de la plataforma online”, con estas respuestas podemos decir que los medios digitales están siendo muy utilizados para la correcta promoción turística, para seguir manteniendo una relación con el visitante a pesar de aún no poder movilizarse por el lugar, ya que, el entrevistado Flores, indicó que “Existe aún mucho temor del visitante estamos trabajando para desarrollar la estrategia de destino seguro”, razón por la cual se plantean nuevas estrategias y mostrarse como un destino turístico seguro para el visitante, reduciendo el temor que se tiene a la movilización turística.

Siguiendo por la categoría desarrollo de productos y servicios turísticos, acerca de las acciones que están tomando para el desarrollo de los servicios turísticos, el entrevistado Flores indicó “Constantes capacitaciones y asesoramiento en temas de bioseguridad” a la vez, el entrevistado De la Cruz indicó que “Que cumpla por el Minsa sus protocolos”, con estas respuestas podemos decir que las acciones que se estaban tomando era poder capacitar y asesorar a los prestadores de servicios turísticos sobre temas de protocolos y bioseguridad, buscando cumplir con todas las medidas impuestas por el Minsa para poder reactivar la actividad turística en la región. Por otro lado, el entrevistado Colcas señaló que “Las acciones que se está tomando es facilitarles la categorización a los restaurantes, hospedajes y guías turísticos”, esto nos dice que se está buscando apoyar a las empresas prestadoras de servicios turísticos, respuesta que es afirmada por el entrevistado Girón, indicando que las acciones tomadas son, “Fortalecimiento de competencias de prestadores de servicios turísticos”.

En los resultados por la categoría promoción turística, se pudo ver que la región Callao no tenía un plan de marketing realizado antes o durante de la pandemia, aunque uno de los entrevistados indicó que sí. Por otro lado, la región Callao cuenta con estrategias de promoción turística, las cuales se basan en promociones físicas y virtuales, dentro de las virtuales se encuentran los tours y recorridos a través de la web, además de ferias virtuales donde se muestran a las empresas prestadoras de servicios turísticos. Del mismo modo, los entrevistados Girón y De la Cruz dieron una respuesta negativa, señalando que no se ha trabajado en ningún plan de marketing turístico antes que inicie la pandemia. Por otro lado, el entrevistado Flores señaló que “Sí, pero estamos en etapa de desarrollo”, al igual que el entrevistado Girón, quien dijo que “Actualmente se viene formulando el perfil de vacaciones que visita la región Callao”, con estas respuestas se puede indicar que existe un plan turístico para la región del Callao, aunque este aún se encuentra en etapa de desarrollo.

De acuerdo a la categoría promoción turística, acerca de cuáles son las estrategias promocionales más adecuadas para promover actividades de reactivación, del turismo, el entrevistado Colcas indicó que “Todo lo que se puede hacer virtualmente” del mismo modo, el entrevistado De la Cruz dijo que “dando

un folleto de los lugares turísticos al turista, sería una ventaja de propagación”, ambos entrevistados indican que se busca promocionar los atractivos turísticos de la región, ya sea de manera física o virtual. Por otro lado, el entrevistado Girón señaló diversas acciones, tales como conocer el perfil turístico del visitante, la elaboración de un plan de marketing turístico, y buscar la participación de empresas turísticas en ferias virtuales; de esta manera, se puede diversificar la oferta turística para hacer más atractiva al nuevo turista una vez acabada la pandemia.

Siguiendo por la categoría promoción turística, acerca de qué estrategias de promoción se están empleando en el entorno virtual, el entrevistado Girón indicó que se están desarrollando activaciones virtuales, además de contenido atractivo para las personas jóvenes, por otro lado, el entrevistado Colcas dijo que las estrategias promocionales son la elaboración de un catálogo virtual, recorridos virtuales mostrando atractivos de la región y cursos de capacitación a los prestadores de servicios turísticos, sobre la reactivación económica y también acerca de las nuevas normativas propuestas por el Mincetur. En conclusión, las estrategias de promoción de la región Callao están basadas en la preparación y capacitación de los proveedores de servicios turísticos, además de seguir promocionando sus recursos turísticos mediante plataformas virtuales con diferentes actividades.

En relación a la discusión la pandemia ha ido cambiando conforme a los protocolos y necesidades de cada lugar. Con respecto a la gestión turística en el Gobierno Regional del Callao, a partir de la pandemia COVID 19. Se resalta que, la gestión turística en la región Callao se ha visto afectada por la llegada de la pandemia del coronavirus, generando un freno en las actividades y planificaciones turísticas. De la misma manera se indica que se han realizado actividades a través de plataformas virtuales, buscando mantener vigente su oferta turística para los visitantes. Además, se han venido realizando capacitaciones acerca de las nuevas normativas de bioseguridad y protocolos para la reactivación turística una vez pasada la pandemia. Por otro lado, se buscan desarrollar nuevas estrategias en cuanto a la captación de nuevos visitantes y crear nuevos recorridos turísticos. Por último, cabe resaltar que el Gobierno Regional del Callao

ha venido trabajando en un plan estratégico para la reactivación del turismo, a la vez que brinda facilidades a los proveedores de servicios turísticos para una correcta reactivación de la actividad turística en la región.

De acuerdo a los resultados obtenidos por la categoría planificación turística, la gestión turística del Gobierno Regional del Callao realiza capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos, brindando las facilidades correspondientes para una correcta reactivación turística pasada la pandemia COVID 19. De acuerdo a la postura de Mendoza y García (2020) el impacto del covid-19 en el sector turístico se ha dado de manera muy rápida, afectando a diversas empresas y causando el cierre de otras; se entiende que la reactivación turística será de manera lenta, y esta será encargada por parte del gobierno regional, apoyando a las empresas turísticas y creando estrategias para la reactivación turística.

Además, el Covid 19 ha causado, en el sector turístico, un colapso a nivel global, ya que la mayoría de países cerraron fronteras y frenaron todas sus actividades turísticas; esta situación llevó a plantear nuevas estrategias en cuanto a la planificación turística y la correcta reactivación del turismo (OMS, 2020), por ello, la planificación turística en la región Callao, se ha venido dando por parte del gobierno regional, buscando un correcto implemento de los protocolos de bioseguridad para una reactivación turística pasada la pandemia del COVID 19.

Con respecto a la planificación turística, tenemos el trabajo de Gonzales (2020) dentro de su investigación el autor concluyó que el estado de las empresas prestadoras de servicios turísticos de Tarapoto se encuentra en un estado regular, ya que el 97% de estas se encuentran con la implementación que se necesita para el desarrollo del turismo de naturaleza, ante ello, se pueden observar algunas diferencias en la investigación, en comparación a nuestro trabajo, ya que nosotros estamos enfocados en la gestión turística brindada por el Gobierno Regional del Callao, mientras que el estudio es de enfoque cuantitativo, realizando encuestas, a diferencia de nuestro trabajo, realizando entrevistas, pudiendo tener un mayor enfoque en cuanto a la realidad de la problemática.

Siguiendo con la planificación turística, tenemos el trabajo de Villao (2017) en donde el autor concluye que no existe ningún flujo de inversión o una correcta planificación para lograr fomentar el turismo dentro de la cabecera Parroquial

Colonche, ante ello, nuestro trabajo se diferencia en que nosotros buscamos conocer la gestión turística en la región Callao, mientras que el autor busca conocer la influencia que esta tiene para la población de Colonche, además el estudio de este autor es de enfoque cuantitativo, teniendo a la encuesta como método de recolección de datos, mientras que nosotros contamos con la entrevista, de manera en la que podamos obtener un mayor enfoque sobre la realidad problemática.

Con respecto a los resultados encontrados para la categoría desarrollo de productos y servicios turísticos, en la región Callao existe un correcto desarrollo de los productos y servicios relacionados al turismo, ya que el gobierno regional busca promover la reactivación turística a través de plataformas digitales, en donde se realizan diversas actividades relacionadas al turismo, conforme a lo mencionado, tenemos a Flores (2017) donde dice que la idea de estimular a una persona a realizar la visita a un lugar al que no pertenece, recae en las actividades y diferentes alternativas que el destino tenga para mostrarle, del mismo modo, para brindar una correcta atención turística, los proveedores de servicios turísticos deben contar con una correcta promoción del destino turístico, donde el visitante pueda ver de manera transparente lo que el lugar tenga para ofrecer, esto debe ser tomado en cuenta por las empresas turísticas para un mejor desarrollo de la actividad turística.

Por otro lado, el desarrollo de productos y servicios turísticos está dividido en elementos clave, tales como la planificación, implementación, comercialización y finalmente marketing (Cooperación Suiza, 2014), por ello, la región Callao busca fortalecer las competencias de las empresas turísticas, promocionando sus productos y servicios a través de plataformas online, de una manera responsable en la cual el visitante pueda conocer los diferentes destinos, generando una motivación, para que terminada la pandemia pueda realizar actividades turísticas en la región.

Por otra parte, para el desarrollo de productos y servicios turísticos, tenemos el trabajo de Leonardo (2017) concluye que la gestión turística municipal influyó de gran manera al desarrollo de la actividad turística en el distrito de Huánuco, ante ello, nuestro trabajo se asemeja y presente similitud, ya que nosotros también analizamos la gestión turística dentro de una región, por otro

lado, el estudio mencionado se diferencia al nuestro, ya que el enfoque fue cuantitativo, teniendo a la encuesta como instrumento de recolección de datos, mientras que nosotros usamos la entrevista, pudiendo obtener un mayor enfoque en cuanto a resultados.

Según los resultados por la categoría promoción turística, las autoridades del región Callao indicaron que la promoción turística se viene dando a través de plataformas online de manera eficaz, en donde se promocionan las diversas actividades a los visitantes, de acuerdo a lo mencionado por Castillo y Castaño (2014) donde indican que la promoción turística está ligada a alcanzar un propósito en ventas, mediante la cual interactúan las empresas turísticas tanto como los turistas, del mismo modo, las estrategias de promoción para el turismo, son el conjunto de actividades que las empresas realizan, buscando promocionar sus productos y servicios haciéndolos atractivos hacia los clientes (Santesmases, 2002), esto nos indica que la promoción turística busca captar la atención de los visitantes, que si bien lo que se busca es motivarlos a realizar la actividad turística en la región, esta también va de la mano con el crecimiento y la reactivación económica del lugar.

Por otro lado, el marketing cumple un papel importante para el sector turístico, ya que es una herramienta mediante la cual una empresa puede promocionar sus productos turísticos, captando la atención de nuevos compradores (Kotler, et al. 2015), por ello, la promoción turística en la región Callao se viene dando de manera positiva, ya que se usan las plataformas virtuales para la creación de nuevos productos turísticos, además, se realizan diversas actividades dentro de la promoción virtual, todo esto con el objetivo de captar la atención de los visitantes a la vez que se busca atraer nuevos turistas a la región.

De acuerdo a la promoción turística, tenemos el trabajo de García (2017) concluyó que existen diversos modelos de gestión turística, los cuales no son más que una demostración de la realidad actual del turismo, teniendo en cuenta que ningún modelo es completo, ante ello, nuestro trabajo presenta semejanza, ya que nosotros también estudiamos la gestión turística dentro de una región y la influencia que esta tiene en el desarrollo de la actividad turística, por otro lado,

nuestro trabajo se diferencia al estudio mencionado, ya que el autor busca diseñar un proyecto de gestión turística para la localidad, mientras que nuestro trabajo se enfoca en conocer y analizar la gestión turística que la región Callao ya está manejando en relación al turismo.

Con respecto a las limitaciones del trabajo, las entrevistas no se realizaron en un contexto sencillo debido a la pandemia actual, ya que el temor por el contagio aún sigue vigente. Aunque, a pesar de todas estas limitantes y problemas, se logró superar, afianzando las preguntas e indagando sobre la gestión turística en la región Callao, logrando obtener resultados concretos hacia nuestro trabajo de investigación. A partir de nuestro trabajo, a futuro nosotros podríamos proponer nuevas rutas turísticas para la región Callao, teniendo en cuenta que en la actualidad se maneja mucho el turismo en el Callao monumental, podríamos diversificar y hacer que nuevos lugares potencialmente turísticos puedan ser tomados en cuenta.

V. CONCLUSIONES

La gestión turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia del Covid 19, se ha venido dando de manera continúa buscando el crecimiento turístico en la región. Ya que, se pudo apreciar que se está trabajando y gestionando el sector turístico con las capacitaciones sobre las actividades turísticas, en la que se busca seguir promoviendo el Callao como destino turístico seguro, a la vez que se están aplicando diversas estrategias para la próxima reactivación económica y turística de la región.

La planificación turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia del Covid 19, se ha venido dando de manera continúa buscando el crecimiento turístico en la región. Ya que, se vienen desarrollando estrategias y un plan turístico regional a corto plazo con el fin de generar un incremento en las actividades relacionadas al turismo en la región, además se vienen brindando todas las facilidades para que los prestadores de servicios turísticos, tanto ya existentes como nuevos, cumplan con los protocolos y puedan reiniciar actividades cuando se reactiven las actividades turísticas en la región.

El desarrollo de productos y servicios turísticos en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia Covid 19, se da de manera continúa buscando el crecimiento turístico en la región. Ya que, existe un correcto desarrollo de los productos y servicios relacionados al turismo, en donde el Gobierno Regional busca promover diversos atractivos turísticos, además de la creación de nuevas rutas turísticas, en donde se contempla la diversificación de recursos y atractivos propios de la región.

La promoción turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia Covid 19, se da de manera continúa buscando el crecimiento turístico en la región. Ya que, existe una correcta promoción online, en donde los visitantes pueden interactuar con los proveedores de servicios turísticos, a la vez de poder participar en actividades virtuales, generando motivación en los turistas para el reinicio de las actividades turísticas.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda al Gobierno Regional del Callao promover charlas y actividades que involucren a la población local, por parte del gobierno responsable, buscando que los residentes formen parte de la reactivación turística, haciendo que participen en todas las actividades relacionadas al turismo, de esa manera, la reactivación económica no solo afectaría a los proveedores de servicios turísticos, sino que mejoraría la economía de la región en general.

Se recomienda la elaboración de un estudio de investigación enfocado al perfil del nuevo turista post-pandemia, por parte del gobierno local, que permitan tener una mejor idea de las necesidades y cuidados de los visitantes con respecto a la reactivación turística una vez pasada la pandemia, de esa manera se mejora e incrementa la oferta, a la vez que todas las empresas relacionadas al turismo cumplen todos los protocolos establecidos para brindar servicios turísticos a los visitantes que las demanden.

Se recomienda llevar los productos y servicios a las redes sociales, a través de estrategias de publicidad y difusión que permitan tener un alcance mucho mayor, logrando abarcar un número significativo de personas, por parte del gobierno regional, a la vez que los productos y servicios son reconocidos y compartidos, logrando captar una mayor atención de los visitantes.

Se recomienda la creación de una aplicación sobre el turismo en el Callao, la cual llevaría a cabo el gobierno regional, de esta manera se generaría una mayor interacción con los visitantes, teniendo todas las facilidades sobre la oferta turística del Callao en un solo lugar, además de generar una interacción directa con el personal encargado del turismo y crear una motivación al turista.

REFERENCIAS

- Aguirre, J; Jaramillo, L. (2015). Aportes del método fenomenológico a la investigación educativa, *Rev. latinoamericana de estudios educativos* 8 (2), 51- 74. <https://www.redalyc.org/pdf/1341/134129257004.pdf>
- Aires, G; Nicolau, K. (2020). International tourism marketing. The Brazil Brand. *Rev. Estudios y perspectivas en turismo*, 19 (2), 241- 267. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713901005.pdf>
- Arias, M; Giraldo, C. (2014). Scientific rigor in qualitative research. *Red de revistas científicas de America Latina, el Caribe, España, Portugal*, 29(3), 500- 514. <https://www.redalyc.org/pdf/1052/105222406020.pdf>
- Álvarez, T. (2014). Planning on tourism: an important issue for the sustainable and regional development of Boyacá. *Rev. Investig. Desarro. Innov*, 3 (2), 101- 110. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion_duitama/article/view/2169/2107
- Azevedo, F; Gomes, C. (2014). leisure and tourism in articles published in academic magazines of tourism, 22 (5), 875- 892. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180728713004.pdf>
- Camilleri, M. (2017) The tourism industry: An Overview. In *Travel Marketing. Springer Nature*. 3-27 https://www.researchgate.net/publication/319085432_The_Tourism_Industry_An_Overview
- Canals, M. (2020). Learning from de COVID-19 pandemic: Concepts for good decision-making. *Revista Médica de Chile*, 148(3), 418-420. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rmc/v148n3/0717-6163-rmc-148-03-0418.pdf>
- Castillo, M; Castaño, V. (2014). Tourist promotion through traditional and new techniques. *Rev. Estudios y perspectivas en turismo*, 24 (3), 737- 757. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- Contreras, E. (2014). The concept of strategy as the foundation of strategic planning. *Thinking & management*, 1 (35), 152-181. <https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>

- Cooperación suiza. (2014). manual for planning tourism products. *Revista de cooperación al desarrollo económico*. 10- 85. <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- Damian, I; Suárez, M. (2015). Process innovation in tourism management: A review of the literatura. *Rev. Intangible capital*, 11 (2), 147- 165. <https://www.redalyc.org/pdf/549/54941137001.pdf>
- Fernández, V. (2015). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. *Rev bibliotecas análisis de investigación*. 11 (1), 64- 78. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5704542>
- Flores, K. (2017). Gestión de promoción y turismo receptivo en la oficina de información de la Municipalidad Provincial de Lamas, 2017. [tesis de postgrado, maestría en Gestión pública] Universidad Cesar Vallejo. Repositorio Institucional http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30486/flores_pk.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Francesch, A. (2014). Concepts of tourism: a review and an answer. *Rev. Gazeta de antropología*, 20 (1), 1- 16. https://www.ugr.es/~pwlac/G20_29Alfredo_Francesch.pdf
- Fuller, J. (2014). Turismo y cultura. Entre el entusiasmo y el recelo. PUCP. <http://blog.pucp.edu.pe/blog/wp-content/uploads/sites/119/2010/11/01-Turismo-y-cultura-CS2.pdf>
- Fuster, D. (2019). Qualitative Research: Hermeneutical Phenomenological Method. *Rev propósitos y representaciones*. 7 (1), 201-226. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-79992019000100010
- Gálvez, R. (2014). Asistencia Técnica: ¿Qué comprende? *Rev. Ifaperú*. 1(1). 93-107. Obtenido de https://ifaperu.org/wp-content/uploads/2020/07/272_06_ct29_rgm.pdf
- García, M. (2016). Tourism planning. Approach and models. *Quivera*, 8(1), 291-314. <https://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf>
- García, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades Manabitas, Ecuador. *Cultur*, 11(2), 1-28. https://www.researchgate.net/publication/328466823_MODELO_DE_GEST

ION PARA FOMENTAR EL DESARROLLO TURISTICO DE LAS CO MUNIDADES MANABITAS ECUADOR

- Gómez, M. y Vílchez, C. (2017). Gestión turística municipal y su influencia en la actividad turística de la ciudad de Bagua Grande, provincia de Utcubamba – Región Amazonas 2011 – 2016 [tesis de pregrado, licenciatura en Turismo y Hotelería] Universidad Nacional Toribio Rodríguez De Mendoza De Amazonas.
<http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1183/CELICA%20VILCHEZ%20HORNA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gossling, S. Scott, D. y Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID – 19. *Routledge*, 1-20, <https://www.tandfonline.com/doi/epub/10.1080/09669582.2020.1758708?needAccess=true>
- Gonzales, F. P. (2020). Gestión turística y turismo de naturaleza en operadores turísticos del distrito de Tarapoto, 2019 [tesis de posgrado en Gestión pública] Universidad César Vallejo.
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/44283/Gonzales_BFP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gozzer, E; Canchihuamán; Espinoza, R. (2020). Covid-19 and the need for action to improve the pandemic capabilities of Peru. *Rev. Peruana de medicina experimental y salud pública*. 37(2). 371- 373. Obtenido de <https://rpmesp.ins.gob.pe/index.php/rpmesp/article/view/5410/3533>
- Graham, O. (2020, 10 de Julio). Se inicia etapa de reactiva Perú con la emisión de 45,000 garantías para los créditos otorgados a las empresas. *El comercio*.
<https://www.mef.gob.pe/es/noticias/notas-de-prensa-y-comunicados/6592-se-inicia-segunda-etapa-de-reactiva-peru-con-la-emision-de-45-000-garantias-para-los-creditos-otorgados-a-las-empresas>
- Gutierrez, J. (2014). Redefinition and trends of the strategy concept for the Colombian manager. *Estudios generales*, 28 (122), 153- 167. <https://www.redalyc.org/pdf/212/21223179009.pdf>

- Hernández, R; Fernández, C; Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGRAW-HILL interamericana editores S.A.
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Hernández, R. (2014). Qualitative research trough interviews: Its analysis by Grounded Theory. *Rev. Cuestiones pedagógicas*. 23, 187- 210.
<https://revistascientificas.us.es/index.php/Cuestiones-Pedagogicas/article/view/9815/8588>
- Hernández, R. y Mendoza, C. P. (2018). *Metodológica de la investigación: La ruta cuantitativa; cualitativas y mixta*. McGRAW-HILL interamericana editores S.A.
- Herrera, C. (2018). Qualitative research and thematic content analysis. Intellectual orientation of Universum magazine. *Rev general de información y documentación*. 28(1), 119- 142.
<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56993195/Art. Invest. cuali y A.de Cont. tematico RGID 2018.pdf?1531540042=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DInvestigacion cualitativa y analisis d e.pdf&Expires=1603312250&Signature=M-t0P8tF99hdQMm9HITtPCj0Nivi4qqdZmWchwvK5OErbxeiKsNKMvH93qi8xyUQZEyf8rD7lwxzGFO2e26yLI1uLK87sNpAFKSwHPJaBQ3wlj-bTh5P3OnExHbCPgY9mF5nQ8m~HnlO4dxmOJfjo00Oj0QS03r32-EgA2xnMbamqT4QGGJyN11zibruYet5~OR9GM-Br2uOtUiYS587HDVvUW8C-wLXThUH9teZBqZODyd1CvhWZ7qqzRPzDHZVqkq7~gvbddHwBDX-lePqa89zKb9WiYwT6Pdc7y26n7P7qbKghqWw8JUJe~xuw9r0uroleFXJW0B-nSMfdVoPYA &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA>
- Kotler, P. Bowen, J. Makens, J. García, J. y Zamora, J. (2015). *Marketing turístico*. Pearson.
<https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf>
- Leonardo, C. (2017). La gestión turística Municipal y el desarrollo turístico del distrito de Huánuco – 2017 [tesis de pregrado, licenciatura en Turismo y

Hotelería] Universidad de Huánuco].
<http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1003/Carlos%20Dante%2c%20Leonardo%20Beltr%c3%a1n%20.pdf?sequence=1&isAllowed=>

Lizaraso, F; Del Carmen, J. (2020). Coronaviruses and global health threats. *Horizonte Médico*, 20(1), 4- 5.
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1727-558X2020000100004&script=sci_arttext

Maguiña, C. (2020). Reflections on COVID-19 infection, Colegio Medico del Peru and the Public Health. *Acta Médica Peruana*, 37 (1), 8- 10.
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1728-59172020000100008&script=sci_arttext

Mata, A. (2014). Ley orgánica del turismo. *Slideshare*.
<https://es.slideshare.net/MRAUSTIN/ley-organica-deturismo>

Mendoza, A; García, N. (2020). Study of loss and reactivation strategies for the tourism sector due to the health crisis COVID - 19 in the destination Manta (Ecuador). *Revista internacional de turismo. empresa y territorio*, 8(1), 1-1.
<https://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/riturem/article/view/12743>

Ministerio de comercio exterior y turismo. (2020). *Turismo emprende se renueva para reactivar el turismo y artesanía*. Mincetur.
<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/158304-turismo-emprende-se-renueva-para-reactivar-el-turismo-y-artesania>

Mora, L. Duran, M. y Zambrano, J. (2016). Consideraciones actuales sobre gestión empresarial. *Revista Las ciencias*, 2(4), 511-520.
<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/276/328>

Moreno, S. (2014). Phenomenological Interview: a proposal for Research in Psychology and Psychotherapy, *Artigos*, 20(1). 71- 76.
<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rag/v20n1/v20n1a09.pdf>

Muntané, J. (2010). Introducción a la investigación básica. *Rev. RAPD online*, 33 (3) 221- 227. <https://www.sapd.es/revista/2010/33/3>

- Murray, P. (2002). Management - Information – Knowledge, *Rev. Biblios*, 4 (14). 1-12. <https://www.redalyc.org/pdf/161/16114402.pdf>
- Mori, D. L. (2018). La gestión turística municipal y su relación con el desarrollo local de la Provincia de Huallaga, 2018 (tesis de maestría). Universidad César Vallejo. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/39991>
- Organización Internacional del Trabajo (2020). *El impacto de la Covid-19 en el sector turismo*. Organización Internacional del Trabajo. OIT. https://www.ilo.org/sector/Resources/publications/WCMS_748876/lang--es/index.htm
- Organización mundial de salud (2020). Plan de respuesta al eventual ingreso del coronavirus (covid-19). *Revista de salud pública y bienestar social*, 1. <https://www.mspbs.gov.py/dependencias/portal/adjunto/78806d-PlandeRespuestaNacionalaleventualingresodelCoronavirusV1.0.pdf>
- Organización Mundial del turismo. (2020). *El turismo mundial sigue paralizado mientras el 100% de los países imponen restricciones a los viajes*. UNWTO. <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-turismomundial-sigue-paralizado-mientras-el-100-de-los-paises-imponen-restricciones-a-los-viajes>
- Ortiz, M. A. (2020). Plan de fortalecimiento de las capacidades para fomentar la gestión turística municipal en el Distrito de Monsefú (tesis de licenciatura). Universidad César Vallejo. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/44283/Gonzales_BFP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez, A. F. (2015). Gestión turística municipal en la provincia de Trujillo – periodo 2011 – 2014. [Tesis de pregrado, licenciatura en Turismo] Universidad Nacional de Trujillo. <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2158/RODR%c3%8dGUEZ%20ZAMORA%20ALEYDA%20FLORABEL%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santesmases, M. (2012) Marketing: Conceptos y estrategias (6° Ed.). Pirámide.

- Silva, A. (2015). Collecting a Life Story. Guide to an Interview. *Rev. Venezolana de sociología y Antropología*, 11(30), 155- 161.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70512127012>
- Tinoco, O. (2014). Los impactos del turismo en el Perú. *Rev. Producción y gestión*. 6 (1), 47- 60,
https://www.researchgate.net/publication/307182268_LOS_IMPACTOS_DE_L_TURISMO_EN_EL_PERU
- Troncoso, C; Amaya, A. (2017). Interview: a practical guide for qualitative data collection in health research. *Rev. Fac. Med*, 65(2), 329- 332.
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/revfacmed/article/view/60235/62861>.
- Valderrama, J. (2012). WMA Declaration of Helsinki - ethical principles for medical research on human beings. *Rev. Chilena de pediatría*. 83 (5), 417-419.
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0370-41062012000500001
- Vargas, A. (2020). Entender el turismo Post-Coronavirus: posibles escenarios. *AECIT*, 1-270. <https://aecit.org/uploads/public/DOCUMENTO.covid-19%20y%20turismo.pdf>
- Villao, E. A. (2017). Planificación y gestión turística de la comisión de turismo del GADPR frente al desarrollo local de la Cabecera Parroquial de Colonche [tesis de postgrado, licenciatura de ingeniero en Gestión y desarrollo turístico] Universidad estatal península de Santa Elena.
<https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/3879/UPSE-TDT-2017-0002.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de categorización apriorística

Ámbito temático: Gestión turística			
Problemas específicos	Objetivos específicos	Categoría	Subcategorías/ ítems para la entrevista
<p>¿De qué manera se da la planificación turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020?</p> <p>¿De qué manera se da el desarrollo de productos y servicios turísticos en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020?</p> <p>¿De qué manera se da la promoción turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020?</p>	<p>Describir la planificación turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 -2020.</p> <p>Determinar el desarrollo de productos y servicios turísticos en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 -2020.</p> <p>Describir la promoción turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020.</p>	Gestión turística	<p>Planificación turística</p> <p>¿Existe un plan estratégico en el sector turismo para el gobierno Regional? Si o no porque, detalle su respuesta, por favor. "Plan"</p> <p>¿Qué estrategias están pensando implementar a través de la pandemia del COVID 19 respecto al turismo? Explique su respuesta, por favor. "Estrategia"</p> <p>¿El Gobierno del Callao ha presentado un programa de asistencia técnica para la recuperación del turismo en la post pandemia? Si o no, por qué. "Asistencia técnica"</p> <p>Desarrollo de productos y servicios turísticos</p> <p>¿Cómo se está apoyando y desarrollando los productos turísticos a partir de la pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta. "Productos turísticos"</p> <p>¿Qué acciones están tomando para el desarrollo de los servicios turísticos pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta. "Servicios turísticos"</p> <p>Promoción turística</p> <p>¿El gobierno Reg. del Callao ha venido trabajando un plan de marketing antes de la pandemia? ¿Si o no, porque y cuáles son? "Marketing turístico"</p> <p>¿El Gobierno Regional del Callao ha presentado un plan de marketing turístico para la promoción durante la pandemia del COVID 19? ¿Si o no, por qué? "Marketing turístico"</p> <p>¿Cuáles son las estrategias promocionales más adecuadas para promover las actividades de reactivación del turismo ante la pandemia del COVID Detalle su respuesta? "Estrategias de promoción"</p> <p>¿Qué estrategias de promoción se están empleando en el entorno virtual para la post pandemia? Detalle su respuesta. "Estrategias de promoción"</p>

Anexo 2. Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Categoría	Subcategorías	Metodología
<p>General</p> <p>¿De qué manera se da la gestión turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 -2020?</p> <p>Específicos</p> <p>¿De qué manera se da la planificación turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020?</p> <p>¿De qué manera se da el desarrollo de productos y servicios turísticos en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020?</p> <p>¿De qué manera se da la promoción turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020?</p>	<p>General</p> <p>Analizar la gestión turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020.</p> <p>Específicos</p> <p>Describir la planificación turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020.</p> <p>Determinar el desarrollo de productos y servicios turísticos en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020.</p> <p>Describir la promoción turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia COVID 19 - 2020.</p>	<p>Gestión turística</p>	<p>Planificación turística</p> <p>Desarrollo de productos y servicios turísticos</p> <p>Promoción turística</p>	<p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Tipo de investigación: Básica</p> <p>Diseño: Fenomenológico</p> <p>Población:</p> <p>Funcionarios del gobierno Regional del Callao.</p> <p>Muestra:</p> <p>Jefe de la Oficina de Comercio de Turismo, Energía y Minas (e), Coordinadora de Turismo, Especialista en Turismo, Supervisor en Turismo.</p> <p>Técnica:</p> <p>La entrevista a profundidad</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Guía de entrevista</p>

Anexo 3. Instrumentos utilizados

Guía de entrevista para el coordinador de turismo, jefe de oficina de comercio de turismo energía y minas, supervisora de turismo y especialista de turismo.

Nombre: _____ Edad: _____
Profesión: _____ Fecha: _____ Hora: _____

1. ¿Existe un plan estratégico en el sector turismo para el gobierno Regional? Si o no porque, detalle su respuesta, por favor. “Plan”
2. ¿Qué estrategias están pensando implementar a través de la pandemia del COVID 19 respecto al turismo? Explique su respuesta, por favor. “Estrategia”
3. ¿El Gobierno del Callao ha presentado un programa de asistencia técnica para la recuperación del turismo en la post pandemia? Si o no, por qué. “Asistencia técnica”
4. ¿Cómo se está apoyando y desarrollando los productos turísticos a partir de la pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta. “Productos turísticos”
5. ¿Qué acciones están tomando para el desarrollo de los servicios turísticos pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta. “Servicios turísticos”
6. ¿El gobierno Reg. del Callao ha venido trabajando un plan de marketing antes de la pandemia? ¿Si o no, porque y cuáles son? “Marketing turístico”
7. ¿El Gobierno Regional del Callao ha presentado un plan de marketing turístico para la promoción durante la pandemia del COVID 19? ¿Si o no, por qué? “Marketing turístico”
8. ¿Cuáles son las estrategias promocionales más adecuadas para promover las actividades de reactivación del turismo ante la pandemia del COVID 19? Detalle su respuesta. “Estrategias de promoción”
9. ¿Qué estrategias de promoción se está empleando en el entorno virtual para la post pandemia? Detalle su respuesta “estrategias de promoción”

Gracias por su colaboración.

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

Lima, 07 de setiembre de 2020

Apellidos y Nombres del experto: **Gonzales Jara, Carolina Inés**

DNI: 40409496

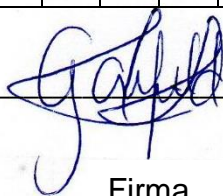
Título/ Grado. Magister en Docencia Universitaria

Cargo e institución en que elabora: Docente a tiempo Completo

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

N°	ITEM	Inaceptable					Aceptable					Observaciones	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de está formulado con lenguaje apropiado y comprensible									x			
2	¿El instrumento de recolección d 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 sostiene en un marco teórico									X			
5	¿las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostiene en antecedentes relacionados con el tema									X			
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de 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: 80%


 Firma

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

Lima, 13 De octubre de 2020

Apellidos y Nombres del experto: **Ruiz Palacios, Miguel Angel**

DNI: 43678006

Título/ Grado. Mg. Administración

Cargo e institución en que elabora: DTC - UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de valorar cada una de las preguntas marcando con una "X" en cada una de las celdas

N°	ITEM	Inaceptable					Aceptable					Observaciones	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de está formulado con lenguaje apropiado y comprensible										x		
2	¿El instrumento de recolección d 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 sostiene en un marco teórico											x	
5	¿las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostiene en antecedentes relacionados con el tema											x	
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de 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: 96.3%



Firma

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

Lima, 08 de octubre de 2020.

Apellidos y Nombres del experto: **Zevallos Gallardo, Verónica**

DNI: 41726975

Título/ Grado. Mg. Docencia universitaria.

Cargo e institución en que elabora: Coordinadora de escuela – UCV.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “X” en cada una de las celdas

N°	ITEM	Inaceptable					Aceptable					Observaciones	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de está formulado con lenguaje apropiado y comprensible									X			
2	¿El instrumento de recolección d 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 sostiene en un marco teórico									X			
5	¿las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostiene en antecedentes relacionados con el tema									X			
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de 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: 87%




Mg. Verónica Zevallos Gallardo.
 Coordinadora E.P Administración en Turismo y Hotelería
 Lima norte

Anexo 5. Transcripción de entrevistas

Entrevista 1.

Nombre: Azucena Colcas Vargas, Edad: 60

Profesión: Psicóloga, Fecha: 21/10/2020. Hora: 13:00 horas

Cargo: Coordinadora de turismo

- 1- ¿Existe un plan estratégico en el sector turismo para el gobierno Regional? Si o no, por qué. Detalle su respuesta, por favor.
Está en elaboración el Plan Estratégico Regional, se inició en Junio-2020.
- 2- ¿Qué estrategias están pensando implementar a través de la pandemia del COVID-19 respecto al turismo? Explique su respuesta, por favor.
Como aún no hay turistas, se les está capacitando a los prestadores turísticos sobre Bio-seguridad en general.
- 3- ¿El Gobierno del Callao ha presentado un programa de asistencia técnica para la recuperación del turismo en la post pandemia? Si o no, por qué.
Las capacitaciones que se están haciendo está en el marco de la “Reactivación Económica al sector turismo”
- 4- ¿Cómo se está apoyando y desarrollando los productos turísticos a partir de la pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta.
Se les está apoyando con circuitos virtuales de visita a los monumentos históricos y las ferias de gastronomía virtualmente.
- 5- ¿Qué acciones están tomando para el desarrollo de los servicios turísticos pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta.
Las acciones que se está tomando es facilitarles la categorización a los restaurantes, hospedajes y guías turísticos.
- 6- ¿El gobierno Regional del Callao ha venido trabajando un plan de marketing antes de la pandemia? ¿Sí o no, porque y cuáles son?
No me consta.
- 7- ¿El Gobierno Regional del Callao ha presentado un plan de marketing turístico para la promoción durante la pandemia del COVID-19? ¿Sí o no, por qué?

Solo me mencionado anteriormente.

- 8- ¿Cuáles son las estrategias promocionales más adecuadas para promover las actividades de reactivación del turismo ante la pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta.

Todo lo que se puede hacer virtualmente.

9. ¿Qué estrategias de promoción se están empleando en el entorno virtual para la post pandemia? Detalle su respuesta.

Las estrategias promocionales son:

Cursos de capacitación a los prestadores turístico (Restaurantes, Hospedajes y Guías de Turismo, sobre bioseguridad

Capacitación sobre las ultimas normativos de ayuda para la reactivación económica que MINCETUR, ha publicado.

Paseos virtuales de Callao monumental.

Elaboración del catálogo virtual

Entrevista 2.

Nombre: Pablo Flores, Edad:

Profesión: Contador, Fecha: 10/11/2020. Hora: 09:35 horas

Cargo: Jefe de la Oficina de Comercio, Turismo y Energía y minas (e)

- 1- ¿Existe un plan estratégico en el sector turismo para el gobierno Regional? Si o no, por qué. Detalle su respuesta, por favor.

Estamos en etapa de elaboración del PERTUR.

- 2- ¿Qué estrategias están pensando implementar a través de la pandemia del COVID-19 respecto al turismo? Explique su respuesta, por favor.

Las estrategias son de implementación de protocolos de bioseguridad, estamos dando todo el soporte técnico y asesoramiento necesario a todos nuestros administrados.

- 3- ¿El Gobierno del Callao ha presentado un programa de asistencia técnica para la recuperación del turismo en la post pandemia? Si o no, por qué.

Las capacitaciones que se están haciendo está en el marco de la “Reactivación Económica al sector turismo”

4- ¿Cómo se está apoyando y desarrollando los productos turísticos a partir de la pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta.

Existe aún mucho temor del visitante estamos trabajando para desarrollar la estrategia de destino seguro.

5- ¿Qué acciones están tomando para el desarrollo de los servicios turísticos pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta.

Constantes capacitaciones y asesoramiento en temas de bioseguridad.

6- ¿El gobierno Regional del Callao ha venido trabajando un plan de marketing antes de la pandemia? ¿Sí o no, porque y cuáles son?

Si, pero no muy agresivo entiendo por la falta de estrategias.

7- ¿El Gobierno Regional del Callao ha presentado un plan de marketing turístico para la promoción durante la pandemia del COVID-19? ¿Sí o no, por qué?

Si, pero estamos en etapa de desarrollo.

8- ¿Cuáles son las estrategias promocionales más adecuadas para promover las actividades de reactivación del turismo ante la pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta.

Son las que vinculan con la gastronomía, en ese sentido hemos desarrollado la ruta gastronómica chalaca.

9. ¿Qué estrategias de promoción se están empleando en el entorno virtual para la post pandemia? Detalle su respuesta.

Webinar de bioseguridad.

Entrevista 3.

Nombre: Lizeth Girón León

Cargo: Especialista en Turismo _____ Fecha: 20/10/20__ Hora: _6:35 p.m.____

Profesión: Administración en turismo

1- ¿Existe un plan estratégico en el sector turismo para el gobierno Regional? Si o no, por qué. Detalle su respuesta, por favor.

El PERTUR Callao al 2025 se encuentran en proceso. No se realizó antes por decisión política.

- 2- ¿Qué estrategias están pensando implementar a través de la pandemia del COVID-19 respecto al turismo? Explique su respuesta, por favor.
- Sensibilizar a los prestadores de Servicios Turísticos y administración de sitios turísticos frente al correcto uso de los protocolos de bioseguridad.
 - Habilitar productos turísticos bioseguros de manera progresiva para el turismo doméstico, interno y receptivo.
 - Fortalecer la promoción turística de cara al nuevo perfil del vacacionistas y turista post Covid.
 - Fortalecer mecanismos de articulación público-privado, y con la comunidad para la gestión del destino.
 - Optimizar los niveles de facilitación turística haciendo uso de las Tics.
- 3- ¿El Gobierno del Callao ha presentado un programa de asistencia técnica para la recuperación del turismo en la post pandemia? Si o no, por qué.
Si. A la fecha se han brindado Webinar, capacitaciones y pasantilla virtuales a fin de promover la reactivación económica del sector.
- 4- ¿Cómo se está apoyando y desarrollando los productos turísticos a partir de la pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta.
Fortaleciendo competencias para la correcta aplicación de los protocolos y articulación con aliados estratégicos para la promoción de productos turísticos priorizados.
- 5- ¿Qué acciones están tomando para el desarrollo de los servicios turísticos pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta.
Fortalecimiento de competencias de Prestadores de servicios turísticos.
- 6- ¿El gobierno Regional del Callao ha venido trabajando un plan de marketing antes de la pandemia? ¿Sí o no, porque y cuáles son?
No. Decisión política.
- 7- ¿El Gobierno Regional del Callao ha presentado un plan de marketing turístico para la promoción durante la pandemia del COVID-19? ¿Sí o no, por qué?
No. Actualmente se viene formulando el perfil de vacaciones que visita la región Callao.

8- ¿Cuáles son las estrategias promocionales más adecuadas para promover las actividades de reactivación del turismo ante la pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta.

- Identificar a la demanda post Covid para la región Callao.
- Elaboración de plan de marketing por productos turísticos.
- Promoción física y digital.
- Fomento para la participación de Prestadores de Servicios Turísticos en ferias virtuales.

9- ¿Qué estrategias de promoción se están empleando en el entorno virtual para la post pandemia? Detalle su respuesta.

- Desarrollar contenido atractivo para millennials y centennials.
- Desarrollar activaciones virtuales.

Entrevista 4.

Nombre: Sandra de la Cruz, Edad:

Profesión: Administración en Turismo Fecha: 8/11/2020. Hora: 23:53 horas

Cargo Supervisora en turismo

1- ¿Existe un plan estratégico en el sector turismo para el gobierno Regional? Si o no, por qué. Detalle su respuesta, por favor.

PERTUR Callao, planes estratégicos que enmarcan al turismo, económico, geográfico,

2- ¿Qué estrategias están pensando implementar a través de la pandemia del COVID-19 respecto al turismo? Explique su respuesta, por favor.

Los planes de Bioseguridad, tanto como hospedajes, agencias de viajes, en cualquier supervisión se le requerirá que presente sus protocolos.

3- ¿El Gobierno del Callao ha presentado un programa de asistencia técnica para la recuperación del turismo en la post pandemia? Si o no, por qué.

Capacitaciones virtuales

4- ¿Cómo se está apoyando y desarrollando los productos turísticos a partir de la pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta.

A través de la plataforma online.

- 5- ¿Qué acciones están tomando para el desarrollo de los servicios turísticos pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta.

Que cumpla por el Minsa sus protocolos

- 6- ¿El gobierno Regional del Callao ha venido trabajando un plan de marketing antes de la pandemia? ¿Sí o no, porque y cuáles son?

No

- 7- ¿El Gobierno Regional del Callao ha presentado un plan de marketing turístico para la promoción durante la pandemia del COVID-19? ¿Sí o no, por qué?

No

- 8- ¿Cuáles son las estrategias promocionales más adecuadas para promover las actividades de reactivación del turismo ante la pandemia del COVID-19? Detalle su respuesta.

El apoyo de las casetas dentro del aeropuerto, asimismo dándole un folleto de los lugares turísticos a turista, sería una ventaja de propagación

- 9- ¿Qué estrategias de promoción se están empleando en el entorno virtual para la post pandemia? Detalle su respuesta.

No


Anexo 6. Evidencia de entrevistas

Buenos días Sra. Azucena espero se encuentre bien de salud del mismo modo espero pueda ayudarme con mi guía de entrevista para culminar mi tesis. 🙏

Saludos Cordiales,

Atte.

Lilia Medrano Alor.
Telef. 983255544




Azucena Colcas Vargas
para mí +

mié, 21 oct. 12:44 ☆ ↶

Buenas tardes Lilia, envío la guía con sus respuestas.

xxx



Lilia Medrano Alor <lilia.medrano@gmail.com>
para Azucena +

mié, 21 oct. 14:14 ☆ ↶


Estimada Sra. Azucena
Buenas tardes,
muchas gracias por el apoyo, otra consulta su cargo es Coordinadora de Turismo verdad

xxx


Pablo Flores Gob RegTurismo

8/11/2020

Sr Pablo buenas tardes 16:27 ✓

 Guía de Entrevista.docx 16:59 ✓
1 página • DOCX • 14 kB

Sr Pablo le envío la encuesta 16:59 ✓

 Guía de Entrevista para obtener el Título profesional de grado académico
Gestión turística en el Gobierno Regional del Callao a partir de la pandemia docs.google.com

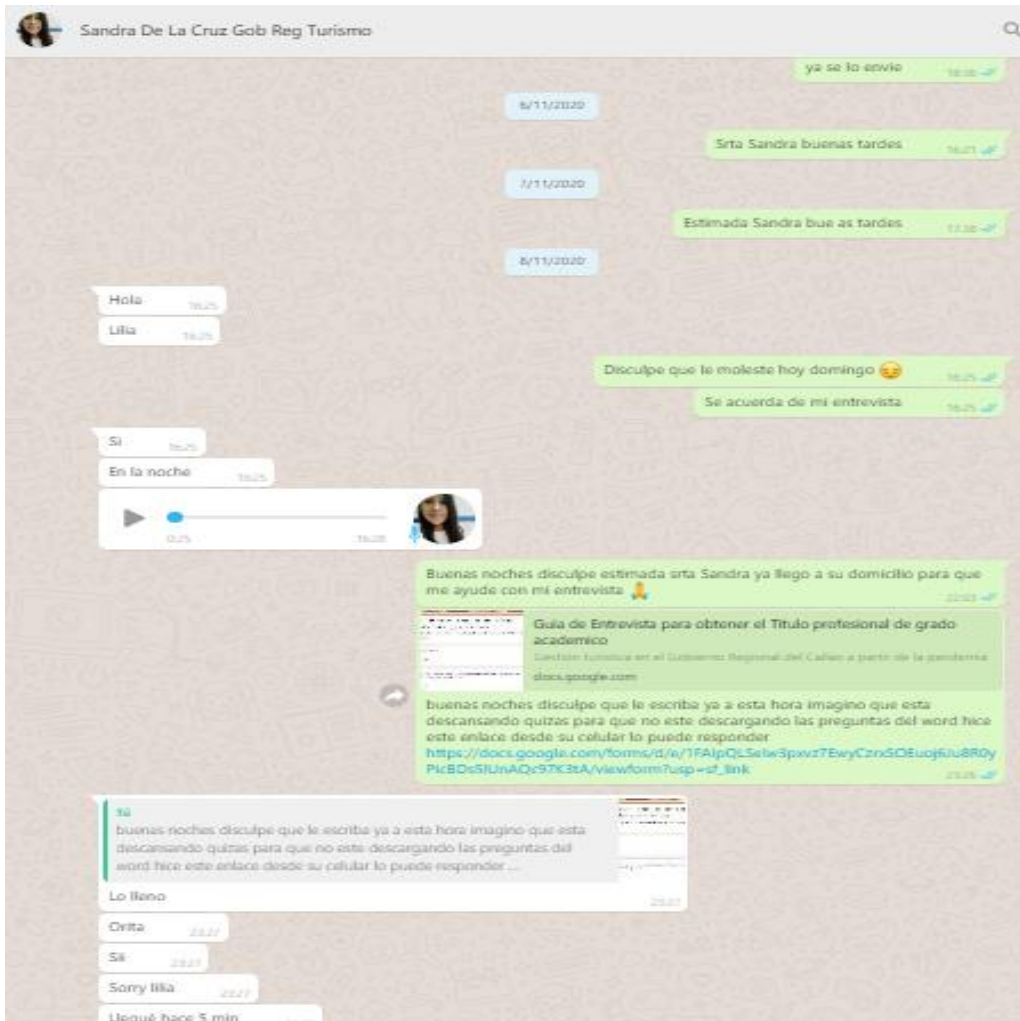
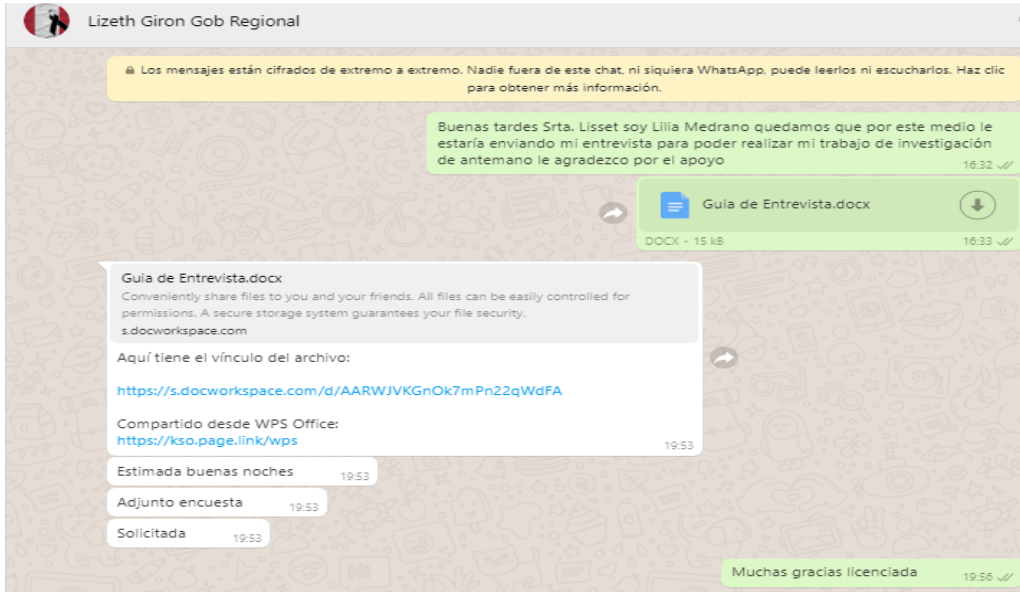
buenas noches disculpe que le escriba a esta hora imagino que ya esta descansando quizás para que no este descargando las preguntas del word hice este enlace desde su celular también lo puede responder https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSelw3pxvz7EwyCzrxSOEuoj6Ju8R0yPicBDs5IUnAQc97K3tA/viewform?usp=sf_link nuevamente le pido disculpas por molestar 23:28 ✓

10/11/2020

Señor Pablo buenos días 8:45 ✓

Disculpe que lo moleste 8:46 ✓

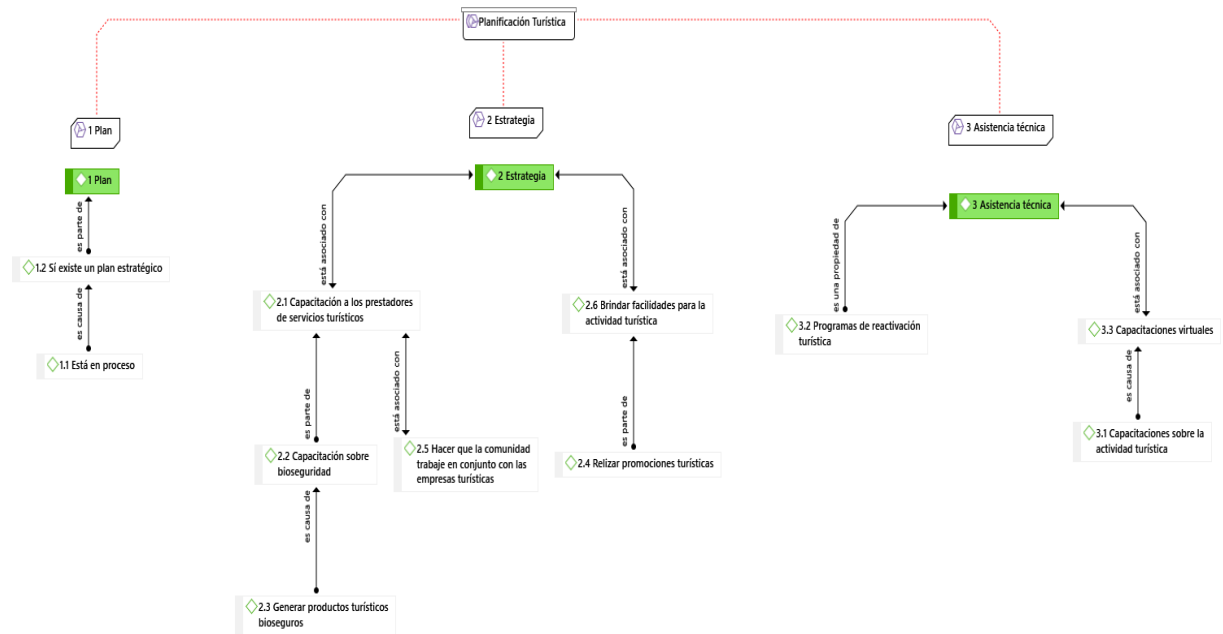
Ya te lo envié 9:35



Anexo 7: Atlas. Ti 8

Figura 1

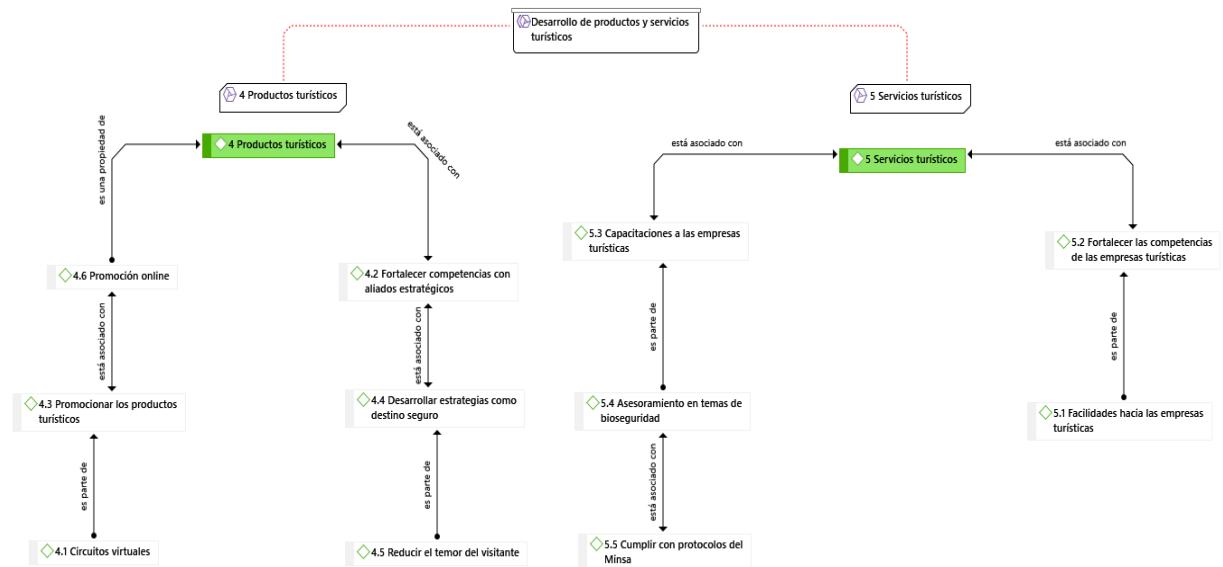
Matriz de redes de Planificación turística



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2

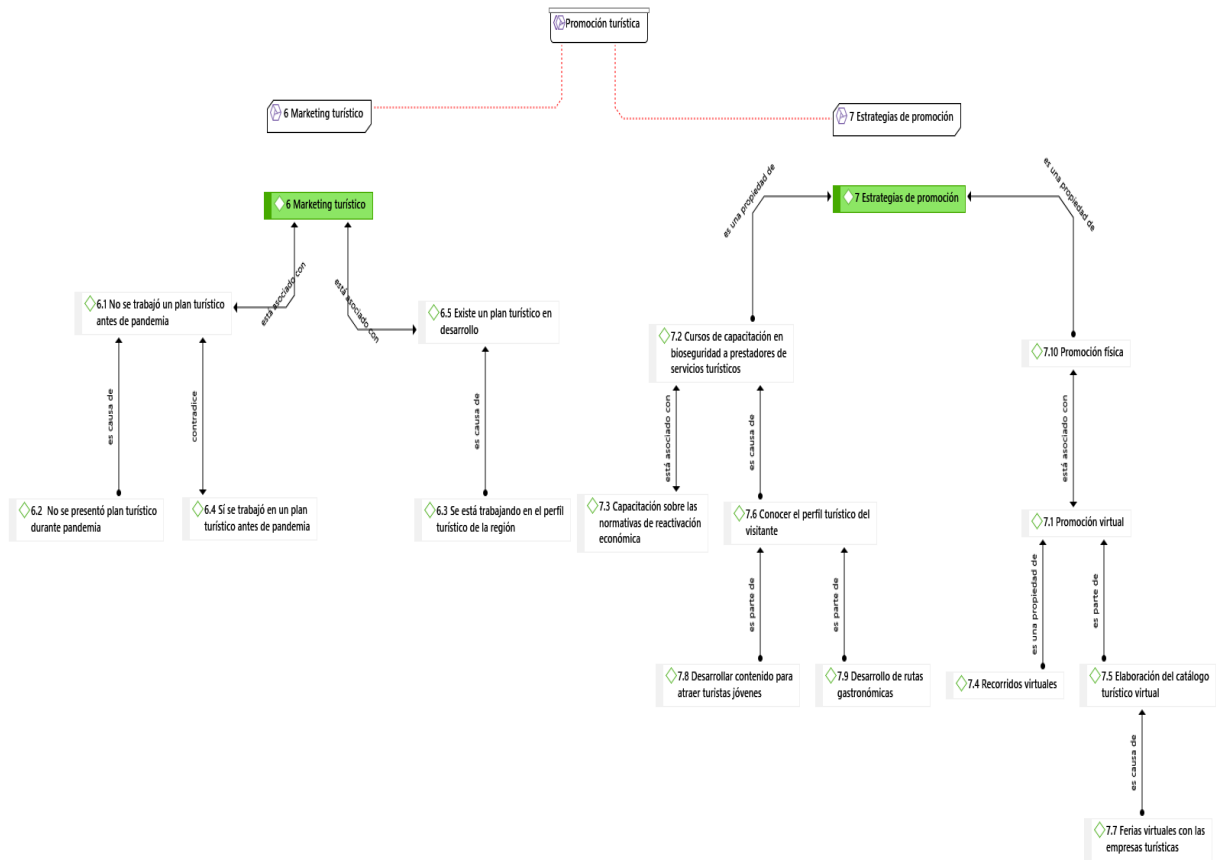
Matriz de redes de Desarrollo de productos y servicios turísticos



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3

Matriz de redes de Promoción turística



Fuente: Elaboración propia

Anexo 8. Evidencias de Actividades de promoción del Gobierno Regional de Callao

Capacitación Reactiva Perú y FAE Turismo



Charla “Identificación, orientación y asesoramiento para la formación de establecimientos de hospedajes, restaurantes y agencias de viajes en la provincia constitucional del Callao



Capacitaciones Online Turismo emprende 2020- III



Workshops “Turismo reactiva Callao”



Reunión del equipo técnico especializado PERTUR Callao al 2025

Gerencia Regional de Desarrollo Económico - Región Callao 9 de octubre

El Gobierno Regional del Callao, a través de la Gerencia de Desarrollo Económico, llevó a cabo la Mesa de Trabajo con el Equipo Técnico Especializado PERTUR Callao al 2025, con el objetivo de aprobar la propuesta de Reglamento de la Comisión Multisectorial, el mismo que será presentada de manera concertada con actores públicos y privados el día 19 de octubre.



The screenshot shows a Zoom meeting in progress. The main window displays a grid of 12 video thumbnails for participants. On the right, a sidebar shows a list of participants with names like Francisco, KUDFONSO, jlandeo, and Jorge Luis Tang Castro. Below the list is a chat window with messages from participants, including one mentioning 'APROBADO'.

Ruta gastronómica Chalaca

Gerencia Regional de Desarrollo Económico - Región Callao 25 de septiembre

La Ruta Gastronómica Chalaca, un recorrido por ocho emprendimientos gastronómicos donde podrás disfrutar en familia de la variada oferta gastronómica que te ofrece el primer puerto.

Aquí te dejamos el plano con las direcciones de los Restaurantes participantes.



The infographic is a stylized map of the Callao region, shaped like a winding road. It features eight stops, each with an icon and a name: 'Donde Volo', 'Cubos Restaurantes del Puerto', 'El Mirador', 'Caserío del Puerto', 'El Comedor', 'Ciclistas Morisco', 'Serra DZ', and 'Banco Rotatorio'. The map is titled 'Ruta Gastronómica Chalaca' and includes the logo of the 'GOBIERNO REGIONAL CALLAO'.

Anexo 9: Validación de expertos

Tabla 1

Nombres de expertos para la validación

Nº	Nombre del experto validador	Institución de procedencia	Promedio
1	Carolina Inés, Gonzales Jara	Universidad César Vallejo	Aplicable
2	Miguel Ángel, Ruiz Palacios	Universidad de San Marcos	Aplicable
3	Verónica, Zevallos Gallardo	Universidad César Vallejo	Aplicable