



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN  
TURISMO Y HOTELERÍA

**Estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad  
para el circuito de playa La Punta, Callao, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Administración en Turismo y Hotelería

**AUTORA:**

Chunga Purizaca, Sandra Noemi (ORCID:0000-0002-7785-9273)

**ASESOR:**

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

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión Turística

LIMA - PERÚ

2020

### Dedicatoria

Mi Tesis Va Dedicada a mis padres y hermanos, los que me motivan a seguir aprendiendo y esforzándome en mejorar cada día, ellos me impulsan a buscar siempre un mejor camino.

## Agradecimientos

Agradezco a todas aquellas personas que me apoyaron en el transcurso de este camino que he recorrido en la universidad, camino que he seguido para convertirme en una profesional de administración en turismo y hotelería, agradezco a mis padres por su apoyo y comprensión, amigos y futuros colegas que desempeñamos juntos trabajos de los cuales aprendí mucho, todos los docentes que permitieron que me esforzara y me motive a seguir con mi carrera.

## Índice de contenidos

Carátula	1
Dedicatoria	2
Agradecimientos	3
Índice de contenidos	4
Índice de tablas	5
Resumen	6
Abstract	7
I.    INTRODUCCIÓN	8
II.   MARCO TEÓRICO	12
III.  METODOLOGÍA	29
3.1. Tipo y diseño de la investigación	30
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	30
3.3. Escenario de estudio	31
3.4. Participantes	32
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	32
3.6. Procedimiento	33
3.7. Rigor científico	35
3.8. Método de análisis de datos	36
3.9 Aspectos éticos	37
IV.   RESULTADOS Y DISCUSIÓN	38
V.    CONCLUSIONES	49
VI.   RECOMENDACIONES	51
VII.  REFERENCIAS	53
VIII. ANEXOS	58

## Índice de tablas

Tabla 1	35
Tabla de validez de contenido	
Tabla 2	63
Matriz de consistencia	
Tabla 3	77
Matrices de codificación	

## Resumen

El presente trabajo de investigación busca definir las estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad para el circuito de playa La Punta, Callao. Para realizar esta investigación se desarrolló un trabajo de investigación cualitativo, de tipo aplicada, con diseño fenomenológico y nivel descriptivo. La muestra estuvo conformada por 10 pobladores del distrito. Los resultados del presente trabajo de investigación sobre la promoción turística que desarrolla la municipalidad para el circuito de playa del distrito de La Punta son principalmente la utilización de medios digitales como la página web, por otro lado, también influye el mailing que realizan a los centros educativos y la venta de souvenirs mediante el merchandising, tal como propone Fernández y Sarmiento (2018), estas estrategias permiten desarrollar la promoción turística de un destino o atractivo turístico. La conclusión sobre el trabajo de investigación permite asegurar que las estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad para el circuito de playas La Punta, Callao son el uso la página web, el mailing a centros educativos y la estrategia del merchandising, ya que la municipalidad es la encargada de gestionar esas estrategias y aplicarlas en el distrito. Con respecto a la página web, la municipalidad se encarga de gestionarlo de manera regular, con respecto al mailing la municipalidad lo realiza de manera poco frecuente y con respecto al merchandising la municipalidad, está apoyando a los comerciantes. Por ello se recomienda a la municipalidad poder desarrollar mucho mejor la promoción turística del distrito de la Punta, ya que este distrito cuenta con mucho potencial y muchos recursos que lograrían mejorar la situación de muchos ciudadanos que se dedican a esta actividad, mediante capacitaciones de talleres.

Palabras clave: promoción, turismo, página web, mailing, merchandising.

## Abstract

This research work seeks to define the tourism promotion strategies by the municipality for the La Punta beach circuit, Callao. To carry out this research, a qualitative research work was developed, of an applied type, with a phenomenological design and descriptive level. The sample was made up of 10 residents of the district. The results of this research work on the tourism promotion that the municipality develops for the beach circuit of the La Punta district are mainly the use of digital media such as the website, on the other hand, the mailing it makes to the centers also influences educational programs and the sale of souvenirs through merchandising, as proposed by Fernandez and Sarmiento (2018), these strategies allow developing the tourist promotion of a destination or tourist attraction. The conclusion about the research work allows us to ensure that the tourism promotion strategies by the municipality for the La Punta beach circuit, Callao are the use of the website, the mailing to educational centers and the merchandising strategy. The municipality is in charge of managing these strategies and applying them in the district. With regard to the website, the municipality is in charge of managing it on a regular basis, with respect to mailing the municipality does it infrequently and with regard to merchandising, the municipality supports the merchants. For this reason, the municipality is recommended to be able to develop much better tourism promotion in the district of La Punta, since this district has a lot of potential and many resources that would improve the situation of many citizens who dedicate themselves to this activity, through training workshops.

Keywords: promotion, tourism, website, mailing, merchandising.

## I. INTRODUCCIÓN



Con respecto a nuestra realidad problemática, hoy en día sabemos que nuestro país es un lugar lleno de muchas culturas y tradiciones que nos hace muy llamativos para el turista, incluso contamos con lugares que se caracterizan y se diferencian de otros, sobre eso ¿Es posible lograr que un lugar se vuelva llamativo para atraer nuevos turistas? Sobre esta interrogante buscaremos un tema de análisis sobre la promoción turística que realizan en un lugar, ¿Es posible establecer estrategias para promocionar el turismo de un destino? Esta pregunta nos permitirá realizar una interrogante sobre nuestro tema a desarrollar, enfocándose en los lugares que posee, qué es lo fundamental para atraer turistas.

En la actualidad, se han desarrollado diversos proyectos que hacen de nuestro país un destino llamativo e incluso encantador para los espectadores receptivos, proyectos realizados por organizaciones públicas y privadas, e incluso los mismos pobladores son portadores de información sobre su lugar de residencia, que permite a su entorno poder conocer nuestras costumbres, cultura, idioma y gastronomía. Tal caso es la comunicación digital que abarca esencialmente a las redes sociales, página web y aplicación móvil, estas son las portadoras de información que facilitan la publicidad de un destino turístico. Un ejemplo internacional es sobre las nuevas campañas de promoción turística más rompedoras, una de estas es la que desarrolla Vilna que consiste en promocionar esta campaña como el punto G de Europa, nadie sabe dónde se encuentra, pero cuando lo descubren es asombrosa. De cierta forma encuestaron a pobladores de Berlín, y estos le decían que se ubicaba en América y África, sin saber en realidad donde se encuentra, el objetivo era atraer turistas sin importar lo desconocido que es para la mayoría, utilizando este desconocimiento como potencial para incrementar el Turismo. Por otro lado, la campaña que se incrementó en Miamiland consistió en desarrollar un turismo de aventura, cuyo objetivo era que los que visiten el parque temático puedan conectar con la naturaleza olvidando su rutina diaria. (Hosteltur, 2020).

Además, en América Central, la aerolínea española Iberia firmó una alianza con Panamá para aumentar el turismo y lograr un incremento en el 10% de pasajeros, las campañas realizadas consistían en hacer visible el destino turístico entre los mercados de Europa y Asia, estas campañas eran por medio de fuentes digitales y precios especiales en boletos aéreos, el objetivo de esta campaña era que la

economía crezca mediante el turismo (Hosteltur, 2019). Mediante estos ejemplos nos hacemos la interrogante ¿Cuál de estos podríamos desarrollar y mejorar para nuestro propio país? Los usos de fuentes digitales nos permiten estar comunicados con el exterior y poder darnos a conocer como destino turístico. La problemática que enfrenta nuestro país es que incluso frente a todos los esfuerzos hechos, existen lugares que aún no son conocidos y cuentan con un gran potencial turístico, lugares tales como lo menciona Hosteltur, como el punto G, lugares que incluso la misma población del Perú no conocen de la diversidad con la que contamos.

Asimismo, mencionaré unos de los mejores proyectos realizados en nuestro país como es, sobre los vídeos de promoción turística que han logrado obtener premios importantes en Europa, estos vídeos tuvieron el fin de lograr divulgar los novedosos destinos del Perú con una imagen tentadora a nivel mundial. Se elaboraron cuatro vídeos: El primero fue Generación con causa, promociona la gastronomía del Perú mediante los jóvenes chefs que están posicionando la cocina del Perú a nivel mundial. Segundo, Perú, país más enriquecido a nivel del mundo, es otro vídeo que busca atraer la mirada de los turistas internacionales sobre la riqueza de nuestro país con respecto a la cultura, vivencias invaluable, naturaleza y deportes de aventura. El tercer vídeo, Voyager Colors of Peru, muestra la oferta cultural, urbana y turística mediante los temas 'Lima capital al lado del mar' 'Lima, ciudad con movida urbana' e 'Iquitos'. Por último, es el video titulado, Film in Perú, promociona a nuestro país para grabaciones de obras, películas, videoclips, documentales, etc. Con el objetivo de que el Perú sea un país con destino cinematográfico internacional. (Andina, 2018).

Todo esto se podrá realizar en nuestros distritos también, podremos promocionar los lugares con el objetivo de incrementar los ingresos de visitantes y turistas, pero también conlleva a desarrollar una mejor organización de parte de los gobiernos distritales y regionales. Es por eso que se desarrolla una serie de estrategias para potenciar el turismo e incrementar ingresos, que permitan conocer nuestro lugar. Por lo expuesto anteriormente nuestro trabajo reflexiona a la siguiente pregunta general, ¿Cuáles son las estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad para el circuito de playa La Punta, Callao, 2020?, asimismo planteamos los siguientes problemas específicos, ¿Cómo realiza la promoción

turística la municipalidad de la Punta en la página web 2.0 sobre el circuito de playa La Punta-Callao, 2020?, se completa con, ¿De qué manera se realiza el mailing a centros educativos para el desarrollo de la promoción turística del circuito de playa La Punta-Callao de parte de la municipalidad, 2020? y finalmente ¿Cómo se desarrolla el merchandising de la promoción turística del circuito de playa La Punta-Callao de parte de la municipalidad, 2020?.

Con respecto a la justificación, este trabajo de investigación definirá las estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad del circuito de playa del distrito de La Punta, este distrito cuenta con grandes atractivos que lo diferencian y son importantes para la región, pero existe desconocimiento por parte de la población y turista para valorar el distrito como destino turístico. El distrito representa un potencial turístico muy importante pero no es desarrollado por parte de los representantes municipales, el análisis del trabajo de investigación tomará las estrategias de promoción turística y podrán replicarse en algunos sectores similares tales como distritos de la costa peruana. El trabajo de investigación toma los componentes de promoción y comunicación (Fernández y Sarmiento, 2018) y es resultado de un trabajo de investigación del turismo y marketing sobre las últimas tendencias que se realizan gracias a las tecnologías de información y comunicación.

Con todo lo expuesto anteriormente nuestro trabajo busca definir las estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad para el circuito de playa La Punta, Callao, 2020. Además, adjuntamos los siguientes objetivos específicos, Analizar la promoción turística que realiza la municipalidad de La Punta en la página web 2.0 sobre el circuito de playa La Punta-Callao, 2020 asimismo Evaluar el mailing a centros educativos para el circuito de playa La Punta, Callao de parte de la municipalidad, 2020 y finalmente Describir el merchandising de la promoción turística del circuito de playa La Punta, Callao de parte de la municipalidad, 2020.

## II. MARCO TEÓRICO

Con respecto a nuestros antecedentes, sobre el tema diversos autores internacionales han profundizado en el tema, por ejemplo Sánchez (2020) en su artículo titulado Análisis de la comunicación digital oficial en la promoción turística de Brasil, cuyo objetivo general en el estudio es comprobar la presencia de Brasil como destino turístico, este estudio tuvo un enfoque cuantitativo, se realizó mediante encuesta y tuvo como conclusión principal la comunicación digital para promover el turismo de Brasil al exterior se realizó mediante: Página web, redes sociales y aplicación móvil. Se elabora un análisis de la utilización y ver los puntos fuertes y débiles. En conclusión, es más efectivo el uso de la página web y redes sociales, la aplicación móvil los resultados son un poco negativos, pero con mejora.

Desde otro punto de vista nacional Terán y Pinchi (2020) menciona en su artículo titulado Componentes condicionantes de la proyección y gestión de la acción turística en la región de Cajamarca-Perú, 2016, cuyo objetivo general de esta investigación fue establecer las particularidades de los componentes condicionantes de la proyección y gestión con el turismo en la región de Cajamarca, Perú en el año 2016, este estudio tuvo un enfoque mixto y se realizó mediante encuestas, cuestionario y observación, se concluye en que el 16% son profesionales en turismo el 11% llevan estudios en gestión turística. Hay muchas deficiencias que desarrollan el poco turismo en Cajamarca como: Mala gestión, poco recurso material y económico, deficiencia de la coordinación interinstitucional.

Sin embargo, Ramos, Fernández y Almodóvar (2020) en su artículo titulado La utilización de estrategias del Marketing digital para el desarrollo de la promoción turística en las entidades autónomas españolas, cuyo objetivo general en la investigación tuvo que demostrar el nivel de uso y efecto que se conseguía al aplicar estas estrategias de marketing digital a nivel del país y lograr una conclusión en tanto a la aplicación de las mismas en cada una de las entidades autónomas españolas, este estudio tuvo un enfoque cuantitativo y se realizó mediante la observación, tuvo como conclusión que España hace un buen uso del Marketing digital tanto en su página web y redes sociales es comprobado cuando el usuario realiza una búsqueda del destino turístico.

Por otro lado, en el contexto nacional Gómez (2018) en su investigación titulada La promoción del turismo en barranco y el cuidado hacia sus lugares turísticos; 2014-2017, cuyo objetivo es analizar la promoción del turismo en barranco y su relación con el cuidado hacia sus lugares turísticos durante el periodo 2014- 2017, ese estudio hubo un enfoque cualitativo, se desarrolló mediante la entrevista. Se concluyó que la promoción turística depende mucho de la conservación de los destinos turísticos pertenecientes a una reunión, los programas de ese distrito son escasos y no se han realizado hasta la fecha debido a que no existe la participación de entidades privadas.

Igualmente, Sirilersuang y Pongkijvorasin (2018) en su artículo titulado policies on tourism promotion and environmental renovation, cuyo objetivo de este estudio es utilizar políticas de promoción y renovación en el desarrollo turístico, en cuanto a la relación de las personas que visitan el lugar y la calidad del entorno, con enfoque cuantitativo y herramientas gráficas. Se concluye que las políticas de gestión turística se enfocan en la promoción y demanda del turismo conocida como política de promoción turística, además también se enfoca en restaurar la calidad del entorno de un destino y esto se conoce como política de restauración ambiental.

Asimismo, Plumed, Gómez y Martín (2018) en su artículo titulado Proyección turística, desarrollo y sostenibilidad del medio ambiente: El caso de España, con el objetivo de Estudiar el predominio de la promoción turística en el progreso de un destino hacia la sostenibilidad, este estudio tuvo un enfoque cuantitativo, se realizó mediante cuestionario. Se concluye que la realización viable de un destino turístico, la planificación turística tiene un papel muy importante. Para que el desarrollo de un destino turístico sea sostenible necesita planificación. Ser sostenible es ser competitivo, la relación entre sostenibilidad y promoción turística son piezas claves. De un gobierno para considerar la sostenibilidad como prioridad.

Además, Orboi y Popescu (2018) en su artículo titulado English and Romanian Words of Ukrainian Origin in Tourism Promotion, cuyo objetivo es mostrar que las fuentes de Internet no siempre son confiables a la hora de utilizar la información para conocer más sobre un determinado país y / o sobre su idioma oficial, con enfoque cualitativo y mediante cuestionario. Se concluye que las fuentes

lingüísticas y el material turístico no son confiables; necesitan ser verificados para que no haya confusión, se analizó 42 términos en inglés de origen ucraniano y se verificó que 7 resultan ser ellos. En relación al turismo, los términos autóctonos en la historia, las gastronomías también deben verificarse para que la comunicación sea lo más clara posible.

Igualmente, Nedelea (2017) en su investigación titulada Romanian tourism promotion, cuyo objetivo es examinar el destino nacional con respecto al turismo rumano para incrementar las tendencias de los productos turísticos en el mercado nacional, con enfoque cualitativo y mediante entrevista. Se concluye que la promoción turística aporta elementos intangibles: como el producto turístico y la imagen de la oferta turística del producto, operador y servicio. Estos elementos influyen en la decisión de compra del consumidor, por eso la publicidad en turismo puede familiarizar al consumidor potencial con el destino para atraerlo y prolongar su estadía.

También, Cosciug, Timofti y Timofti (2017 en su investigación titulada Trends to achieve the development of rural tourism and promotion in the republic of moldova, cuyo objetivo es analizar las capacidades de alojamiento existentes de las estructuras turísticas colectivas (pensiones y agroturismos), con enfoque Mixto y mediante la observación, comparación, método gráfico, método de tabla, método de valor medio y relativo, funciones analíticas, series cronológicas, etc. Se concluye que los ingresos por la actividad turística han registrado un crecimiento en los fondos de los presupuestos estatales, pero insignificante, pero hubo un aumento en la llegada de turistas al país. Se muestra que el índice de capacidad en las pensiones turísticas y agroturismos disminuyó en promedio. Es por ello que se implementarán medidas para crear una visión clara y una estrategia para atraer flujos turísticos nacionales e internacionales, asumir proyectos de inversión para incrementar el turismo rural sostenible.

Sobre la Teoría del sistema algunos autores han escrito sus expectativas desde el desarrollo aplicado a un enfoque sistemático hasta un enfoque turístico.

Con respecto a la Teoría de sistema, el autor menciona que para conocer el sistema turístico primero se debe conocer, la definición de sistema y la teoría de sistema, el

sistema es un conjunto de elementos que se enlazan de manera lógica ordenada con un objetivo en común, por otra parte la teoría general de sistemas explica que es un conjunto de unidades recíprocamente relacionadas entre sí, estas propiedades no pueden ser descritas por unidades separadas sino estudiadas en forma global, consiste en observar los fenómenos y entidades con elementos de fenómenos y entidades más grandes, es por eso que para entender al turismo solo basta definirlo como un sistema, el cual tiene subsistemas que se relacionan para un mismo objetivo, pero sin embargo tiene otros subsistemas externos como es la sociedad (Guerrero y Ramos, 2014), apreciamos que el turismo es sistematizado por diversos subsistemas que permiten que se relacionen y logren un objetivo en común.

Por otro lado, la teoría del sistema permite analizar el turismo de manera global o dividirla en partes para facilitar la comprensión sin embargo, estudiar al turismo en base a la teoría del sistema tiene sus ventajas y desventajas, esa teoría es la más utilizada en los estudios turísticos (Panosso y Lohmann, 2012), apreciamos que estudiar al turismo es por una parte más accesible pero también como lo menciona, ocasiona una visión fragmentada del objeto de estudio, a que el turismo se encuentra como un sistema dentro de otros supersistemas.

Por todo ello, apreciamos que Guerrero y Ramos definen al turismo como un todo sistemático mientras que Panosso y Lohmann se percatan que poder usar esa visión influye en desviarse del objeto de estudio ya que depende del supersistema que es la sociedad.

Sobre la teoría del caos, algunos autores han manifestado sus puntos de vista sobre el desarrollo de estas teorías con referencia al turismo plasmado en un sistema caótico al que se enfrenta.

Con respecto a esta teoría, el turismo como parte de un supersistema recibe datos de su entorno mediante una planificación para seleccionar elementos no deseados que puedan dañar el sistema, pero sin embargo, esos datos no siempre pueden ser seleccionados debido a su imprescindible aparición dependiendo de su capacidad de adaptación, el caos puede presentarse mediante los hechos permanentes o de manera discontinua, es por eso que la teoría del caos se trata de un proceso de



cambio múltiple considerando a la realidad como una unidad de diversas posibilidades (Saavedra, Durán y Durandal, 2004), por ello entendemos, que el sistema turístico no lleva un plan de desarrollo continuo debido a los hechos inesperados del supersistemas que se encuentra, es por eso que se debe contar con planes de transformación, adaptación, planificación y estrategias para estar preparados a las nuevas realidades emergentes.

Por otro lado, "Se considera que el turismo funciona como un sistema caótico, no lineal, compuesto de nueve elementos: los viajeros, los vectores de comunicación, las consideraciones que influyen en la efectividad de los vectores, la comunidad turística de destino, al agencias externas al turismo, otras externalidades relacionadas al turismo, externalidades no relacionadas con el turismo, output del sistema, los pícaros o fabricantes del caos (Álvarez, Mantecón y Puertas citando a McKercher, 2019, p. 37), apreciamos que el autor cita para plasmar que en turismo es un sistema en constante cambio.

Por todo ello, Saavedra, Durán y Durandal expones esta teoría en la cual el turismo se encuentra enfrentado a diversos factores que cambian, que no son predecibles con el fin de poseer un plan de adaptación a los posibles sucesos mientras que Álvarez, Mantecón y Puertas describen los elementos que influyen en este cambio.

Sobre la Teoría de la mirada del turista los autores han escrito sus expectativas desde el desarrollo aplicado a un enfoque sistemático hasta un enfoque turístico.

Con respecto a la Teoría de la mirada del turista, esta es un elemento fundamental, la forma de observación de la realidad que cambia totalmente cuando se contempla dicha realidad con finalidades distintas a las de la vida cotidiana. La mirada del turista es la de la persona que observa la realidad con finalidad de ocio, diversión. Pero esos lugares, aunque sean observados por turistas con sentimientos particulares, siempre están mediatizados por las experiencias, la historia, la cultura. (Álvarez, Mantecón y Puertas, 2019), apreciamos que los autores explican la teoría desde un punto de vista que puede ser diverso al turista que observa el destino donde se encuentra, ya que influye aspectos en los que él está relacionado.

Sobre los criterios básicos para una buena gestión diversos autores lo exponen desde un enfoque comercial.

Con respecto a los criterios básicos para una buena gestión comercial el autor menciona, que la actividad comienza con la elaboración de un producto o servicio que viene a ser denominado un sistema de marketing para luego tener el objetivo de venderlos. Menciona cuatro pasos para esa buena gestión; primero, un análisis del mercado de manera continua, que implica considerar al mercado desde diversas clasificaciones, considerando en ese análisis al entorno para obtener información que luego se toma en cuenta para establecer estrategias comerciales, dentro del análisis se debe considerar reclutar información, fraccionar el mercado para luego tomar medidas y pronósticos. Segundo, impedir cualquier inflexibilidad con respecto a las normativas de la empresa, es por eso que se considera los factores hacia nuevas tendencias en lo cual se enfrenta el turismo, los tipos de turismo que se desarrollan en el lugar. Tercero, ligereza de respuesta a los requerimientos del mercado, se debe considerar el comportamiento del consumidor, sus motivaciones y características, por otro lado, también se debe considerar el enfoque de los servicios que se prestan y la importancia de los consumidores en el mercado. Cuarto, preparación de encuestas a los clientes y planeamiento a posibles mejoras, es importante estar al tanto sobre las opiniones de los clientes y estos se pueden realizar mediante diferentes medios como vía telefónica, internet o postales (Tejada, 2017).

Apreciamos que para promocionar un producto o servicio es importante considerar estos pasos para la buena gestión. Como indica el autor estos criterios son importantes realizarlos para hacer un seguimiento y estar al tanto de los requerimientos que se enfrenta el mercado, haciendo ese planeamiento lo consideraremos en el presente trabajo de investigación.

Con respecto a la gestión municipal para el desarrollo del turismo, el autor menciona que el turismo es el principal aportador de ingresos, todo dependiendo de la diversificación y de la administración que se le da al destino turístico. Además, la gestión municipal es el ente que influye mucho en el desarrollo sustentable del destino, incluyendo a las autoridades. Estos brindan apoyo a las empresas que

lideran en el sector turístico. Por otro lado, se encargan de promover la actividad turística, considerando que los recursos turísticos son la pieza principal para esta actividad, la gestión municipal debe planificar y desarrollar proyectos de inversión para garantizar óptimas condiciones a los turistas receptivos, crear nuevos circuitos turísticos que atraigan visitantes y turistas nacionales e internacionales. Afirmando, que la principal responsabilidad es de la gestión turística municipal, también es importante la participación de los sectores y miembros de la comunidad para realizar acciones estratégicas considerando los tres pilares de la sostenibilidad (Panta y Susanibar, 2019), apreciamos que el autor menciona una importante labor que tiene la gestión municipal con respecto al desarrollo del turismo en la localidad, este es un ente principal que permite el desarrollo sustentable del turismo.

Sobre la evolución del turismo diversos autores han descrito este constante cambio a lo que se enfrentan, desde el enfoque que es la tecnología hasta la obsesión por la seguridad.

Con respecto a la constante evolución del turismo, se considera este sector como un continuo cambio y evolución debido a diversas tendencias que el consumidor demanda, el turista hoy en día se encuentra más informado, más exigente, teniendo internet que es un papel vital en esta circunstancia. El turismo es un mercado global en el cual es fácil tener acceso a cualquier destino, alojamiento, atractivos o restaurantes. Los turistas comparten sus experiencias en las redes sociales o webs especializadas, esa información llega al alcance de muchos (Fraiz, 2015), apreciamos que el uso de la tecnología ha hecho que el turismo fomente un nuevo cambio ya que los turistas buscan eso.

Por otro lado, el autor menciona que, estar seguros sobre lo que va a suceder con el turismo a nivel internacional es difícil predecir, en ese cambio influyen diversas variables de distintos campos. Como se menciona, el suceso del 11 de septiembre de 2001 en contra de las Torres Gemelas ubicadas Nueva York, todo indicaba que los vuelos transoceánicos y los viajes vacacionales se pararían. Pero resultó, que la actividad turística ha demostrado gran resistencia y su capacidad de cambio (Canestrini, 2016), también menciona cómo ha evolucionado el turismo, de parte

del turista hacia su seguridad durante el viaje. El turismo de masas ha cambiado y ha conllevado a tener más controles en los aeropuertos, desplazamiento, vigilancia en los traslados y hoteles, ampliar la vigilancia en los destinos turísticos más emblemáticos con el fin de proteger a los turistas. Los turistas se han convertido en soft target (víctimas indefensas) de agresiones, violencia, robos y atentados; por lo tanto, el turismo está actualmente más mecanizado (Canestrini, 2016), apreciamos que el turismo ha cambiado en diversos aspectos, mencionando que es difícil predecir eso, como en día ponen junto a eso la protección a los turistas.

Por todo ello, apreciamos que Fraiz desarrolla su trabajo de la evolución del turismo mediante un enfoque basado en la tecnología, mientras Canestrini hace hincapié en predecir los cambios que se enfrenta el turismo y plasmando el incremento de peligro por lo cual se enfrentan los turistas en visitar un destino.

Sobre las tendencias del turismo diversos autores han descrito nuevas de esas que son novedosos por parte del hotelería que incluye la tecnología y el factor psicológico de los turistas.

Con respecto a las tendencias del turismo, un caso que se viene aplicando es del couchsurfing, un método que consiste en el intercambio de alojamiento, no solo un recurso de dormir gratis, sino que es considerada una idea innovadora que conlleva una finalidad de intercambio y ayuda hacia tu prójimo (Canestrini, 2016), apreciamos que estamos enfrentados a nuevas tendencias que afectan el sector hotelero.

Por otro lado, sobre “Las tendencias del turismo hoy serán las realidades de mañana y así la realidad irá cambiando y evolucionando según evolucione el sistema” (Bonilla, 2013, p. 36), apreciamos que la tendencias de hoy tienen mucho que ver con la evolución del turismo, además el autor menciona que uno de los factores que conlleva al planteamiento de nuevas tendencias son los nuevos intereses del turista, hoy el turista busca conocer lugares que el turista tradicional no incluye en su plan, lugares que no estén saturados, incluso la tendencia es ir a lugares en el que uno puede vivir la vida de los pobladores que se encuentran ahí, desde compartir su comida, casa, entre otras cosas.

Por todo ello, Canestrini menciona las nuevas tendencias que se está enfrentando el turismo debido a los cambios e implementos de la tecnología, mientras que Bonilla nuestra que las nuevas tendencias influyen debido a lo que está buscando actualmente el turista, como es el turismo vivencial.

Sobre la promoción del turismo diversas entidades mencionan, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo menciona que consiste en publicar e impulsar la fabricación y comercialización del producto turístico peruano para lograr situar al país como un destino turístico a nivel internacional, con el objeto de garantizar flujos turísticos hacia el área nacional (MINCETUR, 2011). Apreciamos que el propósito de la promoción es poder llegar a diversos países internacionales.

Por otro lado, la OMT menciona que, la promoción turística se define como todas aquellas actividades y esfuerzos que se realizan, de manera conjunta y particular, por la OMT y todas las administraciones nacionales del turismo, siendo sectores privados, cuyo fin es atraer turistas a un destino turístico determinado. La promoción tiene grandes mercados nacional e internacional, siendo la región de las Américas que trabaje con los objetivos de promover la imagen del destino, atraer turistas extranjeros y nacionales, proporcionarse como un destino competitivo (Organización Mundial del Turismo, 2014).

Además, sobre la promoción turística diversos autores mencionan, como una tarea difícil, a que es confundida como una actividad del marketing, definiéndose como todos aquellos instrumentos juntos al marketing, siendo su función principal la comunicación persuasiva (Acerenza citando a Kotler, 2005).

Asimismo, se menciona que las entidades que se hacen responsables del desarrollo de la promoción turística son direcciones nacionales, regionales y municipales, además las oficinas encargadas de turismo, también las asociaciones que se encargan de las actividades de conferencias y ferias, y otros. Estas entidades planifican, organizan y desarrollan estos eventos para atraer turistas y visitantes al lugar (Kotler, et al., 2011).

Por todo ello podemos deducir que la promoción turística son todas aquellas actividades que realizan los organismos encargados de difundir un destino turístico

en mercados nacionales e internacionales.

Sobre la comunicación turística en zonas costeras o playas, una de la playas existentes que se desarrollan deportes como surf es en la comuna de Engabao, se plantea estrategias para una campaña de comunicación turística, siendo la comunicación estratégica el conjunto de prioridades para realizar un análisis y establecer decisiones en la utilización de canales y herramientas de comunicación para maximizar las oportunidades, dentro de las estrategias que se plantearon fueron: la asistencia al turista para verificar su conformidad durante su visita, la promoción hacia un segmento de consumidores, para la promoción se utilizó medios de comunicación como redes sociales y televisión, concientizar sobre la diversidad turística a los pobladores para una mejor sostenibilidad, publicidad en espacios masivos, convenios con sectores públicos y privados (Romero, 2015), apreciamos que este estudio realizado fue para poder divulgar el turismo y convirtiéndolo en un destino turístico nacional e internacional mediante estrategias de promoción turística.

La promoción en destinos de sol y playa, se manifiesta mediante el producto de sol y playa para un desarrollo turístico existente en el municipio de Trinidad que constituye hermosas playas y ríos ideales para bañistas durante el transcurso del año, diseñando este producto para contribuir en el desarrollo del turismo, se clasificaron sus recursos y las potencialidades de estas. Su debilidad era la insuficiencia de comercialización de los destinos turísticos, asimismo su amenaza es la escasez de la promoción turística a nivel nacional. Dentro de este trabajo se desarrollaron estrategias de promoción turística tales como: redefinición del destino turístico, se establecieron paquetes de menor costo para las temporadas bajas del destino, participación de los pobladores en realizar esa promoción, posicionar la marca en ferias comerciales. Más adelante, se seleccionaron los canales de comunicación por las agencias de viajes, pagina web y estrategias del marketing mix para la gestión del desarrollo turístico en el municipio (García y Quintero, 2018), apreciamos que el municipio de Trinidad busca posicionar sus destinos turísticos de sol y playa dentro de los mercados nacionales e internacionales, enfatizando en un análisis FODA para contrastar técnicas de difusión y comunicación hacia los turistas.

Por todo ello, los trabajos sobre los destinos turísticos de sol y playa tienen el fin de promocionar y comunicar hacia los potenciales turistas, junto con las entidades responsables de esas actividades, es por eso que utilizaremos esas medidas para el trabajo de investigación que desarrollaremos.

Sobre la promoción como elemento del marketing mix se menciona, La promoción es parte de la mezcla de marketing. La actividad promocional comunica los beneficios de los productos o acciones de clientes potenciales y actuales. Las herramientas utilizadas en la combinación promocional son la publicidad, el marketing directo, impulso sobre las ventas, relaciones públicas, comercio íntimo y patrocinio (Caciulan, et al., 2017), apreciamos que la promoción es parte del marketing mix y que tiene como fin comunicar a los clientes sobre sus productos. mediante herramientas de promoción.

Por todo ello, nos guiaremos de esas herramientas para nuestro trabajo de investigación.

Sobre la página web 2.0 algunos autores han escrito sus expectativas desde el desarrollo aplicado a un Parque Arqueológico y con un enfoque aplicado a la educación.

Con respecto a la página web 2.0, se menciona que es el instrumento fundamental de información sobre el desarrollo de servicios, actividades, eventos, comunicación, etc. Siendo la plataforma que permite conectar a los usuarios y sus opiniones con el acceso a todo lo referente del lugar (Fernández y Sarmiento, 2018), apreciamos que es un instrumento de fácil acceso para llegar a los usuarios, haciendo más útil sus opiniones o quejas con el fin de mejorar los aspectos en los que se desea proporcionar información.

Por otro lado, la página web 2.0 es utilizada en base a una serie de servicios digitales como son las redes sociales, publicaciones en línea, blogs o las folcsonomías, que garantizan a los usuarios diversa información y colaboración ágil de información entre usuarios como una plataforma de trabajo con inteligencia colectiva. Esta se estructura mediante 4 líneas fundamentales como son las redes sociales, contenidos, organización social y, aplicaciones y servicios (Prato, 2010),

por ende, la página web 2.0 se desarrolla de manera colectiva y estructurada.

Podemos deducir que el uso de la página web 2.0 es una plataforma que facilita el intercambio de información de diversos fines y ayuda a tener contacto con los usuarios para que estos también puedan expresar sus opiniones, con el fin de mejorar el trabajo de la plataforma.

Sobre el Mailing distintos autores han descrito sus ideas desde el desarrollo aplicado a un patrimonio cultural hasta un enfoque de marketing.

Con respecto al Mailing, es el envío anual o bianual de información generando recomendaciones para informar puntualmente celebraciones de eventos y talleres, con un contacto menos estrecho y más habitual (Fernández y Sarmiento, 2018), apreciamos que se realiza con el fin de enviar información de la propuesta cultural del parque y talleres de las visitas, así como recomendaciones a los usuarios para proyectar una comunicación.

Por otro lado, Mailing es el intercambio de información proporcionando instantaneidad y seguridad en el envío de datos, como un medio de marketing directo de un envío postal de una carta a una serie de personas que ha sido seleccionada en una base de datos, definiéndolo como un método de comunicación personalizada para obtener respuesta de este. Existe una serie de elementos que conforman el mailing siendo la carta, folleto o catálogo, con el fin de captar la atención, ganar interés y deseo, fidelizar y motivar a la compra o acción (Álvarez, 2007), apreciamos que esa herramienta es utilizada en un ámbito privado con el fin de promocionar y proyectar una imagen.

Por ello apreciamos que Fernández y Sarmiento utilizan el mailing como una herramienta en los centros educativos del patrimonio cultural siendo el parque arqueológico con el fin de promocionar información para atraer visitantes al lugar, mientras que Álvarez habla del mailing como un medio de marketing para proporcionar incentivar a una compra o acción.

Sobre el merchandising los autores han plasmado sus ideas mediante el desarrollo promocional a un patrimonio cultural hasta un enfoque perteneciente al marketing.



Con respecto al Merchandising, se define como una actividad de ingresos con generación de notoriedad. Asimismo, se trata de una tienda de parque que se promociona sistemáticamente como un instrumento con una cara estratégica, como por ejemplo en la venta de souvenirs (Fernández y Sarmiento, 2018), asimismo este autor lo usa como una actividad para desarrollar y generar ingresos y lograr llevar recuerdos de los visitantes a su residencia.

Por otro lado, Merchandising es un término relacionado al marketing siguiendo eso relacionado el autor lo definió como, "Son técnicas comerciales que permiten presentar de forma creativa una tienda, con el objetivo de vender y ofrecer productos o servicios, es necesario realizarlo mediante un análisis de publicidad y promocional" (Merino, et al. 2019, p. 19). Apreciamos que ese autor lo define desde un punto más comercial con el fin de proporcionarle al producto o servicio una imagen más atractiva para venderlo.

Finalmente, Merchandising es un conjunto de técnicas de estudios que es estudiada por fabricantes y repartidores con el objetivo de incrementar la rentabilidad del punto de venta, introduciendo productos de acuerdo las tendencias y requerimientos del mercado, mediante la presentación de mercancías apropiadas (Bastos, 2006), apreciamos que el autor lo define como una técnica de venta para el comercio que exige la creación de una superficie comercial sobre la cual se dispone de productos que se puedan vender para la satisfacción del cliente.

Por todo ello, Fernández y Sarmiento enfocan a merchandising como una técnica para un punto de venta que está situada junto a un patrimonio cultural, mientras que Merino y Bastos lo definen en global a técnicas desarrolladas por el marketing, coincidiendo a un incremento de comercio. Utilizaremos el enfoque de Merino para aplicarlo a nuestro trabajo de investigación de los atractivos turísticos.

Dentro de las estrategias de promoción turística, encontramos que diversos autores identificaron esas estrategias para el desarrollo del destino.

Con respecto a estas estrategias de promoción turística en una comunidad que busca validar la efectividad de esta estrategia en las redes sociales, hoy las redes sociales se han convertido en un medio que permite conversar, recomendar y compartir en este caso un producto turístico, existen grandes ventajas de

implementar el marketing digital en la gestión turística. Usando las estrategias de marketing para promocionar lugares turísticos son las siguientes en las cuales el autor se basa: primero crear una identidad del lugar, los turistas que han visitado un destino siempre desean compartir sus opiniones mediante blogs, esto permite que se cree una identidad del lugar mediante lo digital. Segundo, posicionar una frase o slogan que permite al turista recordarlo y tener más atracción. Tercero, posicionarse de manera fácil en los buscadores para que permita ser visualizado por cualquier tipo de cliente que busca información. Cuarto, realizar la implementación en las redes sociales sin necesidad de mucho financiamiento, estas redes sociales pueden ser el Facebook, YouTube, Twitter, página web. Finalmente, invertir para aparecer en las redes en el primer anuncio, esto permite que los turistas puedan acceder a la información de nuestro destino turístico (Ramos, Fernández y Almodóvar citando a Yejas, 2020), se concluyó que en el marketing digital, las redes sociales juegan un papel fundamental para la promoción turística, al implementar estas estrategias en las comunidades se logró el resultado y un gran posicionamiento para visualizarlo en lo digital (Ramos, Fernández y Almodóvar, 2020). Apreciamos que hubo una serie de estrategias que se desarrollaron con el fin de promocionar este destino turístico.

Asimismo, un estudio del uso de medios de comunicación digital para promocionar un destino turístico en Brasil, analizó tres canales de comunicación como son: Primero es el uso de la página web, es una herramienta eficaz para promocionar el turismo en Brasil, proporciona la información suficiente con respecto al turismo. Segundo, en las redes sociales se analizó el número de seguidores y publicaciones destacando el Facebook seguido de Twitter y finalmente Instagram y YouTube. Y, por último, el uso de la aplicación móvil, donde acceden a información del país en diversos idiomas. Se concluyó que las redes sociales y la página web ofrecen resultados positivos y alentadores para el posicionamiento e interacción con el consumidor turístico, mientras que el uso de la aplicación móvil tiene poca eficiencia en las tiendas virtuales (Sánchez, 2020). Apreciamos que es importante considerar en donde deseamos difundir la información turística sobre un destino, ya que algunos son efectivos y otros mientras tanto son poco alentadores.

Por todo ello, podemos deducir que el uso del internet y las herramientas digitales

le dieron un enfoque importante para los negocios relacionados al turismo. Es importante considerar esto como estrategias para promocionar un destino turístico.

Con respecto, a las estrategias de promoción turística, el autor menciona, que la promoción turística se encarga de comunicar, transmitir contenido a los turistas potenciales, esto se puede realizar mediante diversos medios y existen oficinas que se encargan de aportar esta información a los ciudadanos. Principalmente, las redes sociales ofrecen múltiples posibilidades para mantenerse conectado e informado, se menciona que la red social más influyente es el Facebook, debido a los usuarios activos, ganándole a grandes pasos al Google, las tecnologías han logrado impulsar las relaciones políticas y son suficientemente efectivas para aprovechar lo que éstos ofrecen (Martínez-Valerio, 2012), apreciamos que en autor menciona una herramienta fundamental para lograr la promoción turística de un destino, considerando los beneficios que se logran al uso de esta herramienta.

Por otro lado, la actividad turística es fundamental para el lanzamiento y desarrollo económico de diversos países del mundo, como es el caso del país de México, se cuenta con las redes sociales para promocionar este destino junto al desarrollo de estrategias de las entidades públicas. La red se ha convertido en estos tiempos como un elemento esencial que permite a las empresas una relación con sus clientes contando una estrategia fundamental en lo empresarial. Con respecto al turismo, las redes sociales tienen una repercusión mayor, el turismo al igual que otro sector se encarga de vender productos y servicios intangibles, logrando nuevas posibilidades para la comunicación entre la demanda y la oferta turística. El Consejo de promoción turística de México es el organismo encargado de diseñar, coordinar y desarrollar estrategias para la promoción a nivel nacional e internacional, ofreciendo nuevos y mejores destinos naturales y culturales. Estar conectado a la red un turista puede decidir que visitar, donde hospedarse y las diversas actividades que puede desarrollar en un lugar geográfico, para principios del siglo XXI el sector turístico logró entender la importancia de estar informados e involucrados en el entorno online para los negocios, ya que el internet ha comenzado a jugar un papel importante como medio de comercialización, considerando principalmente la creación de página web para extender la venta de sus servicios. Por otro lado, las redes sociales ofrecen la oportunidad de ver y compartir opiniones, experiencias y

algunas recomendaciones a través de foros, vídeos, imágenes que son leídos entre diversos usuarios (Sánchez, 2018), apreciamos que el autor considera y manifiesta la importancia que conlleva el uso de las redes sociales para el desarrollo de la promoción turística a nivel nacional.

### III. METODOLOGÍA

### 3.1. Tipo y diseño de la investigación

El trabajo de investigación es de tipo aplicada, esto hace indica en establecer un proceso de materialización de ideas generadas en otras fuentes y es uno de los materiales más eficaz con el que detallan las empresas para asegurar su competencia y sostenibilidad (OMT, 2001), de nivel descriptivo, que consiste en especificar las características, datos sobre grupos, personas u otro fenómeno que se deba analizar, es decir se recolecta información de manera independiente y miden variables (Fernández y Baptista, 2014), es por esto que este trabajo de investigación encaja por lo dicho por estos autores.

Además, tiene un enfoque cualitativo, ya que se pauta por áreas o contenidos significativos en la investigación. Por otro lado, la transparencia sobre las interrogaciones del estudio e hipótesis anteponga la recaudación y analizar los datos recaudados, los trabajos cualitativos consiguen desdoblarse interrogantes y posibles respuestas antes, durante o después de la recolección y el análisis de lo recaudado. La insistencia, las acciones se dan para manifestar cuáles de ellas son las preguntas para el estudio con más características; y después, para pulirlas y proceder a resolverlas. (Fernández y Baptista, 2014).

Finalmente, el diseño del trabajo de investigación es fenomenológico ya que se manifiesta en explorar, describir y comprender lo que las personas tienen en común de acuerdo con sus hábitos con un determinado fenómeno (Fernández y Baptista, 2014).

### 3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Unidad de análisis: Estrategias de promoción turística

Categorías de la investigación: Página web 2.0, Mailing a centros educativos, Merchandising.

Subcategorías de la investigación:

Página web 2.0: Instrumento, Actividades y Comunicación.

Mailing a centros educativos: Información, Eventos y Talleres.

Merchandising: Técnica comercial, Producto y Servicio.

### 3.3. Escenario de estudio

La Punta es una península ubicada al centro y occidente del Perú, con líneas geográficas 77° 07' 26" de la longitud Oeste y 12° 04' 03" de la latitud del Sur, y situada a 1.8 m.s.n.m. Gubernamentalmente pertenece al Distrito de la provincia del Callao. La limitación es por el Oeste, sur y norte son con el Océano Pacífico y por el lado Este es con el barrio de Chucuito, que pertenece al distrito del Cercado del Callao. Contiene una delimitación de territorio de 0.75 km<sup>2</sup>. Cuenta con un clima característico de la Costa del Perú, principalmente en el verano cálido y en invierno, levemente frío con cielos un poco nublados. Cuenta con 6,597 habitantes aproximadamente. Con un acceso fácil al distrito, debido a la cercanía que se encuentra con el aeropuerto y el Centro del Callao, se puede acceder mediante las vías importantes de la Provincia del Callao: Al finalizar la Av. Sáenz Peña, bordeando el Real Felipe y pasando el distrito de Chucuito. Al 2014 el rango de edad está comprendido entre 0 a 14 años por el 15.5%, de 15 a 64 años por el 67.9% y de 65 a más por el 16.6%.

El distrito de La Punta posee los más grandes niveles de materia formativa, asimismo un 0.3% de la población entre los 15 y más no asistió a un centro de formación, el 16,1% de la población total presenta algún tipo de discapacidad. Del total de la población en edad de trabajar (PEA) alcanza el 47.9% (el 45.3% ocupada y el 2.6% desocupada), por el otro lado el 52.1% representa a la población económicamente no activa. Con respecto a la tasa de mortalidad de la Provincia Constitucional del Callao, La Punta solo representa el 1.7%, siendo en la Punta la tasa de mortalidad por cada 1000 habitantes de 1.9%.

En tanto por la contaminación ambiental, calidad del aire y nivel del ruido se hallan por debajo de los límites máximos. La ubicación del distrito de la Punta junto al océano Pacífico y de interacción tectónica de gran riesgo, tienes altas probabilidades de ser amenazado por movimientos sísmicos desde un terremoto

hasta marítimo, sea tsunamis, en el distrito se han registrado 6 tsunamis de diversas magnitudes a lo largo de la historia.

#### 3.4. Participantes

Los participantes en el trabajo de investigación fueron los pobladores mayores de 18 años, personal autorizado por parte de la municipalidad en el desarrollo del turismo en el distrito e identidades especializadas en el ámbito turístico.

Mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, que se conceptualiza como muestras desarrolladas por los casos adecuados a los cuales tenemos acceso (Fernández y Baptista, 2014) y llegamos al límite de entrevistados mediante la estrategia de la saturación teórica, que hace referencia a aquella investigación que debe permanecer en el campo hasta que no surja nueva información de los datos acumulados. Una vez logrado dicho estado, se dispone a confirmar que los datos se encuentran saturados (Trinidad, Carrero y Soriano, 2006).

#### 3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas que usamos es la entrevista, estas son reuniones en las cuales uno intercambia o dialoga entre una persona y otra, sea el entrevistador y otra que es considerado el entrevistado, se realizan preguntas con el fin de lograr una comunicación para construir un tema, estas entrevistas pueden ser estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas (Fernández y Baptista, 2014) y la observación, es la captación de un registro de datos para la investigación mediante la percepción visual o acústica de un suceso (Heinemann, 2016). Se eligió estas técnicas debido al tema cualitativo de la investigación, son necesarias para poder desarrollarlo debido a los conocimientos del entrevistador y entrevistado, con el objetivo de conocer las ideas y recoger información, mediante la observación se podrá analizar y verificar los datos de la entrevista.

Los instrumentos que usamos son la guía de entrevista, esta guía contiene los diversos temas y cuestiones que se van a desarrollar en el transcurso de la conversación, cuya finalidad principal es tratar sobre los temas relevantes en la



conversación para el tema de estudio (Heinemann, 2016) y la ficha de observación, es una unidad de registro que se emplea durante la investigación que permite consignar datos mediante la observación (Elizondo, 2002). Se eligió estos instrumentos ya que son necesarios para registrar la información recogida durante la observación y las entrevistas realizadas al público objetivo.

### 3.6. Procedimiento

En esta sección mencionamos el procedimiento metodológico de nuestro trabajo de investigación, describimos el modo de recolección de información, la manipulación o control de variables y las coordinaciones institucionales que fueron elementales para realizar la presente tesis.

<p>Modo de recolección de información</p>	<p>La recolección de información la realizamos con las técnicas de la entrevista y el instrumento denominado guía de entrevista, estos instrumentos tuvieron como base fundamental, siendo la guía de entrevista que contiene los diversos temas y cuestiones que se van a desarrollar en el transcurso de la conversación, cuya finalidad principal es tratar sobre los temas relevantes en la conversación para el tema de estudio (Heinemann, 2016).</p> <p>Luego de ello realizamos la prueba de validez y confiabilidad para trabajos de enfoque cualitativo, por ejemplo, el juicio de expertos, la auditoría externa, la revisión ítem por ítem, entre otros. Una vez que nuestro instrumento se encontró apto procedimos a realizar la entrevista y observación.</p> <p>Para la categoría Página web 2.0 aplicamos el instrumento denominado observación, las subcategorías que contiene son Instrumento, Actividades y Comunicación. Asimismo, para la categoría mailing para centros educativos aplicamos el instrumento denominado guía de entrevista, las subcategorías que contiene son Información, Eventos y Talleres. Finalmente, para la categoría merchandising</p>
---	---

	<p>aplicamos el instrumento denominado guía de entrevista, las subcategorías que contiene son Técnica comercial, Producto y Servicio.</p>
<p>Aplicación de intervenciones</p>	<p>Procedimos a realizar la entrevista en diversos días, para no saturar la muestra, la guía de entrevista es semiestructurada, asimismo, pudimos realizar repreguntas e indagaciones para poder profundizar nuestro trabajo.</p> <p>Paralelamente realizamos la observación, debido a la coyuntura esta se realizó observando los temas. Dicho proceso se realizó de manera paralela para que podamos contrastar la información obtenida en la entrevista y el producto de nuestro registro visual.</p> <p>Las incidencias son registradas en la parte de observaciones que contiene cada guía de entrevista.</p> <p>Durante la entrevista nos apoyamos en nuestra guía de entrevista, esto nos permitió apuntar algunas incidencias e interacciones de las respuestas durante la entrevista.</p> <p>Inmediatamente se terminó la entrevista procedimos a escuchar la grabación para contrastar con nuestros apuntes y registro.</p>
<p>Proceso de triangulación</p>	<p>El proceso de triangulación lo realizamos categorizando la tendencia de las respuestas en función del ítem y del objetivo específico del trabajo de investigación.</p> <p>Para ayudarnos usamos una matriz de categorización, la cual nos permitió integrar el análisis conjunto entre las preguntas de la entrevista por ítem, categoría y unidad de análisis del trabajo de investigación.</p>

### 3.7. Rigor científico

#### **Validez**

Para los estudios cualitativos utilizamos la validez de contenido, por lo cual nuestro trabajo se validó por 3 expertos en el tema de promoción turística, los cuales nos dieron un promedio de valoración de 85%, por ende, nuestro instrumento tuvo una alta consistencia lógica.

Tabla 1

Tabla de validez de contenido

<b>N°</b>	<b>NOMBRE DEL EXPERTO VALIDADOR</b>	<b>DNI</b>	<b>TÍTULO O GRADO ACADÉMICO</b>	<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>
1	Robert Alexander Jara Miranda	42312593	Doctorado en Adm. De Empresas	90%
2	Edwin Gabriel Campos	40817384	Magister	80%
3	Elizabeth Luz Segovia Aranibar	10460532	Magister Scientiae en Ecoturismo	86%

Fuente: elaboración propia.

#### **Confiabilidad para cualitativos**

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

##### Credibilidad

Nuestro trabajo es revisado en diversas ocasiones por un método de auditoría interna llamado, “amigo crítico”, el cual mis amigos críticos 1 y 2 me indicaron que siempre tenga en cuenta al realizar las preguntas, mencionarle los términos junto con definiciones o términos más entendibles para que puedan ayudarles en

comprender y responder las preguntas, considerada una persona de confianza con el fin de generar preguntas provocadoras mediante un análisis alternativo y ofreciendo una crítica sobre el trabajo (Costa y Kallick citado en Lorente y Martos, 2018).

#### Confirmabilidad

En la cual realizamos, este aspecto está vinculado a la credibilidad y hace referencia en perseguir los datos en su fuente y el explicitación que se utilizará para interpretarlos; asimismo la triangulación, la auditoría, el chequeo con participantes y la reflexión de concepciones y declaraciones de la persona que realiza la investigación ayudará a promover la información sobre la confirmabilidad (Fernández y Baptista, 2014).

#### Transferibilidad

En la cual realizamos el análisis de la “revisión ítem por ítem” con un experto en la temática, por consiguiente, se realiza una prueba piloto, que consiste en, aplicar el instrumento a una parte de la muestra para comprobar su coyuntura y vigor, además de los escenarios de la aplicación y los procedimientos que pertenecen al estudio (Fernández y Baptista, 2014).

### 3.8. Método de análisis de datos

En esta etapa buscamos ordenar el material recogido en el trabajo de campo mediante la estrategia de la categorización, que nos permite organizar estilos diferentes bajo la misma categoría, siendo la categoría los objetos considerados semejantes, esa estrategia nos permite organizar y procesar (Díaz, Martín y Peraita, 2013), ello mediante una matrices de análisis de las entrevistas que nos ayuda a interpretar y triangular el contenido de manera objetiva y rápida, finalmente se pudo procesar la data cualitativa en función de los objetivos de investigación.

### 3.9 Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación respeto la información aportada por diversos autores, asimismo, la veracidad de los resultados; el respeto por el patrimonio

cultural ya sea tangible e intangible; respeto por el medio ambiente y el cuidado de la biodiversidad con la que contamos; responsabilidad social, pública y ética; respeto a la seguridad sobre la identidad de las personas que participan en la investigación; decencia, dignidad, entre otros.

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

## Resultados

### SOBRE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

La promoción turística que desarrolla la municipalidad para el circuito de playa del distrito de la Punta son principalmente la utilización de medios digitales como la página web y redes sociales, por otro lado, también influye el mailing que realizan a los centros educativos y la venta de souvenirs mediante el merchandising, ya que en primer lugar hoy en día el uso accesible de la información del distrito se facilita a través de estos medios ya que a muchos usuarios están al tanto de los sucesos que ocurren en el distrito, por otro lado influye mucho la participación de la población en recorridos turísticos y en la participación de ellos en las actividades deportivas que promocionan al distrito, las actividades se desarrolla en las playas que por lo general es la atracción para miles de turistas, y finalmente el merchandising, al llevarse un lindo recuerdo del distrito que pueden incentivar a los demás a adquirir y a visitar el lugar, plasmando el distrito de la Punta como un paraíso, un lugar cómodo y seguro.

### SOBRE LA PÁGINA WEB 2.0

Con respecto a la información que se encuentra en la página web de la municipalidad distrital de la Punta se puede apreciar que existe una diversidad de información de ámbitos que implica al distrito, con respecto al turismo se puede apreciar que existe fotografías y vídeos sobre los circuitos, paisajes y lugares turísticos que logran llamar la atención de los usuarios que ingresan a la página pero se considera que se podría incrementar más detalles e información ya que se considera poco con respecto a lo que se puede brindar sobre el turismo del distrito, pero en nuestra observación 01 pude anotar que “Al ingresar a la página web de la municipalidad Distrital de la Punta podemos observar fotos panorámicas del distrito del paisaje de las playas sea de atardecer y de anochecer, además se aprecia un vídeo sobre las actividades que se desarrollan en las playas, junto con las medidas de seguridad y limpieza que se lleva a cabo durante las temporadas de verano. Por otro lado, apreciamos un área dentro de lo que es gestión municipal una opción que es sobre el Turismo, dentro de esta opción podemos observar un mapa sobre los

lugares turísticos, calles y jirones que son pertenecientes al distrito, enumerando los lugares del 1 al 25”.

El seguimiento y las actualizaciones de la página web con respecto al turismo se realiza en pocas veces, no de manera seguida, pero como indicó el entrevistado 1 y 2 mencionan que la página si se actualiza constantemente pero más que todo en temas que incumbe al distrito, si se actualiza información de otros temas que son del distrito ya que en el día a día suceden muchos cambios, al igual existe un área dentro de la municipalidad que se encargada de ese tema que le hace un seguimiento a los comentarios y sugerencias que escriben los usuarios en la página web, pero en nuestra observación 01 pude anotar que “Con respecto a lo que es el turismo en diversos tiempos en que se realiza la observación no se realizó ningún cambio con respecto a la información que engloba el turismo en el distrito”.

Los recursos digitales que la municipalidad utiliza con mayor frecuencia es el empleo de las redes sociales como son el Facebook e Instagram, en el Facebook incluso se pueden encontrar vídeos publicitarios y muchas noticias que se encuentra en el distrito y sobre las diversas actividades que realiza la municipalidad para beneficio de la población.

El promocionar las actividades turísticas la municipalidad lo realiza mediante los volantes que ellos reparten a los ciudadanos, incluso se puede decir que la mayoría de los ciudadanos han asistido a estas actividades turísticas en diferentes fechas como es el aniversario de la Punta, evento de la noche veneciana, eventos deportivos con el fin de promocionar el circuito de playas de la Punta.

La plataforma informativa para la realización de la promoción turística del circuito de playas se realiza a través de radio, periódico que son netas del distrito y lo que son las redes sociales difunden esta actividad, pero sin embargo a través de este medio se realiza de manera poco frecuente, pero en nuestra observación 01 pude anotar que “Dentro de lo que es otros recursos digitales como radio y televisión no promocionan lo que es el turismo de la Punta, solo desarrollan acontecimientos relacionados a otros aspectos que engloba al distrito” junto con ello pudimos observar que las “Las actividades turísticas que se realizan en el distrito de la Punta se promocionan a través de la página web, redes sociales, en periódicos virtuales



y páginas virtuales”.

Los eventos que se realizan para promocionar el circuito de playa de la Punta, mayormente son los deportivos como remo, surfistas y eventos que se desarrollan junto a la playa que se realizan al aire libre como maratón y ciclismo, también se realizan eventos gastronómicos y artesanales que promocionan el distrito, pero en nuestra observación 01 pude anotar que “En la página web y en las redes sociales mencionan las actividades turísticas que se realizan en el distrito, estos son eventos deportivos que se desarrollan junto a las playas como campeonatos de voleibol de playa, asimismo también se desarrollan guías para visitar y conocer los animales que habitan a lo largo de la playa en especial las aves que habitan en la playa la Arenilla”.

Para difundir estos eventos solo se realizan por medios digitales como en la página web, redes sociales y medios no digitales a través de los volantes que se encarga la municipalidad, pero en nuestra observación 01 pude anotar que “Las actividades turísticas que se realizan en el distrito de La Punta, se promocionan en plataformas informativas como en las redes sociales de Facebook e Instagram, la municipalidad cuenta con sus propias páginas en la cual difunden información turística. En estas podemos encontrar diversos eventos que se han realizado para que participen los ciudadanos y puedan presenciar los eventos deportivos”.

.  
Las opiniones que recibe la página web por lo general son buenas, pero si existe comentarios que con respecto a la información para promocionar el turismo es muy poco, considerando que se puede agregar más contenido, ya que el distrito de la punta cuenta con un gran potencial en lo que es con respecto al turismo, pero en nuestra observación 01 pude anotar que “Recibe buenas opiniones la información que se brinda en estos medios ya que sirven de mucho para mantener informados a los ciudadanos. Constantemente se actualiza información sobre sucesos que se realizan”.

## SOBRE EL MAILING A CENTROS EDUCATIVOS

Con respecto a la información que se les envía a las escuelas sobre los recorridos turísticos, si lo realiza la municipalidad, pero con poca frecuencia considerando de 1 a 2 veces al año como indicó el G1, en el cual se realizan recorridos turísticos para el circuito de playa la Punta, se les envía información a las escuelas de la localidad y en ocasiones a las interdistritales. Estos recorridos se hacen en fechas importantes para el distrito como el aniversario y fechas festivas como es la navidad, en la cual involucran a los niños del distrito.

Los eventos que se mencionan en el mailing para promocionar el turismo del distrito son regularmente recorridos a lo largo del distrito, además también se menciona eventos artísticos en los cuales se presentan artistas que son ciudadanos del distrito y eventos en los cuales pueden participar los estudiantes para eventos deportivos.

Por otro lado, los talleres que se realiza para involucrar a la población es en unión con la marina de guerra y defensa civil en la cual participaba una gran cantidad de gente que consistía en información y capacitarlos sobre el turismo que se puede desarrollar en la Punta, también incluye la participación de los ciudadanos para realizar estos talleres, en los cuales son pocos de los ciudadanos que han participado de esos talleres informativos.

## SOBRE EL MERCHANDISING

En primer lugar, se detalla que la municipalidad no reparta souvenirs a los pobladores sobre el circuito de playas de La Punta como lo indica el P2, P3 y P4, sin embargo, estos se encargan de apoyar la presencia de comerciantes propios en la cual varios pobladores se han llevado un grato momento al visualizar un sin fin de productos que estos fabrican y venden en los puntos más resaltantes junto a la playa, que se encuentran cerca a la plaza principal de la Punta.

Entre los tipos de merchandising que se ofrecen para promocionar el circuito de playas, existe vestimentas: polos, camisetas, gorros y mandiles, adornos y útiles: pulseras, vasos, posavasos, llaveros y cuadros, fabricados con productos del mal con el objetivo de hacerlo reciclable para ayudar al planeta.

El mensaje que transmiten estos souvenirs para promocionar el distrito de la Punta que se considera un distrito limpio, ordenado y familiarizado con el planeta como lo indica el P3, por otro lado, también que es un paraíso de tradición donde se respira tranquilidad y es un lugar cálido gracias al clima que posee, refleja más riquezas que posee el distrito mediante sus aves y el privilegio de tener playas a su alrededor.

La mayoría de los pobladores cuentan con souvenirs que se venden en el distrito para promocionar la Punta, incluso se refleja en ellos el gusto llamativo por adquirirlos. No sólo cuentan con souvenirs, sino que en muchos casos cuentan con una gran variedad que pueden portar y reflejar al salir del distrito ese valor de ser Punteños.

Por otro lado, los recorridos turísticos que se realizan para el circuito de playas son muy pocas veces dependiendo de la estación, para cada estación se establece una actividad con el fin turístico, se considera que en este aspecto la municipalidad tiene un gran potencial que podría aprovechar en realizar, los recorridos hacen que la gente se atraiga al distrito y se lleve un grato recuerdo disfrutando la brisa del mar. En los puntos del distrito en el cual unos puede acceder a información turística del circuito de playas, principalmente es en la municipalidad, en las oficinas que se encuentran cerca a la plaza principal, el distrito cuentan con varios paneles a lo largo de las cuadras donde la municipalidad pública información actualizada mediante afiches, y finalmente personal de seguridad que portan sus respectivos chalecos que recorren el distrito, incluso ellos se encuentran en su caseta cerca a las playas.

## Discusión

Con respecto al trabajo de campo desarrollado y en relación a los resultados logrados a través del análisis de entrevistas realizadas y a la observación elaborada, la promoción turística para el circuito de playa del distrito de la Punta son principalmente el uso de los medios digitales como la página web y redes sociales, por otro lado, también influye el desarrollo del mailing en los centros educativos y asimismo la estrategia del merchandising, ya que esto facilita atraer usuarios y personas, atrayendo a los propios pobladores a participar en las actividades turísticas que realiza la municipalidad para promocionar el distrito, (Guerrero y Ramos, 2014) menciona que el turismo es un sistema, el cual tiene subsistemas y un subsistema externo que es la sociedad, a que ese influye mucho en los procesos y cambios a los que nos enfrentamos, el uso de los medios digitales las actividades permiten que se pueda desarrollar esas estrategias como es en el distrito, (Saavedra, Durán y Durandal, 2004), indica que los cambios a los que nos enfrentamos son difíciles de predecir ya que la realidad es un espacio de múltiples posibilidades, por ellos se debe elaborar planes de adaptación y planificación, junto con estrategias para las futuras realidades. Eso conlleva a los diversos cambios que se ha enfrentado el turismo, desde cambios tecnológicos y cambios que busca el turista para sentirse seguro, el turista es un consumidor cada vez más exigente, que busca siempre experiencias nuevas y que se informa más antes de viajar (Fraiz, 2015), con eso surgen nuevas tendencias tecnológicas que comienzan a afectar a actividades muy tradicionales (Canestrini, 2016).

Teniendo en cuenta ello, la actividad turística desarrolla un producto con el fin de venderlo, por ello mucho depende de la gestión municipal para el desarrollo de la actividad turística, siendo el encargado para un desarrollo sustentable y viable para el distrito, encargándose de promover el turismo y cuidar los recursos turísticos (Panta y Susanibar, 2019), junto con ellos trabaja entidades del estado. Para que un destino turístico pueda prosperar es importante poder promocionarlo ya que esta actividad consiste en poder impulsar y comercializar un producto turístico para lograr que el distrito sea un destino turístico, con el objeto generar flujos turísticos hacia el área nacional (MINCETUR, 2011), para realizar la promoción turística

mediante una comunicación persuasiva como indica (Acerenza citando a Kotler, 2005). La promoción turística es con el fin de lograr difundir un destino, ya sea el caso del distrito de la Punta siendo un destino de sol y playa, junto con la municipalidad que desarrolla estrategias de promoción turística como es el uso de la página web 2.0 que permite conectar a los turistas con el distrito como indica (Fernández y Sarmiento, 2018) además este medio facilita lo que es la comunicación de diversas actividades y talleres que se pueden desarrollar invitando a que los usuarios que participen en especial a las actividades junto a la playa, por otro lado otra estrategia que facilita la participación de los ciudadanos para lograr la promoción es el Mailing que se realiza a las escuelas, siendo un medio de marketing directo (Álvarez, 2007), y finalmente la estrategia del merchandising con el propósito de vender y ofrecer productos mediante un análisis de publicidad y promoción (Merino, et al. 2019, p. 19), esta técnica permite que el turista pueda compartir su experiencia con otras personas que se animaran a visitar el lugar.

Con respecto a la página web 2.0 la información sobre la promoción turística que realiza la municipalidad de La Punta, se aprecia que esta página posee una gran diversidad de información, en tanto a la promoción turística del distrito existe una serie de fotos y videos que potencializan la actividad turística, por otro lado, depende mucho del seguimiento que la municipalidad se le dé a la página en tanto a los comentarios y sugerencias de los usuarios, ya que son el medio para difundir las actividades turísticas, la municipalidad también hace uso de las redes sociales y medios informativos para compartir información, considerando que la página web 2.0, es el instrumento fundamental de información sobre el desarrollo de servicios, actividades, eventos, comunicación, permitiendo conectar a los usuarios y sus opiniones con el acceso a todo lo referente del lugar (Fernández y Sarmiento, 2018), por otro lado, la página web 2.0 es utilizada junto a otros medios digitales como son las redes sociales, publicaciones en línea y blogs que garantizan a los usuarios una diversa información (Prato, 2010), por ello es importante darle una buena gestión a la página web ya que depende mucho en promocionar actividades, con el fin de atraer turistas al lugar, como en ese caso es al distrito de La Punta, ese es un medio que permite conectar a los usuarios y al distrito, buscado potencializar los mejores paisajes y lugares que posee para visitar y conocer. La

promoción en destinos de sol y playa, se manifiesta mediante el producto de sol y playa como es en el distrito de la Punta, que constituye hermosas playas para contribuir en el desarrollo del turismo del lugar (García y Quintero, 2018).

Con respecto al mailing apreciamos que la municipalidad lo realiza con el fin de lograr recorridos turísticos a los estudiantes de los colegios que pertenecen al distrito, con la frecuencia de 1 a 2 veces al año. Eso se realiza en fechas importante para el distrito con el objetivo de involucrar a los estudiantes de los colegios, entre los principales eventos turísticos que se realizan son los eventos deportivos tales como remo, campeonatos junto a las playas, dependiendo de la estación del año la municipalidad realiza los eventos y talleres que incluye la participación de los ciudadanos, por ello (Fernández y Sarmiento, 2018) menciona que el mailing es le envío anual o bianual de información generando recomendaciones para informar puntualmente celebraciones de eventos y talleres, con un contacto más estrecho y más habitual, además el mailing es el intercambio de información como un medio de marketing, con el objetivo de captar la atención, ganar interés a una acción (Álvarez, 2007), por ello es importante que la municipalidad pueda realizar él envío de mailing a los centros educativos ya que logra la participación de los ciudadanos para desarrollar el turismo, que esos mismo participen en las actividades turísticas para lograr la promoción del distrito, junto con ello poder difundirlo.

Con respecto al merchandising la municipalidad apoya la presencia de los comerciantes que fabrican y venden productos que resaltan las características del distrito, a que esto es muy importante para los ingresos de turistas y ganancias, estos se encuentran junto a la plaza, existe una gran diversidad de productos que representan a La Punta como distrito limpio, ordenado y considerado un paraíso de playas, asimismo (Fernández y Sarmiento, 2018), definen al merchandising como una actividad de ingresos para generar notoriedad, esa es una estrategia que promociona sistemáticamente como un instrumento logrando la venta de souvenirs, además (Merino, et al. 2019, p. 19) menciona que el merchandising son técnicas comerciales que representan de forma creativa un lugar mediante publicidad y promoción, finalmente (Bastos, 2006), menciona que es la venta de productos de

acuerdo las tendencias y requerimientos del mercado, mediante la presentación de mercancías apropiadas, por ello es muy importante esta estrategia para la promoción turística de un distrito, esto permite de los turistas se lleven un recuerdo que resalte lo bonito del lugar con el fin de lograr promoción a sus conocidos, también generando ingresos a los pobladores del lugar ya que son los comerciantes y fabricantes, dedicándose de la actividad turística.

Con respecto a la promoción turística tenemos el trabajo de Sánchez (2020) que comprueba la presencia de Brasil como destino turístico, utilizó la encuesta y tuvo como conclusión principal la comunicación digital para promover el turismo de Brasil al exterior se realizó mediante: Página web, redes sociales y aplicación móvil. Ane ello nuestro trabajo supera al de Sánchez, una de las limitaciones de este trabajo es con el alcance de la misma ya que (Sánchez, 2020) se enfoca en medios digitales, mientras que nuestro trabajo se basa no solo de medios digitales sino también medios presenciales, además esta investigación usa un enfoque cuantitativo mientras que nosotros usamos un enfoque más exploratorio, por lo tanto, mi trabajo de investigación tiene un enfoque más amplio que el de (Sánchez, 2020).

Sin embargo, Ramos, Fernández y Almodóvar (2020) demuestra el nivel de uso y efecto que se conseguía al aplicar estas estrategias de marketing digital a nivel del país y lograr una conclusión en tanto a la aplicación de las mismas en cada una de las entidades autónomas españolas. Una de las limitaciones de este trabajo es el alcance de la misma ya que (Ramos, Fernández y Almodóvar, 2020) se basaron solo en la utilización de estrategias digitales, mientras que nuestro trabajo de investigación usa estrategias presenciales como el uso de merchandising.

Por otro lado, Gómez (2018) analizó la promoción turística del distrito de Barranco y su relación con el cuidado de los atractivos turísticos durante el periodo 2014-2017, se desarrolló mediante la entrevista. Una de las limitaciones de este trabajo es con las técnicas de recolección de datos ya que (Gómez, 2018) solo utilizó las técnicas de entrevistas, mientras que mi trabajo de investigación constató estos resultados junto con las técnicas de observación para profundizar y lograr un mejor

resultado.

Asimismo, Plumed, Gómez y Martín (2018) estudio el predominio de la promoción turística en el progreso de un destino hacia la sostenibilidad, se realizó mediante cuestionario. Una de las limitaciones de este trabajo es con las técnicas de recolección de datos ya que (Plumed, Gómez y Martín, 2018) utilizaron el análisis a base de la observación, mientras que en mi trabajo de investigación las técnicas usadas incluyen la de las entrevistas a los pobladores y gestores del distrito.

Con respecto a las limitaciones del trabajo, no se pudo entrevistar a personal de la municipalidad que gestionan la promoción turística del distrito, pero a pesar de ellos pude entrevistar al gestor de medios digitales que me brindó alcances sobre el tema de los medios que utilizan para la promoción en tanto a los medios tecnológico y presenciales. A partir de mi trabajo de investigación se puede proponer esas estrategias para la promoción turística de un distrito como es el caso de los distritos de las zonas costeras asimismo también son estrategias que se pueden gestionar para distritos en general con el fin de atraer turistas nacionales e internacionales, ya que depende mucho para que el distrito prospere y crezca gracias a los beneficios que tiene la actividad turísticas y el buen desarrollo de una gestión municipal a que son el ente para desarrollarse.



## V. CONCLUSIONES

Las estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad para el circuito de playas La Punta, Callao son el uso la página web, el mailing a centros educativos y la estrategia del merchandising, ya que la municipalidad se encarga de gestionar estas estrategias y aplicarlas en el distrito. Con respecto a la página web la municipalidad lo desarrolla de manera regular, ya que falta diversificar la información sobre el turismo en las playas que se encuentra en la web. Con respecto al mailing la municipalidad lo realiza de manera poco frecuente, ya que solo se realiza de 1 a 2 veces por año para que los estudiantes puedan participar en los recorridos turísticos. Con respecto al merchandising la municipalidad apoya a los comerciantes, pero sin embargo falta implementar estrategias para esta actividad.

La municipalidad de La Punta realiza la promoción turística del circuito de playas mediante la página web, utilizando este medio para promover el distrito mediante diversas fotos llamativas que potencializan los paisajes y publicaciones de videos, además por este medio publican para mantener informados a los ciudadanos, ya que la municipalidad le realiza un constante seguimiento a la página para atender las dudas de los usuarios.

El mailing a centros educativos se realiza con poca frecuencia, de una a dos veces al año para el desarrollo de la promoción turística sobre el circuito de playa del distrito de La Punta, ya que la municipalidad comparte con los centros educativos los diversos talleres y actividades que desarrolla para involucrar a la población en las actividades turísticas que se realizan en fechas importante.

El merchandising de la promoción turística para el circuito de playas del distrito de La Punta se desarrolla en base a la diversificación en la venta de souvenirs, ya que esto plasma lo bueno del distrito, como las cualidades que posee: ser un distrito seguro, limpio y considerado un paraíso ya que se encuentra rodeado de mar. La municipalidad apoya a los comerciantes que se dedican a esta actividad, incluso en fechas importantes apertura ferias en la plaza principal, pero sin embargo no cuentan con estrategias que puedan aplicar para mejorar el merchandising.

## VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la municipalidad poder desarrollar mucho mejor la promoción turística del distrito de la Punta, ya que este distrito cuenta con mucho potencial y muchos recursos que lograrían mejorar la situación de muchos ciudadanos que se dedican a esta actividad, capacitar al personal que trabaja en el área turismo y apoyarse junto con el MINCETUR en desarrollar charlas y talleres para hacerle un seguimiento a esta actividad de manera continua, desarrollar planes de promoción con el fin de incrementar las actividades turísticas para los pobladores y turistas.

Se recomienda a la municipalidad del distrito de La Punta, junto con el personal del área gestión municipal poder diversificar la información que se publica en la página web ya que esto generaría captar a nuevos usuarios por lo que el distrito cuenta con un gran potencial turístico, apoyándose a la par con la utilización de las redes sociales, asimismo capacitar al área encargada de la página para poder hacerle una buena gestión y desarrollo en la promoción turística.

Se recomienda a la municipalidad poder contar con personal junto con el MINCETUR que se capacite en brindar información sobre el turismo y las potencialidades que ofrece desarrollar esta actividad, asimismo poder brindar recorridos turísticos con más frecuencia para los centros educativos con los guías del distrito, poder desarrollar diversas actividades turísticas no solo considerando actividades deportivas, sino también considerar el desarrollo de guiados en diversas etapas del año.

Se recomienda a la municipalidad junto con el área de gestión municipal y el MINCETUR poder desarrollar estrategias con referente al desarrollo del merchandising, encargarse junto con el área de turismo en elaborar un plan de mejora para apoyar a los comerciantes.

## REFERENCIAS

- Acerenza, M. (2005). *Promoción turística*, 7ta edición. Editorial Trillas.
- Álvarez, A.; Mantecón, A. y Puertas, I. (2019). *Sociología del turismo*. Centro de investigación sociológicas.
- Álvarez, J. (2007). *Telemarketing. La red como soporte del marketing y comunicación*. Ideaspropias Editorial.
- Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo (2001), OMT, p. 4.  
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284404889>
- Bastos, A. (2006). *Merchandising y animación del punto de venta. Manual básico de Merchandising*. Ideaspropias Editorial.
- Bonilla, J. (2013). Nuevas Tendencias Del Turismo Y Las Tecnologías De Información Y Las Comunicaciones. *Anuario Turismo y Sociedad*, volumen (14), p. 33–45.  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=96047345&lang=es&site=eds-live>.
- Caciulan, L. et al. (2017). Evaluating the Impact of Promotional Activity on Marketing. *Scientific Bulletin of the Politehnica University of Timisoara. Transactions on Management. Economical & Transportation Engineering*, volumen (3) número (1), p. 7–13.  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=134060511&lang=es&site=eds-live>
- Canestrini, D. (2016). Evolución del Homo turisticus. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, número (113), p. 149-159.  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsjsr&AN=edsjsr.24897285&lang=es&site=eds-live>.
- Cosciug, C., Timofti, E., & Timofti, G. (2017). Development trends and promotion methods of the rural tourism in the republic of moldova. *Agronomy series of scientific research / lucrari stiintifice seria agronomie*, volumen (60)

número (2), p. 231-236.

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=128426384&lang=es&site=eds-live>.

Díaz, M.; Martín, Y. y Peraita, H. (2013). *Intervención Cognitiva en personas sanas de la tercera edad*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Elizondo, A. (2002). *Metodología de la investigación contable*, 3ra edición. International Thomson Editores, S. A.

Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*, 6ta edición. McGraw Hill education.

Fernández, M. y Sarmiento, J. (2018). *Patrimonio cultural y marketing digital*. Editorial Dykinson.

Fraiz, J. (2015). La constante evolución del turismo: innovación, tecnología, nuevos productos y experiencias. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, volumen(13) número (4), p.739–740.  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=108711144&lang=es&site=eds-live>.

García, N y Quintero, Y. (2018) Producto de sol y playa para el desarrollo turístico del Municipio Trinidad de Cuba. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, volumen (14) número (1), p.52-64.  
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v14n1/0718-235X-riat-14-01-00052.pdf>

Glosario de términos (2011), MINCETUR, párr.

10.  
[http://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/glosario\\_Pesem.pdf](http://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/glosario_Pesem.pdf)

Gómez, A. (2018). *La promoción turística del distrito barranco y la conservación de sus atractivos turísticos; 2014- 2017* (tesis para obtener la licenciatura). Universidad San Martín de Porres, Lima.  
[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/4337/gomez\\_mam.pdf?sequence=3&isallowed=y](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/4337/gomez_mam.pdf?sequence=3&isallowed=y)

Guerrero, P. y Ramos, J. (2014). *Introducción al turismo*. Grupo editorial Patria.

- Heinemann, K. (2016). *Introducción a la Metodología de la Investigación Empírica*, 2da edición. Editorial Paidotribo.
- Iberia firma alianza para promover turismo en Panamá (05 septiembre del 2019), HOSTELTUR, párr. 1, [https://www.hosteltur.com/lat/131025\\_iberia-firma-alianza-para-promover-turismo-en-panama.html](https://www.hosteltur.com/lat/131025_iberia-firma-alianza-para-promover-turismo-en-panama.html)
- Kotler, et al. (2011). *Marketing turístico*, 5ta edición. Editorial Pearson Educación, S.A.
- Las nuevas campañas de promoción turística más rompedoras (05 febrero del 2020), HOSTELTUR, párr. 2, [https://www.hosteltur.com/134338\\_las-nuevas-campanas-de-promocion-turistica-mas-rompedoras.html](https://www.hosteltur.com/134338_las-nuevas-campanas-de-promocion-turistica-mas-rompedoras.html)
- Lorente, E. y Martos, D. (2018). *Educación Física y pedagogía crítica*. Edicions de la Universitat de Lleida.
- Martínez-Valerio, L. (2012). Estrategias de promoción turística a través de Facebook, *palabraclave*, volumen (15) número (2), p. 318-338. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=84452679&lang=es&site=eds-live>.
- Merino, J. et. al. (2019). *Merchandising*. Editorial Área de Innovación Y Desarrollo, S.L.
- Nedelea, A. (2017). Romanian Tourism Promotion. *USV Annals of Economics and Public Administration*, volumen (17), p. 69-75. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.D202CE87&lang=es&site=eds-live>.
- Orboi, D. & Popescu, G. (2018). English and Romanian Words of Ukrainian Origin in Tourism Promotion. *Scientific Papers Animal Science and Biotechnologies*, volumen (51), p. 138-141. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.35BEC62A&lang=es&site=eds-live>
- Organismos de gestión y promoción del turismo en las Américas (2014), OMT, p. 19. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415489>.

- Panosso, A. y Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo*. Editorial Trillas.
- Panta, L. & Susanibar, M. (2019). Gestión municipal para un turismo sostenible en el distrito de Végueta, *Oficina central de investigación y gestión*, p. 2.  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.2756CB14&lang=es&site=eds-live>
- Plumed, M; Gómez, D. & Martín, C. (2018). Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: el caso de España. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, volumen (8).<https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.01>
- Prato, L. (2010). *Web 2.0: redes sociales*. Editorial Eduvim.
- Ramos, N.; Fernández, A. y Almodóvar, M. (2020) El uso de estrategias de marketing digital para la promoción turística de las comunidades autónomas españolas. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, volumen (21) número (21), p. 28 a 47.<https://doi.org/10.7263/adresic-021-02>
- Romero, A. (2015). *Estrategias comunicacionales para promover la afluencia turística en la comuna de Engabao (playas) 2013-2015* (trabajo de Titulación). Universidad estatal Península de Santa Elena, Ecuador.  
<https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/3829/UPS-E-TCS-2015-0016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Saavedra, E.; Durán, E. y Durandal, C. (2004). *Promoción turística: una llave para el desarrollo de Chuquisaca*. Fundación Pieb.
- Sánchez, M. (2018). Análisis de la estrategia en las redes sociales oficiales desarrollada por el Consejo de Promoción Turística de México. *Cimexus*, volumen (13) número (1), p. 13–29.  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=131931088&lang=es&site=eds-live>.
- Sánchez, M. (2020). Análisis de la comunicación digital oficial en la promoción



turística de Brasil. Cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC, volumen (9) número (1), P.17-

39.<http://doi.org/10.17993/3ctic.2020.91.17-39>

Sirilersuang, P. & Pongkijvorasin, S. (2018). Dynamic optimal joint policies for tourism promotion and environmental restoration. *Environmental Economics & Policy Studies*, volumen (20) número (2), p. 261–286.<https://doi.org/10.1007/s10018-017-0193-6>

Tejada, S. (2017). *Promoción y comercialización del alojamiento rural*, 5ta edición. Editorial Elearning S. L.

Terán, A. y Pinchi, W. (2020). Factores condicionantes de la planificación y gestión de la actividad turística en el distrito de Cajamarca – Perú, 2016. *Revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA* , volumen (16) número (1), p. 163 - 175,<http://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2765/2857>

Trinidad, A.; Carrero, V. Y Soriano, R. (2006). *Teoría fundamentada <<Grounded Theory>> La construcción de la teoría a través del análisis interpretacional*. Centro de Investigación Sociológicas.

Videos de promoción turística del Perú ganan importantes premios en Europa (08 de mayo del 2018), Andina, párr. 2,<https://andina.pe/agencia/noticia-videos-promocion-turistica-del-peru-ganan-importantes-premios-europa-709313.aspx>

## ANEXOS



## Anexo 1: Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Tema o unidad de análisis	Categorías o dimensiones	Metodología
<p>General</p> <p>¿Cuáles son las estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad para el circuito de playa La Punta, Callao, 2020?</p> <p>Específicos</p> <p>¿Cómo realiza la promoción turística la municipalidad de la Punta en la página web 2.0 sobre el circuito de playa La Punta-Callao, 2020?</p> <p>¿De qué manera se realiza el mailing a centros educativos para el desarrollo de la promoción turística del circuito de playa La Punta-Callao de parte de la municipalidad, 2020?</p> <p>¿Cómo se desarrolla el merchandising de la promoción turística del circuito de playa La Punta-Callao de parte de la municipalidad, 2020?</p>	<p>General</p> <p>Definir las estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad para el circuito de playa La Punta, Callao, 2020</p> <p>Específicos</p> <p>Analizar la promoción turística que realiza la municipalidad de La Punta en la página web 2.0 sobre el circuito de playa La Punta-Callao, 2020</p> <p>Evaluar el mailing a centros educativos para el circuito de playa La Punta, Callao de parte de la municipalidad, 2020</p> <p>Describir el merchandising de la promoción turística del circuito de playa La Punta, Callao de parte de la municipalidad, 2020</p>	<p>Estrategias de promoción turística</p>	<p>1. P Página web 2.0</p> <p>2. M Mailing a centros educativos</p> <p>3. M Merchandising</p>	<p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Diseño: Fenomenológico</p> <p>Población</p> <p>Muestra: Muestra no probabilística</p> <p>Técnica: Entrevista Observación</p> <p>Instrumentos: Guía de entrevista Ficha de observación</p>

## Anexo 2: Matriz apriorística

Ámbito temático	Problemas específicos	Objetivos específicos	Categorías	Subcategorías	Ítems para la entrevista a los encargados del turismo en la municipalidad	Ítems para la entrevista en los pobladores	Categorías para la observación
Estrategias de promoción turística	¿Cómo realiza la promoción turística la municipalidad de la Punta en la página web 2.0 sobre el circuito de playa La Punta-Callao, 2020?	Analizar la promoción turística que realiza la municipalidad de La Punta en la página web 2.0 sobre el circuito de playa La Punta-Callao, 2020	Página web 2.0	Instrumento	<p>¿Qué tipo de información turística sobre el circuito de playas podemos encontrar en la web de la municipalidad? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>¿Se le da un constante seguimiento a la página web? Con respecto a las actualizaciones, Indique con qué frecuencia. Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>¿Qué otros recursos digitales utilizan para promocionar el circuito de playas de La Punta-Callao? Podría detallarnos su respuesta por favor</p>	<p>¿Puede ver en la página web de la municipalidad información turística sobre el circuito de playas de La Punta? ¿Qué le pareció? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>¿La información turística sobre el circuito de playas de La Punta se actualiza constantemente? ¿podría detallar su respuesta</p> <p>¿Qué otras plataformas digitales promocionan el circuito de playas de La Punta-Callao? Podría detallarnos su respuesta por favor</p>	<p>Tipo de información turística sobre el circuito de playas podemos encontrar en la web de la municipalidad</p> <p>Seguimiento a la página web</p> <p>Otros recursos digitales utilizan para promocionar el circuito de playas</p>

				Actividades	<p>¿De qué manera promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta? (poner ejemplos)</p> <p>Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>¿En qué otras plataformas informáticas promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de</p>	<p>¿Ha asistido a las actividades turísticas de la municipalidad que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?</p> <p>¿En qué otras plataformas informáticas promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?</p> <p>¿Qué eventos realizan en la</p>	<p>De qué manera promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta</p> <p>Otras plataformas informáticas promocionan las actividades turísticas</p> <p>Eventos que realizan en la página web u otros medios</p>

					playas de La Punta?  ¿Qué eventos realizan en la página web u otros medios digitales para promover el circuito de playas de La Punta-Callao?	página web u otros medios digitales para promover el circuito de playas de La Punta-Callao por parte de la municipalidad?	digitales para promover el circuito de playas de La Punta-Callao
					¿Difunden estas actividades por otros medios digitales y no digitales? Podría mencionar donde		
				Comunicación	¿Recibe la página web buenas opiniones sobre la información que se brinda? Justifique su respuesta	¿Qué opina sobre la sección turística de la página web de la municipalidad de La Punta? ¿Promociona el circuito de playas?	Opiniones sobre la información que se brinda en las web u otras plataformas digitales

	¿De qué manera se realiza el mailing a centros educativos para el desarrollo de la promoción turística del circuito de playa La Punta-Callao de parte de la municipalidad, 2020?	Evaluar el mailing a centros educativos para el circuito de playa La Punta, Callao de parte de la municipalidad, 2020	Mailing a centros educativos	Información	¿Se le envía información a las escuelas sobre recorridos turísticos que se dan en el circuito de playas de la Punta?, ¿Con qué frecuencia? Podría detallarnos su respuesta por favor  ¿A qué instituciones u organizaciones se envía información sobre el circuito de playas de la Punta? ¿Con qué frecuencia? Podría detallarnos su respuesta por favor	¿Sus hijos o sobrinos han recibido información de parte de la municipalidad en su colegio sobre los recorridos turísticos del circuito de playas en La Punta? ¿Con qué frecuencia? Podría detallarnos su respuesta por favor	
				Eventos	¿Qué eventos se mencionan en el Mailing para	¿Qué eventos ha recibido en los afiches digitales	



					<p>promocionar el turismo que se dan en el circuito de playas de la Punta? (poner ejemplos) Podría detallarnos su respuesta por favor</p>	<p>sobre el turismo que se realiza en el circuito de playas de la Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p>	
				Talleres	<p>¿Qué tipos de talleres están gestionando para enviar a través del mailing e involucrar a la población en la promoción turística sobre el circuito de Playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p>	<p>¿Ha participado en los talleres enviados a través de los afiches digitales por parte de la municipalidad sobre la promoción turística del circuito de Playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p>	

	<p>¿Cómo se desarrolla el merchandising de la promoción turística del circuito de playa La Punta-Callao de parte de la municipalidad, 2020?</p>	<p>Describir el merchandising de la promoción turística del circuito de playa La Punta, Callao de parte de la municipalidad, 2020</p>	<p>Merchandising</p>	<p>Técnica comercial</p>	<p>¿Cuál es el plan para elaborar el merchandising (Conjunto de productos publicitarios para promocionar el lugar) sobre el circuito de Playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>¿Qué tipo de merchandising se ofrece para promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>¿Qué estrategias de merchandising (Conjunto de productos publicitarios para</p>	<p>¿Ha podido ver que la municipalidad reparta souvenirs o trípticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>¿Qué tipo de merchandising se ofrece para promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>¿Cuál es el mensaje que quiere reflejar el merchandising que se da al promocionar el circuito de playa de La Punta?</p>	
--	---	---	----------------------	--------------------------	---	---	--

					<p>promocionar el lugar) utilizan enfocados en la promoción turística del circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>¿Cuál es el mensaje que quiere reflejar el merchandising que se da al promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p>	<p>Podría detallarnos su respuesta por favor</p>	
				Producto	<p>¿Qué souvenirs sobre el circuito de playas de La Punta se gestionan para la promoción</p>	<p>¿Ha adquirido o recibido de parte de la municipalidad souvenirs que promocionan el circuito de</p>	

					<p>turística? Podría detallarnos su respuesta por favor</p>	<p>playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p>	
				Servicio	<p>¿Con qué frecuencia se realizan recorridos turísticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>¿En qué puntos de la ciudad se brinda información turística sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>¿En qué tipos de ferias se</p>	<p>¿Con qué frecuencia la municipalidad realiza recorridos turísticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>¿En qué puntos de la ciudad ha podido ver que la municipalidad brinda información turística sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p>	

					promociona el circuito de playa de La Punta? Podr ía detallarnos su respuesta por favor		
--	--	--	--	--	---	--	--

## Anexo 3: Instrumentos utilizados

### **GUÍA DE ENTREVISTA**

Nombre del entrevistado:

---

Lugar de nacimiento del entrevistado:

---

Centro de labores del entrevistado:

---

Edad del entrevistado:

---

Hora de inicio de la entrevista:

---

Hora de fin de la entrevista:

---

Lugar de entrevista:

---

## EXPERTOS

### **TEMA:**

#### **I. SOBRE PAGINA WEB 2.0:**

1. ¿Qué tipo de información turística sobre el circuito de playas podemos encontrar en la web de la municipalidad? Podría detallarnos su respuesta por favor
2. ¿Se le da un constante seguimiento a la página web? Con respecto a las actualizaciones, Indique con qué frecuencia. Podría detallarnos su respuesta por favor
3. ¿Qué otros recursos digitales utilizan para promocionar el circuito de playas de La Punta-Callao? Podría detallarnos su respuesta por favor
4. ¿De qué manera promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta? (poner ejemplos) Podría detallarnos su respuesta por favor
5. ¿En qué otras plataformas informáticas promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?
6. ¿Qué eventos realizan en la página web u otros medios digitales para promover el circuito de playas de La Punta-Callao?
7. ¿Difunden estas actividades por otros medios digitales y no digitales? Podría mencionar donde

8. ¿Recibe la página web buenas opiniones sobre la información que se brinda? Justifique su respuesta

## **II. SOBRE MAILING A CENTROS EDUCATIVOS**

1. ¿Se le envía información a las escuelas sobre recorridos turísticos que se dan en el circuito de playas de la Punta?, ¿Con qué frecuencia? Podría detallarnos su respuesta por favor
2. ¿A qué instituciones u organizaciones se envía información sobre el circuito de playas de la Punta? ¿Con qué frecuencia? Podría detallarnos su respuesta por favor
3. ¿Qué eventos se mencionan en el Mailing para promocionar el turismo que se dan en el circuito de playas de la Punta? (poner ejemplos) Podría detallarnos su respuesta por favor
4. ¿Qué tipos de talleres están gestionando para enviar a través del mailing e involucrar a la población en la promoción turística sobre el circuito de Playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

## **III. SOBRE MERCHANDISING:**

1. ¿Qué tipo de merchandising se ofrece para promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor
2. ¿Cuál es el mensaje que quiere reflejar el merchandising que se da al promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor
3. ¿Qué souvenirs sobre el circuito de playas de La Punta se gestionan para la promoción turística? Podría detallarnos su respuesta por favor
4. ¿Con qué frecuencia se realizan recorridos turísticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor
5. ¿En qué puntos de la ciudad se brinda información turística sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor
6. ¿En qué tipos de ferias se promociona el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

## **POBLADORES**

### **TEMA:**

#### **I. SOBRE PAGINA WEB 2.0:**

1. ¿Puede ver en la página web de la municipalidad información turística sobre el circuito de playas de La Punta? ¿Qué le pareció? Podría detallarnos su respuesta por favor
2. ¿La información turística sobre el circuito de playas de La Punta se actualiza constantemente? podría detallar su respuesta
3. ¿Qué otras plataformas digitales promocionan el circuito de playas de La Punta-Callao? Podría detallarnos su respuesta por favor
4. ¿Ha asistido a las actividades turísticas de la municipalidad que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?

5. ¿En qué otras plataformas informáticas promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?
6. ¿Qué eventos realizan en la página web u otros medios digitales para promover el circuito de playas de La Punta-Callao por parte de la municipalidad?
7. ¿Qué opina sobre la sección turística de la página web de la municipalidad de La Punta? ¿Promociona el circuito de playas?

## **II. SOBRE MAILING A CENTROS EDUCATIVOS**

1. ¿Sus hijos o sobrinos han recibido información de parte de la municipalidad en su colegio sobre los recorridos turísticos del circuito de playas en La Punta? ¿Con qué frecuencia? Podría detallarnos su respuesta por favor
2. ¿Qué eventos ha recibido en los afiches digitales sobre el turismo que se realiza en el circuito de playas de la Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor
3. ¿Ha participado en los talleres enviados a través de los afiches digitales por parte de la municipalidad sobre la promoción turística del circuito de Playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

## **III. SOBRE MERCHANDISING:**

1. ¿Ha podido ver que la municipalidad reparta souvenirs o trípticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor
2. ¿Qué tipo de merchandising se ofrece para promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor
3. ¿Cuál es el mensaje que quiere reflejar el merchandising que se da al promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor
4. ¿Ha adquirido o recibido de parte de la municipalidad souvenirs que promocionan el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor
5. ¿Con qué frecuencia la municipalidad realiza recorridos turísticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor
6. ¿En qué puntos de la ciudad ha podido ver que la municipalidad brinda información turística sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor



## FICHA DE OBSERVACIÓN N° 01

Lugar de la observación: \_\_\_\_\_

Fecha de la Observación: \_\_\_\_\_

Hora de inicio de la Observación: \_\_\_\_\_

Hora de término de la Observación: \_\_\_\_\_

Responsable de la Observación: \_\_\_\_\_

TEMA: ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

COMPONENTE: PÁGINA WEB 2.0
Subcomponente: Instrumento
Tipo de información turística sobre el circuito de playas que encontramos en la web
Seguimiento o referencias a la página web
Otros recursos digitales (tv, radio)
Subcomponente: Actividades
De qué manera promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas
Otras plataformas informáticas promocionan las actividades turísticas (redes sociales)
Eventos que realizan en la página web u otros medios digitales para promover el circuito de playas
SUBCOMPONENTE: Comunicación
opiniones sobre la información que se brinda en las web u otras plataformas digitales

Anexo 4: validación de expertos



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

Lima, 04 de Junio de 2020

Apellido y nombres del experto: ROBERT ALEXANDER JARA MIRADA

DNI: 42312593 Teléfono: 947995565

Título/grados: DR. EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Cargo e institución en que labora: DOCENTE

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

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

Promedio de valoración: 90%

FIRMA DEL EXPERTO

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

Lima, 5 de junio de 2020

Apellido y nombres del experto: **Gabriel Campos Edwin**

DNI: **40817384**                      Teléfono: **962330036**

Título/grados: **Magíster**

Cargo e institución en que labora: **Profesor - Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

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

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

Promedio de valoración: **80**



FIRMA DEL EXPERTO

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

Lima, 6 de junio de 2020.

Apellido y nombres del experto: **SEGOVIA ARANIBAR ELIZABETH LUZ**

DNI: **10460532**

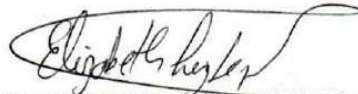
Título/grados: **MAGISTER SCIENTIAE EN ECOTURISMO**

Cargo e institución en que labora: **DOCENTE ESCUELA DE ADM. EN TURISMO Y HOTELERÍA UCV- FILIAL LIMA NORTE.**

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

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

Promedio de valoración: 86%



**MG. SC. ELIZABETH LUZ SEGOVIA ARANIBAR**

## Anexo 5: Transcripción de entrevistas

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS	
Número de registro:	01
Nombre del investigadora/entrevistadora:	José Castagnetto
Nombre de la población:	La Punta
Fecha y hora de la entrevista:	23 de septiembre del 2020, 1pm
Fecha de llenado de ficha:	25 de septiembre del 2020, 11pm
Tema:	Estrategias de promoción turística
Informante:	Poblador
Contextualización:	
Observaciones:	
Evidencia fotográfica:	
Duración de entrevista:	10 minutos
<p><b>SOBRE PAGINA WEB 2.0:</b></p> <p>1. ¿Puede ver en la página web de la municipalidad información turística sobre el circuito de playas de La Punta? ¿Qué le pareció? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>Si, si sale hay esta toda la información de todos los circuitos playas y los lugares turísticos de acá del distrito.</p> <p>2. ¿La información turística sobre el circuito de playas de La Punta se actualiza constantemente? podría detallar su respuesta</p> <p>Sí, pero sobre el mantenimiento de la actualización debido a los problemas que tenemos ahorita ha tenido que cambiar toda la metodología por el covid.</p> <p>3. ¿Qué otras plataformas digitales promocionan el circuito de playas de La Punta-Callao? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>Si otras plataformas como Facebook o Instagram.</p> <p>4. ¿Ha asistido a las actividades turísticas de la municipalidad que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?</p>	

Si cuando fueron a visitar a la isla un tiempo, un tiempo que estuvieron promocionando y para arreglarlo porque está un poco dejado.

## **II. SOBRE MAILING A CENTROS EDUCATIVOS**

1. ¿Sus hijos o sobrinos han recibido información de parte de la municipalidad en su colegio sobre los recorridos turísticos del circuito de playas en La Punta? ¿Con qué frecuencia? Podría detallarnos su respuesta por favor

Si antes daban, pero ahora con la pandemia todo se ha suspendido porque siempre habían charlas o creaban grupos para ir a visitar o visitaban las compañías de bomberos la gente o los puntos más importantes.

2. ¿Ha participado en los talleres enviados a través de los afiches digitales por parte de la municipalidad sobre la promoción turística del circuito de Playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Hacían talleres en el malecón pardo en coordinación con la marina de guerra y defensa civil, hacían una coordinación más extensa para que la gente esté mejor informada y sepa a donde ir o no ir.

## **III. SOBRE MERCHANDISING:**

1. ¿Ha podido ver que la municipalidad reparta souvenirs o trípticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Si, tiene puntos frente al mercado tienen dos o tres puestos que tienen años, una la señora de antes estaba en el malecón antiguos que los que movieron por acá ahorita no tengo esperando por los problemas que todo el mundo sabe se han tenido que acomodar lo que hay no en la realidad, pero últimamente están acá al frente.

2. ¿Con qué frecuencia la municipalidad realiza recorridos turísticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Normalmente lo hacían los fines de semana, en verano más seguido más por la gente, pero ya en invierno solo los fines de semana sábados o domingos hacían con participación de los vecinos.

3. ¿En qué puntos de la ciudad ha podido ver que la municipalidad brinda información turística sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Claro que tienen un lugar a la altura del parque principal y en las oficinas mediante guías y papeles para estar al tanto de acá.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS
Número de registro: 02
Nombre del investigadora/entrevistadora: José Suivez
Nombre de la población: La Punta
Fecha y hora de la entrevista: 23 de septiembre del 2020, 2pm
Fecha de llenado de ficha: 25 de septiembre del 2020, 12pm
Tema: Estrategias de promoción turística
Informante: Gestor municipal
Contextualización:
Observaciones:
Evidencia fotográfica:
Duración de entrevista: 20 minutos
<p><b>I. SOBRE PAGINA WEB 2.0:</b></p> <p>1. ¿Qué tipo de información turística sobre el circuito de playas podemos encontrar en la web de la municipalidad? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>Bueno hay un área de comunicaciones de la municipalidad distrital de la punta en la cual todo lo referente a lo que es turístico, a las novedades que se presentan, por decir ahora que se acerca el verano, todo depende como va a actuar el gobierno frente a esta pandemia, que esta situación ha sido gravitante para todo, por el momento no hay ninguna novedad si va a ver la reactivación de turismo y de las playas sobre todo porque estamos rodeados de playas.</p> <p>2. ¿Se le da un constante seguimiento a la página web? Con respecto a las actualizaciones, Indique con qué frecuencia. Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>Sí, todos los días estamos pendiente de las inquietudes de los residentes para darle solución y respuesta.</p> <p>3. ¿Qué otros recursos digitales utilizan para promocionar el circuito de playas de La Punta-Callao? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>Bueno más que todo lo que es la informática todo es por medio de Facebook de la Municipalidad.</p>

4. ¿De qué manera promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta? (poner ejemplos) Podría detallarnos su respuesta por favor

Buenos mediante lo físico que son los volantes, pero todavía no está permitido por cuestiones de los contagios, entonces todo se hace virtual en estos momentos.

5. ¿En qué otras plataformas informáticas promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta? Antes de la pandemia los eventos se promueven con anticipación mediante la página de Facebook, todo es virtual más que todo.

6. ¿Qué eventos realizan en la página web u otros medios digitales para promover el circuito de playas de La Punta-Callao?

Los eventos que se realizan son del plan verano, lo de las fiestas de Halloween de la música criolla, de año nuevo, la misma navidad, la fiesta de disfraces que se realiza en verano, todo ese tipo de eventos con anticipación se le anuncia por medio del Facebook de la municipalidad.

7. ¿Difunden estas actividades por otros medios digitales y no digitales? Podría mencionar donde.

No, así como le digo son los volantes, pero en físico en la actualidad está prohibido.

8. ¿Recibe la página web buenas opiniones sobre la información que se brinda? Justifique su respuesta

Claro, tiene su pro y su contra pues no, hay algunos residentes que están de acuerdo, otros no, mayormente la persona de mayor, sea la persona vulnerable, los mayores tienen sus contradicciones y sus sugerencias.

## **II. SOBRE MAILING A CENTROS EDUCATIVOS**

1. ¿Se le envía información a las escuelas sobre recorridos turísticos que se dan en el circuito de playas de la Punta?,¿Con qué frecuencia? Podría detallarnos su respuesta por favor

Bueno claro, en su momento el anuncio por el Facebook. Con qué frecuencia, dependiendo de los colegios, por ejemplo, va a ver un evento cultural nosotros lo anunciamos por el Facebook, para que los residentes del distrito tengan conocimiento, lógicamente los alumnos que están en las en las escuelas del distrito.

2. ¿Qué eventos se mencionan en el Mailing para promocionar el turismo que se dan en el circuito de playas de la Punta? (poner ejemplos) Podría detallarnos su respuesta por favor

También todo tipo de eventos, eso se encarga el área de CIAM, es la encargada de promover todo ese tipo de eventos culturales y artísticos. Conciertos, de artistas punteños, que son cantantes, grupos criollos y grupos de rock, que en su momento se le promueven para que tengan conocimiento que acá hay artistas de todo tipo.

3. ¿Qué tipos de talleres están gestionando para enviar a través del mailing e involucrar a la población en la promoción turística sobre el circuito de Playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor



Bueno como le explico, el taller se ha gestionado para involucrar a la población en la actividad turística por decir talleres educativos, no simplemente son talleres, sino en cuestiones tema de salud, por decir exámenes gratuitos y educativo, más que todo en época de verano, campeonato de Serfin, atletismo, natación, futbolito.

### III. SOBRE MERCHANDISING:

1. ¿Cuál es el plan para elaborar el merchandising (Conjunto de productos publicitarios para promocionar el lugar) sobre el circuito de Playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Bueno, por el momento, así como lo repito todo está paralizado, pero antes de la pandemia, se hacen ferias de producto artesanales, de los mismos recipientes que hacen costuras, de pinturas y lo sacan al distrito por intermedio de las ferias para hacerse conocer y a la promover su negocio.

2. ¿Con qué frecuencia se realizan recorridos turísticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Bueno, dependiendo de la estación, puede ser en otoño, invierno, para cada estación hay un fin turístico dependiendo de la estación.

3. ¿En qué puntos de la ciudad se brinda información turística sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Bueno en la página encuentran todo tipo información y en la municipalidad misma que queda en la plaza central, hay le dan todo tipo de información, y hay un mural en la cual pone, acá en cada paradero tenemos un panel de publicidad y cualquier evento cultural, social y deportivo se pone el anuncio para el conocimiento de los residentes.

## TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 03

Nombre del investigadora/entrevistadora: Gustavo Ramírez

Nombre de la población: La Punta

Fecha y hora de la entrevista: 23 de septiembre del 2020, 3pm

Fecha de llenado de ficha: 30 de septiembre del 2020, 10pm

Tema: Estrategias de promoción turística

Informante: Poblador

Contextualización:

Observaciones:

Evidencia fotográfica:

Duración de entrevista: 20 minutos

## **I. SOBRE PAGINA WEB 2.0:**

1. ¿Puede ver en la página web de la municipalidad información turística sobre el circuito de playas de La Punta? ¿Qué le pareció? Podría detallarnos su respuesta por favor

Claro yo entro de por si a una página en especial que es el Facebook y veo hay como tres páginas que son netas de aquí de la Punta y se dicen todo, por ejemplo, las intervenciones que en tenido algunos ciudadanos que vienen fuera o no sé cualquier motivo que hayas salido y que todo reciente debe saber, sobre algún evento próximo o lo que sea cerca en cualquier calendario, en el calendario que tengan ellos.

2. ¿La información turística sobre el circuito de playas de La Punta se actualiza constantemente? podría detallar su respuesta  
Sí, claro cada día suceden cosas nuevas, cosas imprevistas y si son cosas que deben saber todos los residentes si se suben ahí a diario.

3. ¿Qué otras plataformas digitales promocionan el circuito de playas de La Punta-Callao? Podría detallarnos su respuesta por favor  
Sí, en Facebook aparece como podría decirse algo más íntimo, como una intervención o cosas que ellos deberían comentarlo, pero también está la de Instagram, hay fotos se ven momentos más gratos, aquí en la Punta como todo distrito tiene sus altercados que ha tenido aquí.

4. ¿Ha asistido a las actividades turísticas de la municipalidad que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?  
Una vez, bueno en temporada de colegio de por sí tuvimos un grupo de estudiantes yo fui uno de ellos. Estuvimos como una charla, pero tipo debate con nosotros mismos reclamando lo que de por sí nosotros queríamos para nuestro distrito, porque hay tres colegios aquí en la Punta, El clara cogorno, el Abraham Lincoln o Lincoln en la Punta y el José Gálvez que está en la entrada y de por sí siempre había eso, cada año yo siempre era vocero también de eso y nada de por sí nosotros reclamamos de por todo, en ese tiempo no existía lo del área del Skatepark, ese tiempo nosotros veíamos que había muchas personas en las playas que no cuidaban, entonces de por sí, eso era no más que todos los reclamamos y en general, a que nosotros siempre concordamos con los otros colegios.

5. ¿En qué otras plataformas informáticas promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta? Radios no he escuchado yo, o no he escuchado de una radio neta del distrito, pero si hay un señor que vive aquí por la plaza principal que él es periodista y él tiene, se podría decir su canal, también he llegado a escuchar el periódico la punta, la Punta también tiene un periódico. Entonces si he llegado a escuchar por otros medios.

6. ¿Qué eventos realizan en la página web u otros medios digitales para promover el circuito de playas de La Punta-Callao por parte de la municipalidad?

Bueno por ejemplo a eventos que son tipo en el ámbito deportivo que era una academia antes había una academia de la Academia de la Punta el ADP que era academia deportiva de la Punta que era literal para toda persona, no necesariamente algún pequeño y ahí era integración de mucha gente, hay tú veías chicos, chicas, mamás, papás o personas adultas que no eran de acá del distrito, pero también tenían el mismo sentimiento de impulsar eso del área del deporte. Se realizaron amistades también, también hay otra área que es un poco más cultural que se encarga es el CIAM que es el Centro Integral del Adulto Mayor, ellos tienen un grupo de canto que se ponen los domingos o no se ponían de los domingos en la iglesia, se por si todo aquí está aliada, siempre ha habido ese impulso por parte de la municipalidad.

7. ¿Qué opina sobre la sección turística de la página web de la municipalidad de La Punta? ¿Promociona el circuito de playas?

Si, como le digo yo he visto en el tema de promoción por el medio de Instagram porque ahí es donde se ven fotos de gratos momentos, de las personas posando en las playas, fotos antiguas de la Punta, fotos nuevas, cómo ha cambiado, fotos así panorámicas de por sí, hay bastante promoción.

## **II. SOBRE MAILING A CENTROS EDUCATIVOS**

1. ¿Sus hijos o sobrinos han recibido información de parte de la municipalidad en su colegio sobre los recorridos turísticos del circuito de playas en La Punta? ¿Con qué frecuencia? Podría detallarnos su respuesta por favor}

Si ha sido mi caso porque no he llegado a pasar eso, se realizaba cada año, eran dos veces al año habrá sido, esas conferencias, charlas y debates que hemos tenido nosotros con dirigentes de la misma municipalidad y más que todo esa era la frecuencia. Con respecto al medio, era la misma municipalidad, ellos venían un día a nuestros recreos, nuestra formación en la entrada o ya saliendo del colegio y nos informaban venían de parte de la municipalidad porque venían con propia de ellos, con su chalequito, venían y nos informaban sobre cualquier motivo de por sí, no necesariamente de la promoción aquí en las playas, sino también de parte de las drogas parte de delincuencia y nos llegaba la información era directa, literal de la municipalidad ni el colegio nos informaba, ellos mismos hacia nosotros.

### III. SOBRE MERCHANDISING:

1. ¿Ha podido ver que la municipalidad reparta souvenirs o trípticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Nunca, nunca la municipalidad ha repartido algún souvenirs eso sí, por ahora con esto el covid se han dado canastas, se han dado mochila de emergencia, se han dado mascarillas a cada casa y bueno, eso es más que todo, porque souvenirs en el tiempo en que no existía lo del covid no, porque si a un área dónde venden recuerditos de por sí, todo conchitas, flipas, pulseras, un montón de cosas, pero nunca ha llegado la municipalidad a entregarnos a nosotros.

2. ¿Qué tipo de merchandising se ofrece para promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Pulseras, conchitas, eran productos del mar como conchas limpias y barnizadas y ahí escribían los mismos pobladores. Eran ellos lo que vendían y eran artesanos porque en la Puna también tiene un poco de la inmigración Italia en la que llegaron pescadores artesanos, aquí entonces eran familia de ellos y siempre se han dedicado a eso, ahora con esto el Covid ya no se encuentran ahí en sus puestos y bueno, qué pena, por ellos.

3. ¿Cuál es el mensaje que quiere reflejar el merchandising que se da al promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Bueno, pues sí que todo es reciclable y reusable porque le digo esas conchitas que tú las ves así tiras y ya las aplastan en la playa, las tiras al mar, ellos no, ellos facturaron con eso, recuerdos que quedaban en tu casa y decían bien grande la Punta, Callao, de por sí bien, te llevabas una memoria de la Punta.

4. ¿Ha adquirido o recibido de parte de la municipalidad souvenirs que promocionan el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Sí claro, he llegado a comprar recuerditos, regalos, pulseras y también he recibido de parte de la señora, porque hay una señora que se dedicaba a eso y siempre cuando me veía pasar me saludaba y me regalaba una pulserita, muy buena gente.

5. ¿En qué puntos de la ciudad ha podido ver que la municipalidad brinda información turística sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Ya, en cada paradero, por ejemplo, en la Punta una cuadra es paradero, la otra no es paradero, así es en Grau entrando por Bolognesi y saliendo por Grau así es, entonces en cada paradero hay un panel donde ellos nos

informan sobre el circuito de playas, eventos próximos de por sí cualquier evento hasta deportivo ellos nos tienen al tanto de eso.

## TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 04

Nombre del investigadora/entrevistadora: Alfonso D'Angelo Casas

Nombre de la población: La Punta

Fecha y hora de la entrevista: 23 de septiembre del 2020, 1pm

Fecha de llenado de ficha: 30 de septiembre del 2020, 11.pm

Tema: Estrategias de promoción turística

Informante: Poblador

Contextualización:

Observaciones:

Evidencia fotográfica:

Duración de entrevista: 10 minutos

1. ¿Puede ver en la página web de la municipalidad información turística sobre el circuito de playas de La Punta? ¿Qué le pareció? Podría detallarnos su respuesta por favor

Si

2. ¿La información turística sobre el circuito de playas de La Punta se actualiza constantemente? podría detallar su respuesta

Bueno, muy poco se está haciendo hoy en día la verdad que casi nada, antes había más información sobre todos los tipos de playas sobre todo las playas peruanas, pero hoy en día no hay mucha información porque el turismo no se está fomentando por este caso de la pandemia, antes de la pandemia había bastante información.

3. ¿Qué otras plataformas digitales promocionan el circuito de playas de La Punta-Callao? Podría detallarnos su respuesta por favor

En Facebook y en Instagram.

4. ¿En qué otras plataformas informáticas promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?

No radio no, no escucho casi nada la verdad ahora con la televisión y el teléfono celular inteligente la radio se quedó a un lado porque hasta la radio la escuchaba por el teléfono.

## **II. SOBRE MAILING A CENTROS EDUCATIVOS**

1. ¿Sus hijos o sobrinos han recibido información de parte de la municipalidad en su colegio sobre los recorridos turísticos del circuito de playas en La Punta? ¿Con qué frecuencia? Podría detallarnos su respuesta por favor

Para realizar recorridos. Normalmente los recorridos se hacían en navidad con el carrito que hacían los recorridos para los niños pero recorrido turístico no he visto ninguna promoción en realidad que debería hacerse, es más nosotros en la Punta muchos años tuvimos un proyecto turístico que nunca se desarrolló porque hubo muchas fuerzas opositoras de parte de la fuerza armadas para que la isla San Lorenzo se convirtiera en un isla turística y ese sería un polo de desarrollo turístico para la punta porque sería un desembarcadero, en La Punta y otro en la isla San Lorenzo hubiera mucho trabajo, mucho turismo, la isla es un sector turístico que no está desarrollada en este país, en otros países las islas son completamente explotadas en turismo.

## **III. SOBRE MERCHANDISING:**

1. ¿Ha podido ver que la municipalidad reparta souvenirs o trípticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Yo no he visto ninguna información de la municipalidad, pero si he visto en algunos negocios.

2. ¿Qué tipo de merchandising se ofrece para promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Algunos vasos polos gorros, posavasos con cuestiones de la Punta turística es más acá una señorita de la Punta, Villa monte confecciona unos gorros muy bonitos que dicen la Punta Beach que son muy bonitos. Yo he tenido la oportunidad de llevarlos a diferentes partes de partes del Perú que me han preguntado por las Punta se han interesados por la Punta y eso lamentablemente no ha sido difundido, es un negocio particular muy bueno. Son particulares, de la Municipalidad no he visto ningún apoyo en ninguno de los consejos que he podido apreciar, no hablemos de este alcalde sino de los anteriores cambien, no he visto mucha promoción turística de la Punta.

3. ¿Cuál es el mensaje que quiere reflejar el merchandising que se da al promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Esos recuerdos transmiten primero lo que es en la Punta, La Punta es un paraíso en tradición con relación con los sectores del país porque acá se vive tranquilidad, se respira tranquilidad, se respira seguridad a pesar de que mucha gente tiene temor de la Punta por el mar, bueno desde que tengo uso de razón, el mar se ha salido solamente un poquito y cuando hicieron las columnas en Cantolao no volvió a salirse el mar, por el lado de la Punta, antes se salía por García y García y por este Arrieta, por More ese lado se

salía, son los lados que se salía los lugar más bajos de la Punta, pero acá falta, no sé si será un poco de egoísmo de los Punteños que no quieren que siempre venga gente dicen que nos están quitando el oxígeno pero la Punta se podría explotar turísticamente y mucha gente podría vivir del turismo de la Punta pero habría que traer las medidas de seguridad en verano nos invaden a veces no podemos no tenemos donde cuadrar y cualquier emergencia de cualquier sismo que pudiera ocurrir no podríamos salir entonces son cosas que ir viendo ahora he visto que hay un proyecto muy interesante que tiene que estudiarse bien y tiene que debatirse bien es el proyecto del que van hacer de la arenilla casi por el lado del carpallo un gran sector para los yates, para los botes una cosa muy importante se podría difundir este proyecto debatirlo muy bien, cuáles son los pro y cuáles son contra, porque acá gente a todo los proyectos se opone, todas las cosas son malas hay cosas buenas que gente tiene que aprovechar el momento para poder surgir aquí hay mucho egoísmo lamentablemente la gente que más tienen es la que no quiere que los demás surjan ese es el mal endémico que tiene el Perú que somos muy egoístas con respecto al surgimiento de otra personas, darle visto bueno a los proyectos debatirlo bien buscarle su pro y contra y ver lo que más beneficia a la población sería interesante que ese proyecto, lo he visto publicado en Facebook sería debatirlo públicamente pero en estos momentos la circunstancia no amerita un debate público pero ya la pandemia tiene que pasar en un momento, esperemos que sea pronto para poder retomar la democracia en el país y poder debatir y poder hacer un cabildo abierto, en debatir todas las cosas malas y buenas que existen en la Punta para poder mejorar.

4. ¿Ha adquirido o recibido de parte de la municipalidad souvenirs que promocionan el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Sí, tengo polos, tengo gorros y tengo posavasos.

## TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 05

Nombre del investigadora/entrevistadora: Elizabeth Tafur

Nombre de la población: La Punta

Fecha y hora de la entrevista: 23 de septiembre del 2020, 1pm

Fecha de llenado de ficha: 01 de octubre del 2020, 11pm

Tema: Estrategias de promoción turística

Informante: Poblador

Contextualización:
Observaciones:
Evidencia fotográfica:
Duración de entrevista: 10 minutos
<p><b>I. SOBRE PAGINA WEB 2.0:</b></p> <p>1. ¿Puede ver en la página web de la municipalidad información turística sobre el circuito de playas de La Punta? ¿Qué le pareció? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>Muy poca información</p> <p>2. ¿La información turística sobre el circuito de playas de La Punta se actualiza constantemente? podría detallar su respuesta</p> <p>Muy poco.</p> <p>3. ¿Qué otras plataformas digitales promocionan el circuito de playas de La Punta-Callao? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>En las noticias y en las redes sociales.</p> <p>4. ¿Ha asistido a las actividades turísticas de la municipalidad que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?</p> <p>Si he asistido, en el evento de la noche veneciana que lo hacen en la playa, también concursos del aniversario en que la chalana que esté más convertida en barco de piratas, un curso así, noche Venecia que es en la playa.</p> <p>5. ¿Qué eventos realizan en la página web u otros medios digitales para promover el circuito de playas de La Punta-Callao por parte de la municipalidad?</p> <p>La noche veneciana, cuándo es el aniversario de la Punta en el mes de octubre.</p> <p><b>II. SOBRE MAILING A CENTROS EDUCATIVOS</b></p> <p>1. ¿Sus hijos o sobrinos han recibido información de parte de la municipalidad en su colegio sobre los recorridos turísticos del circuito de playas en La Punta? ¿Con qué frecuencia? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>Si habido, mi hijo está en el nido, lo llevan a recorrer las playas y otros colegios venían también, colegios dentro y fuera de la Punta, bastantes, en el tiempo que es aniversario del Callao bastantes niños vienen acá, niños, colegio.</p> <p>2. ¿Qué eventos ha recibido en los afiches digitales sobre el turismo que se realiza en el circuito de playas de la Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>En el tiempo que es aniversario del Callao bastantes niños vienen acá, niños, colegio.</p>



3. ¿Ha participado en los talleres enviados a través de los afiches digitales por parte de la municipalidad sobre la promoción turística del circuito de Playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

He apoyado en eventos para año nuevo, año nuevo siempre se hace en la playa de Cantolao.

### III. SOBRE MERCHANDISING:

1. ¿Ha podido ver que la municipalidad reparta souvenirs o trípticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Si hay, personal del medio ambiente, a veces al costado del coliseo hacían sobre las aves, lo que es reciclaje los reunían.

2. ¿Qué tipo de merchandising se ofrece para promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Si hay un tiempo también que salen cuando es de Navidad, salen a vender artesanías y manualidades en la plaza el año pasado, en el mercado de pulgas como le dicen.

3. ¿Ha adquirido o recibido de parte de la municipalidad souvenirs que promocionan el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Si, polos, carteras, bolsos que digan la Punta, inclusive acá en el pasaje hay una tienda que actualmente no sé si la abrirán, todo lo que es manual, que dicen gracias por venir a la Punta, carteras, gorras.

4. ¿En qué puntos de la ciudad ha podido ver que la municipalidad brinda información turística sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

No sé qué área es esa, pero el personal de seguridad tiene conocimiento de eso.

## TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 06

Nombre del investigadora/entrevistadora: Amelia Cáceres

Nombre de la población: La Punta

Fecha y hora de la entrevista: 26 de septiembre del 2020, 4pm

Fecha de llenado de ficha: 01 de octubre del 2020, 11pm
Tema: Estrategias de promoción turística
Informante: Poblador
Contextualización:
Observaciones:
Evidencia fotográfica:
Duración de entrevista: 20 minutos
<p><b>I. SOBRE PAGINA WEB 2.0:</b></p> <p>1. ¿Puede ver en la página web de la municipalidad información turística sobre el circuito de playas de La Punta? ¿Qué le pareció? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>Si he podido observar, pero muy poco considero que podrían mejorar en la forma de agregar más contenido, aunque si veo que se le hace más seguimiento a lo que es más las redes sociales, más que lo que es la página misma.</p> <p>2. ¿La información turística sobre el circuito de playas de La Punta se actualiza constantemente? podría detallar su respuesta</p> <p>Como le repito sucede muy pocas veces en el caso de la página web, es muy poco.</p> <p>3. ¿Qué otras plataformas digitales promocionan el circuito de playas de La Punta-Callao? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>Con respecto a lo que es promoción turística he observado en las redes sociales como Facebook y también Instagram, pero más que todo también he visto publicaciones no solo con respecto al turismo sino también de otros ámbitos con respecto a diversos temas que se ven en la Punta, como son las ciudades y la playa, eventos que se realizan y cosas así.</p> <p>4. ¿Ha asistido a las actividades turísticas de la municipalidad que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?</p> <p>Si claro como ciudadano del distrito he asistido para el aniversario de la Punta, siempre casi todos los años, en esa fecha se realizan recorridos a lo largo de las playas, también actividades deportivas que son costumbre de aquí, actividades al aire libre lo que es correr, trotar. En otras fechas específicas también.</p> <p>5. ¿En qué otras plataformas informáticas promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?</p> <p>Bueno en el tema de radio y televisión no he visto, bueno no me he percatado porque no ha sido mucho, la radio no se escucha en estos tiempos.</p>

6. ¿Qué eventos realizan en la página web u otros medios digitales para promover el circuito de playas de La Punta-Callao por parte de la municipalidad?

Eventos deportivos, eventos que se realizan para surfistas y más que todo eso.

7. ¿Qué opina sobre la sección turística de la página web de la municipalidad de La Punta? ¿Promociona el circuito de playas?

Me parece muy pobre, pobre en el aspecto que podrían plasmar mejor información acerca del turismo, acerca de las playas ya que son el centro de las visitas de los turistas aledaños a la zona, también he visto que aparte de lo que tiene que ver con el circuito de las playas, la página contiene otros o promocionan otras cosas que no tienen que ver nada con el turismo.

## **II. SOBRE MAILING A CENTROS EDUCATIVOS**

1. ¿Sus hijos o sobrinos han recibido información de parte de la municipalidad en su colegio sobre los recorridos turísticos del circuito de playas en La Punta? ¿Con qué frecuencia? Podría detallarnos su respuesta por favor

No tengo hijos, pero si me he percatado que realizan recorridos los niños del colegio, he visto una o dos veces al año que se han realizado estos recorridos, pero con poca frecuencia.

## **III. SOBRE MERCHANDISING:**

1. ¿Ha podido ver que la municipalidad reparta souvenirs o trípticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor.

De parte de la municipalidad no he visto, aunque si he visto volantes de los eventos que realizarán, por ejemplo, cuando el año pasado se abrió una feria en la plaza central para venta de artesanías y recuerdos característicos del país.

2. ¿Qué tipo de merchandising se ofrece para promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

He visto que hay artesanías, polos, llaveros, he visto también gorros y bueno en realidad un montón de cosas que son bien llamativas, bien coloridas para adquirir y poseer un recuerdo de la Punta que es bien bonito.

3. ¿Cuál es el mensaje que quiere reflejar el merchandising que se da al promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Quiere reflejar lo que son playas y aves que se encuentran en la zona, quiere reflejar su gente.

4. ¿Ha adquirido o recibido de parte de la municipalidad souvenirs que promocionan el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Yo he adquirido estos souvenirs, me llama mucho la atención poder comprar recuerdos de mi distrito.

5. ¿Con qué frecuencia la municipalidad realiza recorridos turísticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Bueno considero que no muy seguido, a la municipalidad le falta mucho poder aprovechar este tema del turismo, si he visto turistas que visitan el lugar y que son traídos gracias a los guías o se podría decir a las agencias de viajes que contratan.

6. ¿En qué puntos de la ciudad ha podido ver que la municipalidad brinda información turística sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

En el caso de dudas o consultas se le puede hacer a los miembros de seguridad que portan su chaleco amarillo mayormente están en las calles, ellos los encuentras en diversos puntos del distrito o sino acá al costado del CIAM se encuentran a toda hora, a ellos se le puede consultar.

## TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 07

Nombre del investigadora/entrevistadora: Cesar Roel

Nombre de la población: La Punta

Fecha y hora de la entrevista: 23 de septiembre del 2020, 1pm

Fecha de llenado de ficha: 25 de septiembre del 2020, 11pm

Tema: Estrategias de promoción turística

Informante: Poblador

Contextualización:

Observaciones:

Evidencia fotográfica:

Duración de entrevista: 15 minutos

I. **SOBRE PAGINA WEB 2.0:**

1. ¿Puede ver en la página web de la municipalidad información turística sobre el circuito de playas de La Punta? ¿Qué le pareció? Podría detallarnos su respuesta por favor

En la página web si encontramos información, pero muy poco, encontramos información de diversas áreas, con referente al turismo si he podido observar un mapa en la página sobre las calles, avenida y lugares turísticos que todo visitante y bueno cualquier persona que ingrese puede observar con facilidad, además también hay imágenes y video sobre los lugares de la Punta.

2. ¿La información turística sobre el circuito de playas de La Punta se actualiza constantemente? podría detallar su respuesta

Sobre el turismo no, pero si se sube contenido constante sobre otros temas interesantes para los ciudadanos, más actualmente con esa situación que estamos enfrentando toda la humanidad.

3. ¿Qué otras plataformas digitales promocionan el circuito de playas de La Punta-Callao? Podría detallarnos su respuesta por favor

En el Facebook allí hay información que también se sube en la página web, con referente al turismo claro que sí, más que todo varios videos publicitarios en diferentes fechas, por ahora he visto que todo eso lo han dejado de lado, pero seguro todo eso retomarán los encargados en el siguiente año.

4. ¿Ha asistido a las actividades turísticas de la municipalidad que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?

Si, hace dos años atrás pude asistir al concurso de reno Puneño que se realizó por parte de la municipalidad, y claro en el 2019 también se realizaron los juegos deportivos panamericanos en las cuales hubo concursos de remos acá en la Punta, en tema de promoción eso ayudo un montón.

5. ¿En qué otras plataformas informáticas promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?

Existe radio y periódico que son de acá del distrito de la Punta, incluso el periódica también tiene sus redes sociales, pero no hay mucho sobre el tema de publicidad o promoción.

6. ¿Qué eventos realizan en la página web u otros medios digitales para promover el circuito de playas de La Punta-Callao por parte de la municipalidad?

Eventos deportivos y el evento de Mistura que también se realiza constantemente en las plazas, más que todo en el aniversario que es en el mes de octubre, la noche veneciana donde se presentan artistas.

7. ¿Qué opina sobre la sección turística de la página web de la municipalidad de La Punta? ¿Promociona el circuito de playas?

Si, aparecen fotos y videos del paisaje que hay en la Punta durante las puestas de sol y fotos panorámicas de las playas y los paseos que se realizan a la isla San Lorenzo.

## **II. SOBRE MAILING A CENTROS EDUCATIVOS**

1. ¿Sus hijos o sobrinos han recibido información de parte de la municipalidad en su colegio sobre los recorridos turísticos del circuito de playas en La Punta? ¿Con qué frecuencia? Podría detallarnos su respuesta por favor

Si eso es común de realizarse en los colegios, bueno será 1 a 3 veces al año que se realizan.

2. ¿Qué eventos ha recibido en los afiches digitales sobre el turismo que se realiza en el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Los recorridos turísticos no solo en las playas sino también en el museo, eventos por el aniversario y eventos deportivos para que participen.

3. ¿Ha participado en los talleres enviados a través de los afiches digitales por parte de la municipalidad sobre la promoción turística del circuito de Playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

No, jamás he tenido la oportunidad de participar, bueno mi sobrino si, para los aniversarios.

### **III. SOBRE MERCHANDISING:**

1. ¿Ha podido ver que la municipalidad reparta souvenirs o trípticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Jamás he visto, siento que ellos se concentran más en lo digital, en informarnos y promocionar la Punta por medio de las redes sociales y de la página.

2. ¿Qué tipo de merchandising se ofrece para promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

He visto que los ciudadanos venden polos, camisetas, gorras y muchos más souvenirs.

3. ¿Cuál es el mensaje que quiere reflejar el merchandising que se da al promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Bueno plasmar a la Punta como un lugar cálido, un lugar de sol y playa, resaltando sus playas que es por lo que mayor recibimos visitantes, y bueno por lo que la gente decide visitar el lugar.

4. ¿Ha adquirido o recibido de parte de la municipalidad souvenirs que promocionan el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Recibido no, pero si he comprado, tengo varios en casa, como cuadros y gorros, cuadros del paisaje de la Punta y gorros que mayormente se vende porque acá en la Puna sale un sol radiante y fuerte.

5. ¿En qué puntos de la ciudad ha podido ver que la municipalidad brinda información turística sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Al costado del CIAM se encuentran varios del personal autorizado en brindar información, también en la municipalidad.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS
Número de registro: 08
Nombre del investigadora/entrevistadora: Alejandra Dávila
Nombre de la población: La Punta
Fecha y hora de la entrevista: 23 de septiembre del 2020, 1pm
Fecha de llenado de ficha: 25 de septiembre del 2020, 11pm
Tema: Estrategias de promoción turística
Informante: Poblador
Contextualización:
Observaciones:
Evidencia fotográfica:
Duración de entrevista: 15 minutos
<p><b>I. SOBRE PAGINA WEB 2.0:</b></p> <p>1. ¿Puede ver en la página web de la municipalidad información turística sobre el circuito de playas de La Punta? ¿Qué le pareció? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>Si visualizo mucho en la página web. Me parece muy buena encuentro diversidad de publicidad muy creativa que seguro atraerá a muchas personas de muchos distritos aledaños a la Punta, no solo suben de las playas también eventos en general como aniversarios paseos maratones mi hija en el colegio antes de la pandemia también participó de esos recorridos.</p> <p>2. ¿La información turística sobre el circuito de playas de La Punta se actualiza constantemente? podría detallar su respuesta</p> <p>Constantemente no de vez en cuando si vi lo actualizan, pero me parece que son muy buenas sus publicaciones porque son puntuales sobre lo que es la Punta su gente sus calles sus hermosas playas La punta es un lugar muy tranquilo llevo toda mi vida viviendo aquí y hay personas que vinieron de visita y se quedaron viviendo actualmente mi distrito es lo mejor creo yo.</p> <p>3. ¿Qué otras plataformas digitales promocionan el circuito de playas de La Punta-Callao? Podría detallarnos su respuesta por favor</p> <p>He visto en Facebook, Instagram mucha promoción turística pero antes no sabría decirle señorita porque antes de la pandemia estuve trabajando (risas)</p>

me parece que sería bueno que también lo puedan hacer a través de Instagram jamás vi una publicidad sobre turismo o poder invertir algo de dinero en publicitar por Facebook sería una buena iniciativa para que muchas personas puedan visitar a la Punta.

4. ¿Ha asistido a las actividades turísticas de la municipalidad que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?

Asistí a algunas antes no tenía mucho tiempo porque trabajaba y estudiaba que yo recuerde fueron un recorrido con un bus pequeño de dos pisos después a un campeonato de surf que fue a mirar a un sobrino que destaca en ese deporte siempre termino ganando es muy bueno y que recuerde a se me olvidaba que el campeonato de remos es muy común en la punta siempre se realizan, en el 2019 acudí al evento que se realizó en la Punta los juegos panamericanos estuve orgullosa de mi distrito.

5. ¿En qué otras plataformas informáticas promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas de La Punta?

Jamás vi alguna publicación sobre las actividades, pero creo que si hicieran un concierto si le hicieran mucha publicidad a veces pensamos que todo es beber o conciertos eso es un peligro para nosotros.

6. ¿Qué eventos realizan en la página web u otros medios digitales para promover el circuito de playas de La Punta-Callao por parte de la municipalidad?

He visto que el surf, el remo y maratón es lo que mayormente se hace en mi distrito y lo que veo que se hace mucha publicidad.

7. ¿Qué opina sobre la sección turística de la página web de la municipalidad de La Punta? ¿Promociona el circuito de playas?

Me gusta mucho en mi opinión personal muy colorida mucha creatividad también vi por ahí videos e imágenes que mostraban lo que tenemos en la Punta. Si, promocionar el mar es lo más hermoso que tenemos en la Punta y lo que atrae a muchos turistas.

## **II. SOBRE MAILING A CENTROS EDUCATIVOS**

1. ¿Sus hijos o sobrinos han recibido información de parte de la municipalidad en su colegio sobre los recorridos turísticos del circuito de playas en La Punta? ¿Con qué frecuencia? Podría detallarnos su respuesta por favor

Mi hija muchas veces regresando del Colegio regresaba con unos afiches que mostraba el circuito de playas, mi hija estudia muy cerca de acá, me comentó que un señor que estaba fuera de la municipalidad se lo había entregado.

2. ¿Qué eventos ha recibido en los afiches digitales sobre el turismo que se realiza en el circuito de playas de la Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Digitales si muy pocos algunas veces me llego, pero fue porque un vecino me envió al WhatsApp sobre la maratón y si no me olvido también por un concurso de surf.



3. ¿Ha participado en los talleres enviados a través de los afiches digitales por parte de la municipalidad sobre la promoción turística del circuito de Playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

No participé.

### III. SOBRE MERCHANDISING:

1. ¿Ha podido ver que la municipalidad reparta souvenirs o trípticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

No he visto souvenirs ni tampoco afiches si tengo vecinos que viven aquí muy cerca que tienen su negocio donde venden gorras, posavasos, mandiles para nosotras las mujeres muy bonitas, por cierto.

2. ¿Qué tipo de merchandising se ofrece para promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Como le contaba los gorros, posavasos, llaveros, mandiles esos son los más comunes que vi que se venden.

3. ¿Cuál es el mensaje que quiere reflejar el merchandising que se da al promocionar el circuito de playa de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Lo hermosos que es la Punta lo cálido que es en verano su gente las calles limpias y ordenadas solo que creo que en ver.ado debería haber mucho más orden y claro que los que puedan visitarnos cuidar las playas que es lo más hermosos que tenemos.

4. ¿Ha adquirido o recibido de parte de la municipalidad souvenirs que promocionan el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

Tuve la oportunidad de comprar el mandil y unos cuantos llaveros de la Punta siempre los llevo a donde vaya unos son de bronce muy bonitos.

5. ¿Con qué frecuencia la municipalidad realiza recorridos turísticos sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

De vez en cuando ahora por la pandemia se paralizó todo hacer un recorrido en la Punta es lo mejor se respira aire puro el hermoso mar que se ve mi hija le gusta mucho acompañarme cuando voy al recorrido de las playas se alegra demasiado.

6. ¿En qué puntos de la ciudad ha podido ver que la municipalidad brinda información turística sobre el circuito de playas de La Punta? Podría detallarnos su respuesta por favor

A las afueras de la municipalidad a veces hay personas con chalecos fosforescentes que nos brindan información en los paraderos también se puede ver.

Anexo 6: Transcripción de observación

**FICHA DE OBSERVACIÓN N° 01**

Lugar de la observación: \_\_ Callao \_\_\_\_\_


Fecha de la Observación: \_15 de octubre \_\_\_\_\_

Hora de inicio de la Observación: \_\_\_\_ 10:00 am \_\_\_\_\_

Hora de término de la Observación: \_12:00 pm \_\_\_\_\_

Responsable de la Observación: \_\_\_\_ Sandra Noemi Chunga Purizaca \_

TEMA: ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

COMPONENTE: PÁGINA WEB 2.0
Subcomponente: Instrumento
Tipo de información turística sobre el circuito de playas que encontramos en la web
<p>Al ingresar a la página web de la municipalidad Distrital de la Punta podemos observar fotos panorámicas del distrito del paisaje de las playas sea de atardecer y de anochecer, además se aprecia un vídeo sobre las actividades que se desarrollan en las playas, junto con las medidas de seguridad y limpieza que se lleva a cabo durante las temporadas de verano. Por otro lado, apreciamos un área dentro de lo que es gestión municipal una opción que es sobre el Turismo, dentro de esta opción podemos observar un mapa sobre los lugares turísticos, calles y jirones que son pertenecientes al distrito, enumerando los lugares del 1 al 25.</p> 
Seguimiento o referencias a la página web

<p>Con respecto a lo que es el turismo en diversos tiempos en que se realiza la observación no se realizó ningún cambio con respecto a la información que engloba el turismo en el distrito.</p>
<p>Otros recursos digitales (tv, radio)</p>
<p>Dentro de lo que es otros recursos digitales como radio y televisión no promocionan lo que es el turismo de la Punta, solo desarrollan acontecimientos relacionados a otros aspectos que engloba al distrito.</p>
<p>Subcomponente: Actividades</p>
<p>De qué manera promocionan las actividades turísticas que se pueden realizar en el circuito de playas</p>
<p>Las actividades turísticas que se realizan en el distrito de la Punta se promocionan a través de la página web, redes sociales, en periódicos virtuales y páginas virtuales.</p>
<p>Otras plataformas informáticas promocionan las actividades turísticas (redes sociales)</p>
<p>Las actividades turísticas que se realizan en el distrito de La Punta, se promocionan en plataformas informativas como en las redes sociales de Facebook e Instagram, la municipalidad cuenta con sus propias páginas en la cual difunden información turística. En estas podemos encontrar diversos eventos que se han realizado para que participen los ciudadanos y puedan presenciar los eventos deportivos.</p>
<p>Eventos que realizan en la página web u otros medios digitales para promover el circuito de playas</p>
<p>En la página web y en las redes sociales mencionan las actividades turísticas que se realizan en el distrito, estos son eventos deportivos que se desarrollan junto a las playas como campeonatos de voleibol de playa, asimismo también se desarrollan guías para visitar y conocer los animales que habitan a lo largo de la playa en especial las aves que habitan en la playa la Arenilla.</p>
<p>SUBCOMPONENTE: Comunicación</p>
<p>opiniones sobre la información que se brinda en las web u otras plataformas digitales</p>
<p>Recibe buenas opiniones sobre la información que se brinda en estos medios ya que sirven de mucho para mantener informados a los ciudadanos. Constantemente se actualiza información sobre sucesos que se realizan.</p>

## Anexo 7: Matrices de codificación

Categoría	Objetivos específicos	Ítems de la entrevista	Testimonios	Categorización			Análisis ítem por ítem
				Si	No	Otros	
Página web 2.0	Analizar la promoción turística que realiza la municipalidad de La Punta en la página web 2.0 sobre el circuito de playa La Punta-Callao, 2020	Ítem 1	7 pobladores 1 gestor municipal	Si	No	Otros	Análisis integral ítem 1
		Ítem 2	7 pobladores 1 gestor municipal	Si	No	Pocas Veces, no precisa	Análisis integral ítem 2
		Ítem 3	7 pobladores 1 gestor municipal	Redes Sociales	Noticias	Otros	Análisis integral ítem 3
		Ítem 4	7 pobladores 1 gestor municipal	Si	No	Otros	Análisis integral ítem 4
		Ítem 5	7 pobladores 1 gestor municipal	Redes Sociales	Radio	Otros	Análisis integral ítem 5
		Ítem 6	7 pobladores 1 gestor municipal	Fechas tradicionales , festivos	festividades, o eventos no tradicionales	Otros	Análisis integral ítem 6
		Ítem 7	7 pobladores 1 gestor municipal	Si	No	Otros	Análisis integral ítem 7
		Ítem 8	7 pobladores 1 gestor municipal	Muy buenas	Regulares	No tan buenas	Análisis integral ítem 8
Mailing a centros educativos	Evaluar el mailing a centros educativos para el circuito de playa La Punta, Callao de parte de la municipalidad, 2020	Ítem 9	7 pobladores 1 gestor municipal	Si	No	Poco frecuente, indeciso o no precisa	Análisis integral ítem 9
		Ítem 10	7 pobladores 1 gestor municipal	Local	Interdistrital	Regional	Análisis integral ítem 10
		Ítem 11	7 pobladores 1 gestor municipal	Recorridos turísticos	Performance o presentaciones	Otros	Análisis integral ítem 11
		Ítem 12	7 pobladores 1 gestor municipal	Si	No	No precisa , no responde	Análisis integral ítem 12
Merchandising	Describir el merchandising de la promoción turística del circuito de playa La Punta, Callao de parte de la municipalidad, 2020	Ítem 13	7 pobladores 1 gestor municipal	Si	No	Otros	Análisis integral ítem 13
		Ítem 14	7 pobladores 1 gestor municipal	Vestimenta	Adornos y útiles	Otros	Análisis integral ítem 14
		Ítem 15	7 pobladores 1 gestor municipal	Varias estrategias	Una estrategia o pocas	Ninguna estrategia	Análisis integral ítem 15

		Ítem 16	7 pobladores 1 gestor municipal	Seguridad	Resaltar el recurso de playas	Otros	Análisis integral ítem 16
		Ítem 17	7 pobladores 1 gestor municipal	Si	No	Otros	Análisis integral ítem 17
		Ítem 18	7 pobladores 1 gestor municipal	Pocas veces	A menudo	No precisa	Análisis integral ítem 18
		Ítem 19	7 pobladores 1 gestor municipal	Otros	En los puntos céntricos de la ciudad	En varios lugares , o en ningún lugar, u otros	Análisis integral ítem 19

## Anexo 8: Consentimiento informado

### Carta de Consentimiento informado

Yo, José Sánchez Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad para el circuito de playa La Punta, Callao, 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.


Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 23/09 del 2020

  
Firma de la participante

  
Firma del investigador

Celular N° 957038397

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [noemichp16@gmail.com](mailto:noemichp16@gmail.com)

### Carta de Consentimiento informado

Yo, Roberto Ramirez Corti Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad para el circuito de playa La Punta, Callao, 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, ... 23/09 ... del 2020

  
Firma de la participante

  
Firma del investigador

Celular N° 957038397

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [noemichp16@gmail.com](mailto:noemichp16@gmail.com)

**Carta de Consentimiento informado**

XLFONSO D'ANGELO COLODA

Yo,..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad para el circuito de playa La Punta, Callao, 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, ....23/09....del 2020

  
Firma de la participante

  
Firma del investigador

Celular N° 957038397

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador noemichp16@gmail.com



### Carta de Consentimiento informado

Yo Gisela D'Angelo Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad para el circuito de playa La Punta, Callao, 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, 23/09/20 del 2020

  
Firma de la participante

  
Firma del Investigador

Celular N° 957038397

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [noemichp16@gmail.com](mailto:noemichp16@gmail.com)

### Carta de Consentimiento informado

Yo, Jose Costantino Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad para el circuito de playa La Punta, Callao, 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, ...23/09...del 2020

  
Firma de la participante

  
Firma del investigador

Celular N° 957038397

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [noemichp16@gmail.com](mailto:noemichp16@gmail.com)

### Carta de Consentimiento informado

Yo, Fernando Garay..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Estrategias de promoción turística por parte de la municipalidad para el circuito de playa La Punta, Callao, 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Lima, ...30-09...del 2020

  
Firma de la participante

  
Firma del investigador

Celular N° 957038397

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [noemichp16@gmail.com](mailto:noemichp16@gmail.com)

## **ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS**

Siendo las 10:15 horas del 18/12/2020, el jurado evaluador se reunió para presenciar el acto de sustentación de Tesis titulada: "ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA POR PARTE DE LA MUNICIPALIDAD PARA EL CIRCUITO DE PLAYA LA PUNTA, CALLAO, 2020", presentado por el autor CHUNGA PURIZACA SANDRA NOEMI estudiante de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA.

Concluido el acto de exposición y defensa de Tesis, el jurado luego de la deliberación sobre la sustentación, dictaminó:

<b>Autor</b>	<b>Dictamen</b>
SANDRA NOEMI CHUNGA PURIZACA	Excelencia

Firmado digitalmente por:  
CLOBATONG el 24 Dic 2020 15:07:21

---

**CARLOS AUGUSTO LOBATON  
GUTIERREZ  
PRESIDENTE**

Firmado digitalmente por: GARCIAGAA el  
26 Dic 2020 08:48:14

---

**ANCELMO GARCIA GARCIA  
SECRETARIO**

Firmado digitalmente por: FHUAMANIPA el 23  
Dic 2020 23:30:31

---

**FRANK DAVID HUAMANI PALIZA  
VOCAL**