



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN
PÚBLICA**

Consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística
en una entidad pública, Sullana – 2023

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión Pública

AUTOR:

Rojas Escudero, Maria Jose (orcid.org/0000-0002-6874-8619)

ASESOR:

Dr. Beraun Beraun, Emil Renato (orcid.org/0000-0003-1497-6613)

CO-ASESOR:

Dr. Merino Núñez, Mirko (orcid.org/0000-0002-8820-6382)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Políticas Públicas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA - PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedicado a Dios, a la Virgen, a mis ángeles en el cielo que siempre me cuidan y me protegen siempre.

Con mucho amor y cariño a mis seres queridos que han estado apoyándome en cada paso que doy para salir adelante como persona y profesional,

A mis amigos y amigas, que han estado ahí dando ánimos cuando empecé esta travesía.

A mí misma, porque a mi corta edad de 24 años, me siento orgullosa de lo que estoy logrando como es tener el grado profesional de Magister que creía que era imposible siendo uno de mis sueños y metas cumplidas.

AGRADECIMIENTO

A mi casa de estudios la Universidad César Vallejo.

A mis docentes que he tenido a lo largo de la Maestría en Gestión Pública.

A los participantes de esta investigación, donde brindaron sus aportes y conocimientos los cuales serán reflejados en este estudio, esperando que algún día las cosas en mi amada provincia de Sullana cambien para bien.

A mi docente del último ciclo el Dr. Emil Beraun por su paciencia, tiempo, dedicación y sobre todo sus enseñanzas a lo largo del curso que me han ayudado en mi desarrollo profesional.

A quien consulte mi tesis, esperando que pueda ser fuente de futuras investigaciones para que pueda haber un cambio en nuestra realidad.

.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
II. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	15
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.....	16
3.3. Escenario de estudio.....	16
3.4. Participantes.....	17
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	17
3.6. Procedimiento.....	17
3.7. Rigor científico.....	18
3.8. Método de análisis de datos.....	18
3.9. Aspectos éticos.....	18
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	20
V. CONCLUSIONES.....	32
VI. RECOMENDACIONES.....	34
REFERENCIAS.....	36
ANEXOS.....	42

RESUMEN

A inicios del 2020 el Perú se declaró en estado de emergencia, prohibiendo el ingreso de turistas, viéndose perjudicado el sector Turismo siendo el gran generador de ingresos a los empresarios de mencionado rubro. Se planteó como objetivo general analizar las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística de una entidad pública, Sullana – 2023. Se desarrolló un enfoque cualitativo de tipo aplicada, de profundidad descriptiva – explicativa, se basa en un estudio de casos, de método hermenéutico y de triangulación conociendo un poco más el manejo de la entidad pública ante una crisis, el estudio se realizó en la Provincia de Sullana. Se planteó como técnica la entrevista y como instrumento la guía de entrevista, los participantes estuvieron conformados por ex funcionario público, aliados estratégicos del sector turismo, pobladores, periodista y licenciado en Turismo con 5 instrumentos distintos, para cumplir con los objetivos, sin perder la esencia de la categoría, luego de efectuado el análisis de información obtenida. Se concluye que las consecuencias de la pandemia aún se sufren, tomando tiempo para reactivar el sector turismo. Se recomienda contar con un plan estratégico para futuras crisis de enfermedades, esto permitiendo entender de una mejor perspectiva las interrogantes planteadas.

Palabras clave: Turismo, gestión turística, entidad pública, promoción turística, pandemia COVID – 19, Sullana.

ABSTRACT

At the beginning of 2020, Peru declared a state of emergency, prohibiting the entry of tourists, being harmed the tourism sector being the great generator of income to the entrepreneurs of that area. The general objective was to analyze the consequences of the COVID-19 pandemic in the tourism promotion of a public entity, Sullana – 2023. A qualitative approach of applied type, of descriptive - explanatory depth was developed, based on a case study, hermeneutic method and triangulation knowing a little more about the management of the public entity in the face of a crisis, the study was carried out in the Province of Sullana. The interview was proposed as a technique and as an instrument the interview guide, the participants were made up of former public official, strategic aliases of the tourism sector, residents, journalist and graduate in Tourism with 5 different instruments, to meet the objectives, without losing the essence of the category, after the analysis of information obtained, It is concluded that the consequences of the pandemic are still suffered taking time to reactivate the tourism sector, it is recommended to have a strategic plan for future disease crises, this allowing to understand the questions raised in a better perspective.

Keywords: Tourism, tourism management, public entity, tourism promotion, COVID – 19 pandemic, Sullana.

I. INTRODUCCIÓN

El turismo es un pilar fundamental con diversos estilos, es una actividad social y económica que contribuye al progreso de las naciones que cuentan con un legado histórico, una gran diversidad de flora y fauna, una cultura viva que son aprovechados por los estados para exhibirlos al mundo, obteniendo recursos económicos que contribuyen a mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos, pero, al presentarse la crisis sanitaria, producto del virus COVID 19, siendo un fenómeno mundial, donde traspasó los confines de la mayor parte de los países del mundo, provocando una enorme perturbación en el sector turístico, los estados no pueden quedar inmóviles ante esta realidad, por lo que las instituciones públicas y privadas son clave para la recuperación de esta actividad durante y después de la pandemia, Julca (2020).

Muchas de las empresas involucradas se vieron perjudicadas, cerrando sus negocios artesanales, empresas dedicadas a brindar el servicio de gastronomía, los prestadores de servicios (agencias de viajes) quienes tuvieron que cancelar todas las reservaciones por la cuarentena, en vista que se presentaba una alta demanda de personas infectadas. En el caso de los servidores públicos frenaron sus actividades no sabiendo como actuar ante un hecho sui géneris que sólo se había presentado en el mundo de la fantasía y de lo irreal a pesar del progreso de los grandes emprendimientos contando con avances científicos y tecnológicos que se dan a nivel planetario en el sector salud.

En el ámbito internacional, según Lomas y Plúas (2020) en su revista científica comenta que Ecuador es país tradicionalista con varias ciudades con creencias transmitidas de generación en generación y con una alta promoción turística territorial en tiempo de festividades, esta investigación permitió a los gobiernos locales identificar los pasos a considerar para mejorar el trato del ciudadano y el servicio turístico del lugar a los visitantes nacionales e internacionales. Cabe destacar como una de las principales causas fue la desorganización de las comunidades de acogida y la escasa diversificación de la oferta turística que derivó en la inestabilidad del turismo religioso y el consiguiente descenso en el incremento territorial y económico, dando lugar a una línea estratégica de administración turística local permitiendo el bienestar de la ciudad y la imagen turística de la ciudad.

En América Latina los gobiernos locales tienen como obligación: a) velar por la comunidad que representa, b) brindar los servicios gubernala asistencia pública y c) el progreso integro, sostenible y acordado, lo que mencionan tanto en sus campañas políticas para que la población vote por ellos al brindar esa confianza, siendo el propósito principal del papel del gobierno local es promover el desarrollo general, esto no se ha desarrollado completamente en las realidades nacionales debido a las importantes limitaciones en la gestión del apoyo a la población y la infraestructura local o cuestiones relacionadas con la gestión de inversiones de los proyectos de equipamiento en la zona según lo comenta Rojas (2006, p.27) citado por Cotrina (2021).

El estado peruano cuenta entre su conjunto de normas jurídicas, la Ley Orgánica de Municipalidades – Ley N° 27972, instituida de manera democrática, descentralizada y única para el progreso en acción de la nación, a nivel nacional, donde los gobiernos municipales se siguen desarrollando lentamente ya que muchos de ellos no cumplen con las expectativas de los ciudadanos peruanos debido a que no pueden con su trabajo, especialmente en la promoción del turismo que es una parte fundamental de toda gestión pública contando con escaso personal capacitado y apto para realizar las funciones correspondientes y coordinar con los aliados estratégicos haciendo uso de sus conocimientos y experiencias de los aliados estratégicos y poder activar el turismo.

La región Piura, en los ámbitos de los gobiernos distritales y provinciales no están muy alejadas de estos contextos, pero que están mejorando poco a poco para hacer algo creando los espacios donde las autoridades pertinentes y los gestores públicos trabajen de forma conjunta para el desarrollo de la promoción turística, pero que aún no hay políticas regionales favorables para brindar las oportunidades necesarios y realizar excelente gestión por parte de las entidades públicas del estado y los actores involucrados en el turismo.

Como es de conocimiento en todos sectores públicos en especial en los municipios locales (provinciales y distritales) contratan o designan personal no especializados en la materia siendo uno de los factores que perjudican al sector turismo por escasa preparación profesional de los encargados, designación de personal como agradecimiento a los favores políticos o el deficiente diseño de

estructura organización y funciones del personal que trabaja en el área que no vela por el incremento e impulso turístico en la provincia de Sullana.

La problemática del estudio está enfocada en dos variables, ya que las gestiones municipales, unas que otras cuentan con las áreas o subgerencias que velen por la promoción turística, no contando con el personal capacitado y acto de acuerdo a los reglamentos de ley N° 31419 donde señala que todo funcionario público debe cumplir de acuerdo a la especialidad de la oficina encomendada, en estos casos en la provincia de Sullana no cuenta con tal personal capacitado para realizar para la activación de la un plan estratégico para promover la actividad turística e interés a la población para conocer su historia, costumbres, tradiciones, entre otros: Como se sabe en la situación de la pandemia en el 2020 el turismo fue el más afectado, sin dejar de lado que la oficina de Turismo de la entidad pública municipal de Sullana, no cuenta con un proyecto fundamental o estratégico para rescatar el turismo en esos tiempos de crisis impidiendo la reactivación económica, por ende, el propósito de este estudio está encaminado a describir lo significativo que es para la provincia contar con una buena gestión municipal y promoción turística como respuesta a la pandemia Sullana 2023.

En relación a la realidad problemática se formuló como **problema de estudio**: ¿Cuáles son las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística, Sullana – 2023? Así mismo, como **problemas específicos** se formularon las siguientes interrogantes: (1) ¿Qué características en cuanto a perfil de puesto tienen los trabajadores en esa entidad, Sullana – 2023?, (2) ¿Cuáles son las consecuencias COVID -19 en la gestión turística, Sullana – 2023?, (3) ¿Cómo afronto la entidad estos problemas por producto de la pandemia, Sullana – 2023?.

Este estudio tiene como **justificación teórica**, se espera que los resultados obtenidos sean complementarios y se utilizarán para facilitar una mejor gestión comunitaria de las promociones turísticas realizadas para Sullana, beneficiando al sector turístico y a la comunidad en general. En la **justificación práctica** se obtendrá a través de la entrevista utilizada para el estudio contribuirá a la solución de los problemas de mejoras que existente en la gobernanza, los servicios, las finanzas y la promoción turística. Y por último y no menos importante está **justificación conveniente** este estudio es beneficioso ya que los gobiernos locales

necesitan desarrollar y trabajar para fomentar el turismo logrando un favorable impulso turístico de valor y favoreciendo a toda una serie de actores que impulsan el sector económico.

Con la finalidad de hacer frente a esta problemática se plantea como **objetivo general**: Analizar las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística de una entidad pública, Sullana – 2023. Y como **objetivos específicos**: O1. Identificar si los trabajadores de la oficina de turismo cumplen con el perfil profesional, Sullana – 2023, O2. Identificar las consecuencias del COVID -19 en la gestión turística, Sullana – 2023, y O3. Identificar la toma de decisiones que realizó la entidad pública ante la pandemia, Sullana – 2023.

II. MARCO TEÓRICO

Con la finalidad de proporcionar una mejor comprensión se realizó soporte científico se detallarán antecedentes, siendo factor de impacto para estudio de acuerdo a las variables trabajadas en esta investigación.

En antecedentes internacionales se cuenta con los siguientes autores:

Martínez y Cruz (2022) en su ensayo de investigación, comenta que la situación del entorno turístico es cambiante en el que se desarrolla el turismo, y cómo ha cambiado este debido a los nuevos estilos de vida de los viajeros post – pandemia, surgieron cambios en la actividad turística durante el periodo de restricción y el cambio del futuro en el turismo. Se concluye tal y como se menciona en ambas variables de investigación la gestión turística y el turismo se han visto perjudicados por la pandemia y no pudo tener acogida por los turistas, lo mismo sucedió en varias partes del mundo incluyendo la provincia de estudio, brindando un aporte e importancia que en la realidad el turismo es un sector cambiante habiendo diferentes métodos de poder llegar al turista.

Según Bendahan (2022) en su tesis de maestría tiene como objetivo realizar un diagnóstico sobre la potencialidad turística de los barrios de la comuna que incluya a la comunidad receptora, tipo de estudio fue mixta, con la metodología empleada de guía de entrevistas y cuestionarios como participante de la actividad turística. Se concluye que, la falta de información actualizada, es imperativo no solo realizar investigaciones, sino también enfocarse en los nuevos turistas en este nuevo turismo del siglo XXI, con diferentes gustos, preferencias y valores, para evaluar los atractivos encontrados. también se ha propuesto, crear coexistencia de diversas formas de turismo, el aporte y la importancia del antecedente es que la provincia de estudio cuenta con grandes atractivos turísticos que falta por promocionar.

Cruz et al. (2022) en su revista, comenta que los gobiernos están tomando medidas para gestionar mejor los flujos de visitantes a los lugares, donde la actividad turística ha sido la más afectada por los recientes acontecimientos del virus COVID-19, con el fin de asegurar el desarrollo y resurgimiento del turismo. Se concluye que los gobiernos deben trabajar articuladamente para brindar un destino seguro tanto a los moradores como los turistas, a raíz de la pandemia la modalidad

de vistas cambio, donde tanto las autoridades como los prestadores de servicio tuvieron que acoplarse a los nuevos protocolos de bioseguridad y la forma de desarrollar sus actividades, el aporte del estudio y la importancia es ver la realidad de todos los gobiernos busquen la forma de mejorar la atención a los turistas en la nueva modalidad.

De igual manera Trujillo (2022) en su proyecto de investigación, tiene como objetivo general crear un nuevo prototipo de fomento para potenciar el turismo en la ciudad de Guaranda de enfoque cualitativo y de carácter descriptivo tipo transversal, señalo que el turismo impulsa a la ciudad a lograr un desarrollo sustancial. Se concluye que la promoción turística es parte fundamental de cada lugar sea reconocido a nivel mundial por sus grandes atractivos turísticos y gastronomía siendo recordado por ello, de gran importancia que aporta la investigación es que una de las variables de estudio concuerda que la promoción turística se debe de desarrollar de una forma estratégica para la atracción de los visitantes, expresando la cultura viva de la provincia y así pueda ser recordada por los turistas.

Como dice Rivas (2022) en su artículo tiene el objetivo de contribuir a la consideración del escenario en el que se desenvuelve actualmente la comunidad turística del país, ocurre cuando la pandemia de COVID-19 provocó un debate internacional sobre las nuevas condiciones que los destinos deben cumplir para satisfacer la demanda de los viajeros después de que se reabrieron las fronteras y se reanudó la confianza en los viajes. Se concluye que a raíz de la pandemia el turismo es el principal sector que se vio perjudicado al no tener una gran demanda turística y después que se abrieron las fronteras, así mismo la provincia de estudio incluyendo los gobiernos deben de cumplir con los protocolos de bioseguridad en todos los atractivos turísticos brindando confianza y seguridad al turista, la importancia de conocer como las comunidades involucradas en el sector turismo han sabido salir adelante y el aporte de las nuevas condiciones que se deberían implementar por la pandemia.

Según Carrasco et al (2021) en su artículo de investigación comenta el proceso de elaboración permite que la administración de los gobiernos locales, la valoración de los recursos locales, las necesidades turísticas y todas las

intervenciones políticas, económicas y sociales lleguen a un consenso y logren sinergias al intervenir en la producción turística a todos los niveles. Se llega a conclusión que la coordinación se logra con el fin de definir y alcanzar metas para un rendimiento favorable de la sociedad en conjunto, en la entidad pública de estudio de vez en cuando se realizan capacitaciones, pero es muy poca la acogida de los prestadores de servicios, sirviendo de apoyo para una buena atención ya que faltaría ese beneficio a favor de ellos para cumplir con los reglamentos de acuerdo al establecimiento.

Rivera (2021) en su tesis de investigación su objetivo es de examinar la gestión turística municipal con el método inductivo-deductivo, estudio mixto con alcance descriptivo, para el desarrollo turístico de la provincia es necesario fortalecer la cooperación público-privada para impulsar el turismo. Se concluye que las unidades municipales realicen acciones siendo de gran importancia como la actualización de directorios turísticos, promoción en internet de atractivos, planificación de promoción turística, finalmente, se señaló que los funcionarios trabajen bajo una estructura organizacional y cuentan con manuales de funciones, trabajando conjuntamente aportando con la variable de estudio promoción turística en una entidad pública si es que llegan a las metas trazadas para lograr un buen trabajo.

En la realidad nacional se cuenta con los siguientes autores:

Salazar (2022) en su tesis de indagación, tuvo como propósito general de realizar propuestas de gestión de los gobiernos locales para el desarrollo turístico post pandemia., fue descriptiva prospectiva de diseño transversal. Se llega a la conclusión que se ha permitido identificar la manera positiva abarcan las funciones municipales, pero en las actividades turísticas no hay visos de gestión siendo de importancia, limitando a otras actividades, por lo que se aporta las propuestas de gestión turística de los municipios deben estar en red con organismos estatales y particulares a nivel local, regional y nacional. un trabajo más estructurado, en tres dimensiones de planificación, operación y gestión, contando que la provincia de estudio cuenta con actividades y recursos turístico más no con el personal capacitado para realizar las funciones correspondientes para promocionar el turismo en la provincia y sus distritos.

Por su parte Bromley (2021) en su tesis de investigación, cuyo propósito es proponer una estrategia de gestión turística para el municipio que pueda promover el desarrollo sostenible del distrito de Pimentel, el estudio es de tipo descriptiva – propositiva y de diseño transaccional, esto está respaldado por las leyes orgánicas y de turismo del gobierno local, utilizando las herramientas de recopilación de datos y mejores diagnósticos del tema abordado. Se concluye que los organismos públicos deben cumplir con los perfiles profesionales del sector turismo para brindar una buena promoción turística, esto incluye a la entidad de estudio de la provincia siendo importante la búsqueda de estrategia y aliados estratégicos donde brinden el aporte de promover la actividad turística de los lugares de estudios o cuales sean los casos.

Viñas (2021) en su trabajo de investigación, su principal fundamento es redactar directrices de turismo regenerativo para el desarrollo turístico del Valle de Huyro, de enfoque cualitativo y de diseño fenomenológico actuando como modelo de gestión, sustentabilidad, innovación y resiliencia, poniendo un punto de partida para evaluar el patrimonio natural y cultural del valle e incluir a Huyro en la estrategia del circuito turístico del Cusco es un modelo sistemático y holístico que le ayude a actualizar sus propuestas de actividad turística, dada la diversidad de la sierra como destino turístico, se concluyó que se han identificado los principales recursos, atractivos y productos turísticos siendo importante haciendo del valle un destino regenerador de investigación cultural y productiva los recursos del estado son conocidos, pero poco visitados, uno de sus inconvenientes radica en la falta de infraestructura, distancia y señalización para llegar a ellos, aportando de manera significativa que no tan solos los atractivos turísticos son los que llaman a los turísticos sino que también la cultura e historia de ellos.

Así mismo Medrano (2020) en su investigación pretende analizar la gestión turística del gobierno local del Callao ante la pandemia, utilizando un enfoque cualitativo, básico y de diseño fenomenológico, para revelar que la administración local está desarrollando productos y servicios con miras a la revitalización económica, a través de planes turísticos, al mismo tiempo que se promueven eficientemente los recursos y flamantes actividades turísticas. Se concluyo que la importancia de una planificación turística es una forma óptima para la reactivación

económica, así mismo las empresas deben de cumplir con los reglamentos oportunos para el turismo post pandemia y las instituciones públicas del sector turístico deben aportar capacitaciones correspondientes para una mejor atención al turista, así mismo brindar certificados llamando la atención de los empresarios del rubro.

Cayotopa (2018) en su revista científica comenta que el estudio pretende como propósito de valorar la gestión turística y sugerir un prototipo de gestión turística integrado y participativo de los gobiernos locales, en el distrito de Zaña, Chiclayo - Perú, de la importancia de los actores sociales, evaluación de los recursos y servicios turísticos. Se concluye que, es de gran importancia potenciar el boceto de la propuesta turística cultural en este distrito, bajo el liderazgo municipal, con la colaboración de los emprendedores y comunidad en general, dependiendo mucho del progreso de este pueblo para el desarrollo turístico, aportando que la provincia de estudio ya cuenta con una alta demanda cultural, como de atractivos turísticos, está faltando una alta promoción, ya que a raíz de la pandemia y el cambio climático de la zona afecta de forma significativamente perjudicando la reactivación de la misma.

A continuación, se detallará la conceptualización de los términos utilizados en esta investigación, recopilados de diferentes autores siendo de gran importancia para dar realce con las siguientes terminologías y variables de categorización correspondientes.

En cuanto al sustento teórico, con respecto a la **primera categoría** de investigación **consecuencias de la pandemia COVID – 19**, donde a inicios del año 2020 en el Perú provocó mucha incertidumbre a todas personas a nivel mundial por ser una enfermedad nueva, siendo algo inexplicable sin cura, afectando la forma en que las personas interactúan entre sí, con muchas personas aisladas y solas, teniendo que acatar las nuevas medidas de bioseguridad (mascarillas, protector fácil, entre otros).

La OMS (2020) lo define que la COVID -19 es llamado también coronavirus, es muy probablemente la crisis de salud más cercana desde la Segunda Guerra Mundial, en solo unas pocas semanas la crisis ha infectado a miles, ha matado a docenas, ha colapsado el sistema de salud y ha dejado escasez de personal y

recursos médicos, después de unos cuantos meses abrieron las fronteras, se encontró como una cura que es la vacuna hasta el momento en la actualidad se cuenta con 4 dosis y se levantó el uso de mascarillas, pero cada persona se tiene que cuidar, muchas personas acataron a vacunarse, otras no por sus creencias y costumbres.

Según Córdova y Rossani (2020) mencionan que La COVID-19 es provocada por el SARS-CoV-2, un virus de la familia de coronavirus que originó dos epidemias zoonóticas previas: el SARS-CoV causó el síndrome respiratorio agudo severo el 2002 y el MERS-CoV causó el síndrome respiratorio de Medio Oriente el 2012. El SARS-CoV-2 es un virus que se encuentra en serpientes, murciélagos y pangolines, entre otros y parece que uno de estos animales inició la cadena de transmisión al ser consumido por varias personas en Wuhan.

Durante los últimos dos años, la pandemia de COVID-19 ha sido el evento más significativo en el ámbito de la salud, el cual ha tenido un impacto negativo en el Perú no solo en términos de salud, sino también en términos sociales y económicos. En Perú se han registrado 2 185 355 casos de infección, 199 727 fallecimientos y una tasa de letalidad de 9.14%. Se prevé que el índice de pobreza para este año aumentará un 29.5%, lo que equivale a los niveles de 2011, lo que representa un retroceso de 10 años. De acuerdo con el año 2019, la población económicamente activa (PEA) disminuyó en 23,6 %. Esto equivale a 1 241 300 personas que han perdido su trabajo formal comenta Castro et al (2021).

Para Barrutia et al (2021) comenta que la pandemia de COVID-19 su expansión ha tenido un impacto negativo en la economía mundial, por lo que la actuación de los gobiernos y las administraciones públicas es crucial para garantizar cambios efectivos y eficientes cuyos resultados puedan promover la recuperación económica a través de la buena gobernanza después del proceso de transmisión. Siendo esta definición la más apropiada para la investigación señalando que las entidades públicas recuperen y apoyen de forma positiva para el progreso de la comunidad en general.

Contando con las siguientes **subcategorías**: (1) según la menciona Castro et al (2021), **promover y fortalecer la participación comunitaria**, con el apoyo político de los gobiernos locales donde se prevé la participación en actividades y/o

proyectos sociales, educativos, respetando los protocolos de seguridad emitida por el Estado para salvaguardar la vida de las personas involucradas de la comunidad, identificando, abordando los problemas y necesidades específicas de manera más efectiva siendo esenciales para el desarrollo sostenible y el bienestar de las comunidades; (2) según la Organización Internacional del Trabajo (2020), comenta la pandemia trajo una **vulnerabilidad económica y laboral**, una caída de la inestabilidad económica más grande en los últimos 100 años, provocando informalidad, en el segmento de trabajadores independientes y dependientes no calificados, personal que vuelve a retomar su trabajo u otros despedidos y las empresas quienes retoman actividades como medio de subsistencia ante la pérdida o disminución total de sus ingresos siendo producto de la pandemia porque la conciencia de la vulnerabilidad económica y laboral puede fomentar la solidaridad y la empatía entre las personas y las comunidades, lo que puede llevar a una mayor cooperación y apoyo mutuo en momentos de necesidad.

Dado que se están analizando las consecuencias del COVID – 19 se cuenta con los siguientes conceptos (a). Pandemia proviene de la palabra griega "pandemos", el término "demos" significa "población" y el término "pan" significa "todos". Sin embargo, "pandemos" es un nombre derivado de la creencia de que la población mundial está sujeta a enfermedades infecciosas que enferman a algunos de ellos. Una pandemia es una enfermedad que se extiende por un país o afecta a todas las personas que viven en una ciudad o región, según la real academia española Asale, (2021).

Por órdenes del gobierno al haber muchos infectados por la pandemia se dispuso a que todos los ciudadanos realicen (b). Cuarentena según la UDD (2020) denominada "Quaranta giorni" en italiano cuando la peste negra azotaba toda Europa y donde tuvieron que poner a los pobladores para comprobar que no estén enfermos y salvaguardar sus vidas, define la cuarentena como aislar y restringir el movimiento de personas que han estado expuestas a una enfermedad infecciosa pero que aún no muestran síntomas, para observar si posteriormente contraen la infección.

Al oír tanto de la pandemia por COVID – 19, en el Perú y en otras partes del mundo se escuchaba mucho de (c). Exceso de mortalidad, llamada así y más

definido por las muertes que hubo a causa de este virus, según la OMS (2020) menciona que se define como la diferencia entre el número total estimado de fallecidos en un lugar, período de tiempo determinado y el número esperado de muertes en ausencia de una situación de crisis (en este caso, una pandemia). Las estimaciones del exceso de mortalidad asociado con la pandemia de COVID-19 incluyen la mortalidad por todas las causas por condiciones climáticas extremas, desastres naturales u otras crisis, como conflictos.

Se seleccionaron las definiciones más representativas desde las perspectivas teóricas de diferentes autores, en cuanto a la **segunda categoría**, denominada **promoción turística**, la cual es una herramienta clave para atraer visitantes a un destino turístico, es una actividad unida por una serie de acciones e instrumentos que cumplen la función de estimular el surgimiento y desarrollo de los desplazamientos turísticos, así como el crecimiento y mejora de las operaciones de las industrias que los utilizan con fines de explotación económica según lo menciona Pérez et al (2011).

Según la Ley General del Turismo N° 29408 en el Art 41 refiere que la promoción turística se realiza de acuerdo con los lineamientos de la industria turística e incluye la implementación y desarrollo de planes estratégicos de turismo en el marco de los lineamientos de la industria y la formulación, aprobación e implementación de planes y estrategia institucional para la promoción turística del país ya sea turismo interno o de receptivo.

Así mismo según Castillo y Castaño (2015) citando a Kotler (1999) comenta que la promoción turística está integrada al marketing, difundiendo los lugares a visitar para futuros turistas o consumidores del turismo generando ingresos económicos y generando una mejor calidad de vida a la población.

Dado es el caso que según Ramírez (2018) citando a Gurria (1997) describe que se tiene un producto y existe un mercado potencial para el sector turismo, en el sentido de que hay consumidores en alguna parte, es fundamental darlo a conocer. Nadie puede consumir lo que no conoce, por lo que será necesario aprovechar al máximo los atractivos y servicios turísticos al alcance del mayor número de personas posible, empleando los medios más eficaces de difusión de la información, para que ese potencial el interés de los turistas se transforma en un

deseo, y ese deseo se transforma en una necesidad genuina, creando nuevas necesidades en el proceso. Esta definición servirá de ayuda para la investigación aportando con las ideas para su desarrollo en la promoción turística.

Contando con las siguientes **subcategorías**: (1) **plan de promoción turística**, tal y como lo menciona Ramírez (2019) citando a Gurria (1997) como toda actividad eficaz la promoción turística requiere de un proceso de planeación, en el cual se debe definir lo siguiente: establecer metas claras y lo que se quiere lograr con el plan publicitario, el mercado disponible para los vendedores, en este caso, lo que se quiere vender siendo estos los sitios turísticos, donde las redes sociales cumplen una función importante para promover las actividades señaladas y el fortalecimiento de las relaciones públicas.

Así mismo (2) **lanzamiento de producto y organización de eventos** tal y como lo menciona Cotrina (2021) citando a Ejarque (2005) explicó específicamente a actividades donde se presenten productos o servicios de interés del consumidor final. Lo mismo se cuenta con este autor para (3) **presentaciones al sector** se refiere a las actividades y/o eventos que se realizan para promocionar los atractivos, costumbres o tradiciones del lugar llegando al interés del turista o consumidor final. Brindando un aporte para la reactivación económica donde todos los pobladores y/o turistas conozcan su cultura a través del apoyo de las entidades públicas y los aliados estratégicos del sector turismo.

Se cuentan con varias terminologías y/o definiciones turísticas en las cuales contamos con (a). Desarrollo turístico según Zaballa, I. (2009) es la utilización de los recursos naturales, utilizando sistemas y técnicas compatibles con los elementos culturales de los grupos involucrados. El concepto fue creado para combinar factores económicos, tecnológicos, de protección y ecológicos para facilitar la existencia humana en lugares inusuales.

Así mismo continuando con las teorías del turismo se cuenta con (b). Atractivo turístico es un conjunto de factores tangibles y/o intangibles susceptibles de transformarse en productos turísticos que pueden influir en el proceso de toma de decisiones de los turistas e incentivar las visitas a través de flujos de movimiento desde su residencia habitual hacia un área determinada. Este último se convierte, por tanto, en un destino turístico comentó Rivera, C (2009).

Para MINCETUR (2016) citando a PENTUR (2025) menciona que el (c). Recurso turístico son manifestaciones de la naturaleza, riquezas arqueológicas, expresiones históricas tangibles e intangibles de tradición y gran valor que forman la base del producto turístico, los recursos turísticos se encuentran inscritos en el padrón Nacional de Recursos Turísticos siendo estos conceptos importantes para el sector turístico en cuanto la palabra Turismo.

II. METODOLOGÍA

La investigación es de **enfoque cualitativo** tal y como lo señala Hernández et al (2010) describe que se basa en entrevistas abiertas, observación de la realidad a través de la conducta, recopilando la información necesaria para descubrir o afirmar las preguntas de investigación.

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación:

Así mismo, es de tipo **aplicada** porque se caracteriza de los conocimientos adquiridos tanto del investigador como de otros, el conocimiento y los resultados de la investigación es de forma estricta, organizada y sistemática de conocer profundamente y describir la realidad, resolviendo algún problema determinado, en el caso de la entidad de la provincia brindando un buen aporte para el desenvolvimiento de la misma tal y como lo señala Vargas (2009) citando a Murillo (2008).

La profundidad de la investigación es **descriptiva – explicativa** ya que se va a describir la realidad, conocer las actitudes predominantes de las personas, a su vez se va a aplicar entrevistas a los participantes de forma abierta, para que ellos se desenvuelvan en cada preguntan cumpliendo con el fin y el propósito para cumplir con los objetivos planteados.

3.1.2. Diseño de investigación:

El diseño de la investigación **estudio de caso**, la cuál es una forma de indagar la realidad, por el interés del investigador sin alterar los resultados, investigando a profundidad los casos como hechos, fenómenos, acontecimientos dentro del entorno sea social, político, legal entre otros permitiendo una gran comprensión de su complejidad y el mayor aprendizaje de lo que se puede recaudar teniendo en cuenta a Durán (2014).

El rigor metodológico de la investigación es **hermenéutico** ya que se tiene que identificar el propósito de la investigación, brindando

soluciones a los problemas, mejorando un estilo de vida, brindando las estrategias necesarias acoplándolas a la realidad. De acuerdo con Ikeda (2020) señala, que es el arte de interpretar conceptos, teorías y textos en busca de un significado real y original, implica el esfuerzo de estudiar y explorar estos importantes fenómenos de manera significativa, detallada y alejada de supuestos teóricos previos, dirigida más hacia comprensión práctica, es decir, a la búsqueda de una explicación experiencial.

También se aplica el método de **triangulación** este método se utiliza luego de realizar las entrevistas ya que se basa en analizar y descubrir un mismo fenómeno que son relevantes, a través de diversos acercamientos utilizando los métodos eficaces. Desde el punto de vista de Arias (2022) señala que es la perspectiva teórica o metodológica desde varios puntos de vista o de fuentes de información para resolver problemas de investigación.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Se presentaron categorías y subcategorías anteriormente definidas en la investigación y las cuales se detallarán a continuación:

Categoría 1: Condiciones de la Pandemia COVID – 19.

Subcategorías: a) Promover y fortalecer la participación comunitaria.

b) Vulnerabilidad económica y laboral.

Categoría 2: Promoción Turística.

Subcategorías: a) Plan de promoción turística.

b) Lanzamiento de producto y organización de eventos.

c) Presentaciones al sector

3.3. Escenario de estudio

Se desarrolló en el departamento de Piura, en la provincia de Sullana llamada, así como La Perla del Chira, La novia del Sol. Como señala Albañil (2015) argumenta que Sullana está ubicada a una altura de 60 metros sobre el nivel del mar. a 04°53'18" S y 80°41'07" O ubicado en el noroeste de Perú,

1.158 km al norte de Lima, con una población proyectada por el INE de 2015 de 176.804; con una densidad poblacional de 354,2 km, el estudio se desarrolló en una entidad pública proveniente de esta provincia para el desarrollo de la investigación.

3.4. Participantes

La investigación tuvo como participantes a algunos trabajadores de una entidad pública y población de la provincia de Sullana detallados en los anexos, se planteó en la investigación aplicar la entrevista a 5 grupos de personas las cuales están conformada de la siguiente manera: (1) ex funcionario público, (4) aliado estratégicos de turismo, (3) poblador, (1) licenciado en turismo y (1) periodista, siendo un total de 10 personas entrevistadas. La selección se dio bajo la opinión de Cuesta (2009), argumentando que se basa en la recolección de información, los cuales no se les brinda la posibilidad a todos los individuos de la población siendo seleccionados al azar en función de su disponibilidad o del criterio personal e intencional del investigador.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica aplicada en la investigación fue la **entrevista** con el apoyo del instrumento de la guía de entrevista tal y como lo señala Briones (2002) que es una conversación entre un investigador y una persona que responde preguntas destinadas a obtener información necesaria para los fines de la investigación, luego se registran las respuestas. La perspicacia del entrevistador debe tenerse en cuenta para el éxito de la entrevista.

El instrumento de recolección de datos es la **guía de entrevista** siendo el apoyo para formular las preguntas y al mismo tiempo donde responderán los entrevistadores para obtener la información necesaria, las cuales deben ser claras y precisas de forma abierta, sin cortar la conversación y que todo fluya, de acuerdo con Troncoso y Amaya (2016).

3.6. Procedimiento

El procedimiento de la investigación se realizó mediante entrevistas siendo uno de los entrevistados los trabajadores de la entidad pública quienes fueron visitados en sus instalaciones y de forma de conveniencia algunos

pobladores de la provincia de Sullana encontrados en el centro para realizar las entrevistas respectivas y recabar la información necesaria para la investigación, estando a cargo de la investigadora y las evidencias respectivas.

3.7. Rigor científico

Se realizó una búsqueda laboriosa a base de fuentes teóricas para la investigación tal y como lo señala Hernández et al (2010) citaron a diferentes autores donde indica que la consistencia lógica es la recolección de datos similares la búsqueda de distinto investigadores obteniendo resultados equivalentes al recopilar datos similares en el campo y realizar los mismos análisis.

Así mismo siendo de gran importancia la credibilidad de la investigación como lo manifiesta Hernández et al (2010) donde señala que es una garantía de la información recabada, basándose en la verdad, para sustentar la investigación y así recopilar las respuestas del informante.

3.8. Método de análisis de datos

La información recopilada estará detallada en apuntes, observación de la realidad, se aplicó el instrumento siendo esto la guía de entrevista mediante la técnica que se utilizó, adjuntando los datos seleccionados siendo entre ellos la matriz de categorización, luego de recabar la información proveniente de las entrevistas, se llevará a cabo el proceso de codificación y reducción de datos, donde será triangulado por la teoría y la interpretación del investigador, cumpliendo con los objetivos propuestos, dado que la investigación cualitativa no cuenta con hipótesis y toda investigación debe de cumplir con sus objetivos y problemas propuestos por el investigador resaltando la información con transparencia sin alterar las respuestas y preguntas planteadas.

3.9. Aspectos éticos

La investigación está cumpliendo con las normas y reglas establecidas por la institución con responsabilidad, de manera transparente clara, específica llegando a un resultado de mantener la legitimidad y veracidad de los resultados cumpliendo con los lineamientos del rigor científico para el diseño y estudio de la problemática encontrada, de la misma forma pasada por el filtro de Turnitin.

Así mismo cumpliendo con las referencias del formato Apa 7ma edición con principios éticos y morales, sin alterar las respuestas de los entrevistados. Se solicitó el consentimiento informado, la declaración de los participantes fue confidencial y los hallazgos fueron objetivos, fácticos y objetivos. Dado que es de dominio público, la declaración sobre las personas y organizaciones involucradas en esta observación permanece confidencial.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Llegando a esta parte se va a presentar los resultados para cumplir con los objetivos de la investigación, como es de conocimiento al ser una investigación cualitativa termina cuando se cumplen con los objetivos de dicho estudio.

Los resultados obtenidos han sido producto de la recopilación de la información conformada por 08 preguntas, realizado a los participantes de estudios, como una interrogante para el objetivo general es analizar las consecuencias de la pandemia COVID – 19 como teoría de la investigación como lo señala el autor Barrutia et al (2021) que la enfermedad del estudio tuvo un impacto negativo en la economía mundial y donde la administración pública debería de garantizar cambios efectivos y eficientes para promover la recuperación económica, llegando a los resultados que el sector turístico fue el más perjudicado según comentan los entrevistados entre los cuales cabe resaltar que el EF indica que las actividades programadas y las cuales quería resaltar esa gestión se vieron perjudicadas, además de ello la oficina entra a funcionar como Subgerencia en el año 2021 con pocos recursos, tal es el caso que por las nuevas disposiciones del Gobierno perjudicaron al sector gastronómico siendo el más fuerte de la localidad.

Para el AE1 comentó que no estamos a la altura de una promoción turística ya que la pandemia desapareció lo poco y nada que había, también el AE2 manifiesta que han quedado secuelas que aún se siguen afrontando pero felizmente tienen un lugar donde vender sus productos artesanales los cuales deben ser valorados, pasando lo mismo con el AE3 donde señala que las visitas al Museo disminuyeron tanto al no llegar los mismos de la provincia como los turistas extranjeros y el AE4 menciona que las consecuencias aún las están afrontando ya que muchos negocios de la localidad se vinieron abajo, en especial el sector antes mencionado, pero el que no se vio perjudicado ante todo esto es el sector agrícola siendo beneficio y abasteciendo los mercados.

Los P1 y P2, señalan que muchos negocios tuvieron que cerrar dando un sustento familiar de algunos pobladores en ese rubro, no se podían realizar viajes alrededor de la localidad, el P3 comentó que los niveles de producción de turismo estuvieron en cero, el PT opina que las pocas actividades que se realizan se vieron postergadas. Y por último el LT manifiesta que el turismo es el sector que se vio

perjudicado y sobre todo la planta turística de la localidad (restaurantes, hoteles, agencias de viajes), siendo un factor importante y fundamental para la promoción turística por las nuevas disposiciones del Estado.

Como análisis ante el objetivo y la opinión de los sujetos de estudio es que las consecuencias que vivió el país como la provincia se vieron perjudicadas económicamente porque muchos del sector tuvieron que cerrar y los ciudadanos tuvieron que permanecer en un aislamiento social siendo dictadas estas órdenes por el Gobierno Peruano para salvaguardar sus vidas para que no hayan más contagios, perjudicando a este sector que realza la economía, así mismo la promoción turística que existe en la localidad es muy escasa y más aún por el tema de la pandemia se perjudicó, donde al haber todo esto las maneras de trabajo fue distinta al cambiar de presencial a virtual, tal es el caso que el sector gastronómico cambió sus servicios por delivery y el manejo de las nuevas tecnologías siendo estas las redes sociales.

Así mismo, como primer objetivo específico se planteó en identificar si los trabajadores de la oficina de turismo cumplen con un perfil profesional, según la OIT (2020) menciona que hubo una informalidad en el segmento de trabajadores este estudio se basa bajo la ley del Estado Peruano N° 31419 mencionada anteriormente, donde señala que todo funcionario público y/o cargos de confianza, deberían de cumplir con el perfil requerido según al puesto de trabajo y al área al que desempeñarían, al desarrollar las entrevistas se le preguntó al EF sobre los criterios que se basaban y la experiencia requerida para poder ser jefe de una oficina Turismo, donde manifestó que más de tener una carrera o especialización en el área de Turismo es tener la experiencia en el sector público de aproximadamente 3 años y en actividades relacionadas en el sector y así mismo manifestó que la experiencia que ella sostuvo en el área fue un gran reto de afrontar las actividades en plena pandemia ya que fue un gran reto ya que el área fue una de las más afectadas y habían muchas pérdidas económicas.

Así mismo, los 4 AE señalaron que las contrataciones del gobierno municipal muchas veces son más por política que por mérito propio, además de eso debe ser gente capacitada en el sector, que tengan el anhelo de mejorar el turismo en la provincia y profesionales en el área mencionada, lo mismo señalaron los 3 P y el

LT que los criterios para tomar en cuenta la designación del personal son escogidos a dedo por pagar favores políticos, donde desgraciadamente prolifera demasiado la prostitución y sobre todo la devolución, agradecimiento de favores políticos en las campañas políticas, con respecto a la encargada del área de turismo (2023) es licenciada en comunicaciones más no en turismo, donde debe de haber un respeto a los profesionales, si bien es cierto hoy en día se pide un perfil técnico y cierta experiencia laboral, pero si no se les da una experiencia a los jóvenes no se les da la oportunidad que experiencia van a adquirir tal como lo señaló el PT.

Los entrevistados P1 y P2 consideran que para llevar a cabo las contrataciones en el gobierno municipal debe ser clara, transparente, de manera pública y debería de entrar a licitación para que todos los pobladores sepan quienes son los nuevos funcionarios ya que muchas veces contratan a personas sin experiencia en el área sin capacitación y personal que solo va a modelar en vez de promocionar el turismo. El P3 menciona que existen profesionales en turismo, pero es una pena que la política municipal no se enfoque en direccionar e incorporar un eje de desarrollo turístico donde debe estar acompañado lógicamente por una serie de estrategias que acompañen en las contrataciones para promover y fortalecer el sector en mención.

Para el LT no cuenta con especialistas en el área de turismo para fomentar la promoción y no le dan el valor o el interés apropiado, pero para el PT menciona que puede haber en el área de turismo como 8 o 10 personas que se ganan el sueldo gratis por no hacer nada y no ser especialistas en el tema, donde se ha visto en las últimas gestiones que no tienen a licenciados en turismo en marcar la diferencia, mostrando a las nuevas generaciones de la informalidad que vivimos pero lastimosamente hay factores hoy en día que por eso de la mano de las autoridades y de la misma educación ha permitido que se pierda identidad.

Se llega a la conclusión, según la opinión de los entrevistados, que para desempeñar las funciones en el área turismo, en especial como responsable del área es tener el tiempo de experiencia de 3 años en el sector público así no sea de la especialidad, así mismo mencionan que muchas veces los gobiernos municipales por agradecer sus favores políticos en las campañas ponen a personal no capacitado y apropiado, siendo una falta de respeto al profesional de turismo ya

que con ellos se puede fortalecer está actividad para promover la cultura, tradición como lo es la provincia de estudio.

Siguiendo con el segundo objetivo específico de identificar las consecuencias del COVID- 19 en la gestión turística, es importante la promoción turística tal como lo menciona Pérez et al (2011), señalando que es una herramienta clave para atraer visitantes a un destino turístico, siendo una actividad de estimulación surgiendo un desarrollo y desplazamiento de los turistas según EF comenta que la promoción turística empeoro ya que obviamente los restaurantes cerraron, el sector artesanal también se vio afectado ya que muchos viven de la venta de sus productos de la misma materia prima de la región y obviamente las visitas a los lugares turísticos los pocos lugares que tenemos también quedaron cerrados durante la pandemia, porque cerró la oficina y se desarticularon las alianzas estratégicas.

Así mismo, el AE1 comentó que empeoro y además de eso cuando hay cambio de gobierno, se van perdiendo las idas cada 4 años, para el AE2 y AE3 disminuyo económicamente y salud no se recibieron las visitas donde se expone los huacos, para el AE4 fue ambas mejoro en el sector agrícola porque abasteció los mercados, pero empeoro por el tema de exportación debido al cierre de los puertos y aeropuertos. Para culminar el PT mencionó que no hay un buen manejo en el tema, considerando que no hay calidad en el Turismo y LT comentó que el sector turístico fue el más afectado, pero se aprendió con las nuevas medidas y disposiciones de la planta turística.

Según la indagación ante el objetivo es que la pandemia COVID – 19 empeoro el sector turístico en la provincia, tanto que la promoción se vio perjudicado, donde los negocios cerraron (artesanal, restaurantes, hoteles, agencias de viajes, entre otros), donde muchas personas se solventan de ello, así mismo en la promoción de actividades tuvieron que ser clausuradas como también la visita de los lugares turísticos.

Y como último objetivo de identificar la toma de decisiones que realizó la entidad pública ante la pandemia, se menciona a Castro et al (2021) señalando que es importante promover y fortalecer la participación comunitaria, con el apoyo de los gobiernos locales donde se prevé la participación en actividades y/o proyectos sociales, educativos, respetando los protocolos de seguridad emitida por el Estado

para salvaguardar la vida de las personas involucradas de la comunidad, sirviendo de apoyo los canales virtuales para la promoción y difusión de según EF comenta que fue digitalizar y trabajarlo de forma virtual a través de las redes sociales, así mismo apoyar a los artesanos en la venta de los productos, realizar videos turísticos, promocionar las actividades como aniversario con la institucionalización de la Semana Turística y generar alianzas estratégicas para trabajar de la mano con las asociaciones gastronómicas.

Los AE1,2,3 comentan que la organización de la entidad pública es muy baja, existiendo muchas deficiencias en dar a conocer el turismo y muchas veces tener que adecuarse a los cambios, el AE4 menciona que a inicios de la gestión (2023), se realizó un compromiso con el alcalde, para la firma de un convenio macro para trabajar articuladamente para promover los sectores de la provincia.

Las estrategias que utilizan la institución pública para promover el turismo según el P1 y P2 concuerdan que no tiene conocimiento sobre alguna estrategia, pero si sugieren es que debería de incentivar el turismo en las escuelas y los estudiantes se les enseñe a valorar las manifestaciones de la ciudad, comentan que mucho en sus redes sociales ponen las fotos de los regidores o alcalde cuando van a hacer entrega de donaciones menos de turismo.

Pero el P3 comentó que se tiene que incorporar dentro del plan de desarrollo concertado que es un instrumento de gestión de promoción como un plan de desarrollo más que todo por el bienestar y desarrollo de la ciudad ya que existe algunas voluntades, pero sin organización y orientación.

De acuerdo a las opiniones se llega a la conclusión que las redes sociales es una vía de acceso para promocionar, realizar un efecto multiplicador siendo una forma de interactuar con las personas pero sobre todo saber manejarlo moderadamente como es el caso en la investigación promocionar la actividad turística, tal es el caso que según los entrevistados comentaron que las redes sociales de la entidad pública solo lo utilizan para colgar las fotos de los regidores y/o alcalde realizando donativos y no de actividades turísticas generando una deficiencia, además de eso se sugiere incorporar un plan de contingencia para la provincia.

DISCUSIÓN

Las interrogantes fueron resueltas con total libertad como se explicó en el tratamiento de resultados sobre “Consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística en una entidad pública, Sullana – 2023”, con el objetivo general de analizar las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística de una entidad pública, siendo conveniente de realizar una revisión y triangulación del análisis expuesto en la investigación contando con los antecedentes tomados como referencias en la introducción, buscando coincidencias de gran aporte de diferentes autores del ámbito internacional y nacional.

En relación a las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística de una entidad pública, Sullana – 2023, se puede declarar que la entidad pública no estaba preparada para este tipo de acontecimientos de emergencia nacional tomando decisiones desacertadas como la clausura de la Oficina de Turismo dejando de lado las campañas de promoción de turismo receptivo, la preparación en los nuevos protocolos de bioseguridad o buscando nuevas modalidades para mejorar la atención a los turistas quienes viajaban significaba nuevas experiencias, conocer nuevas culturas, nuevas oportunidades para comprender otras costumbres, tradiciones, historias, por lo contrario, como producto de la pandemia, se convirtió el turismo en miedo a adquirir el virus o los temores a enfermarse en vista que las políticas nacionales con respecto a la salud, estaban descuidada o mal gerenciadas.

De acuerdo al artículo de Martínez y Cruz (2022) en sus resultados señalaron, que el turismo tuvo ciertas complicaciones durante el 2020 y el primer semestre del 2021, ya que era imposible de estar viajando registrando el peor año, teniendo una caída de las visitas internacionales, de la información recopilada de la OMT 2021, donde señala que no afectó a todos los países, teniendo a algunos que cerraron la entrada y otros no la restringieron. En el caso de estudio, como se mencionan en los resultados, no recibieron visita de los turistas por las medidas de aislamiento social ocasionando una baja promoción turística, así mismo, muchos de los negocios quebraron debido a la ausencia de turistas en los hoteles y restaurantes, donde visitantes no llegaban a adquirir los productos locales como las natillas, los chifles o a deleitarse con la carne seca; se cerraron empresas de transporte

turísticos y agencias de viajes, despidiendo a guías turísticas; pero aparecieron otros servicios que fueron fortaleciéndose en el transcurrir del tiempo como el delivery.

Para Viñas (2021) señala en sus resultados que las consecuencias de la pandemia repercutió en la visita de los diferentes tipos de turistas, lo mismo señalamos en la investigación, porque según los resultados en la provincia de estudio no tuvo una acogida por parte de los turistas a los lugares más representativos de la jurisdicción especialmente de los emprendedores que brindan productos representativos de la localidad como el mango ciruelo, agua de coco, tamarindo o platos gastronómicos típicos que son adquiridos por los turistas que se dirigen a las playas de Colán o de Máncora, lo que no generó ingresos a los empresarios que apuestan por el sector turístico.

Se puede verificar que el turismo receptivo fue afectado, tanto a nivel local, nacional e internacional, como producto que las entidades públicas no estaban preparadas para una pandemia de gran magnitud, sirviendo de experiencia para afrontar futuros fenómenos naturales o artificiales que se puedan presentar en nuestro planeta o invertir en estrategias de prevención para contrarrestarlos, ya los funcionarios de la OMS (Organización Mundial de la Salud) han alertado a todos los gobernantes de la Tierra a estar dispuestos a enfrentar un nuevo contagio que lleve a la humanidad a otra emergencia sanitaria como el COVID – 19.

Con respecto a identificar si los trabajadores de la oficina de turismo cumplen con el perfil profesional, Sullana – 2023, se puede señalar que los servidores públicos que asumen la responsabilidad de gerenciar la promoción turística son designados, no por ser técnicos ni profesionales del sector turismo, sino por agradecimiento a los favores políticos que aportaron en la campaña del entonces candidato a la alcaldía, dejando de lado las características en cuanto al perfil del funcionario responsable del rubro turístico y a la omisión al Código de Ética de la Función Pública que rigen para los servidores públicos de las entidades de la Administración Pública en nuestro país.

La investigación no coincide con Rivera (2021) quien en su tesis manifiesta que los funcionarios reciben capacitaciones en turismo, gestión turística y especialidades, pero en la provincia de estudio los resultados señalaron es que los

funcionarios públicos de la entidad municipal no cumplen un perfil correspondiente de acuerdo al área de turismo, son de otras carreras, comentando que no son aptos para fomentar dichas funciones y lo cual deberían ser personas aptas y calificadas en el sector turismo, ya que muchas veces estas contrataciones se dan por agradecer los favores políticos, perjudicando a la provincia tanto en el área de turismo como en otras áreas.

Salazar (2021) en sus resultados señala que la promoción municipal que existe en su comunidad es muy eficiente, contando con un presupuesto alto y proyectos que ayudan al fortalecimiento de la comunidad; siendo contrario a nuestro caso de estudio, donde la entidad pública no cuenta con el personal adecuado y capacitado, además, no consideran un presupuesto para el sector turismo donde se podrían desarrollar diferentes actividades, inclusive proyectos de inversión pública para promover y fortalecer la actividad turística en la provincia con los sectores involucrado como son los del ámbito artesanal, gastronómico, hotelero, entre otros.

Bromley (2021), sus resultados señalaron que la actividad monetaria es el turismo, contando con recursos turísticos inventariados, pero a su vez es que no existe un ente gestor de destino responsable, existiendo también un desconocimiento por parte de la población, siendo un caso distinto en la provincia de estudio, según los resultados de los entrevistados se menciona que el turismo es un sector que es muy poco valorado por parte de las entidades públicas, al no contar con trabajadores que sean de la especialidad, se cuenta con recursos turísticos encontrándose en total abandono, sobre todo no estando inventariados hasta la actualidad del año 2023 donde debería ser un trabajo por parte de la entidad en el área de Turismo, trabajando conjuntamente con las instituciones involucradas en el sector, sobre todo después de la época de la pandemia empezar a realizar actividades al público en general las cuales den el mensaje de cultura e identidad que caracteriza a la provincia.

En los resultados de Cayotopa (2017) menciona que muchas veces las entidad públicas no se enfocan en promover el turismo en las regiones, tal es el caso como en la entidad de estudio, donde la provincia cuenta con un gran potencial turístico para promover, pero por causa de la pandemia se paralizó y no se logró

realizar unas buenas gestiones, pero en la actualidad no lo saben promocionar o realzar para que funcione esta actividad enriquecedora que fomenta la identidad, cultura, tradiciones que ya muy poco están valorando y se ha ido perdiendo.

De acuerdo con la investigaciones analizadas se puede señalar que los funcionarios públicos tienen que contar con las competencias, habilidades y destrezas que requiere el cargo o puesto que está asumiendo porque su actuación están dirigidos en beneficio de sus pobladores y es responsabilidad del Estado brindar una asistencia técnica de calidad, y en caso de contar con personal con escasa idoneidad para desarrollar su quehacer; los gerentes y responsables de las entidades estatales están en el compromiso de planificar y ejecutar talleres o cursos de capacitación y actualización para sus servidores públicos involucrados en el rubro turístico y puedan elaborar un inventario de los recursos y atractivos turísticos que a corto o largo plazo creará el interés del empresariado nacional e internacional a invertir en la provincia en la fundación de hoteles, empresas de transporte turísticas, restaurantes, tiendas de productos tradicionales impulsando la promoción de nuevos puestos de trabajo y mejorar la calidad de vida de sus conciudadanos.

En relación a las consecuencias del COVID -19 en la gestión turística, Sullana – 2023, podemos manifestar que una de las secuelas de la pandemia en la gestión turística es que los acuerdos con los aliados estratégicos se desvincularon a inicios de la emergencia sanitaria perjudicando al sector turístico, donde no realizaron acciones de planificación, operación y gestión municipal para impulsar la promoción de la actividad turística con el fin de reactivar la economía, tampoco se incentivó a los emprendedores del rubro turístico (restaurantes, hoteles, empresas de viajes, etc.) a seguir brindando sus servicios y a la vez, brindándoles acreditaciones de atención al público donde abalaban el respeto a los protocolos de bioseguridad asegurando un servicio de calidad para los visitantes de la provincia.

Los resultados de Bendahan (2022) menciona que el potencial turístico es medio, no existiendo una identidad, una valoración de los atractivos turísticos y sobre todo la inseguridad que posee la localidad. Este análisis coincide con la investigación en vista que la provincia de estudio solo contaba con una oficina de Turismo que no estaba preparada para impulsar y fomentar el turismo en

coordinación con instituciones públicas y privadas o emprendedores inmersos en los servicios turísticos, quienes estaban abandonados a su suerte; además, no se difundía el patrimonio cultural involucrando a las entidades pertinentes, debido al temor ante la emergencia sanitaria y a la falta de preparación como ocurría en la mayor parte de las dependencias públicas.

El sector turístico cuenta con aliados estratégicos los cuales están enfocados en ayudar a promover y fortalecer esta gran actividad, en el tiempo de pandemia según los resultados unos que otros tenían convenios con la entidad edil viéndose desvinculados, pero en la actualidad aún no existe el acercamiento apropiado para reactivar el sector en mención la cual ayuda mucho la reactivación económica, lo que coincidimos con Cruz et al (2022), donde sus resultados mencionan que la economía en México se vio perjudicada por la falta de visitas a los atractivos la cual generaba grandes ingresos.

La investigación concuerda con Rivas (2022) quien señala que para culminar las metas con éxito es necesario contar con planes estratégicos, teniendo una gran deficiencia por la ausencia de mencionado plan, en vista que de acuerdo con los resultados del estudio donde los entrevistados comentaron que la provincia y la entidad no cuentan con un plan estratégico para fomentar la promoción y reactivación del turismo post pandemia siendo importante ya que ayudaría mucho al sector que se vio perjudicado, siendo una gran herramienta importante para la actualidad y el futuro.

Si bien es cierto, muchas empresas y la ciudadanía no estábamos preparados para una emergencia sanitaria de gran trascendencia que alteró la vida diaria de la población y creó malestar en todas las actividades económicas, sociales, políticas y culturales de los pueblos; el estado peruano tenía la obligación de tener un planeamiento estratégico para contrarrestar los fenómenos naturales o artificiales que se presenten, implementando planes operativos para que los organismos descentralizados puedan lograr sus objetivos nacionales, eso no ocurrió y perjudicó la economía del país y el sector turístico no era ajeno a esta realidad; por lo que la investigación conlleva a valorar el rol que tienen los aliados estratégicos para promover la captación de turistas nacionales e internacionales, porque el estado no lo puede hacer todo por sí mismo.

Con respecto a identificar la toma de decisiones que realizó la entidad pública ante la pandemia, Sullana – 2023, se puede manifestar que la institución municipal en el año 2020 utilizó, de manera exigua, estrategias de los canales virtuales, como las redes sociales donde los potenciales turistas nacionales e internacionales podían informarse de los atractivos turísticos de la perla del Chira o conocer los gustos, preferencias y necesidades de los interesados a visitar esta parte de la costa de nuestro país.

Trujillo (2022) según sus resultados mencionaron que, para fomentar el potencial turístico de la ciudad, se debe implementar estrategias a través del marketing; así mismo, Medrano (2021) comenta que para el desarrollo de sus productos y servicios turísticos buscan promoverlo a través de la promoción online. Coinciden con los resultados de esta investigación, donde se menciona que en el año 2020 por causa de la pandemia se utilizaron los canales virtuales siendo uno de estos casos las redes sociales colgando las actividades de forma virtual, videos promocionales, entre otros para fomentar la reactivación económica, pero en la actualidad del 2023 con la gestión en curso, tienen deficiencias para aprovechar estos recursos y brindar los servicios de capacitación, actividades, donde se puede apoyar a los emprendedores, pero solo se observa que lo utilizan para crear una imagen institucional de los acciones que realiza diariamente pero no para definir los valores, identidad, historia y cultura viva que se manifiesta en nuestra comunidad para promover la captación de turistas nacionales e internacionales.

Carrasco et al (2021) comenta en sus resultados que una de las estrategias para la promoción turística es brindar y realizar capacitaciones a los encargados involucrados en el sector en mención, de acuerdo a los resultados del estudio comentaron que una de las estrategias implementadas de la entidad en el año 2020 para la promoción fue de brindar capacitaciones para la atención al turista o cliente, pero en el caso de algunos aliados estratégicos comentaron que ellos mismos realizan sus propias capacitaciones pero con apoyo de las instituciones del estado involucrados en realizar proyectos y donde ellos mismos brindan esas charlas donde está enfocada para diferentes sectores incluyendo en la de estudio.

Si bien es cierto que el organismo estatal apoyó a los artesanos creando una página de Facebook para mostrar sus productos, fotografías y videos de los lugares

turísticos que cuenta la Provincia de Sullana, también esta investigación estima conveniente hacer un uso estratégico de las redes sociales para gestionar el turismo, lo que permitirá acrecentar canales de comunicación que puedan llegar de manera inmediata las potencialidades turísticas que se tiene como la gastronomía, artesanía, historia, productos autóctonos, etc. que en el futuro se pueda crear la “Marca Sullana”.

V. CONCLUSIONES

1. En relación a las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística de una entidad pública, Sullana – 2023, se puede manifestar que la promoción turística en una entidad pública, específicamente de la provincia de Sullana, se ha evidenciado que, si bien es cierto esta enfermedad trajo una alta tasa de mortalidad a nivel mundial, donde muchos sectores empresariales tuvieron que cerrar sus negocios y en especial el sector turístico, actividad generadora de ingresos económicos por la llegada de turistas; esta entidad pública clausuró el área de la Oficina de Turismo dejando abiertas las áreas de primera necesidad, donde todas las actividades planteadas pasaron a ser atendidas de manera presencial a forma virtual donde no se pudo recibir a turistas nacionales e internacionales, dejando de promocionar los atractivos turísticos, y como no estaban preparados a los nuevos protocolos de bioseguridad perjudicó la promoción turística ya que no se buscó nuevas modalidades para mejorar la atención a los turistas.
2. Con respecto a identificar si los trabajadores de la oficina de turismo cumplen con el perfil profesional, Sullana – 2023, se señala que los servidores públicos que asumen la responsabilidad de gerenciar la promoción turística son designados, no por ser técnicos ni profesionales del sector turismo, sino por agradecimiento a los favores políticos que aportaron en la campaña del entonces candidato, dejando de lado las características en cuanto al perfil y las normas legales vigentes del estado Peruano como la Ley N° 31419, que establece disposiciones para garantizar la idoneidad en el acceso y ejercicio de la función pública de funcionarios y directivos de libre designación y remoción, donde se requiere experiencia laboral académica y específica para ocupar el cargo, en este caso del sector turismo; donde es una falta de respeto al profesional de la carrera y a los Principios, Deberes y Prohibiciones éticos que se establecen en la Ley N° 27815, del Código de Ética de la Función Pública que rigen para los servidores públicos de las entidades de la Administración Pública.
3. En relación a las consecuencias del COVID -19 en la gestión turística, Sullana – 2023, se manifiesta que una de las secuelas de la pandemia en

la gestión turística es que las alianzas que se realizaron con los aliados estratégicos se desvincularon a inicios de pandemia perjudicando al sector turístico, donde no se realizaron acciones para capacitar a los servidores públicos o un trabajo de planificación, operación y gestión municipal para impulsar la promoción de la actividad turística con el fin de reactivar la economía con capacitaciones para una mejor atención al turista e incentivar a las empresas privadas o públicas del rubro turístico (restaurantes, hoteles, empresas de viajes, etc.) brindándoles acreditaciones de atención al público donde se respetan los protocolos de bioseguridad o brinden un servicio de calidad para los visitantes a nuestra provincia.

4. Con respecto a identificar la toma de decisiones que realizó la entidad pública ante la pandemia, Sullana – 2023, se manifiesta que la institución municipal en el año 2020 utilizó las estrategias de los canales virtuales, como las redes sociales donde los potenciales turistas nacionales e internacionales podían informarse de los atractivos turísticos de la perla del Chira o conocer los gustos, preferencias y necesidades de los interesados a visitar esta parte de la costa de nuestro país, específicamente en ese tiempo se apoyó a los artesanos creando una página de Facebook para mostrar sus productos, así mismo una recopilación de foto y videos de los lugares turísticos que cuenta la Provincia de Sullana.

VI. RECOMENDACIONES

1. En vista que la pandemia fue un fenómeno inesperado, nadie estaba preparado para tal magnitud, pero se aprendió de ello, se sugiere a la entidad pública el fortalecimiento de la Oficina de Turismo, designando profesionales de la especialidad de turismo y la capacitación de los servidores públicos de este rubro donde se elaboren planes estratégicos y de contingencia que contribuyan a brindar apoyo a otros posibles sucesos, como el fenómeno del “Niño Global” u otros señalados por organismos nacionales e internacionales que preludian fenómenos naturales que afectarán las actividades económicas y sociales de varios países del mundo, y el sector turismo no estará ajeno a estos acontecimientos.
2. Se sugiere a la entidad pública respetar y hacer respetar las normas legales vigentes como la Ley N° 31419, que establece disposiciones para garantizar la idoneidad en el acceso y ejercicio de la función pública de funcionarios y directivos de libre designación y remoción y la Ley N° 27815, del Código de Ética de la Función Pública que rigen para los servidores públicos de las entidades de la Administración Pública, donde permitirá de alguna manera a ser más minuciosos de acuerdo al perfil de los trabajadores municipales de acuerdo al área a desempeñar, valorando a los profesionales de cada área, ya que ellos pueden brindar un aporte y valor agregado a la institución para mejorar su sistema de trabajo, sobre todo también realizar las convocatorias correspondientes para cubrir plazas para contratar al personal capacitado y conveniente, dando oportunidad a los jóvenes de la especialidad brindándoles las experiencias necesarias para desenvolverse en la carrera que ellos han estudiado y siguen capacitándose.
3. Se recomienda a la gestión pública fortalecer las alianzas o convenios con los aliados estratégicos del sector turístico como son los restaurantes, hoteles, empresas de viajes, etc. donde se les pueda dar las facilidades para su formalización y obtener las licencias respectivas en especial lo relacionado con los protocolos de bioseguridad y estar preparados ante otras posibles pandemias o fenómenos naturales y no perjudique o dañe lo menos posible al sector turístico y poder brindar calidad y seguridad tanto al turista

como al poblador, esto permitirá generar ingresos a la identidad pública y a los empresarios que invierten en el sector turismo.

4. Se sugiere fortalecer la toma de decisión de la entidad pública con respecto al uso de estrategias de los canales virtuales, como las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) con el fin de promover y difundir los atractivos turísticos y recursos que cuenta la provincia fomentando una identidad a los pobladores, avivar la cultura Tallán, impulsar la cultura viva y los valores cívicos y patrióticos exhibidos por personajes como el poeta Carlos Augusto Salaverry Ramírez creador de los poemas "Acuérdate de mí", "Diamantes y perlas", del compositor del tondero "La Perla del Chira", el Sr. Guillermo Riofrío Morales, Benjamín Huamán de los Heros, gestor de la creación de la provincia de Sullana, entre otros, donde se les haga recordar la historia de la provincia para las futuras generaciones que tienen conocimiento de otros personajes ajenos a nuestra localidad como producto de la globalización, además, elaborar videos promocionales mostrando los atractivos turísticos que tenemos como provincia y en especial la calidad humana de nuestros pobladores.

REFERENCIAS

- Albañil, O (2015). Caracterización socioeconómica del distrito de Sullana. *Gobierno Regional de Piura*. Pag 7.
https://www.regionpiura.gob.pe/dir_euroecotraden/documentos/memorias/sullana/socio_economico_sullana.pdf
- Arias, M. (2022). Principios, alcances y limitaciones de la triangulación metodológica. *Investigación y Educación en Enfermería*, 40(2), NA.
<https://link.gale.com/apps/doc/A712381706/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=95db347d>
- Asale, R. y RAE. (2021). *Diccionario de la lengua española*. Edición del Tricentenario <https://dle.rae.es/pandemia>.
- Barrutia, B; Silva, M y Sánchez, S. (2021). Consecuencias económicas y sociales de la inmovilidad humana bajo COVID-19: caso de estudio Perú. *Lecturas de Economía*, (94), 285-303. Epub April 16, 2021.<https://doi.org/10.17533/udea.le.n94a344397>
- Bendahan, G. (2022). *Desarrollo turístico en la Comuna 15 de la Ciudad de Buenos Aires. Presente y futuro en el contexto de la pandemia*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Quilmes]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3928>
- Briones, G. (2002). *Metodología de la Investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Trillas.
<https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/metodologia-de-la-investigacion-guillermo-briones.pdf>
- Bromley, P. (2021). *Gestión turística municipal para impulsar el desarrollo sostenible en el distrito de Pimentel*. [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Universidad Señor de Sipán.
<https://hdl.handle.net/20.500.12802/8296>
- Carrasco, M, Beltrami, M, Rito, F. (2021). Políticas municipales para la promoción de la calidad turística: el caso del Partido de La Costa, provincia de Buenos Aires. *La Revista Argentina De Investigación En Negocios*

(RAIN), 7(1), 139–156.
<http://rain.ean.edu.ar:8085/rain/index.php/RAIN/article/view/150>

Castillo, P y Castaño, M. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas: Una revisión de 2009 a 2014. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(3), 755-775. Recuperado en 23 de abril de 2023, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000300017&lng=es&tlng=es.

Castro, B y Villena, P. (2021). La pandemia del COVID-19 y su repercusión en la salud pública en Perú. *Acta Med. Perú.* 2021;38(3):161-2. <https://doi.org/10.35663/amp.2021.383.2227>

Cayotopa, Y. (2018) Modelo de gestión turística municipal integrada y participativa para el fortalecimiento de la oferta turística cultural *Revista de Investigación y Cultura*, vol. 7, núm. 3, 2018 Universidad César Vallejo, Perú. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521758012008>

Condori, M., y Feliciano, V. (2020). *Estrategias de afrontamiento al estrés y ansiedad estado en trabajadores de un centro de salud en cuarentena por COVID-19, Juliaca*. [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de Ica]. Repositorio institucional Universidad Autónoma De Ica. [http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/bitstream/autonomadeica/728/1/Maritz a Condori Chambi.pdf](http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/bitstream/autonomadeica/728/1/Maritz%20a%20Condori%20Chambi.pdf)

Congreso de la República (2002, 22 de julio). *Ley N°27815. Ley del código de ética de la función pública*. Diario El Peruano. <https://www.mimp.gob.pe/files/transparencia/CET/ley27815.pdf>

Congreso de la República (2003, 27 de mayo). *Ley N°. 27972. Ley Orgánica de Municipalidades del Estado Peruano*. Diario Oficial del Bicentenario El Peruano. <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/27972.pdf>

Congreso de la República (2009, 18 de septiembre). *Ley N° 29408. Ley General del Turismo*. Diario El Peruano. <https://leyes.congreso.gob.pe/documentos/leyes/29408.pdf>.

- Congreso de la República (2022, 18 de mayo). *Ley N° 31419. Ley que establece disposiciones para garantizar la idoneidad en el acceso y ejercicio de la función pública de funcionarios y directivos de libre designación y remoción del Estado Peruano*. Diario Oficial del Bicentenario El Peruano. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-establece-disposiciones-para-garantizar-la-idoneidad-ley-n-31419-2039240-2/>.
- Cotrina, C. (2021). *Gestión municipal y promoción turística de Tarapoto, 2020* [Tesis Magistral, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56282/Cotrina_CGS-SD.pdf?sequence=1
- Cruz, J; Montes, O y Martínez, R (2022). Turismo post-COVID en México y el mundo. *Tecnología en Marcha*. Vol. 35, especial COVID-19. Mayo 2022. Pág. 205-213. <https://doi.org/10.18845/tm.v35i5.6191>
- Cuesta, M. (2009). *Introducción al muestreo*. Universidad de Ovideo. <http://www.editorialkamar.com/et/archivo04.pdf>
- Durán, M. (2014). El estudio de caso en la investigación cualitativa. *Revista Nacional De Administración*,3(1), 121–134. <https://doi.org/10.22458/rna.v3i1.477>
- Ejarque, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing*. Pirámide. <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/Indices/13598.pdf>
- Gurria Di-Bella, M. (1997). *Introducción al Turismo*. <https://www.entornoturistico.com/introduccion-al-turismo-manuel-gurria-di-bella-pdf/>
- Hernández S, Fernández C, y Baptista L (2010). *Metodología de la Investigación*. Repositorio UASB <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1210>
- Ikeda, T. (2020). *El proceso de descentralización en el marco de la transferencia de funciones en materia de comunicaciones al Gobierno Regional de Madre de Dios al 2020*. [Tesis de Magister, Universidad César Vallejo].

file:///C:/Users/LENOVO%20300/Downloads/William%20lkeda.pdf.

Julca, M. (2020). Pandemics and their impact on tourism: Lessons from the past and challenges for the future. *Cultura*, 2020, 34, 159-166 (enero – diciembre). <https://doi.org/10.24265/cultura.2020.v34.11>.

Kotler, P. (1999). *Marketing doséculo XXI*.
file:///C:/Users/LENOVO%20300/Downloads/Dialnet-LaPromocionTuristicaATravesDeTecnicasTradicionales-5276637.pdf.

Lomas, V y Plúas, K. (2020). Gestión turística local para el desarrollo territorial del cantón Nobol, Ecuador. *Revista de Turismo, Patrimonio y Desarrollo* pg (12).
<https://revistaturpade.lasallebajio.edu.mx/index.php/turpade/article/view/33/32>.

Martínez, R y Cruz, J (2022). Gestión municipal en el turismo. Vol. 4 N.º 1 (enero - junio 2022): *Reflexiones sobre el entorno social en tiempos de pandemia*.
<https://doi.org/10.29059/rdycsv.v4i1.147>

Mincetur. (2011). Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos. *Turismo*. Pg. (15). https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf

Mincetur. (2019). *Glosario de términos*.
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/430617/GLOSARIO_de_TERMINOS_TURISMO.pdf?v=1617380900

Murillo, W. (2008). *La investigación científica*. <http://www.monografias.com/trabajos15/invest-científica/investcientífica.shtm>.

OIT (2020). Panorama Laboral en tiempos de la COVID-19. *Nota técnica país* pg. 1 - 38. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_756474.pdf

OMS (2020). *Exceso mundial de mortalidad asociado a la pandemia de COVID-19* (10 de mayo del 2020) <https://www.who.int/es/news-room/questions->

and-answers/item/global-excess-deaths-associated-with-the-COVID-19-pandemic

OMS (2023). *Gripe (estacional)* (12 de enero 2023) [https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/influenza-\(seasonal\)](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/influenza-(seasonal))

OMS (2023). *Información básica sobre la COVID-19* (28 de marzo del 2023) <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>

Ortiz, A y Gutarra, S. (2013). *Plan estratégico del distrito de Santa Rosa de Sacco, 2012-2021*. [Tesis de magister, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/14094>

Pérez, P y Merino, M. (1 de noviembre de 2011). *Promoción turística - Qué es, definición y concepto*. <https://definicion.de/promocion-turistica/>.

Ramírez, C. (2021). *Promoción turística y desarrollo del turismo en el distrito de barranca, año 2017* [Tesis de grado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio de la UNJFSC. <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/3162/RAM%C3%8DREZ%20C%C3%89SPEDES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rivas, O. (2022). Planificación de los destinos turísticos: un desafío pendiente para la gestión municipal en Chile. *Revista De Gestión Pública*, 10(2). <https://doi.org/10.22370/rgp.2021.10.2.3398>

Rivera, M. (2021). *Análisis de la gestión turística del municipio del Cantón Esmeraldas*. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica de Ecuador]. Repositorio Digital PUCESE. <https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/2416>

Rivera, S. (2009). Conceptos de patrimonio, atractivo turístico y recurso turístico. *Estudios del Turismo*. <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>

- Rojas, M. (2006). *Manual para la Gestión Municipal del Desarrollo Económico Local*. Organización Internacional del Trabajo 2006. https://www.del.org.bo/info/archivos/manual_para_la_gestion.pdf
- Rojas, M. (2006). *Manual para la Gestión Municipal del Desarrollo Económico Local*. Organización Internacional del Trabajo. https://www.del.org.bo/info/archivos/manual_para_la_gestion.pdf
- Salazar, C. (2022). *Gestión municipal para el desarrollo del turismo post pandemia en el distrito de Levanto, 2021*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. Repositorio UNTRM. <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/3149/Salazar%20Chapa%20Deyver%20Marvin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Troncoso, P y Amaya, P. (2016). Interview: a practical guide for qualitative data collection in health research. *Rev. Fac. Med.* 2017;65:329-32. doi: <http://dx.doi.org/10.15446/revfacmed.v65n2.60235>.
- Trujillo, V. (2022). *Modelo y procedimiento de promoción para potenciar las estrategias y desarrollo del sector turístico*. [Tesis de magister, Pontificia universidad católica de Ecuador – sede Abanto]. Repositorio PUCESA <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/3610>
- Vargas, C. (2009): La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación* 33(1), 155-165, ISSN: 0379-7082, 2009. <file:///C:/Users/LENOVO%20300/Downloads/538-Texto%20del%20art%C3%ADculo-848-2-10-20120803.pdf>.
- Viñas, V. (2021). *Lineamientos estratégicos de turismo regenerativo para la gestión turística del valle de Huyro-Cusco-Perú*. [Tesis de magister, Universidad para la cooperación Internacional]. Repositorio UCI. <https://www.ucipfg.com/biblioteca/files/original/7bffa5a3f9686ed0fceb189908103427.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Categorización

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	CATEGORIA	SUBCATEGORIA
¿Cuáles son las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística, Sullana – 2023?	Analizar las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística de una entidad pública, Sullana – 2023.	Consecuencias de la Pandemia COVID - 19	Promover y fortalecer la participación comunitaria.
PROBLEMA ESPECIFICO	OBJETIVO ESPECIFICO		Vulnerabilidad económica y laboral.
(1). ¿Qué características en cuanto a perfil de puesto tienen los trabajadores en esa entidad, Sullana – 2023?	O1. Identificar si los trabajadores de la oficina de turismo cumplen con el perfil profesional, Sullana – 2023.	Promoción Turística	Plan de Promoción Turística.
(2). ¿Cuáles son las consecuencias COVID -19 en la gestión turística, Sullana – 2023?	O2. Identificar las consecuencias del COVID -19 en la gestión turística, Sullana – 2023		Lanzamiento de producto y organización de eventos.
(3). ¿Cómo afronto la entidad estos problemas producto de la pandemia, Sullana – 2023?	O3. Identificar la toma de decisiones que realizó la entidad pública ante la pandemia, Sullana – 2023.		Presentaciones al sector.

Fuente: Elaboración Propia 2023

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

GUIA DE ENTREVISTA PARA EX TRABAJADORES DE ENTIDAD PÚBLICA
NOMBRE Y APELLIDO
NIVEL DE EDUCACION
CARGO
PROFESIÓN
INSTITUCION

Responda las siguientes preguntas con total atención y con sinceridad:

1. ¿Cuáles fueron las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística, en Sullana?
2. ¿De qué manera la promoción del turismo se vio afectada durante la pandemia de COVID – 19? Mejoro o Empeoro la calidad de vida del sector.
3. ¿De qué manera las políticas regionales del gobierno brindan oportunidades a la Municipalidad de Sullana para realizar una excelente gestión y promover el turismo?
4. ¿Cuenta la Municipalidad de Sullana con un plan estratégico para promover el turismo? Porque, Explique brevemente.
5. ¿Qué criterios se toman en cuenta para la designación de profesionales encargados del área de turismo en la institución donde labora o laboró?
6. ¿Cuál es su experiencia y especialización en el área designada? Tiene algún conocimiento de ella.
7. ¿Qué estrategias de gestión turística a previsto su institución para promover el bienestar de la ciudad, su imagen y así mismo la difusión de los eventos culturales de la localidad?
8. ¿Cuáles son los atractivos turísticos más importantes que cuenta la provincia de Sullana? Y cuales cree usted fueron los que se vieron perjudicados por causa de la pandemia COVID – 19

MUCHAS GRACIAS

Fuente: Elaboración Propia 2023.

GUÍA DE ENTREVISTA PARA ALIADOS ESTRATEGICOS DEL SETOR TURISTICO
NOMBRE Y APELLIDO
NIVEL DE EDUCACIÓN
CARGO
PROFESIÓN
IIINSTITUCIÓN

Responda las siguientes preguntas con total atención y con sinceridad:

1. ¿Cuáles fueron las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística, en Sullana?
2. ¿Coordina la Municipalidad de Sullana con ustedes para reactivar el turismo? Si las realiza, por favor mencione algunas.
3. ¿De qué manera la promoción del turismo se vio afectada en la pandemia COVID – 19? Mejoro o Empeoro la calidad de vida del sector.
4. ¿De qué manera las políticas regionales del gobierno brindan oportunidades a los aliados estratégicos para promover el turismo?
5. ¿Cuál es su opinión al respecto que la Municipalidad de Sullana cuenta con un plan estratégico para promover el turismo? ¿Qué tan importante cree usted que es?
6. ¿Cómo considera usted que se lleva a cabo las contrataciones del gobierno municipal en el área de turismo para fomentar la promoción turística en la Provincia?
7. Nos puede relatar su experiencia con la Municipalidad de Sullana en la organización y ejecución de eventos. Por favor mencione.
8. ¿Cuáles son los atractivos turísticos más importantes que cuenta la provincia de Sullana? Y cuales cree usted fueron los que se vieron perjudicados por causa de la pandemia COVID - 19

MUCHAS GRACIAS

Fuente: Elaboración Propia 2023.

GUÍA DE ENTREVISTA PARA PERIODISTA
NOMBRE Y APELLIDO
NIVEL DE EDUCACIÓN
CARGO
PROFESIÓN
IIINSTITUCIÓN

Responda las siguientes preguntas con total atención y con sinceridad:

1. ¿Cuáles fueron las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística, en Sullana?
2. ¿Cómo la Municipalidad de Sullana o alguna institución privada realiza acciones para reactivar el turismo? Mencione quiénes son y qué actividades realizan.
3. ¿De qué manera la promoción del turismo se vio afectada en la pandemia COVID – 19? Mejoro o Empeoro la calidad de vida del sector.
4. ¿Cuál es su opinión al respecto que la Municipalidad de Sullana cuenta con un plan estratégico para promover el turismo? ¿Qué tan importante cree usted que es?
5. ¿Cuáles creen que son los criterios que se toman en cuenta para la designación de profesionales encargados del área de turismo en las instituciones públicas?
6. ¿Cómo cree usted que es el proceso de selección en las contrataciones del gobierno municipal para fomentar la promoción turística en la localidad?
7. ¿De qué manera se han promocionado los eventos de cultura viva que ha organizado la Municipalidad de Sullana? ¿Ha participado de ello? Por favor, méncionelo.
8. ¿Cuáles son los atractivos turísticos más importantes que cuenta la provincia de Sullana? Y cuales cree usted fueron los que se vieron perjudicados por causa de la pandemia COVID – 19.

MUCHAS GRACIAS

Fuente: Elaboración Propia 2023.

GUÍA DE ENTREVISTA PARA LICENCIADO EN TURISMO
NOMBRE Y APELLIDO
NIVEL DE EDUCACIÓN
CARGO
PROFESIÓN
IIINSTITUCIÓN

Responda las siguientes preguntas con total atención y con sinceridad:

1. ¿Cuáles fueron las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística, en Sullana?
2. ¿Cómo la Municipalidad de Sullana o alguna institución privada realiza acciones para reactivar el turismo? Mencione quiénes son y qué actividades realizan.
3. ¿De qué manera la promoción del turismo se vio afectada en la pandemia COVID – 19? Mejoro o Empeoro la calidad de vida del sector.
4. ¿Tiene conocimiento si la Municipalidad de Sullana cuenta con un plan estratégico para promover el turismo? ¿Qué tan importante cree usted que es?
5. ¿Cuáles creen que son los criterios que se toman en cuenta para la designación de profesionales encargados del área de turismo en las instituciones públicas?
6. ¿Cómo cree usted que es el proceso de selección en las contrataciones del gobierno municipal para fomentar la promoción turística en la localidad?
7. ¿De qué manera se han promocionado los eventos de cultura viva que ha organizado la Municipalidad de Sullana? ¿Ha participado de ello? Por favor, menciónelo
8. ¿Cuáles son los atractivos turísticos más importantes que cuenta la provincia de Sullana? Y cuales fueron los que se vieron perjudicados por causa de la pandemia COVID - 19

MUCHAS GRACIAS

Fuente: Elaboración Propia 2023.

GUÍA DE ENTREVISTA PARA POBLADOR
NOMBRE Y APELLIDO
NIVEL DE EDUCACIÓN
CARGO
PROFESIÓN

Responda las siguientes preguntas con total atención y con sinceridad:

1. ¿Cuáles fueron las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística, en Sullana?
2. ¿Cómo la Municipalidad de Sullana o alguna institución privada realiza acciones para reactivar el turismo? Mencione quiénes son y qué actividades realizan.
3. ¿Cree que la promoción del turismo en nuestra comunidad contribuye a mejorar su calidad de vida después de la pandemia COVID – 19? Si es afirmativa la respuesta, señale de qué manera mejorara su vida.
4. ¿Tiene conocimiento si la Municipalidad de Sullana cuenta con un plan estratégico para promover el turismo? ¿Qué tan importante cree usted que es?
5. ¿Cuáles creen que son los criterios que se toman en cuenta para la designación de profesionales encargados del área de turismo en las instituciones públicas?
6. ¿Cómo cree usted que es el proceso de selección en las contrataciones del gobierno municipal para fomentar la promoción turística en la localidad?
7. ¿Cuál es su opinión al respecto sobre algunas estrategias de instituciones públicas para promover el bienestar de la ciudad, su imagen turística así mismo en la difusión de los eventos culturales de la localidad?
8. ¿Cuáles son los atractivos turísticos más importantes que cuenta la provincia de Sullana? Y cuales cree usted los que se vieron perjudicados por causa de la pandemia COVID - 19

MUCHAS GRACIAS

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Anexo 3: Consentimiento informado.

Título de la investigación: “Consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística en una entidad pública, Sullana – 2023”.

Investigador (a) (es): Lic. Rojas Escudero María José

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística en una entidad pública, Sullana – 2023”, cuyo objetivo es Analizar las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística de una entidad pública, Sullana – 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de posgrado de la carrera profesional Maestría en Gestión Pública, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de las personas entrevistadas.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Los gobiernos locales necesitan desarrollar y trabajar para fomentar el turismo logrando un favorable impulso turístico de valor y favoreciendo a toda una serie de actores que impulsan el sector económico.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística en una entidad pública, Sullana – 2023”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará en el ambiente cómodo de las personas entrevistadas. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) (Apellidos y Nombres) Lic. Rojas Escudero, María José, email: rojase@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor (Apellidos y Nombres) Dr. Beraun Beraun, Emil Renato, email: eberaunb@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Carlos Alberto Chávez Girón.

Fecha y hora: 07/May/2023 – 06:17 p.m.

Nombre y apellidos: Elizabeth del Pilar Abad Juárez

Fecha y hora: 07/May/2023 – 08:00 p.m.

Nombre y apellidos: Antonio García Domínguez.

Fecha y hora: 08/May/2023 – 08:17 a.m.

Nombre y apellidos: Sabrina de los Milagros Rodríguez García.

Fecha y hora: 08/May/2023 – 08:53 a.m.

Nombre y apellidos: Edgar Guzmán Custodio.

Fecha y hora: 08/May/2023 – 02:56 p.m.

Nombre y apellidos: César Antonio Leith Arias.

Fecha y hora: 09/May/2023 – 10:56 a.m.

Nombre y apellidos: Janet de los Milagros Escudero Coronado.

Fecha y hora: 10/May/2023 – 08:30 a.m.

Nombre y apellidos: José Manuel Rojas Aguirre.

Fecha y hora: 10/May/2023 – 06:00 p.m.

Nombre y apellidos: Jhonny Paz.

Fecha y hora: 22/May/2023 – 01:17 p.m.

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Anexo 4: Transcripción de respuestas de las entrevistas.

En la transcripción de entrevistas se detallará a continuación según el grupo de personas tanto la cantidad como siglas determinadas:

Cantidad	1	4	3	1	1
Entrevistados	Ex – funcionario público	Aliados Estratégicos	Pobladores	Licenciado en Turismo	Periodista
Siglas	EF	AE	P	LT	PT

Fuente. Elaboración Propia 2023.

Pregunta 01: (Previa presentación, coordinación y saludo). ¿Cuáles fueron las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística, en Sullana?	
Rpta: EF	Obviamente en primer lugar que la oficina en ese entonces (2020) se llamaba simplemente área de turismo se vio afectada porque al igual que las otras áreas fueron cerradas solamente quedaron abiertas las áreas de primera necesidad y no estuvo abierta al público cerca de desde marzo de la pandemia hasta diciembre del 2020 entonces eso generó una desorientación al sector del turismo en Sullana que el sector más fuerte es la gastronomía pues ese sintiéndose desorientado porque estipularon muchísimas reglas en este caso, cuando empezaron a dar los permisos los delivery de comida, mucha gente no sabía a dónde acudir para orientarse, la visita de los turistas obviamente se cancelaron todas las promociones de las actividades que con fuerza ese gobierno actual quería impulsar como la feria del coco, la feria de reyes, quedó en nada por lo tanto los aliados estratégicos y la municipalidad del área de turismo se vieron desvinculado.
Rpta: AE1	Las consecuencias fueron malas porque si no estamos a la altura de promoción turística fue peor que llegue la pandemia porque desapareció lo poco o nada que había. Muy pobre la promoción que había.
Rpta:AE2	Con respecto a las consecuencias de la pandemia, creo que, a todos, a todos los sectores nos afectó mucho en ese tiempo. Hoy, gracias a Dios ya estamos terminando esto, pero ha quedado secuelas en lo que corresponde a esta pandemia, tanto por salud, por economía. Y afectó grandemente a todos, pero todos aún todavía estamos saliendo recuperándonos poco a poco para salir de la pandemia que fue declarado a nivel mundial.

Rpta: AE3	En cuanto al museo resto grandemente la asistencia el museo de Sullana tiene ante la pandemia tiene un promedio de 100 visitas diarias por su ubicación geográfica en el centro de su diana es visitado por familias completas no solamente adultos sino también vienen los papás y los niños entonces hemos bajado grandemente de 100 visitas diarias que poco a poco las estamos recuperando incluso ni los alumnos venían de los diferentes colegios o universidades de nuestra localidad viene en este turistas extranjeros también no tenemos un precisado estadísticamente pero diariamente recibimos visitas de Ecuador, Colombia, Chile, Venezuela y Estados Unidos que son los lugares del extranjero.
Rpta: AE4	Las consecuencias de la pandemia del COVID-19, todavía las que estamos afrontando porque no se acaban todavía. Los negocios, principalmente los que se tiene que interactuar, socializar, se vinieron abajo a cero, todo restaurantes, hoteles, el sector turismo a cero teniendo varios problemas para levantarse. Pero hemos sacado una cantidad de restaurantes que son formales aprox 800, pero no todos afiliados a las organizaciones gremiales que tenemos a la asociación de restaurantes y algunas otras asociaciones que están en la Cámara de Comercio. Pero sí pudimos evaluarlos y más o menos empadronar una cantidad, así como los 800 empadronados. Después, en la parte agrícola, la pandemia no afectó al sector agrícola.
Rpta: P1	Perjudicó muchos negocios, como por ejemplo a los hoteles, hostales y los restaurantes que venden comidas típicas del norte peruano como el seco de chavelo y la carne seca.
Rpta: P2	Dejaron de funcionar muchos negocios y el turismo este no prosperó los viajes se detuvieron se detuvieron muchas empresas algunas empresas turísticas tuvieron que cerrar No este había viaje de promoción en el caso de mi área no se podían salir este de viaje de promoción ni tampoco se podía salir este en viajes cortos para recorrer el turismo de la de la localidad.
Rpta: P3	Cualquier espacio por el hecho mismo de internamiento que hubo de la población el cese de todo tipo de actividad económica incluyendo la turística sobre todo de manera que las consecuencias para el sector fueron impactantes se llegó en materia de niveles diríamos de producción turística como era de esperar a cero totalmente nula y más allá de ello las consecuencias son como recuperar esos espacios que podrían haberse ganado y Sullana que tiene un gran potencial sin embargo afectado por la COVID - 19 en primer lugar todavía no hay forma de poder desarrollar ese potencial se carece estrategias.

Rpta: LT	La pandemia trajo muchas consecuencias una de esas la baja de turistas al Perú siendo que la planta turística del sector turístico fue el más perjudicado en ello, ya que hubo aislamiento social y todo tuvo que cerrar, hasta después de eso no se sabía cómo actuar ante ello en la atención y las nuevas disposiciones del Estado.
Rpta: PT	Si bien es cierto no podemos hablar de un trabajo para difundir el turismo de manera apropiada las pocas actividades que se realiza se vieron postergadas por la pandemia y hasta el momento creo yo no se ha dado la importancia debida para retomar estas actividades al 100 por ciento.

Fuente. Elaboración Propia 2023.

Pregunta 02: ¿Cómo la Municipalidad de Sullana o alguna institución privada realiza acciones para reactivar el turismo? Mencione quiénes son y qué actividades realizan.	
Rpta: P1	No tengo conocimiento que alguna empresa privada esté realizando acciones para reactivar el turismo en Sullana, lo que, si me he enterado, a través de las noticias que a veces se realiza actividades pequeñas, pero sin trascendencia en la plaza de armas de Sullana.
Rpta: P2	En cuanto a la municipalidad se organizaron viajes de estudio a nivel de instituciones educativas el año pasado lo organizó a través de la municipalidad no se específicamente la persona pero como como ciudadana y como docente como profesional este por ejemplo en la institución educativa que yo trabajo este nunca hemos recibido una invitación a través de la institución municipal y menos de los encargados de turismo en esa parte no ha fomentado el turismo no hay una reactivación turística en cuanto a turismo dentro de la ciudad a las instituciones educativas no que es lo más importante.
Rpta: P3	De parte la municipalidad no hay planes, estrategias definidas o una política de impulso de promoción turística no existe si siempre se dan diríamos aportes o actividades pero sin articular aisladas lo que implica que el turismo en Sullana Como por ejemplo entenderlo como una promoción de un circuito turístico no existe salvo situaciones aisladas como digo esporádicamente lo realiza pero sin obedecer planes o una estrategia como digo y menos una política de desarrollo turístico lo hacen iniciativas también por otro lado de algunas empresas que buscan promoción del turismo a raíz de la intencionalidad de crear infraestructura acá empresas dedicadas a turismo, así mismo tampoco tiene buena acogida o sea no hay la suficiente recurso para hacer una promoción como debe corresponder a visitar los diferentes lugares de la provincia el resumen la municipalidad lo hace de vez en cuando

	<p>esporádicamente sin obedecer a un plan definido menos política Y en segundo lugar hay instituciones sobre todo micro o pequeñas empresas que promocionan como actividad rentable este circuitos turísticos, por poner ejemplo arranca desde la casona de Miguel Checa hasta poechos pasando por Tangarara y bueno laguna de patos de Querecotillo y el propio Sullana mismo por su valle y otras potenciales diríamos este recursos que tiene y más allá como digo no es una actividad permanente.</p>
Rpta: LT	<p>Se que la entidad pública y las instituciones brindan actividades para reactivar el turismo una que otras son acogidas por la misma comunidad y otras no tanta porque no tiene la participación y la acogida que requiere ello, como por ejemplo sus aliados estratégicos la Cámara de Comercio, MINCETUR, PROMPERÚ que son aquellas instituciones encargadas de velar por la promoción turística y como actividades se tiene el día del artesano, la semana turística, el día de la algarrobina, entre otros.</p>
Rpta: PT	<p>Si bien es cierto no hay un trabajo adecuado tal vez porque no se le da la importancia debida al turismo no las actividades son lo mismo no recordar fechas como tangará o el aniversario del pisco sour, el día del ceviche entre otros donde se hacen este tipo de actividades que lastimosamente no sirven de mucho como para explotar el turismo de una forma adecuada y que sirva de mucho de mucho más para nuestra provincia.</p>

Fuente: Elaboración Propia 2023.

<p>Pregunta 02: ¿Coordina la Municipalidad de Sullana con ustedes para reactivar el turismo? Si las realiza, por favor mencione algunas.</p>	
Rpta: AE1	<p>Lo que más se hace son eventos de ferias, pero la mayoría de veces no a la altura de una provincia tan grande y la principal del departamento. Además, hay algunas invitaciones a algunos eventos, pero sin mucho impacto. Y bueno los concursos sobre algunos alimentos específicos como algarrobina, pizco etc.</p>
Rpta: AE2	<p>Durante estos últimos tiempos hemos estado coordinando con la municipalidad para reactivar el turismo. Hemos visto algunas gestiones con la nueva gerente, nuevas autoridades que en este año se instalaron y estamos en coordinación con ellos para poder realizar algunas actividades ferias tanto locales como regionales.</p>
Rpta: AE3	<p>No, es muy poquísima la participación de la municipalidad en nuestro quehacer como museo no debo decirte que este museo es una entidad privada nace a iniciativa del Rotary club entidad 10 años y lo que sí agradecemos a un</p>

	<p>peligro que este local esta estructura física no la da tenemos un convenio hasta el 2033 o sea tenemos 10 años que vamos a estar aquí en este local.</p>
Rpta: AE4	<p>Bueno, la del año pasado (2019) que ha sido otra gestión. Hubo algunos problemas ahí con la municipalidad, a pesar de que nosotros firmamos un convenio macro con la municipalidad para poder mutuamente intercambiar actividades tanto gastronómicas, turísticas, servicios, industria y de ahí nos cayó la pandemia. Entonces sirvió bastante este este convenio, porque cuando se quiso reactivar el año pasado precisamente se activó parte de ese proceso donde nos comunicamos con el alcalde y funcionarios de la entidad pública reuniéndonos con los sectores turísticas que no son muchos que digamos y con la gestión actual unos que otras actividades, brindando nuestros ambientes de la institución.</p>

Fuente: Elaboración Propia 2023.

<p>Pregunta 02 y 03: ¿De qué manera la promoción del turismo se vio afectada durante la pandemia de COVID – 19? Mejoro o Empeoro la calidad de vida del sector.</p>	
Rpta: EF	<p>En la promoción turística empeoro ya que obviamente los restaurantes cerraron que los negocios los el sector artesanal también se ve afectado porque esa gente vive no de la venta de sus de sus productos y obviamente las visitas a los lugares turísticos los pocos lugares que tenemos también quedaron cerrados durante la pandemia, porque cerró la oficina y se desarticularon las alianzas estratégicas.</p>
Rpta: AE1	<p>La promoción empeoró y más aún cuando hay cambio de gobierno que un grupo no deja la posta a seguir o el que entra quiere hacer a su manera las cosas y se van perdiendo las ideas cada 4 años.</p>
Rpta: AE2	<p>Como le comenté el turismo fue afectado en gran manera tanto económicamente salud y hoy día estamos saliendo, hemos visto que las autoridades están poniendo parte de ellos para poder ayudarnos y promocionar nuestros productos artesanales.</p>
Rpta: AE3	<p>Disminuyo gravemente bueno nosotros, no recibimos visitas no donde exponemos los huacos de las culturas incas y vas a ver en nuestra sala el devenir histórico cómo empezó su llegada destacando fundamentalmente que es una fue fundada el 08/07/1783 por Martínez compañón y Bujanda es una fundación española lo que más énfasis digamos es al cuatro de noviembre o que se celebra que pasó de distrito o provincia por la fundación de ciudades hace ya 240 años.</p>

Rpta: AE4	Fue ambas, saben que la agricultura siguió laborando de hecho, las plantas no necesitan, digamos, que se cierren todos los accesos, de hecho, han seguido trabajando, tal es el caso de las agroindustrias. Siguieron proveyendo, digamos, sus productos y la que sí se dio bastante. Que ayudó bastante a toda la comunidad, fue la agricultura que abasteció los mercados, pero la exportación sufrió al no haber exportación. Tú sabes que todo lo que tenía que ver con los puertos, los aeropuertos se cerraron era difícil exportar ahí. Los productos que estuvieron en el caso nuestro, en el Perú, como tenemos un mercado, un mercado regular se pudo consumir, pero hubo esos problemas en Sullana, que es una de las provincias que económicamente había un pico bien alto en cuestiones laborales no había un boom de trabajo. Eso se vino abajo, ahora estamos en proceso de recuperación. Lo que es metalmecánica lo que es el comercio todo se vio afectado por la pandemia, igualmente están. Volviendo, pero todavía no llegan a los estándares que teníamos pre pandemia.
Rpta: PT	La verdad empeoró yo creo que sigo pensando que no hay un buen manejo no hay un buen manejo en el tema, hoy yo ni siquiera consideraría que hay calidad en el Turismo.
Rpta: LT	La pandemia fue lo peor para el sector, pero se aprendió de ello en la forma y el nuevo trato al turista, su seguridad del cuidado, pero se perdieron muchas vidas, las nuevas disposiciones de la planta turística para el turista.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 03: ¿Cree que la promoción del turismo en nuestra comunidad contribuye a mejorar su calidad de vida después de la pandemia COVID – 19? Si es afirmativa la respuesta, señale de qué manera mejorara su vida.	
Rpta: P1	Promover el turismo en Sullana va a permitir la creación de fuentes de trabajo en algunos pobladores como los que trabajan en los restaurantes, en los hoteles, de los pequeños comerciantes que venden artesanías.
Rpta: P2	Yo creo que para algunas personas si por ejemplo en nuestra localidad hay muchas personas que se sustentan, vendiendo de repente algún plato típico tiene un restaurante de repente tiene una picantería y los las personas que vienen a conocer este Sullana o van a la parte de Marcavelica, Querecotillo, Salitral decayeron y es una fuente de sustento para ellos ya que en el tiempo la pandemia ellos dejaron de trabajar de vender.
Rpta: P3	No hay actividades definidas como una promoción del turismo que ayude en este caso a superar problemas de covid que evidentemente ha dejado maltrato psicológico lo que podemos entender, marginados si se quiere de las actividades de recreación entonces no podría yo afirmar conociendo que hay un plan insisto en esto que es

	importante o estrategias o actividades mucho menos orientadas a superar o coadyuvar a solucionar o supera el problema del covid no existe hasta ahora.
--	--

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 03: ¿De qué manera las políticas regionales del gobierno brindan oportunidades a la Municipalidad de Sullana para realizar una excelente gestión y promover el turismo?	
Rpta: EF	Más que todo política regionales no, es un trabajo articulado con la Dirección Regional de Turismo, nosotros al habernos convertido en una Subgerencia pero sin tener un plan de desarrollo turístico local nos basamos en los lineamientos del PERTUR del plan regional de turismo esas son nuestras políticas regionales por las cuales nos brindan las oportunidades porque a ver cómo te explico formamos parte del consejo regional de turismo que ya está instalado el CCRT y a través de ello nosotros podemos hacer pedidos y expresar las necesidades de la provincia entonces a partir de ello más las coordinaciones con la dirección regional de turismo se plantean y se priorizan las cosas o las actividades necesarias para impulsar el turismo por un lado y por el otro lado la comunicación permanente con PROMPERÚ también para promocionar las actividades más importantes en este caso para Sullana, que son el aniversario con la institucionalización de la Semana Turística y artesanía siendo importantes.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 04: ¿Cuenta la Municipalidad de Sullana con un plan estratégico para promover el turismo? Porque, Explique brevemente.	
Rpta: EF	No, porque la subgerencia entra en funcionamiento ya al final casi del período de la gestión del gobierno saliente digamos en el año 2021 para el 2022 y el presupuesto era demasiado reducido pero sí se dejaron las gestiones correspondientes para que ese plan continúe y pueda ser ejecutado, quedado en papeles realizado un requerimiento, que se han realizado los términos de referencia para que le puedan dar continuidad no sé si el gobierno entrante le está dando continuidad pero sí hemos hecho las gestiones como parte de como parte principal y prioritaria de una subgerencia recién creada.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 04: ¿De qué manera las políticas regionales del gobierno brindan oportunidades a los aliados estratégicos para promover el turismo?	
Rpta: AE1	Piura como región poco invitan a Sullana a participar y poco se ve por aquí a los de turismo haciendo algo es mínimo el apoyo de la región.
Rpta: AE2	Nos están ayudando a los gobiernos regionales y gobiernos locales con capacitaciones para mejorar nuestros productos y así también promocionarlos. Nos están dando esa oportunidad. De poder hacer estrategias y promocionar el turismo que en Sullana que de verdad casi poco se ha hecho, pero siempre viene el tiempo propicio para poder activar este turismo. Tenemos varios locales, varios sitios aquí donde visitar, donde hay personas que vienen de fuera puedan visitar nuestros sitios turísticos que tenemos hoy en día y estamos con el gobierno tanto local como regional. Recibiendo de esas capacitaciones para mejorar nuestros productos y nos están enseñando, pues a usar también las redes sociales para poder publicar y hacer exposición y venta de nuestros artículos artesanales que los elaboramos aquí entre artesanas y artesanos, con los productos banderas que es el chance de plátano y la cáscara de coco.
Rpta: AE3	Casi nulo no reciben apoyo no este ni tampoco vienen aquí a brindar capacitación, sí hemos recibido últimamente la visita de la dirección desconcentrada de cultura de Lima donde ya han clasificado los huacos que tenemos que ya son propiedad patrimonial del estado peruano o sea estamos en contacto directamente con Lima y esporádicamente con la dirección de concentrada en Piura.
Rpta: AE4	Bueno las capacitaciones son una de las actividades que realiza la Cámara de Comercio, pero tenemos relaciones con MINCETUR, PRODUCE, entre otros, ya que también nuestra entidad es un abanico de actividades global, pero esas entidades ya mencionadas coordinan con nosotros directamente algunos programas para el apoyo y promoción de las microempresas, así mismo con las ONG, tenemos esas coordinaciones para siempre brindar capacitaciones, conferencias aprovechando esas ventanas de oportunidad, hasta hay oportunidades no reembolsables para que puedan crecer y siempre están supervisados.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 04: ¿Tiene conocimiento si la Municipalidad de Sullana cuenta con un plan estratégico para promover el turismo? ¿Qué tan importante cree usted que es?	
Rpta: P1	No tengo conocimiento de un plan estratégico por parte de la Municipalidad de Sullana y si lo tiene, no lo difunden a la población. La Municipalidad debe ser la primera organización del Estado que debe fomentar el turismo y para eso, debe elaborar y difundir su plan estratégico para promover el turismo.
Rpta: P2	No, tengo ningún conocimiento, pero es si importante que lo hagan y que lo den a conocer sobre todas las instituciones educativas que es donde a nosotros nos interesa inculcarles a nuestras alumnas el amor a su localidad a través de los lugares turísticos que hay a su alrededor y especialmente en el área de ciencias sociales que como docente de la institución nunca hemos recibido una invitación de parte de la municipalidad como la oficina de turismo.
Rpta: P3	No existe formalmente aprobado y simple y llanamente menos he implementado o en proceso de implementación hay iniciativas de cierto sector privado como digo de la misma subgerencia de turismo dentro de lo que es la Gerencia desarrollo Económico local pero cuyo diseño como digo es estrategias actividades pero que formalmente necesitan de la aprobación en este caso por ejemplo del consejo municipal de la dotación de logística de recursos y eso no existe hay las iniciativas desde las ideas hasta efectivamente algunos planes pero que no mínimo se han llegado a concretar salvo como y digo insisto con medidas de forma aislada existen ir a visitar tal lugar o apoyar tal actividad pero no obedecen a en todo caso hablando de la pregunta un plan define ya objetivos metas estrategias lo que formalmente no lo tenga como un documento ya aprobado por parte de la municipalidad.
Rpta: LT	Se que no cuentan con un pan estratégico, pero si es importante porque cada lugar que cuenta con recursos y atractivos turísticos debe estar preparado y debe de saber con qué cuenta su localidad y siempre tener inventariado sus recursos e importante su infraestructura, a su vez como promocionarlo para que llegue al consumidor final.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 04 y 05: ¿Cuál es su opinión al respecto que la Municipalidad de Sullana cuenta con un plan estratégico para promover el turismo? ¿Qué tan importante cree usted que es??	
Rpta: AE1	No sé, si tendrán un plan estratégico y no sé si lo estarán haciendo porque como digo se comienza de 0 lo que se realizó se desecha y vienen nuevas ideas. Y si tendrán un efecto importante no lo sé, pero por ahora no se ve nada de trabajo.

Rpta: AE2	Los primeros meses estuvimos conversando con la municipalidad de Sullana para tener un Plan estratégico y promover el turismo con importante es esa relación entre la Oficina de Turismo y también la asociación de artesanos de semana para El Mundo para tener un plan. Y también es dar capacitaciones en lugares en distritos, en comedores populares, vaso de leche, en asentamientos humanos para poder brindar lo que Dios nos ha dado. Y esa estrategia estamos haciendo un plan estratégico para salir y promover el turismo aquí en Sullana. A pesar que no cuentan con un personal capacitado y especializado en el tema, entran por partidos.
Rpta: AE3	Bueno, la importancia es vital porque tú sabes que el turismo son las fábricas sin chimenea ayuda muchísimo pero muy pocos están haciendo nuestra municipalidad en nuestro medio por mejorar el turismo Sullana tiene muchísimos recursos naturales en nuestro mismo valle es hermoso no, tenemos la represa de puechos esta otra cosa que falta darle ese valor que se valgan para hacerlo interesante algunos de los visitantes y además hay que entender que el conocimiento de las cosas tiene que poner el sentimiento y el conocimiento más sentimiento que hay identidad y eso es lo que no tenemos los Sullaneros no tenemos identidad de ser Sullaneros, el plan estratégico con la oficina de turismo no nos han informado de un plan estratégico para promover como museo no porque nuestros fines y objetivos son fundamentalmente lo que es un museo no donde tenemos 2 salas la sala histórica y la sala arqueológica donde exponemos huaco fundamentalmente la cultura traiga la cultura mochica, chimú, vicus, nazca pero fundamentalmente destacamos la cultura tallán que era de que nosotros detenemos buscando nuestra identidad.
Rpta: AE4	La cámara de comercio como institución hemos colaborado mucho en impulsar la sociedad y el plan estratégico es importante, para apoyar a todos los sectores que el turismo es una actividad muy importante y como compromiso para apoyar a las actividades.
Rpta: PT	Bueno la municipalidad provincial de Sullana como muchas instituciones públicas durante los últimos años han priorizado quedar bien con las personas que te apoyan en campaña y no contratar a profesionales adecuados o que hayan estudiado turismo y que puedan aplicar un plan estratégico no como te digo se sigue una ruta pero la ruta no es necesariamente funcional o ayuda para para ver aquellos lugares turísticos que tiene la provincia de Sullana se sabe de Tangará, Casa de coto el Angolo, Casona de Sojo pero de ahí a más no hay un trabajo como para que la gente sepa cómo llegar no hay una ruta. Bueno el turismo ayudaría mucho en la economía de la provincia de Sullana

	ya que tenemos la diversidad en nuestra en nuestra ciudad el ecoturismo por ejemplo que es que te lo comente la otra vez es lastimosamente es Tierra muerta o letra muerta como tú quieras llamarlo.
--	--

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 05: ¿Qué criterios se toman en cuenta para la designación de profesionales encargados del área de turismo en la institución donde labora o laboró?	
Rpta: EF	Bueno más que todo tener una profesión o una carrera afín al área de turismo de alimentos o de administración con alguna especialización relacionada al turismo tener creo más de 3 años laborando en el sector público o en actividades y además de tener experiencia en actividades relacionadas al turismo.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 05: ¿Cuáles creen que son los criterios que se toman en cuenta para la designación de profesionales encargados del área de turismo en las instituciones públicas?	
Rpta: P1	En primer lugar, deben tener título de la especialidad de Turismo, en muchos casos ponen a profesionales de otras especialidades que solo apoyaron en la campaña política del gobernante de turno.
Rpta: P2	Yo creo que a veces las personas se eligen a dedo muchas veces por pagar favores políticos, desgraciadamente vivimos en una localidad y en un país donde prolifera demasiado la prostitución y sobre todo la devolución de favores políticos en las campañas políticas si aún creo que me pongo a averiguar a ver si es que cada jefe está en su misma área yo creo que me voy a dar grandes sorpresas.
Rpta: P3	Es un tema que tiene muchísimo que ver con lograr objetivos no solamente en el corto mediano sino el largo plazo para poder promover y surgir el turismo donde se hay si hay un potencial existientemente en la provincia de Sullana, pero la clave de todo está en quiénes deban de promover el turismo Y si partimos de gobierno local que es la municipalidad responsable de acuerdo a la ley orgánica que le dice que promueve la actividad económica entre ellos el turismo y para el cual tiene una subgerencia, creo yo que lo que falta es justamente el profesional que no solamente ya que hay que ser también bastante objetivos y concretos que no solamente goce de iniciativas de buenas intenciones sino también de alguna experiencia en promoción del turismo es importantísimo y si y si a eso sumamos que hay profesionales que puedan tener alguna formación académica mientras la política municipal no

	se enfoque direcciones a incorporar como un eje de desarrollo del turismo Los profesionales aún más allá de la debilidad que puedan presentar en cuanto a capacidad y experiencia se tornaría mucho más problemático poder superar este grave problema del accionar que pueden tener los funcionarios los responsables de promover el turismo.
Rpta: LT	Yo creo que los criterios que se toman en cuenta para la designación del personal son por agradecer los favores políticos y los ponen como encargados para cubrir el puesto, ya que en algunas instituciones el sector turismo no es importante para ellos, pero para nosotros los profesionales son porque es la historia, costumbre de la localidad para fomentar la identidad.
Rpta: PT	Lastimosamente las gestiones se dedican eh funcionalmente en hacer obras y malas todavía y tratan a ciertas áreas como comunicaciones o turismo como algo no tan importante hemos visto por ejemplo en la actualidad con el respeto de la colega es licenciada en comunicaciones y no en turismo no o sea podemos ver áreas como turismo con 8 o 10 personas que relativamente no hacen nada se ganan el sueldo por no hacer nada lo digo esto pues haciendo un evaluación de la del trabajo de la difusión del área no tanto en turismo como en imagen yo creo que esto debe cambiar si queremos cambiar un poco las cosas aquí en la provincia se debe respetar a las profesionales si bien es cierto hoy en día se pide un perfil técnico y cierta experiencia laboral pero si no se les da una experiencia a los jóvenes no se les da la oportunidad que experiencia van a adquirir no yo creo que es una contraposición que la ley tiene que mejorar e incluir paulatinamente para que no caigamos en lo mismo de siempre de que no hayan profesionales o personas que cumplan el perfil en este caso específicamente con el tiempo el tiempo o los años que te piden para ocupar una Gerencia o Subgerencia

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 06: ¿Cuál es su experiencia y especialización en el área designada? Tiene algún conocimiento de ella.	
Rpta: EF	Bueno mi experiencia si fue buena porque fue como que un punto muy crucial y un reto muy alto haber impulsado muchas actividades y muchas tareas habiendo una pandemia de por medio porque una vez reactivada el área que fue en el año en noviembre del 2020 todavía existía el covid fue un reto muy grande reinventar las actividades ver de qué forma sacábamos adelante el área y promover más el turismo ya que fue una de las áreas más afectadas y

	por lo tanto ya había muchas pérdidas económicas para ese sector y la especialización que yo tengo es en gestión turística entonces eso me ayudó bastante.
--	--

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 06: ¿Cómo considera usted que se lleva a cabo las contrataciones del gobierno municipal en el área de turismo para fomentar la promoción turística en la Provincia?	
Rpta: AE1	Ahí está el problema muchas veces porque esto más es por política que por mérito y allí radica mucho el problema grave de nuestra provincia gente que no está capacitada para seguir adelante o no sabe nada de turismo.
Rpta: AE2	Creo que nuestras autoridades son idóneas para escoger también a las personas que ocupan estos puestos. Estos cargos, en este caso de la Oficina de Turismo, que esa persona que sea idónea, pues no que tenga ese anhelo, ese deseo de poder velar por el bienestar del turismo de Sullana y fomentar y hacer promociones turísticas aquí en la provincia de Sullana a través de ferias a través también de ferias, virtuales también. Hay una buena coordinación por el momento con la municipalidad y la Oficina de Turismo. Hoy en día.
Rpta: AE3	Debería tener un aspecto más agresivo como te reitero ciudad tiene muchísimos recursos naturales por explotar, pero tenemos que dar ese valor agregado como son vías de acceso no incluso la misma capacitación a los conductores de hoteles, restaurantes no entonces falta mucho aún por hacer en nuestra provincia.
Rpta: AE4	Tiene que ser gente enfocada en el sector turístico, capacidad, con experiencias y sobre todo tener estudios en el área en específico que es fundamental para tener buenos resultados deben contratar personas que se enfocan a ese rubro.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 06: ¿Cómo cree usted que es el proceso de selección en las contrataciones del gobierno municipal para fomentar la promoción turística en la localidad?	
Rpta: P1	Debe ser de manera pública y transparente donde la población tenga conocimiento de lo que hacen los funcionarios de la Municipalidad para fomentar el turismo.
Rpta: P2	Normalmente debe de salir a licitación no para poder este contratar y cumpliendo con las leyes del Estado Peruano que se debe de contar con profesionales para desempeñar las funciones siendo muy importante porque de repente

	<p>por ahí empezamos a incentiva no solamente el turismo sino la voluntad de la población de vez en cuando a solicitar alguna información o de repente enviar un documento sino a la encargada de turismo no que nos haga nos posibilite de repente hacer un circuito turístico que me imagino que la persona que tiene a cargo debe ser una profesional con muchos conocimientos y creo yo que debería de ella ir y promover el turismo repito por el área en que yo me encuentro a los a los colegios yo creo que es este la mejor tarea que ella podría hacer no por ahí le digo que de repente no están las personas capacitadas en cada área de la municipalidad lamentablemente.</p>
Rpta: P3	<p>Te diría que no hay procesos orientados específicamente a la promoción del turismo decir de alguna manera lo hay lo existe indirectamente no es acompañado por una política clara que vaya enfocada que eso sea parte de la promoción del turismo vamos a su poder si hay una pista que es un ejemplo que se incorpore por decirle a zonas que nos lleven con mayor viabilidad la Laguna del pato por ejemplo si se hará probablemente porque ocupará una vía y hay y se acabó Pero lo que yo entiendo de su pregunta es que eso debe estar acompañado lógicamente por una serie de estrategias que acompañen a que la contratación de tal obra en este caso fomente turismo promueve el turismo y esto obedece como digo a que no hay nada claramente definido en la municipalidad que es una pena pero hay que admitirlo Y en segundo lugar porque no hay los elementos el profesional diríamos un poco que entienda la problemática de este sector donde existe calidades para poderlo hacer surgir.</p>
Rpta: LT	<p>En el proceso de contratación no cuentan con especialistas y no dan la oportunidad a profesionales como nosotros a realizar un buen trabajo para fomentar la promoción turística en una localidad.</p>
Rpta: PT	<p>Lastimosamente específicamente en estas últimas gestiones el área de turismo, el área de cultura y el área el área de comunicación han sido encargadas personas que relativamente no saben, ni tienen idea y no se rodearon profesionales o licenciados en turismo que puedan ayudar a marcar la diferencia hoy que pueda ayudar a marcar la diferencia de un tiempo para acá es llamar o juntará los restaurantes más famosos de la provincia que no tiene nada de malo esto y celebrar el día del ceviche no es una actividad que yo lo pueda calificar especial como promover el turismo interno de la provincia de Sullana ya que esto se realiza a lo largo del país y nada cambia no hay una no hay un plan innovador que nos dé un indicativo de que esto siquiera va a cambiar.</p>

Fuente: *Elaboración Propia 2023.*

Pregunta 07: ¿Qué estrategias de gestión turística a previsto su institución para promover el bienestar de la ciudad, su imagen y así mismo la difusión de los eventos culturales de la localidad?	
Rpta: EF	Bueno si hablamos desde la época de pandemia obviamente digitalizar todo o trabajarlo de forma virtual impulsar a través de las redes por ejemplo la venta de los productos artesanales, promocionar a los restaurantes, hacer videos turísticos, de los productos artesanales o elementos que tenía la Provincia, para que la gente una vez reactivada las visitas presenciales tenga conocimiento puedan visitar los lugares si no se podían hacer los eventos presenciales pues lo importante era aprovechar el tema de las redes que fue un Boom o hacer los concursos de forma virtual promocionarlo mucho a través de las redes para que la gente pueda ver lo que estábamos haciendo y de esta forma incentivar a que se siga aplicando el consumo delivery, otras de las estrategias obviamente apuntar a consolidar, una de las cosas más fuertes que tengas viernes es el sector gastro nómico por ese lado generar las alianzas estratégicas con ese sector trabajar muy fuerte de la mano con las asociaciones gastronómicas que hay en Sullana porque es lo más organizado que puede haber trabajar en ese lado por la comida sacar las dos ordenanzas municipales que tenemos de artesanía visitar los lugares que no se conocían hace muchos años y que la gente no sabe avanzar el inventario turístico que también quedó en procedimiento y gestionar el plan de desarrollo turístico local y de ahí trabajar de la mano también con todas las asociaciones con MYPES, restaurantes, con la caja Sullana, con instituciones, trabajando con los convenios.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 07: Nos puede relatar su experiencia con la Municipalidad de Sullana en la organización y ejecución de eventos. Por favor mencione.	
Rpta: AE1	Es triste, pero es muy bajo la organización y muy mediocre diría porque a veces no tienen, pero ni equipo de sonido para alegrar al público y hay muchas deficiencias en la organización. Los participantes muchas veces no hacen lo que se acuerda y no hay orden en eso. He participado con mucho cariño en muchos eventos y tristemente no hay convocatoria una vez solo fuimos 3 eran 12 mesas tuvieron que pedir por favor que llegarán y con las justas 4 solamente fuimos. Es un tema que no lleguen los operadores turísticos, pero depende mucho de la organización no puedes invitar y descuidarte hasta el final si vendrá o no o no hay una forma de llegar y comprometer como realmente debería ser.

Rpta: AE2	<p>Como experiencia a mis años que llevo hoy a elaborando que como artesano en la provincia de Sullana. Eh visto pues que cambios que a veces 1 tiene que adecuarse a los cambios debido al tiempo que se da. Hoy estamos aquí en este local que la municipalidad no ha cedido por el momento para poder exponer, hacer una exposición y venta en nuestras artesanías y así promover el turismo en la provincia de Sullana. Entonces. queremos, pues, que el gobierno actual también ponga aparte para así promover el turismo y también vender nuestras artesanías, porque de ellos es el sustento del hogar, la venta de nuestras artesanías.</p>
Rpta: AE3	<p>Conozco muy bien el dominio municipal productivo es muy poco lo que estamos haciendo por levantar el turismo, por dar a conocer Sullana. Por ejemplo en Sullana cuándo se fundó san Miguel en tangará en 1532 tenemos el primer grito libertario que debemos buscando no defender al territorio que fueron 13 caciques tallanes, que murieron eso, entonces tenemos fijate un valor importantísimo histórico que no lo dan a resaltar efectivamente no seguimos celebrando el 04 de noviembre como fundación de su vida cuando no es así fue el 8 de Julio de 1783 que ha pasado 240 años la fundación española en otro valor que no destacamos, tenemos el mismo valle del chira su misma fortaleza su misma área agrícola no eso es una cosa muy importante no pues digo que san Miguel de tangará es la primera ciudad fundada por los españoles en el pacífico sur, aquí empezó la presencia de los españoles en América del pacífico sur no entonces eso es importante también destacar hay una ordenanza municipal que el 8 de Julio celebramos el día de la Sullaneridad yo creo que tenemos que incrementar y otra situación muy importante que se creó en el gobierno de Carlos Távora fue celebrar el donde Tonderazo el 3 y 4 de noviembre que es otra de las cosas si nosotros tenemos porque el rodeo de la perla del chira cuando la hace Guillermo Riofrio nos da muy importante información de cómo era la ciudad en esa época nos describe musicalmente soriana no sus costumbres de su paseos en las canoas en el río chira por el río chira es muy importante y los lugares donde se en donde se preparaban los platos típicos de la ciudad entonces son cosas que tenemos que rescatar digamos y la municipalidad debe de ponerle mayor de énfasis es el más agresivo en rescatar lo que va a servirle a Sullana como fuente de turismo, para la promoción e identidad de la cultura como luego no nuestro baile típico es el baile de la pava no es la marinera en nuestra marinera a diferencia de la manera trujillana o limeña el hombre lleva el español arriba no en el caso nuestro alto del pañuelo como el sombrero lo lleva los rastros del suelo por qué porque según Guillermo Riofrio es el pavo vanidoso que arrastra sus plumas que le da vuelta a la pava por eso para ir el baile típico es la</p>

	pava y la ropa típica nuestra dice que es el de algodónera o sea la clásica falda negra blusa blanca pero si le pegan copos de algodón porque él apañadora consultita entonces va con su alforja, entonces para él, el baile típico es el baile de la pava y nuestra vestimenta típica es el de la algodónera.
Rpta: AE4	Contamos con un convenio macro y este año (2023), desde el primer día de gestión del nuevo alcalde se realizó un compromiso para seguir trabajando articuladamente para promover los sectores de la provincia.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 07: ¿De qué manera se han promocionado los eventos de cultura viva que ha organizado la Municipalidad de Sullana? ¿Ha participado de ello? Por favor, menciónelo	
Rpta: PT	Bueno como te digo cuando tangará lo único que cambió es que la última vez se celebró el aniversario allá homenaje se hizo de allá en tangará donde varios pintores de la provincia regalaron cuadros, sus pintura qué estaba en el museo pero ya ante el tiempo y bueno el museo necesita crecer no solamente debemos acordarnos cuándo es aniversario de tangara cuando y se cumple una fecha especial solamente ahí, se acuerdan de hacer ese tipo de eventos y no se planifica o no se hace algo no se empieza la ruta no por lo una ruta interesante sería la ruta de la primera rebelión porque sería muy importante yo creo que muchos turistas vendrían además del turismo ecológico que viene del extranjero mirar las aves que por ejemplo llegan a la laguna de los patos y que son monitoreadas y todo eso se minimiza mucho acá en Sullana no les dan importancia de vida entonces yo creo que eso debería de cambiar, si he participado de ellos porque a pesar que es más de los mismo todos los años yo creo que este tipo de eventos ayuda a que las nuevas generaciones tengan identidad con la provincia y se ponga un poco de nuestra cultura de lo que fueron los tallanes y de lo que fue Sullana, esa sociedad organizada y tal vez hacerles ver a las nuevas generaciones que la informalidad en la que vivimos hoy en día es dañina y que en algún momento fue recordado por ser un gran estado, una gran nación donde nos caracterizamos por no dejarnos avasallar por ninguna de las otras culturas eso dice mucho de los tallanes como se dice y eso está en nuestra sangre lastimosamente hay factores hoy en día que por eso de la mano de las autoridades y de la misma educación a permitido que se pierda identidad.
Rpta: LT	Se que lo han promocionado a través de las redes o canales virtuales que existen, con ayuda del marketing, pero a su vez deberían de tener un logo o una imagen que identifique a la provincia como su propia marca, pero si he visto

	actividades de cultura viva por otras instituciones, pero contando con el apoyo de la municipalidad y unas que otras veces de las mismas oficinas que cuentan, si participe en lo que es ver una actividad de su semana turística pero falta el apoyo de la comunidad.
--	--

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 07: ¿Cuál es su opinión al respecto sobre algunas estrategias de instituciones públicas para promover el bienestar de la ciudad, su imagen turística así mismo en la difusión de los eventos culturales de la localidad?	
Rpta: P1	No tengo ningún conocimiento de alguna estrategia, lo que sugiero es que la municipalidad de Sullana debe incentivar el turismo en las escuelas donde a los estudiantes se les enseñe a valorar las manifestaciones de la comunidad como por ejemplo la vista del Museo de Sullana, visita a los inmuebles que se están cayendo a pedazos.
Rpta: P2	A través de redes sociales he visto que ponen las fotos de los regidores o el alcalde cuando va a hacer entrega de alguna donación, y eso pero de que haya un banner que indique no, le comento que el mes pasado por la celebración por el día del clarito realizaron un video promocionar pero más salía una chica modelando que el producto a promocionar porque una cosa es modelar y de repente yo me pongo a ver me pongo a averiguar quién tiene a cargo y de repente como repito por cuestiones políticas a dedos se mencionó a la hija del vecino de repente alguien que por ahí le prestó la camioneta para propaganda política entonces ese es el motivo por el que a veces atravesamos una serie de conflictos de identidad no de nuestra localidad.
Rpta: P3	Creo yo que se tiene que incorporar dentro del plan de desarrollo concertado que es un instrumento de gestión de promoción del desarrollo en general en la incorporación de políticas claras en este caso específico por ejemplo del turismo que defina ya estudios y que a la vez ellos constituían objetivos, metas, incorporación de recursos, diagnósticos propuestas concretas y si se hace se hace alguna vez para incorporar formalmente nada más en algunos documentos como plan de desarrollo pero que finalmente eso no incorporan otros documentos que necesariamente tienen que ser parte de todo este plan o política como digo yo de desarrollo turísticos y volviendo a las preguntas anteriores cómo podrás haber escuchado siempre estoy diciendo que si hay hechos de aparente interés de promoción al turismo son aislados mejor dicho de vez en cuando porque por allá apareció hacer una actividad pero las grandes ciudades o los polos de desarrollo turístico conscientes de que tienen potenciales para desarrollar lo hacen con políticas definidas y que incorporan planes donde sobre todo la parte de recursos o

	<p>financiamiento en la que sin duda va a garantizar que se lleve a resultados y ahora no hay eso salvo insisto en medidas o actividades aisladas que si pensamos que esto es parte de incorporar una actividad económica más de fuente de trabajo de bienestar desarrollo de la ciudad incluyendo desarrollo cultural lo que existe como insisten esto es algunas voluntades sin organización sin orientación hay muchas voces a través del tiempo que se ha pronunciado yo conozco como digo mucho pero que no han tenido buen final hasta ahora.</p>
--	---

Fuente: Elaboración Propia 2023.

<p>Pregunta 08: ¿Cuáles son los atractivos turísticos más importantes que cuenta la provincia de Sullana? Y cuales fueron los que se vieron perjudicados por causa de la pandemia COVID - 19</p>	
Rpta: EF	<p>Los más importantes son el Coto de Caza el Angolo, el Río Chira y Lancones, aunque no está inventariado, pero también asistían mucho y obviamente que se vino a afectar quedaron absolutamente cerrados y nadie los podía visitar, así como ningún otro lugar.</p>
Rpta: AE1	<p>Bueno el templo del centro y hay más pero no se le da la fuerza que necesita y el cuidado también. Hace tiempo llegaron unos chino turistas a un hotel pagaron por 3 días y fueron a la laguna de los patos y cuentan que llegaron al hotel y se fueron inmediatamente a Piura porque pasó eso porque la laguna era una suciedad y ade.as invadida por gente. Y así está el tema turístico por Sullana.</p>
Rpta:AE2	<p>Bueno, tenemos bastantes atractivos turísticos aquí en Sullana. Como la Casona de Sojo. También el Museo de Tangarará. Está a punto de celebrar 1 año más de aniversario. También tenemos el Museo de Sullana, también tenemos donde fueron sepultados los restos del poeta Carlos Augusto Salaverry, que casi a veces se pasa por alto. Lo tenemos aquí un gran personaje sepultado aquí en el cementerio de Sullana. También en el cucho hay dos chorros. Que también sale de ahí es un agua natural que no se explica de donde sale, la laguna de los patos por Querecotillo más haya y tenemos varios sitios turísticos, hasta en el río chira como canotaje, paseos en lancha, tenemos en verdad sitios que visitar, y nuestra artesanía aquí en el centro artesanal Sullana del Perú para el Mundo, también parte del turista que venga a llevar un recuerdo aquí cuando visite Sullana nuestro producto bandera como lo dije que es el chante de plátano, la cascara de coco que se vaya haciendo ya conocida la Provincia de Sullana a nivel departamental y que el mundo conozca que aquí en Sullana hay buenos artesanos, solamente queremos la</p>

	<p>publicidad, el plan estratégico con la oficina de turismo, el señor alcalde y todos unimos para promocionar el turismo y las obras artesanales que el mundo ya está admirando y conociendo.</p>
Rpta: AE3	<p>La represa de poechos, el valle del Chira, el cementerio nuestro es el más antiguo del Perú después de Lima que ya está considerado como patrimonio no de museos a nivel latinoamericano, tenemos la primera ciudad fundada por españoles en el pacífico sur que te repito es san Miguel de tangarará aquí hay que corregir un error los españoles no fundaron tangarara ya existía, ellos fundaron san Miguel en tangarará por tanto hay que corregir pero también es un valor muchísimo, luego nuestra agricultura tenemos el banano orgánico que es para la exportación entonces todo eso tenemos que analizarlo y ponerlo por ejemplo podemos sugerir que los nuevos restaurantes con nuevos edificios públicos llevan el nombre de nuestros tallanes no tiene el nombre de nuestras costumbres ponemos los almanaques solamente figuras o valles extranjeros los no ponemos una foto del valle chira, no ponemos una foto de la algodонера no ponemos una foto de la capullana no otro valor es una guerrera no es una amazona era la mujer del hombre señor se respetó la primogenitura o sea si el hijo mayor era mujer ella era la que tenía cargo el clan que darle nosotros o sea al conocimiento darle sentimiento conocimiento consentimiento y la entidad local.</p>
Rpta: AE4	<p>Vives en el Valle más hermoso de la zona del Norte que es el Río Chira, tenemos la represa más grande de Sudamérica que es la Represa de Puechos siendo la más grande en el Perú, después tenemos todos los atractivos fronterizos Lancones, Paita, el coto de Caza el Angolo que por x motivos está en la posición de un grupo empresarial que ni siquiera se acerca a la cámara de comercio porque todo se maneja desde Lima y Tangarara, sobre todo debemos de concientizar a la gente a no ensuciar el medio donde viven porque se cuentan con buenos recursos y grandes atractivos turísticos nuestra localidad que debemos de valorar.</p>
Rpta: P1	<p>El atractivo turístico más importantes de Sullana son: el valle del Chira, la Casona de Sojo y los restaurantes del Marcavelica que ofrecen comidas tradicionales de Sullana. Fueron perjudicados los locales de recreación adyacentes al Río Chira.</p>
Rpta: P2	<p>La casona de Sojo, de conocer el valle de chira por ejemplo darnos una vuelta por la represa de Sullana La represa de puechos, ejemplo por el lado de Querecotillo que es la ruta del oro vere mostrar como ellos hacen el corte del banano que es el sustento de ellos por ejemplo a una picantería de ir de buscar qué es lo que se consume los días</p>

	<p>lunes no las costumbres pero este no no se da no y cuáles fueron los que se vieron perjudicados por causa de la pandemia la venta de comida no de platos típicos de nuestra provincia</p>
<p>Rpta: P3</p>	<p>Si existe potencial en Sullana turístico lo que se tiene en todo caso es más allá de conocerlas generar el valor y valor agregado por supuesto y esto se hace justamente con la promoción de las mismas no lo conocemos de circuitos por ejemplo se incorporen desde Miguel checa como la casona ya tiene mucha historia y no olvide que es un monumento ya incorporado por instituto nacional de cultura para su martes sí no luego el río Chira evidentemente nuestro Valle es otro punto fuerte la gran fortaleza de una proporción al exterior y acá mismo interiormente mucho vivimos sin darnos cuenta lo que tenemos como promoción donde ahí el potencial a desarrollar es mucho mayor se habló en su momento de convertir en un gran espejo de agua incorporado el canotaje, de la incorporación de un teleférico que atravesase todo nuestro valle llegando hasta Salitral y Querecotillo, que desde mi apreciación voy conociendo otra realidad yo he visitado Cuelas hace poco tiempo y lo que significa un teleférico me voy hasta a ver qué le digo pues hasta Japón no he tenido la oportunidad de ver ese tipo de digamos de hermosura de paisaje recorrido a través de un teleférico nos da la idea que teniendo cierto lo que tiene existiría sin lugar un enorme un enorme desarrollo lo que es Valle luego usted va lógicamente a Tangarara por ejemplo donde por historia ya en sí museo de sitio diríamos así como se le conoce que cualquiera conocer quisiera conocer que ahí fue la primera ciudad fundada por los españoles, va a Querecotillo y ve la hermosa laguna de los patos pero que no se difunde mayormente pero para mí como diríamos de lo que es un circuito turístico es hermoso, si va a Lancones a la represa de Puechos por ejemplo y sin duda la obra arquitectónica de impacto conocido en Latinoamérica verdad Y si usted va diríamos un poco a ver nuestro museo, nuestra iglesia bueno y una serie diríamos de puntos que yo diría estratégicos para el desarrollo turístico podemos tomar muchos más, que el covid haya afectado mire yo sinceramente creo que, teniendo nuestro potencial sin desarrollar está ahí dormido probablemente que el covid por ese mismo hecho no lo haya afectado y sigue igual probablemente si hubiéramos tenido un desarrollo mayor, seguramente el covid lo hubiera afectado Pero tenemos así como lo explicaba anteriormente es crudo decirlo porque no hay mayor preocupación pudiendo como digo ser parte una actividad en generadora de trabajo de diversión y tanta cosa de desarrollo turístico propiamente pero no lo encontramos de forma tal que esperemos pues que la voluntad de la iniciativa lógicamente la identificación con el turismo y de esta provincia pueda lograr ello.</p>

Rpta: LT	Sullana cuenta con 177 recursos inventariados según MINCETUR en el año 2016 pero siempre hay que estar informados y actualizados, acuérdate que estamos 2023 pero los gobiernos no cuentan con el personal capacitado para fomentarlo, además que no se realiza un trabajo continuo, después de terminar un periodo de gobierno y empieza otro desde 0 o no realizan nada. Pero los más importantes que cuentan la provincia es Laguna de los patos, la casona de Sojo, el coto de caza el Angolo y los que se vieron perjudicados por la pandemia fueron todos además de la pandemia es el cuidado y su infraestructura que posee cada uno de ellos.
Rpta: PT	La verdad cuando tú quieres hacer o quieres conocer una de estos lugares la casona de Sojo, la caza de coto el Angolo o la laguna de los patos entre otros lugares turísticos tú tienes que financiar buscar quién te quiera llevar porque no hay quién te haga una ruta tal vez no se sabe que en la casa del coto del ángulo es un proceso de permiso por algunos derechos la gente lo desconoce entonces eh yo creo que lo que se hacía o lo que se hace se debe mejorar y empezar a ver la luz de un plan de trabajo un plan estratégico que nos pueda decir que bueno está empezando a hacer o realizar un cambio en lo que corresponde al turismo que en la en la provincia de Sullana la que creo que es está abandonado y no se le da la importancia debida.

Fuente. Elaboración Propia 2023.

Anexo 5: Codificación de las entrevistas.

Para una mejor administración de las respuestas, se asignarán por colores para la identificación de códigos dentro de cada entrevista, es decir, respuestas similares o en común, de esta manera poder centrar temas en concreto.

Codificación por colores según respuestas:

Codificación de colores	Rpta 01	Rpta 02	Rpta 03	Rpta 04	Rpta 05	Rpta 06	Rpta 07	Rpta 08
Colores	Amarillo	Verde Lima	Turquesa	Fucsia	Verde Azulado	Verde	Oliva	Gris

Cantidad	1	4	3	1	1
Entrevistados	Ex – funcionario público	Aliados Estratégicos	Pobladores	Licenciado en Turismo	Periodista
Siglas	EF	AE	P	LT	PT

Fuente. Elaboración Propia 2023.

Pregunta 01: (Previa presentación, coordinación y saludo). ¿Cuáles fueron las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística, en Sullana?	
Rpta: EF	Obviamente en primer lugar que la oficina en ese entonces (2020) se llamaba simplemente área de turismo se vio afectada porque al igual que las otras áreas fueron cerradas solamente quedaron abiertas las áreas de primera necesidad y no estuvo abierta al público cerca de desde marzo de la pandemia hasta diciembre del 2020 entonces eso generó una desorientación al sector del turismo en Sullana que el sector más fuerte es la gastronomía pues ese sintiéndose desorientado porque estipularon muchísimas reglas en este caso, cuando empezaron a dar los permisos los delivery de comida, mucha gente no sabía a dónde acudir para orientarse, la visita de los turistas obviamente se cancelaron todas las promociones de las actividades que con fuerza ese gobierno actual quería impulsar como la

	<p>feria del coco, la feria de reyes, quedó en nada por lo tanto los aliados estratégicos y la municipalidad del área de turismo se vieron desvinculado.</p>
Rpta: AE1	<p>Las consecuencias fueron malas porque si no estamos a la altura de promoción turística fue peor que llegue la pandemia porque desapareció lo poco o nada que había. Muy pobre la promoción que había.</p>
Rpta:AE2	<p>Con respecto a las consecuencias de la pandemia, creo que, a todos, a todos los sectores nos afectó mucho en ese tiempo. Hoy, gracias a Dios ya estamos terminando esto, pero ha quedado secuelas en lo que corresponde a esta pandemia, no tanto por salud, tanto por economía. Y afectó grandemente a todos, pero todos aún todavía estamos saliendo recuperándonos poco a poco para salir de la pandemia que fue declarado a nivel mundial.</p>
Rpta: AE3	<p>En cuanto al museo resto grandemente la asistencia el museo de Sullana tiene ante la pandemia tiene un promedio de 100 visitas diarias por su ubicación geográfica en el centro de Sullana es visitado por familias completas no solamente adultos sino también vienen los papás y los niños entonces hemos bajado grandemente de 100 visitas diarias que poco a poco las estamos recuperando incluso ni los alumnos venían de los diferentes colegios o universidades de nuestra localidad viene en este turistas extranjeros también no tenemos un precisado estadísticamente pero diariamente recibimos visitas de Ecuador, Colombia, Chile, Venezuela y Estados Unidos no que son los lugares del extranjero.</p>
Rpta: AE4	<p>Las consecuencias de la pandemia del COVID-19, todavía las que estamos afrontando porque no se acaban todavía. Los negocios, principalmente los que se tiene que interactuar, socializar, se vinieron abajo a cero, todo restaurantes, hoteles, el sector turismo a cero teniendo varios problemas para levantarse. Pero hemos sacado una cantidad de restaurantes que son formales aprox 800, pero no todos afiliados a las organizaciones gremiales que tenemos a la asociación de restaurantes y algunas otras asociaciones que están en la Cámara de Comercio. Pero sí pudimos evaluarlos y más o menos empadronar una cantidad, así como los 800 empadronados. Después, en la parte agrícola, la pandemia no afectó al sector agrícola.</p>
Rpta: P1	<p>Perjudicó muchos negocios, como por ejemplo a los hoteles, hostales y los restaurantes que venden comidas típicas del norte peruano como el seco de chavelo y la carne seca.</p>
Rpta: P2	<p>Dejaron de funcionar muchos negocios y el turismo este no prosperó los viajes se detuvieron se detuvieron muchas empresas algunas empresas turísticas tuvieron que cerrar No había viaje de promoción en el caso de mi área no se</p>

	podían salir este de viaje de promoción ni tampoco se podía salir en viajes cortos para recorrer el turismo de la de la localidad.
Rpta: P3	Cualquier espacio por el hecho mismo de internamiento que hubo de la población el cese de todo tipo de actividad económica incluyendo la turística sobre todo de manera que las consecuencias para el sector fueron impactantes se llegó en materia de niveles diríamos de producción turística como era de esperar a cero totalmente nula y más allá de ello las consecuencias son como recuperar esos espacios que podrían haberse ganado y Sullana que tiene un gran potencial sin embargo afectado por la COVID - 19 en primer lugar todavía no hay forma de poder desarrollar ese potencial se carece estrategias.
Rpta: LT	La pandemia trajo muchas consecuencias una de esas la baja de turistas al Perú siendo que la planta turística del sector turístico fue el más perjudicado en ello, ya que hubo aislamiento social y todo tuvo que cerrar, hasta después de eso no se sabía cómo actuar ante ello en la atención y las nuevas disposiciones del Estado.
Rpta: PT	Si bien es cierto no podemos hablar de un trabajo para difundir el turismo de manera apropiada las pocas actividades que se realiza se vieron postergadas por la pandemia y hasta el momento creo yo no se ha dado la importancia debida para retomar estas actividades al 100 por ciento.

Fuente. Elaboración Propia 2023.

Pregunta 02: ¿Cómo la Municipalidad de Sullana o alguna institución privada realiza acciones para reactivar el turismo? Mencione quiénes son y qué actividades realizan.	
Rpta: P1	No tengo conocimiento que alguna empresa privada esté realizando acciones para reactivar el turismo en Sullana, lo que, si me he enterado, a través de las noticias que a veces se realiza actividades pequeñas, pero sin trascendencia en la Plaza de Armas de Sullana.
Rpta: P2	En cuanto a la municipalidad se organizaron viajes de estudio a nivel de instituciones educativas el año pasado lo organizó a través de la municipalidad no se específicamente la persona pero como como ciudadana y como docente como profesional este por ejemplo en la institución educativa que yo trabajo este nunca hemos recibido una invitación a través de la institución municipal y menos de los encargados de turismo en esa parte no ha fomentado el turismo no hay una reactivación turística en cuanto a turismo dentro de la ciudad a las instituciones educativas no que es lo más importante.

Rpta: P3	De parte la municipalidad no hay planes, estrategias definidas o una política de impulso de promoción turística no existe si siempre se dan diríamos aportes o actividades pero sin articular aisladas lo que implica que el turismo en Sullana Como por ejemplo entenderlo como una promoción de un circuito turístico no existe salvo situaciones aisladas como digo esporádicamente lo realiza pero sin obedecer planes o una estrategia como digo y menos una política de desarrollo turístico lo hacen iniciativas también por otro lado de algunas empresas que buscan promoción del turismo a raíz de la intencionalidad de crear infraestructura acá empresas dedicadas a turismo, así mismo tampoco tiene buena acogida o sea no hay la suficiente recurso para hacer una promoción como debe corresponder a visitar los diferentes lugares de la provincia el resumen la municipalidad lo hace de vez en cuando esporádicamente sin obedecer a un plan definido menos política Y en segundo lugar hay instituciones sobre todo micro o pequeñas empresas que promocionan como actividad rentable este circuitos turísticos, por poner ejemplo arranca desde la casona de Miguel Checa hasta la Represa de Poechos pasando por Tangarara y bueno laguna de patos de Querecotillo y el propio Sullana mismo por su valle y otras potenciales diríamos este recursos que tiene y más allá como digo no es una actividad permanente.
Rpta: LT	Se que la entidad pública y las instituciones brindan actividades para reactivar el turismo una que otras son acogidas por la misma comunidad y otras no tanta porque no tiene la participación y la acogida que requiere ello, como por ejemplo sus aliados estratégicos la Cámara de Comercio, MINCETUR, PROMPERÚ que son aquellas instituciones encargadas de velar por la promoción turística y como actividades se tiene el día del artesano, la semana turística, el día de la algarrobina, entre otros.
Rpta: PT	Si bien es cierto no hay un trabajo adecuado tal vez porque no se le da la importancia debida al turismo no las actividades son lo mismo no recordar fechas como tangará o el aniversario del pisco sour, el día del ceviche entre otros donde se hacen este tipo de actividades que lastimosamente no sirven de mucho como para explotar el turismo de una forma adecuada y que sirva de mucho de mucho más para nuestra provincia.

Fuente: *Elaboración Propia 2023.*

Pregunta 02: ¿Coordina la Municipalidad de Sullana con ustedes para reactivar el turismo? Si las realiza, por favor mencione algunas.	
Rpta: AE1	Lo que más se hace son eventos de ferias, pero la mayoría de veces no a la altura de una provincia tan grande y la principal del departamento. Además, hay algunas invitaciones a algunos eventos, pero sin mucho impacto. Y bueno los concursos sobre algunos alimentos específicos como algarrobina, pizco etc.
Rpta: AE2	Durante estos últimos tiempos hemos estado coordinando con la municipalidad para reactivar el turismo. Hemos visto algunas gestiones con la nueva gerente, nuevas autoridades que en este año se instalaron y estamos en coordinación con ellos para poder realizar algunas actividades ferias tanto locales como regionales.
Rpta: AE3	No, es muy poquisima la participación de la municipalidad en nuestro quehacer como museo no debo decirte que este museo es una entidad privada nace a iniciativa del Rotary club entidad 10 años y lo que sí agradecemos a un peligro que este local esta estructura física no la da tenemos un convenio hasta el 2033 osea tenemos 10 años que vamos a estar aquí en este local.
Rpta: AE4	Bueno, la del año pasado (2019) que ha sido otra gestión. Hubo algunos problemas ahí con la municipalidad, a pesar de que nosotros firmamos un convenio macro con la municipalidad para poder mutuamente intercambiar actividades tanto gastronómicas, turísticas, servicios, industria y de ahí nos cayó la pandemia. Entonces sirvió bastante este este convenio, porque cuando se quiso reactivar el año pasado precisamente se activó parte de ese proceso donde nos comunicamos con el alcalde y funcionarios de la entidad pública reuniéndonos con los sectores turísticas que no son muchos que digamos y con la gestión actual unos que otras actividades, brindando nuestros ambientes de la institución.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 02 y 03: ¿De qué manera la promoción del turismo se vio afectada durante la pandemia de COVID – 19? Mejoro o Empeoro la calidad de vida del sector.	
Rpta: EF	En la promoción turística empeoro ya que obviamente los restaurantes cerraron que los negocios los el sector artesanal también se ve afectado porque esa gente vive no de la venta de sus de sus productos y obviamente las visitas a los lugares turísticos los pocos lugares que tenemos también quedaron cerrados durante la pandemia, porque cerró la oficina y se desarticularon las alianzas estratégicas.

Rpta: AE1	La promoción empeoró y más aún cuando hay cambio de gobierno que un grupo no deja la posta a seguir o el que entra quiere hacer a su manera las cosas y se van perdiendo las ideas cada 4 años.
Rpta: AE2	Como le comenté el turismo fue afectado en gran manera tanto económicamente salud y hoy día estamos saliendo, hemos visto que las autoridades están poniendo parte de ellos para poder ayudarnos y promocionar nuestros productos artesanales.
Rpta: AE3	Disminuyo gravemente bueno nosotros, no recibimos visitas donde exponemos los huacos de las culturas incas y vas a ver en nuestra sala el devenir histórico cómo empezó su llegada destacando fundamentalmente que es una fue fundada el 08/07/1783 por Martínez compañía y Bujanda es una fundación española lo que más énfasis digamos es al cuatro de noviembre o que se celebra que pasó de distrito o provincia por la fundación de ciudades hace ya 240 años.
Rpta: AE4	Fue ambas, saben que la agricultura siguió laborando de hecho, las plantas no necesitan, digamos, que se cierren todos los accesos, de hecho, han seguido trabajando, tal es el caso de las agroindustrias. Siguieron proveyendo, digamos, sus productos y la que sí se dio bastante. Que ayudó bastante a toda la comunidad, fue la agricultura que abasteció los mercados, pero la exportación sufrió al no haber exportación. Tú sabes que todo lo que tenía que ver con los puertos, los aeropuertos se cerraron era difícil exportar ahí. Los productos que estuvieron en el caso nuestro, en el Perú, como tenemos un mercado, un mercado regular se pudo consumir, pero hubo esos problemas en Sullana, que es una de las provincias que económicamente había un pico bien alto en cuestiones laborales no había un boom de trabajo. Eso se vino abajo, ahora estamos en proceso de recuperación. Lo que es metalmecánica lo que es el comercio todo se vio afectado por la pandemia, igualmente están. Volviendo, pero todavía no llegan a los estándares que teníamos pre pandemia.
Rpta: PT	La verdad empeoró yo creo que sigo pensando que no hay un buen manejo no hay un buen manejo en el tema, hoy yo ni siquiera consideraría que hay calidad en el Turismo.
Rpta: LT	La pandemia fue lo peor para el sector, pero se aprendió de ello en la forma y el nuevo trato al turista, su seguridad del cuidado, pero se perdieron muchas vidas, las nuevas disposiciones de la planta turística para el turista.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 03: ¿Cree que la promoción del turismo en nuestra comunidad contribuye a mejorar su calidad de vida después de la pandemia COVID – 19? Si es afirmativa la respuesta, señale de qué manera mejorara su vida.	
Rpta: P1	Promover el turismo en Sullana va a permitir la creación de fuentes de trabajo en algunos pobladores como los que trabajan en los restaurantes, en los hoteles, de los pequeños comerciantes que venden artesanías.
Rpta: P2	Yo creo que para algunas personas si por ejemplo en nuestra localidad hay muchas personas que se sustentan, vendiendo de repente algún plato típico tiene un restaurante de repente tiene una picantería y las personas que vienen a conocer este Sullana o van a la parte de Marcavelica, Querecotillo, Salitral decayeron y es una fuente de sustento para ellos ya que en el tiempo la pandemia ellos dejaron de trabajar de vender.
Rpta: P3	No hay actividades definidas como una promoción del turismo que ayude en este caso a superar problemas de covid que evidentemente ha dejado maltrato psicológico lo que podemos entender, marginados si se quiere de las actividades de recreación entonces no podría yo afirmar conociendo que hay un plan insisto en esto que es importante o estrategias o actividades mucho menos orientadas a superar o coadyuvar a solucionar o supera el problema del covid no existe hasta ahora.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 03: ¿De qué manera las políticas regionales del gobierno brindan oportunidades a la Municipalidad de Sullana para realizar una excelente gestión y promover el turismo?	
Rpta: EF	Más que todo política regionales no, es un trabajo articulado con la Dirección Regional de Turismo, nosotros al habernos convertido en una Subgerencia pero sin tener un plan de desarrollo turístico local nos basamos en los lineamientos del PERTUR del plan regional de turismo esas son nuestras políticas regionales por las cuales nos brindan las oportunidades porque a ver cómo te explico formamos parte del consejo regional de turismo que ya está instalado el CCRT y a través de ello nosotros podemos hacer pedidos y expresar las necesidades de la provincia entonces a partir de ello más las coordinaciones con la dirección regional de turismo se plantean y se priorizan las cosas o las actividades necesarias para impulsar el turismo por un lado y por el otro lado la comunicación permanente con PROMPERÚ también para promocionar las actividades más importantes en este caso para Sullana, que son el aniversario con la institucionalización de la Semana Turística y artesanía siendo importantes.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 04: ¿Cuenta la Municipalidad de Sullana con un plan estratégico para promover el turismo? Porque, Explique brevemente.

Rpta: EF	No, porque la subgerencia entra en funcionamiento ya al final casi del período de la gestión del gobierno saliente digamos en el año 2021 para el 2022 y el presupuesto era demasiado reducido pero sí se dejaron las gestiones correspondientes para que ese plan continúe y pueda ser ejecutado, quedado en papeles realizado un requerimiento, que se han realizado los términos de referencia para que le puedan dar continuidad no sé si el gobierno entrante le está dando continuidad pero sí hemos hecho las gestiones como parte de como parte principal y prioritaria de una subgerencia recién creada.
----------	---

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 04: ¿De qué manera las políticas regionales del gobierno brindan oportunidades a los aliados estratégicos para promover el turismo?

Rpta: AE1	Piura como región poco invitan a Sullana a participará y poco se ve por aquí a los de turismo haciendo algo es mínimo el apoyo de la región.
Rpta: AE2	Nos están ayudando a los gobiernos regionales y gobiernos locales con capacitaciones para mejorar nuestros productos y así también promocionarlos. Nos están dando esa oportunidad. De poder hacer estrategias y promocionar el turismo que en Sullana que de verdad casi poco se ha hecho, pero siempre viene el tiempo propicio para poder activar este turismo. Tenemos varios locales, varios sitios aquí donde visitar, donde hay personas que vienen de fuera puedan visitar nuestros sitios turísticos que tenemos hoy en día y estamos con el gobierno tanto local como regional. Recibiendo de esas capacitaciones para mejorar nuestros productos y nos están enseñando, pues a usar también las redes sociales para poder publicar y hacer exposición y venta de nuestros artículos artesanales que los elaboramos aquí entre artesanas y artesanos, con los productos banderas que es el chance de plátano y la cáscara de coco.
Rpta: AE3	Casi nulo no reciben apoyo ni tampoco vienen aquí a brindar capacitación, sí hemos recibido últimamente la visita de la dirección desconcentrada de cultura de Lima donde ya han clasificado los huacos que tenemos que ya son

	propiedad patrimonial del estado peruano o sea estamos en contacto directamente con Lima y esporádicamente con la dirección de concentrada en Piura.
Rpta: AE4	Bueno las capacitaciones son una de las actividades que realiza la Cámara de Comercio, pero tenemos relaciones con MINCETUR, PRODUCE, entre otros, ya que también nuestra entidad es un abanico de actividades global, pero esas entidades ya mencionadas coordinan con nosotros directamente algunos programas para el apoyo y promoción de las microempresas, así mismo con las ONG, tenemos esas coordinaciones para siempre brindar capacitaciones, conferencias aprovechando esas ventanas de oportunidad, hasta hay oportunidades no reembolsables para que puedan crecer y siempre están supervisados.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 04: ¿Tiene conocimiento si la Municipalidad de Sullana cuenta con un plan estratégico para promover el turismo? ¿Qué tan importante cree usted que es?	
Rpta: P1	No tengo conocimiento de un plan estratégico por parte de la Municipalidad de Sullana y si lo tiene, no lo difunden a la población. La Municipalidad debe ser la primera organización del Estado que debe fomentar el turismo y para eso, debe elaborar y difundir su plan estratégico para promover el turismo.
Rpta: P2	No, tengo ningún conocimiento, pero es si importante que lo hagan y que lo den a conocer sobre todas las instituciones educativas que es donde a nosotros nos interesa inculcarles a nuestras alumnas el amor a su localidad a través de los lugares turísticos que hay a su alrededor y especialmente en el área de ciencias sociales que como docente de la institución nunca hemos recibido una invitación de parte de la municipalidad como la oficina de turismo.
Rpta: P3	No existe formalmente aprobado y simple y llanamente menos he implementado o en proceso de implementación hay iniciativas de cierto sector privado como digo de la misma subgerencia de turismo dentro de lo que es la Gerencia desarrollo Económico local pero cuyo diseño como digo es estrategias actividades pero que formalmente necesitan de la aprobación en este caso por ejemplo del consejo municipal de la dotación de logística de recursos y eso no existe hay las iniciativas desde las ideas hasta efectivamente algunos planes pero que no mínimo se han llegado a concretar salvo como y digo insisto con medidas de forma aislada existen ir a visitar tal lugar o apoyar tal actividad pero no obedecen a en todo caso hablando de la pregunta un plan define ya objetivos metas estrategias lo que formalmente no lo tenga como un documento ya aprobado por parte de la municipalidad.

Rpta: LT	Se que no cuentan con un pan estratégico, pero si es importante porque cada lugar que cuenta con recursos y atractivos turísticos debe estar preparado y debe de saber con qué cuenta su localidad y siempre tener inventariado sus recursos e importante su infraestructura, a su vez como promocionarlo para que llegue al consumidor final.
----------	--

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 04 y 05: ¿Cuál es su opinión al respecto que la Municipalidad de Sullana cuenta con un plan estratégico para promover el turismo? ¿Qué tan importante cree usted que es??	
Rpta: AE1	No sé, si tendrán un plan estratégico y no sé si lo estarán haciendo porque como digo se comienza de 0 lo que se realizó se desecha y vienen nuevas ideas. Y si tendrán un efecto importante no lo sé pero por ahora (2023) no se ve nada de trabajo.
Rpta: AE2	Los primeros meses estuvimos conversando con la municipalidad de Sullana para tener un Plan estratégico y promover el turismo con importante es esa relación entre la Oficina de Turismo y también la asociación de artesanos de semana para El Mundo para tener un plan. Y también es dar capacitaciones en lugares en distritos, en comedores populares, vaso de leche, en asentamientos humanos para poder brindar lo que Dios nos ha dado. Y esa estrategia estamos haciendo un plan estratégico para salir y promover el turismo aquí en Sullana. A pesar que no cuentan con un personal capacitado y especializado en el tema, entran por partidos.
Rpta: AE3	Bueno, la importancia es vital porque tú sabes que el turismo son las fábricas sin chimenea ayuda muchísimo pero muy pocos están haciendo nuestra municipalidad en nuestro medio por mejorar el turismo Sullana tiene muchísimos recursos naturales en nuestro mismo valle es hermoso, tenemos la represa de puechos esta otra cosa que falta darle ese valor que se valgan para hacerlo interesante algunos de los visitantes y además hay que entender que el conocimiento de las cosas tiene que poner el sentimiento y el conocimiento más sentimiento que hay identidad y eso es lo que no tenemos los Sullaneros no tenemos identidad de ser Sullaneros, el plan estratégico con la oficina de turismo no nos han informado de un plan estratégico para promover como museo no porque nuestros fines y objetivos son fundamentalmente lo que es un museo donde tenemos 2 salas la sala histórica y la sala arqueológica donde exponemos huaco fundamentalmente la cultura la cultura mochica, chimú, vicus, nazca pero fundamentalmente destacamos la cultura tallán que era de que nosotros detenemos buscando nuestra identidad.

Rpta: AE4	La cámara de comercio como institución hemos colaborado mucho en impulsar la sociedad y el plan estratégico es importante, para apoyar a todos los sectores que el turismo es una actividad muy importante y como compromiso para apoyar a las actividades.
Rpta: PT	Bueno la municipalidad provincial de Sullana como muchas instituciones públicas durante los últimos años han priorizado quedar bien con las personas que te apoyan en campaña y no contratar a profesionales adecuados o que hayan estudiado turismo y que puedan aplicar un plan estratégico no como te digo se sigue una ruta pero la ruta no es necesariamente funcional o ayuda para para ver aquellos lugares turísticos que tiene la provincia de Sullana se sabe de Tangará, Casa de coto el Angolo, Casona de Sojo pero de ahí a más no hay un trabajo como para que la gente sepa cómo llegar no hay una ruta. Bueno el turismo ayudaría mucho en la economía de la provincia de Sullana ya que tenemos la diversidad en nuestra en nuestra ciudad el ecoturismo por ejemplo que es que te lo comente la otra vez es lastimosamente es Tierra muerta o letra muerta como tú quieras llamarlo.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 05: ¿Qué criterios se toman en cuenta para la designación de profesionales encargados del área de turismo en la institución donde labora o laboró?	
Rpta: EF	Bueno más que todo tener una profesión o una carrera afin al área de turismo de alimentos o de administración con alguna especialización relacionada al turismo tener creo más de 3 años laborando en el sector público o en actividades y además de tener experiencia en actividades relacionadas al turismo.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 05: ¿Cuáles creen que son los criterios que se toman en cuenta para la designación de profesionales encargados del área de turismo en las instituciones públicas?	
Rpta: P1	En primer lugar, deben tener título de la especialidad de Turismo, en muchos casos ponen a profesionales de otras especialidades que solo apoyaron en la campaña política del gobernante de turno.
Rpta: P2	Yo creo que a veces las personas se eligen a dedo muchas veces por pagar favores políticos, desgraciadamente vivimos en una localidad y en un país donde prolifera demasiado la prostitución y sobre todo la devolución de favores

	<p>políticos en las campañas políticas si aún creo que me pongo a averiguar a ver si es que cada jefe está en su misma área yo creo que me voy a dar grandes sorpresas.</p>
Rpta: P3	<p>Es un tema que tiene muchísimo que ver con lograr objetivos no solamente en el corto mediano sino el largo plazo para poder promover y surgir el turismo donde se hay si hay un potencial existientemente en la provincia de Sullana, pero la clave de todo está en quiénes deban de promover el turismo Y si partimos de gobierno local que es la municipalidad responsable de acuerdo a la ley orgánica que le dice que promueve la actividad económica entre ellos el turismo y para el cual tiene una subgerencia, creo yo que lo que falta es justamente el profesional que no solamente ya que hay que ser también bastante objetivos y concretos que no solamente goce de iniciativas de buenas intenciones sino también de alguna experiencia en promoción del turismo es importantísimo y si y si a eso sumamos que hay profesionales que puedan tener alguna formación académica mientras la política municipal no se enfoque direcciones a incorporar como un eje de desarrollo del turismo Los profesionales aún más allá de la debilidad que puedan presentar en cuanto a capacidad y experiencia se tornaría mucho más problemático poder superar este grave problema del accionar que pueden tener los funcionarios los responsables de promover el turismo.</p>
Rpta: LT	<p>Yo creo que los criterios que se toman en cuenta para la designación del personal son por agradecer los favores políticos y los ponen como encargados para cubrir el puesto, ya que en algunas instituciones el sector turismo no es importante para ellos, pero para nosotros los profesionales son porque es la historia, costumbre de la localidad para fomentar la identidad.</p>
Rpta: PT	<p>Lastimosamente las gestiones se dedican eh funcionalmente en hacer obras y malas todavía y tratan a ciertas áreas como comunicaciones o turismo como algo no tan importante hemos visto por ejemplo en la actualidad con el respeto de la colega es licenciada en comunicaciones y no en turismo no o sea podemos ver áreas como turismo con 8 o 10 personas que relativamente no hacen nada se ganan el sueldo por no hacer nada lo digo esto pues haciendo un evaluación de la del trabajo de la difusión del área no tanto en turismo como en imagen yo creo que esto debe cambiar si queremos cambiar un poco las cosas aquí en la provincia se debe respetar a las profesionales si bien es cierto hoy en día se pide un perfil técnico y cierta este experiencia laboral pero si no se les da una experiencia a los jóvenes no se les da la oportunidad que experiencia van a adquirir no yo creo que es una contra</p>

	posición que la ley tiene que mejorar e incluir paulatinamente para que no caigamos en lo mismo de siempre de que no hayan profesionales o personas que cumplan el perfil en este caso específicamente con el tiempo, el tiempo o los años que te piden para ocupar una Gerencia o Subgerencia
--	---

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 06: ¿Cuál es su experiencia y especialización en el área designada? Tiene algún conocimiento de ella.	
Rpta: EF	Bueno mi experiencia si fue buena porque fue como que un punto muy crucial y un reto muy alto haber impulsado muchas actividades y muchas tareas habiendo una pandemia de por medio porque una vez reactivada el área que fue en el año en noviembre del 2020 todavía existía el covid fue un reto muy grande reinventar las actividades ver de qué forma sacábamos adelante el área y promover más el turismo ya que fue una de las áreas más afectadas y por lo tanto ya había muchas pérdidas económicas para ese sector y la especialización que yo tengo es en gestión turística entonces eso me ayudó bastante.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 06: ¿Cómo considera usted que se lleva a cabo las contrataciones del gobierno municipal en el área de turismo para fomentar la promoción turística en la Provincia?	
Rpta: AE1	Ahí está el problema muchas veces porque esto más es por política que por mérito y allí radica mucho el problema grave de nuestra provincia gente que no está capacitada para seguir adelante o no sabe nada de turismo
Rpta: AE2	Creo que nuestras autoridades son idóneas para escoger también a las personas que ocupan estos puestos. Estos cargos, en este caso de la Oficina de Turismo, que esa persona que sea idónea, pues no que tenga ese anhelo, ese deseo de poder velar por el bienestar del turismo de Sullana y fomentar y hacer promociones turísticas aquí en la provincia de Sullana a través de ferias a través también de ferias, virtuales también. Hay una buena coordinación por el momento con la municipalidad y la Oficina de Turismo. Hoy en día.
Rpta: AE3	Debería tener un aspecto más agresivo como te reitero ciudad tiene muchísimos recursos naturales por explotar, pero tenemos que dar ese valor agregado como son vías de acceso incluso la misma capacitación a los conductores de hoteles, restaurantes no entonces falta mucho aún por hacer en nuestra provincia.

Rpta: AE4	Tiene que ser gente enfocada en el sector turístico, capacidad, con experiencias y sobre todo tener estudios en el área en específico que es fundamental para tener buenos resultados deben contratar personas que se enfocan a ese rubro
-----------	---

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 06: ¿Cómo cree usted que es el proceso de selección en las contrataciones del gobierno municipal para fomentar la promoción turística en la localidad?	
Rpta: P1	Debe ser de manera pública y transparente donde la población tenga conocimiento de lo que hacen los funcionarios de la Municipalidad para fomentar el turismo
Rpta: P2	Normalmente debe de salir a licitación no para poder este contratar y cumpliendo con las leyes del Estado Peruano que se debe de contar con profesionales para desempeñar las funciones siendo muy importante porque de repente por ahí empezamos a incentiva no solamente el turismo sino la voluntad de la población de vez en cuando a solicitar alguna información o de repente enviar un documento sino a la encargada de turismo no que nos haga nos posibilite de repente hacer un circuito turístico que me imagino que la persona que tiene a cargo debe ser una profesional con muchos conocimientos y creo yo que debería de ella ir y promover el turismo repito por el área en que yo me encuentro a los a los colegios yo creo que es este la mejor tarea que ella podría hacer no por ahí le digo que de repente no están las personas capacitadas en cada área de la municipalidad lamentablemente.
Rpta: P3	Te diría que no hay procesos orientados específicamente a la promoción del turismo decir de alguna manera lo hay lo existe indirectamente no es acompañado por una política clara que vaya enfocada que eso sea parte de la promoción del turismo vamos a su poder si hay una pista que es un ejemplo que se incorpore por decirle a zonas que nos lleven con mayor viabilidad la Laguna del pato por ejemplo si se hará probablemente porque ocupará una vía y hay y se acabó Pero lo que yo entiendo de su pregunta es que eso debe estar acompañado lógicamente por una serie de estrategias que acompañen a que la contratación de tal obra en este caso fomente turismo promueve el turismo y esto obedece como digo a que no hay nada claramente definido en la municipalidad que es una pena pero hay que admitirlo Y en segundo lugar porque no hay los elementos el profesional diríamos un poco que entienda la problemática de este sector donde existe calidades para poderlo hacer surgir

Rpta: LT	En el proceso de contratación no cuentan con especialistas y no dan la oportunidad a profesionales como nosotros a realizar un buen trabajo para fomentar la promoción turística en una localidad.
Rpta: PT	Lastimosamente específicamente en estas últimas gestiones el área de turismo, el área de cultura y el área el área de comunicación han sido encargadas personas que relativamente no saben, ni tienen idea y no se rodearon profesionales o licenciados en turismo que puedan ayudar a marcar la diferencia hoy que pueda ayudar a marcar la diferencia de un tiempo para acá es llamar o juntará los restaurantes más famosos de la provincia que no tiene nada de malo esto y celebrar el día del ceviche no es una actividad que yo lo pueda calificar especial como promover el turismo interno de la provincia de Sullana ya que esto se realiza a lo largo del país y nada cambia no hay una no hay un plan innovador que nos dé un indicativo de que esto siquiera va a cambiar.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 07: ¿Qué estrategias de gestión turística a previsto su institución para promover el bienestar de la ciudad, su imagen y así mismo la difusión de los eventos culturales de la localidad?	
Rpta: EF	Bueno si hablamos desde la época de pandemia obviamente digitalizar todo o trabajarlo de forma virtual impulsar a través de las redes por ejemplo la venta de los productos artesanales, promocionar a los restaurantes, hacer videos turísticos, de los productos artesanales o elementos que tenía la Provincia, para que la gente una vez reactivada las visitas presenciales tenga conocimiento puedan visitar los lugares si no se podían hacer los eventos presenciales pues lo importante era aprovechar el tema de las redes que fue un Boom o hacer los concursos de forma virtual promocionarlo mucho a través de las redes para que la gente pueda ver lo que estábamos haciendo y de esta forma incentivar a que se siga aplicando el consumo delivery, otras de las estrategias obviamente apuntar a consolidar, una de las cosas más fuertes que tengas vienes es el sector gastronómico por ese lado generar las alianzas estratégicas con ese sector trabajar muy fuerte de la mano con las asociaciones gastronómicas que hay en Sullana porque es lo más organizado que puede haber trabajar en ese lado por la comida sacar las dos ordenanzas municipales que tenemos de artesanía visitar los lugares que no se conocían hace muchos años y que la gente no sabe avanzar el inventario turístico que también quedó en procedimiento y gestionar el plan de desarrollo turístico local y de ahí trabajar de la mano también con todas las asociaciones con MYPES, restaurantes, con la caja Sullana, con instituciones, trabajando con los convenios.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 07: Nos puede relatar su experiencia con la Municipalidad de Sullana en la organización y ejecución de eventos. Por favor mencione.

Rpta: AE1	Es triste, pero es muy bajo la organización y muy mediocre diría porque a veces no tienen, pero ni equipo de sonido para alegrar al público y hay muchas deficiencias en la organización. Los participantes muchas veces no hacen lo que se acuerda y no hay orden en eso. He participado con mucho cariño en muchos eventos y tristemente no hay convocatoria una vez solo fuimos 3 eran 12 mesas tuvieron que pedir por favor que llegarán y con las justas 4 solamente fuimos. Es un tema que no lleguen los operadores turísticos, pero depende mucho de la organización no puedes invitar y descuidate hasta el final si vendrá o no o no hay una forma de llegar y comprometer como realmente debería ser.
Rpta: AE2	Como experiencia a mis años que llevo hoy a elaborando que como artesano en la provincia de Sullana. Eh visto pues que cambios que a veces 1 tiene que adecuarse a los cambios debido al tiempo que se da. Hoy estamos aquí en este local que la municipalidad no ha cedido por el momento para poder exponer, hacer una exposición y venta en nuestras artesanías y así promover el turismo en la provincia de Sullana. Entonces. queremos, pues, que el gobierno actual también ponga aparte para así promover el turismo y también vender nuestras artesanías, porque de ellos es el sustento del hogar, la venta de nuestras artesanías.
Rpta: AE3	Conozco muy bien el dominio municipal productivo es muy poco lo que estamos haciendo por levantar el turismo, por dar a conocer Sullana. Por ejemplo en Sullana cuándo se fundó San Miguel en tangará en 1532 tenemos el primer grito libertario que debemos buscando no defender al territorio que fueron 13 caciques tallanes, que murieron eso, entonces tenemos fijate un valor importantísimo histórico que no lo dan a resaltar efectivamente no seguimos celebrando el 04 de noviembre como fundación de su vida cuando no es así fue el 8 de Julio de 1783 que ha pasado 240 años la fundación española en otro valor que no destacamos, tenemos el mismo valle del chira su misma fortaleza su misma área agrícola no eso es una cosa muy importante no pues digo que san Miguel de tangará es la primera ciudad fundada por los españoles en el pacífico sur, aquí empezó la presencia de los españoles en América del pacífico sur no entonces eso es importante también destacar hay una ordenanza municipal que el 8 de Julio celebramos el día de la Sullaneridad yo creo que tenemos que incrementar y otra situación muy importante

	<p>que se creó en el gobierno de Carlos Távora fue celebrar el donde Tonderazo el 3 y 4 de noviembre que es otra de las cosas si nosotros tenemos porque el rodeo de la Perla del Chira cuando la hace Guillermo Riofrio nos da muy importante información de cómo era la ciudad en esa época nos describe musicalmente soriana no sus costumbres de su paseos en las canoas en el río chira por el río chira es muy importante y los lugares donde se en donde se preparaban los platos típicos de la ciudad entonces son cosas que tenemos que rescatar digamos y la municipalidad debe de ponerle mayor de énfasis es el más agresivo en rescatar lo que va a servirle a Sullana como fuente de turismo, para la promoción e identidad de la cultura como luego no nuestro baile típico es el baile de la pava no es la marinera en nuestra marinera a diferencia de la manera trujillana o limeña el hombre lleva el español arriba no en el caso nuestro alto del pañuelo como el sombrero lo lleva los rastros del suelo por qué porque según Guillermo Riofrio es el pavo vanidoso que arrastra sus plumas que le da vuelta a la pava por eso para ir el baile típico es la pava y la ropa típica nuestra dice que es el de algodónera o sea la clásica falda negra blusa blanca pero si le pegan copos de algodón porque él apañadora consultita entonces va con su alforja, entonces para él, el baile típico es el baile de la pava y nuestra vestimenta típica es el de la algodónera.</p>
Rpta: AE4	<p>Contamos con un convenio macro y este año (2023), desde el primer día de gestión del nuevo alcalde se realizó un compromiso para seguir trabajando articuladamente para promover los sectores de la provincia.</p>

Fuente: Elaboración Propia 2023.

<p>Pregunta 07: ¿De qué manera se han promocionado los eventos de cultura viva que ha organizado la Municipalidad de Sullana? ¿Ha participado de ello? Por favor, menciónelo</p>	
Rpta: PT	<p>Bueno como te digo cuando tangará lo único que cambió es que la última vez se celebró el aniversario allá homenaje se hizo de allá en tangará donde varios pintores de la provincia regalaron cuadros, sus pintura qué estaba en el museo pero ya ante el tiempo y bueno el museo necesita crecer no solamente debemos acordarnos cuándo es aniversario de tangara cuando y se cumple una fecha especial solamente ahí, se acuerdan de hacer ese tipo de eventos y no se planifica o no se hace algo no se empieza la ruta no por lo una ruta interesante sería la ruta de la primera rebelión porque sería muy importante yo creo que muchos turistas vendrían además del turismo ecológico que viene del extranjero mirar las aves que por ejemplo llegan a la laguna de los patos y que son monitoreadas y todo eso se minimiza mucho acá en Sullana no les dan importancia de vida entonces yo creo que eso debería de</p>

	<p>cambiar, si he participado de ellos porque a pesar que es más de los mismo todos los años yo creo que este tipo de eventos ayuda a que las nuevas generaciones tengan identidad con la provincia y se ponga un poco de nuestra cultura de lo que fueron los tallanes y de lo que fue Sullana, esa sociedad organizada y tal vez hacerles ver a las nuevas generaciones que la informalidad en la que vivimos hoy en día es dañina y que en algún momento fue recordado por ser un gran estado, una gran nación donde nos caracterizamos por no dejarnos avasallar por ninguna de las otras culturas eso dice mucho de los tallanes como se dice y eso está en nuestra sangre lastimosamente hay factores hoy en día que por eso de la mano de las autoridades y de la misma educación ha permitido que se pierda identidad</p>
Rpta: LT	<p>Se que lo han promocionado a través de las redes o canales virtuales que existen, con ayuda del marketing, pero a su vez deberían de tener un logo o una imagen que identifique a la provincia como su propia marca, pero si he visto actividades de cultura viva por otras instituciones, pero contando con el apoyo de la municipalidad y unas que otras veces de las mismas oficinas que cuentan, si participe en lo que es ver una actividad de su semana turística pero falta el apoyo de la comunidad.</p>

Fuente: Elaboración Propia 2023.

<p>Pregunta 07: ¿Cuál es su opinión al respecto sobre algunas estrategias de instituciones públicas para promover el bienestar de la ciudad, su imagen turística así mismo en la difusión de los eventos culturales de la localidad?</p>	
Rpta: P1	<p>No tengo ningún conocimiento de alguna estrategia, lo que sugiero es que la municipalidad de Sullana debe incentivar el turismo en las escuelas donde a los estudiantes se les enseñe a valorar las manifestaciones de la comunidad como por ejemplo la vista del Museo de Sullana, visita a los inmuebles que se están cayendo a pedazos.</p>
Rpta: P2	<p>A través de redes sociales he visto que ponen las fotos de los regidores o el alcalde cuando va a hacer entrega de alguna donación, y eso pero de que haya un banner que indique no, le comento que el mes pasado por la celebración por el día del clarito realizaron un video promocionar pero más salía una chica modelando que el producto a promocionar porque una cosa es modelar y de repente yo me pongo a ver me pongo a averiguar quién tiene a cargo y de repente como repito por cuestiones políticas a dedos se mencionó a la hija del vecino de repente alguien que por ahí le prestó la camioneta para propaganda política entonces ese es el motivo por el que a veces atravesamos una serie de conflictos de identidad no de nuestra localidad</p>

Rpta: P3	<p>Creo yo que se tiene que incorporar dentro del plan de desarrollo concertado que es un instrumento de gestión de promoción del desarrollo en general en la incorporación de políticas claras en este caso específico por ejemplo del turismo que defina ya estudios y que a la vez ellos constituirían objetivos, metas, incorporación de recursos, diagnósticos propuestas concretas y si se hace se hace alguna vez para incorporar formalmente nada más en algunos documentos como plan de desarrollo pero que finalmente eso no incorporan otros documentos que necesariamente tienen que ser parte de todo este plan o política como digo yo de desarrollo turísticos y volviendo a las preguntas anteriores cómo podrás haber escuchado siempre estoy diciendo que si hay hechos de aparente interés de promoción al turismo son aislados mejor dicho de vez en cuando porque por allá apareció hacer una actividad pero las grandes ciudades o los polos de desarrollo turístico conscientes de que tienen potenciales para desarrollar lo hacen con políticas definidas y que incorporan planes donde sobre todo la parte de recursos o financiamiento en la que sin duda va a garantizar que se lleve a resultados y ahora no hay eso salvo insisto en medidas o actividades aisladas que si pensamos que esto es parte de incorporar una actividad económica más de fuente de trabajo de bienestar desarrollo de la ciudad incluyendo desarrollo cultural lo que existe como insisten esto es algunas voluntades sin organización sin orientación hay muchas voces a través del tiempo que se ha pronunciado yo conozco como digo mucho pero que no han tenido buen final hasta ahora.</p>
----------	---

Fuente: Elaboración Propia 2023.

<p>Pregunta 08: ¿Cuáles son los atractivos turísticos más importantes que cuenta la provincia de Sullana? Y cuales fueron los que se vieron perjudicados por causa de la pandemia COVID - 19</p>	
Rpta: EF	<p>Los más importantes son el Coto de Caza el Angolo, el Río Chira y Lancones, aunque no está inventariado, pero también asistían mucho y obviamente que se vino a afectar quedaron absolutamente cerrados y nadie los podía visitar, así como ningún otro lugar.</p>
Rpta: AE1	<p>Bueno el templo del centro y hay más pero no se le da la fuerza que necesita y el cuidado también. Hace tiempo llegaron unos chino turistas a un hotel pagaron por 3 días y fueron a la laguna de los patos y cuentan que llegaron al hotel y se fueron inmediatamente a Piura porque pasó eso porque la laguna era una suciedad y además invadida por gente. Y así está el tema turístico por Sullana.</p>

Rpta:AE2	<p>Bueno, tenemos bastantes atractivos turísticos aquí en Sullana. Como la Casona de Sojo. También el Museo de Tangarará. Está a punto de celebrar 1 año más de aniversario. También tenemos el Museo de Sullana, también tenemos donde fueron sepultados los restos del poeta Carlos Augusto Salaverry, que casi a veces se pasa por alto. Lo tenemos aquí un gran personaje sepultado aquí en el cementerio de Sullana. También en el cucho hay dos chorros. Que también sale de ahí es un agua natural que no se explica de donde sale, la laguna de los patos por Querecotillo más haya y tenemos varios sitios turísticos, hasta en el río Chira como canotaje, paseos en lancha, tenemos en verdad sitios que visitar, y nuestra artesanía aquí en el centro artesanal Sullana del Perú para el Mundo, también parte del turista que venga a llevar un recuerdo aquí cuando visite Sullana nuestro producto bandera como lo dije que es el chante de plátano, la cascara de coco que se vaya haciendo ya conocida la Provincia de Sullana a nivel departamental y que el mundo conozca que aquí en Sullana hay buenos artesanos, solamente queremos la publicidad, el plan estratégico con la oficina de turismo, el señor alcalde y todos unimos para promocionar el turismo y las obras artesanales que el mundo ya está admirando y conociendo.</p>
Rpta: AE3	<p>La represa de Poechos, el valle del Chira, el cementerio nuestro es el más antiguo del Perú después de Lima que ya está considerado como patrimonio no de museos a nivel latinoamericano, tenemos la primera ciudad fundada por españoles en el Pacífico Sur que te repito es San Miguel de Tangarará aquí hay que corregir un error los españoles no fundaron Tangarará ya existía, ellos fundaron San Miguel en Tangarará por tanto hay que corregir pero también es un valor muchísimo, luego nuestra agricultura tenemos el banano orgánico que es para la exportación entonces todo eso tenemos que analizarlo y ponerlo por ejemplo podemos sugerir que los nuevos restaurantes con nuevos edificios públicos lleven el nombre de nuestros tallanes tiene el nombre de nuestras costumbres ponemos los almanaques solamente figuras o valles extranjeros no ponemos una foto del valle Chira, no ponemos una foto de la Algodonera no ponemos una foto de la Capullana otro valor es una guerrera no es una Amazona era la mujer del hombre señor se respetó la primogenitura o sea si el hijo mayor era mujer ella era la que tenía cargo el clan que darle nosotros o sea al conocimiento darle sentimiento conocimiento consentimiento y la entidad local.</p>
Rpta: AE4	<p>Vives en el Valle más hermoso de la zona del Norte que es el Río Chira, tenemos la represa más grande de Sudamérica que es la Represa de Poechos siendo la más grande en el Perú, después tenemos todos los atractivos fronterizos Lancones, Paita, el Coto de Caza el Angolo que por x motivos está en la posición de un grupo empresarial</p>

	que ni siquiera se acerca a la cámara de comercio porque todo se maneja desde Lima y Tangarara, sobre todo debemos de concientizar a la gente a no ensuciar el medio donde viven porque se cuentan con buenos recursos y grandes atractivos turísticos nuestra localidad que debemos de valorar.
Rpta: P1	El atractivo turístico más importantes de Sullana son: el valle del Chira, la Casona de Sojo y los restaurantes del Marcavelica que ofrecen comidas tradicionales de Sullana. Fueron perjudicados los locales de recreación adyacentes al Río Chira.
Rpta: P2	La casona de Sojo, de conocer el valle de chira por ejemplo darnos una vuelta por la represa de Sullana La represa de puechos, ejemplo por el lado de Querecotillo que es la ruta del oro vere mostrar como ellos hacen el corte del banano que es el sustento de ellos por ejemplo a una picantería de ir de buscar qué es lo que se consume los días lunes no las costumbres pero este no se da no y cuáles fueron los que se vieron perjudicados por causa de la pandemia la venta de comida, de platos típicos de nuestra provincia
Rpta: P3	Sí existe potencial en Sullana turístico lo que se tiene en todo caso es más allá de conocerlas generar el valor y valor agregado por supuesto y esto se hace justamente con la promoción de las mismas no lo conocemos de circuitos por ejemplo se incorporen desde Miguel checa como la casona ya tiene mucha historia y no olvide que es un monumento ya incorporado por instituto nacional de cultura para su martes sí no luego el río chira evidentemente nuestro Valle es otro punto fuerte la gran fortaleza de una proporción al exterior y acá mismo interiormente mucho vivimos sin darnos cuenta lo que tenemos como promoción donde ahí el potencial a desarrollar es mucho mayor se habló en su momento de convertir en un gran espejo de agua incorporado el canotaje, de la incorporación de un teleférico que atravesase todo nuestro valle llegando hasta salitral y Querecotillo, que desde mi apreciación voy conociendo otra realidad yo he visitado cuevas hace poco tiempo y lo que significa un teleférico me voy hasta a ver qué le digo pues hasta Japón no he tenido la oportunidad de ver ese tipo de digamos de hermosura de paisaje recorrido a través de un teleférico nos da la idea que teniendo cierto lo que tiene existiría sin lugar un enorme un enorme desarrollo lo que es Valle luego usted va lógicamente a tangarara por ejemplo donde por historia ya en sí museo de sitio diríamos así como se le conoce que cualquiera conocer quisiera conocer que ahí fue la primera ciudad fundada por los españoles, va a Querecotillo y ve la hermosa laguna de los patos pero que no se difunde mayormente pero para mí como diríamos de lo que es un circuito turístico es hermoso, si va a Lancones a la represa

	<p>de puechos por ejemplo y sin duda la obra arquitectónica de impacto conocido en Latinoamérica verdad Y si usted va diríamos un poco a ver nuestro museo, nuestra iglesia bueno y una serie diríamos de puntos que yo diría estratégicos para el desarrollo turístico podemos tomar muchos más, que el covid haya afectado mire yo sinceramente creo que, teniendo nuestro potencial sin desarrollar está ahí dormido probablemente que el covid por ese mismo hecho no lo haya afectado y sigue igual probablemente si hubiéramos tenido un desarrollo mayor, seguramente el covid lo hubiera afectado Pero tenemos así como lo explicaba anteriormente es crudo decirlo porque no hay mayor preocupación pudiendo como digo ser parte una actividad en generadora de trabajo de diversión y tanta cosa de desarrollo turístico propiamente pero no lo encontramos de forma tal que esperemos pues que la voluntad de la iniciativa lógicamente la identificación con el turismo y de esta provincia pueda lograr ello.</p>
Rpta: LT	<p>Sullana cuenta con 177 recursos inventariados según MINCETUR en el año 2016 pero siempre hay que estar informados y actualizados, acuérdate que estamos 2023 pero los gobiernos no cuentan con el personal capacitado para fomentarlo, además que no se realiza un trabajo continuo, después de terminar un periodo de gobierno y empieza otro desde 0 o no realizan nada. Pero los más importantes que cuentan la provincia es Laguna de los patos, la casona de Sojo, el coto de caza el Angolo y los que se vieron perjudicados por la pandemia fueron todos además de la pandemia es el cuidado y su infraestructura que posee cada uno de ellos.</p>
Rpta: PT	<p>La verdad cuando tú quieres hacer o quieres conocer una de estos lugares la casona de Sojo, la caza de coto el Angolo o la laguna de los patos entre otros lugares turísticos tú tienes que financiar buscar quién te quiera llevar porque no hay quién te haga una ruta tal vez no se sabe que en la casa del coto del ángulo es un proceso de permiso por algunos derechos la gente lo desconoce entonces eh yo creo que lo que se hacía o lo que se hace se debe mejorar y empezar a ver la luz de un plan de trabajo un plan estratégico que nos pueda decir que bueno está empezando a hacer o realizar un cambio en lo que corresponde al turismo que en la en la provincia de Sullana la que creo que es está abandonado y no se le da la importancia debida.</p>

Fuente. Elaboración Propia 2023.

A continuación, se agrupan las respuestas por colores concentrando los contenidos relevantes y las coincidencias de los entrevistados.

Cantidad	1	4	3	1	1
Entrevistados	Ex – funcionario público	Aliados Estratégicos	Pobladores	Licenciado en Turismo	Periodista
Siglas	EF	AE	P	LT	PT

Fuente. Elaboración Propia 2023.

Pregunta 01: (Previa presentación, coordinación y saludo). ¿Cuáles fueron las consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística, en Sullana? _____ Rpta: Color Amarillo	
Rpta: EF	No se podían hacer los eventos presenciales, generó una desorientación al sector del turismo en Sullana que el sector más fuerte es la gastronomía pues ese sintiéndose desorientado porque estipularon muchísimas reglas en este caso, cuando empezaron a dar los permisos los delivery de comida, mucha gente no sabía a dónde acudir para orientarse, la visita de los turistas obviamente se cancelaron todas las promociones de las actividades que con fuerza ese gobierno actual quería impulsar
Rpta: AE1	Fueron malas porque si no estamos a la altura de promoción turística fue peor que llegue la pandemia porque desapareció lo poco o nada que había.
Rpta:AE2	A los sectores nos afectó mucho en ese tiempo, pero ha quedado secuelas.
Rpta: AE3	En cuanto al museo hemos bajado grandemente de 100 visitas diarias.
Rpta: AE4	Todavía las que estamos afrontando, los negocios, principalmente los que se tiene que interactuar, socializar, se vinieron abajo a cero, todo restaurantes, hoteles, el sector turismo a cero teniendo varios problemas para levantarse. Después, en la parte agrícola, la pandemia no afectó al sector agrícola.
Rpta: P1	Perjudicó muchos negocios, como por ejemplo a los hoteles, hostales y los restaurantes que venden comidas típicas del norte peruano como el seco de chavelo y la carne seca.

Rpta: P2	Dejaron de funcionar muchos negocios y el turismo este no prosperó los viajes se detuvieron algunas empresas turísticas tuvieron que cerrar se podían salir este de viaje de promoción ni tampoco se podía salir en viajes cortos para recorrer el turismo de la de la localidad.
Rpta: P3	niveles producción turística como era de esperar a cero totalmente nula y más allá de ello las consecuencias son como recuperar esos espacios que podrían haberse ganado y Sullana que tiene un gran potencial forma de poder desarrollar ese potencial se carece estrategias.
Rpta: LT	la baja de turistas al Perú siendo que la planta turística del sector turístico fue el más perjudicado en ello, ya que hubo aislamiento social y todo tuvo que cerrar, atención y las nuevas disposiciones del Estado.
Rpta: PT	Las pocas actividades que se realiza se vieron postergadas

Fuente. Elaboración Propia 2023.

Pregunta 02: ¿Cómo la Municipalidad de Sullana o alguna institución privada realiza acciones para reactivar el turismo? Mencione quiénes son y qué actividades realizan. _____ Rpta: Color Verde Lima	
Rpta: P1	No tengo conocimiento
Rpta: P2	Nunca hemos recibido una invitación a través de la institución municipal y menos de los encargados de turismo en esa parte no ha fomentado el turismo no hay una reactivación turística.
Rpta: P3	No hay planes, estrategias definidas o una política de impulso de promoción turística no existe como una promoción de un circuito turístico no existe salvo situaciones aisladas
Rpta: LT	Actividades para reactivar el turismo una que otras son acogidas por la misma comunidad y otras no tanta porque no tiene la participación y la acogida que requiere ello, como por ejemplo sus aliados estratégicos la Cámara de Comercio, MINCETUR, PROMPERÚ que son aquellas instituciones encargadas de velar por la promoción turística y como actividades se tiene el día del artesano, la semana turística, el día de la algarrobina, entre otros.
Rpta: PT	No hay un trabajo adecuado tal vez porque no se le da la importancia debida al turismo no las actividades.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 02: ¿Coordina la Municipalidad de Sullana con ustedes para reactivar el turismo? Si las realiza, por favor mencione algunas. _____ Rpta: Color Verde Lima	
Rpta: AE1	Son eventos de ferias, pero la mayoría de veces no a la altura de una provincia tan grande y la principal del departamento, hay algunas invitaciones a algunos eventos, pero sin mucho impacto.
Rpta: AE2	Hemos estado coordinando con la municipalidad para reactivar el turismo, poder realizar algunas actividades ferias tanto locales como regionales, hacer una exposición y venta en nuestras artesanías y así promover el turismo en la provincia de Sullana, el gobierno actual también ponga aporte para así promover el turismo y también vender nuestras artesanías, porque de ello es el sustento del hogar, la venta de nuestras artesanías.
Rpta: AE3	No, es muy poquísima la participación de la municipalidad
Rpta: AE4	Bueno, la del año pasado (2019) que ha sido otra gestión. Hubo algunos problemas ahí con la municipalidad, a pesar de que nosotros firmamos un convenio macro con la municipalidad para poder mutuamente intercambiar actividades tanto gastronómicas, turísticas, servicios, industria y de ahí nos cayó la pandemia. Entonces sirvió bastante este convenio, porque cuando se quiso reactivar el año pasado precisamente se activó parte de ese proceso.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 02 y 03: ¿De qué manera la promoción del turismo se vio afectada durante la pandemia de COVID – 19? Mejoro o Empeoro la calidad de vida del sector. _____ Rpta: Color Verde Lima y Color Turquesa	
Rpta: EF	Empeoro ya que obviamente los restaurantes cerraron que los negocios los el sector artesanal también se ve afectado porque esa gente vive no de la venta de sus de sus productos y obviamente las visitas a los lugares turísticos los pocos lugares que tenemos también quedaron cerrados durante la pandemia, porque cerró la oficina y se desarticularon las alianzas estratégicas
Rpta: AE1	Empeoró y más aún cuando hay cambio de gobierno que un grupo no deja la posta a seguir o el que entra quiere hacer a su manera las cosas y se van perdiendo las ideas cada 4 años.
Rpta: AE2	Fue afectado en gran manera tanto económicamente salud y hoy día estamos saliendo.
Rpta: AE3	Disminuyo gravemente bueno nosotros, no recibimos visitas donde exponemos los huacos de las culturas incas.

Rpta: AE4	Fue ambas, la agricultura siguió laborando de hecho, las plantas no necesitan, digamos, que se cierren todos los accesos, de hecho, han seguido trabajando, tal es el caso de las agroindustrias, fue la agricultura que abasteció los mercados, pero la exportación sufrió al no haber exportación, los puertos, los aeropuertos se cerraron era difícil exportar ahí.
Rpta: PT	La verdad empeoró yo creo que sigo pensando que no hay un buen manejo en el tema, hoy yo ni siquiera consideraría que hay calidad en el Turismo.
Rpta: LT	Fue lo peor para el sector, pero se aprendió de ello en la forma y el nuevo trato al turista, su seguridad del cuidado, pero se perdieron muchas vidas, las nuevas disposiciones de la planta turística para el turista.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 03: ¿Cree que la promoción del turismo en nuestra comunidad contribuye a mejorar su calidad de vida después de la pandemia COVID – 19? Si es afirmativa la respuesta, señale de qué manera mejorara su vida. __ Rpta: Color Turquesa	
Rpta: P1	Promover el turismo en Sullana va a permitir la creación de fuentes de trabajo en algunos pobladores como los que trabajan en los restaurantes, en los hoteles, de los pequeños comerciantes que venden artesanías.
Rpta: P2	Algunas personas en nuestra localidad que se sustentan, vendiendo plato típico y las personas que vienen a conocer este Sullana o van a la parte de Marcavelica, Querecotillo, Salitral decayeron y es una fuente de sustento para ellos ya que en el tiempo la pandemia ellos dejaron de trabajar de vender.
Rpta: P3	No hay actividades definidas como una promoción del turismo que ayude en este caso a superar problemas de covid no podría yo afirmar conociendo que hay un plan insisto en esto que es importante o estrategias o actividades mucho menos orientadas a superar o coadyuvar a solucionar o supera el problema del covid no existe hasta ahora.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 03: ¿De qué manera las políticas regionales del gobierno brindan oportunidades a la Municipalidad de Sullana para realizar una excelente gestión y promover el turismo? _____ Rpta: Color Turquesa	
Rpta: EF	Más que todo políticas regionales no, es un trabajo articulado con la Dirección Regional de Turismo

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 04: ¿Cuenta la Municipalidad de Sullana con un plan estratégico para promover el turismo? Porque, Explique brevemente. Rpta: Color Fucsia	
Rpta: EF	No, porque la subgerencia entra en funcionamiento ya al final casi del período de la gestión del gobierno saliente digamos en el año 2021 para el 2022 y el presupuesto era demasiado reducido pero sí se dejaron las gestiones correspondientes para que ese plan continúe y pueda ser ejecutado, quedado en papeles realizado un requerimiento, que se han realizado los términos de referencia para que le puedan dar continuidad no sé si el gobierno entrante le está dando continuidad pero sí hemos hecho las gestiones como parte de como parte principal y prioritaria de una subgerencia recién creada, pero sin tener un plan de desarrollo turístico local nosotros podemos hacer pedidos y expresar las necesidades de la provincia entonces a partir de ello más las coordinaciones con la dirección regional de turismo se plantean y se priorizan las cosas o las actividades necesarias para impulsar el turismo

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 04: ¿De qué manera las políticas regionales del gobierno brindan oportunidades a los aliados estratégicos para promover el turismo? Rpta: Color Fucsia	
Rpta: AE1	Piura como región poco invitan a Sullana a participará y poco se ve por aquí a los de turismo haciendo algo es mínimo el apoyo de la región.
Rpta: AE2	Están ayudando a los gobiernos regionales y gobiernos locales con capacitaciones para mejorar nuestros productos y así también promocionarlos.
Rpta: AE3	Casi nulo no reciben apoyo ni tampoco vienen aquí a brindar capacitación, dirección desconcentrada de cultura de Lima donde ya han clasificado los huacos que tenemos que ya son propiedad patrimonial del estado peruano o sea estamos en contacto directamente con Lima y esporádicamente con la dirección de concentrada en Piura.
Rpta: AE4	Bueno las capacitaciones son una de las actividades que realiza la Cámara de Comercio, pero tenemos relaciones con MINCETUR, PRODUCE, entre otros, ya que también nuestra entidad es un abanico de actividades global, pero esas entidades ya mencionadas coordinan con nosotros directamente algunos programas para el apoyo y promoción de las microempresas, así mismo con las ONG.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 04: ¿Tiene conocimiento si la Municipalidad de Sullana cuenta con un plan estratégico para promover el turismo? ¿Qué tan importante cree usted que es? _____ Rpta: Color Fucsia	
Rpta: P1	No tengo conocimiento de un plan estratégico por parte de la Municipalidad de Sullana y si lo tiene, no lo difunden a la población.
Rpta: P2	No, tengo ningún conocimiento, pero es si importante que lo hagan y que lo den a conocer sobre todas las instituciones educativas.
Rpta: P3	No existe formalmente aprobado y simple estrategias actividades pero que formalmente necesitan de la aprobación en este caso por ejemplo del consejo municipal de la dotación de logística de recursos y eso no existe un plan define ya objetivos metas estrategias lo que formalmente no lo tenga como un documento ya aprobado por parte de la municipalidad.
Rpta: LT	No cuentan con un pan estratégico, pero si es importante porque cada lugar que cuenta con recursos y atractivos turísticos debe estar preparado y debe de saber con qué cuenta su localidad y siempre tener inventariado sus recursos.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 04 y 05: ¿Cuál es su opinión al respecto que la Municipalidad de Sullana cuenta con un plan estratégico para promover el turismo? ¿Qué tan importante cree usted que es? _____ Rpta; Color Fucsia y Color Verde Azulado	
Rpta: AE1	No sé, si tendrán un plan estratégico y no sé si lo estarán haciendo.
Rpta: AE2	Los primeros meses estuvimos conversando con la municipalidad de Sullana para tener un Plan estratégico y promover el turismo con importante es esa relación entre la Oficina de Turismo. Y esa estrategia estamos haciendo un plan estratégico para salir y promover el turismo aquí en Sullana.
Rpta: AE3	El plan estratégico con la oficina de turismo no, nos ha informado de un plan estratégico para promover como museo.
Rpta: AE4	La cámara de comercio como institución hemos colaborado mucho en impulsar la sociedad y el plan estratégico es importante, para apoyar a todos los sectores que el turismo es una actividad muy importante y como compromiso para apoyar a las actividades.

Rpta: PT	Bueno la municipalidad provincial de Sullana como muchas instituciones públicas durante los últimos años han priorizado quedar bien con las personas que te apoyan en campaña y no contratar a profesionales adecuados o que hayan estudiado turismo puedan aplicar un plan estratégico necesariamente funcional o ayuda para para ver aquellos lugares turísticos que tiene la provincia de Sullana.
----------	---

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 05: ¿Qué criterios se toman en cuenta para la designación de profesionales encargados del área de turismo en la institución donde labora o laboró? _____ Rpta: Color Verde Azulado	
Rpta: EF	Más que todo tener una profesión o una carrera afin al área de turismo alguna especialización relacionada al turismo tener creo más de 3 años laborando en el sector público o en actividades y además de tener experiencia en actividades relacionadas al turismo.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 05: ¿Cuáles creen que son los criterios que se toman en cuenta para la designación de profesionales encargados del área de turismo en las instituciones públicas? _____ Rpta: Color Verde Azulado	
Rpta: P1	En primer lugar, deben tener título de la especialidad de Turismo, en muchos casos ponen a profesionales de otras especialidades que solo apoyaron en la campaña política del gobernante de turno.
Rpta: P2	Yo creo que a veces las personas se eligen a dedo muchas veces por pagar favores políticos, desgraciadamente prolifera demasiado la prostitución y sobre todo la devolución de favores políticos en las campañas políticas.
Rpta: P3	Justamente el profesional que no solamente ya que hay que ser también bastante objetivos y concretos que no solamente goce de iniciativas de buenas intenciones sino también de alguna experiencia en promoción del turismo es importantísimo. Los profesionales aún más allá de la debilidad que puedan presentar en cuanto a capacidad y experiencia se tomaría mucho más problemático poder superar este grave problema del accionar que pueden tener los funcionarios los responsables de promover el turismo.
Rpta: LT	Son por agradecer los favores políticos y los ponen como encargados para cubrir el puesto, pero los gobiernos no cuentan con el personal capacitado para fomentarlo, además que no se realiza un trabajo continuo.

Rpta: PT	En la actualidad con el respeto de la colega es licenciada en comunicaciones y no en turismo no tanto en turismo como en imagen yo creo que esto debe cambiar si queremos cambiar un poco las cosas aquí en la provincia se debe respetar a las profesionales si bien es cierto hoy en día se pide un perfil técnico y cierta experiencia laboral, pero si no se les da una experiencia a los jóvenes no se les da la oportunidad que experiencia van a adquirir.
----------	---

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 06: ¿Cuál es su experiencia y especialización en el área designada? Tiene algún conocimiento de ella. _____ Rpta: Color Verde	
Rpta: EF	Habiendo una pandemia de por medio porque una vez reactivada el área que fue en el año en noviembre del 2020 todavía existía el covid fue un reto muy grande reinventar las actividades ver de qué forma sacábamos adelante el área y promover más el turismo ya que fue una de las áreas más afectadas y por lo tanto ya había muchas pérdidas económicas para ese sector y la especialización que yo tengo es en gestión turística entonces eso me ayudó bastante.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 06: ¿Cómo considera usted que se lleva a cabo las contrataciones del gobierno municipal en el área de turismo para fomentar la promoción turística en la Provincia? _____ Rpta: Color Verde	
Rpta: AE1	Ahí está el problema muchas veces porque esto más es por política que por mérito y allí radica mucho el problema grave de nuestra provincia gente que no está capacitada para seguir adelante o no sabe nada de turismo. pero por ahora (2023) no se ve nada de trabajo
Rpta: AE2	Escoger también a las personas que ocupan estos puestos. que esa persona que sea idónea, que tenga ese anhelo, ese deseo de poder velar por el bienestar del turismo de Sullana y fomentar y hacer promociones turísticas. A pesar que no cuentan con un personal capacitado y especializado en el tema, entran por partidos.
Rpta: AE3	Debería tener un aspecto más agresivo que dar ese valor agregado la misma capacitación a los conductores de hoteles, restaurantes no entonces falta mucho aún por hacer en nuestra provincia, pero muy pocos están haciendo nuestra municipalidad en nuestro medio por mejorar el turismo Sullana

Rpta: AE4	Tiene que ser gente enfocada en el sector turístico, capacidad, con experiencias y sobre todo tener estudios en el área en específico que es fundamental para tener buenos resultados deben contratar personas que se enfocan a ese rubro.
-----------	--

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 06: ¿Cómo cree usted que es el proceso de selección en las contrataciones del gobierno municipal para fomentar la promoción turística en la localidad? _____ Rpta: Color Verde	
Rpta: P1	Debe ser de manera pública y transparente donde la población tenga conocimiento de lo que hacen los funcionarios de la Municipalidad para fomentar el turismo.
Rpta: P2	Debe de salir a licitación para poder contratar y cumplido con las leyes del Estado Peruano debe de contar con profesionales para desempeñar las funciones siendo muy importante empezamos a incentiva no solamente el turismo sino la voluntad de la población de vez en cuando a solicitar alguna información, le comento que el mes pasado por la celebración por el día del clarito realizaron un video promocionar pero más salía una chica modelando que el producto a promocionar porque una cosa es modelar y de repente yo me pongo a ver me pongo a averiguar quién tiene a cargo y de repente como repito por cuestiones políticas a dedos se mencionó a la hija del vecino de repente alguien que por ahí le prestó la camioneta para propaganda política entonces ese es el motivo por el que a veces atravesamos una serie de conflictos de identidad no de nuestra localidad.
Rpta: P3	Sumamos que hay profesionales que puedan tener alguna formación académica mientras la política municipal no se enfoque direcciones a incorporar como un eje de desarrollo del turismo debe estar acompañado lógicamente por una serie de estrategias que acompañen a que la contratación de tal obra en este caso fomente turismo promueve el turismo y esto obedece como digo a que no hay nada claramente definido en la municipalidad que es una pena pero hay que admitirlo Y en segundo lugar porque no hay los elementos el profesional diríamos un poco que entienda la problemática de este sector donde existe calidades para poderlo hacer surgir.
Rpta: LT	Proceso de contratación no cuentan con especialistas y no dan la oportunidad a profesionales como nosotros a realizar un buen trabajo para fomentar la promoción turística en una localidad. ya que en algunas instituciones el sector turismo no es importante para ellos.

Rpta: PT	No ósea podemos ver áreas como turismo con 8 o 10 personas que relativamente no hacen nada se ganan el sueldo por no hacer nada lo digo esto pues haciendo una evaluación de la del trabajo de la difusión del área, en estas últimas gestiones el área de turismo, han sido encargadas personas que relativamente no saben, ni tienen idea y no se rodearon profesionales o licenciados en turismo que puedan ayudar a marcar la diferencia hoy que pueda ayudar a marcar la diferencia de un tiempo, no hayan profesionales o personas que cumplan el perfil, esa sociedad organizada y tal vez hacerles ver a las nuevas generaciones que la informalidad en la que vivimos hoy en día es dañina y que en algún momento fue recordado por ser un gran estado, una gran nación donde nos caracterizamos por no dejarnos avasallar por ninguna de las otras culturas eso dice mucho de los tallanes como se dice y eso está en nuestra sangre lastimosamente hay factores hoy en día que por eso de la mano de las autoridades y de la misma educación ha permitido que se pierda identidad.
----------	---

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 07: ¿Qué estrategias de gestión turística a previsto su institución para promover el bienestar de la ciudad, su imagen y así mismo la difusión de los eventos culturales de la localidad? _____ Rpta: Color Oliva	
Rpta: EF	Digitalizar todo o trabajarlo de forma virtual impulsar a través de las redes la venta de los productos artesanales, promocionar a los restaurantes, hacer videos turísticos, de los productos artesanales o elementos que tenía la Provincia, para promocionar las actividades más importantes en este caso para Sullana, que son el aniversario con la institucionalización de la Semana Turística y artesanía siendo importantes, una de las cosas más fuertes que tenemos es el sector gastronómico por ese lado generar las alianzas estratégicas con ese sector trabajar muy fuerte de la mano con las asociaciones gastronómicas que hay en Sullana porque es lo más organizado.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 07: Nos puede relatar su experiencia con la Municipalidad de Sullana en la organización y ejecución de eventos. Por favor mencione. _____ Rpta: Color Oliva	
Rpta: AE1	Pero es muy bajo la organización y muy mediocre diría porque a veces no tienen, pero ni equipo de sonido para alegrar al público y hay muchas deficiencias en la organización depende mucho de la organización no puedes invitar

	y descuidate hasta el final si vendrá o no o no hay una forma de llegar y comprometer como realmente debería ser., concursos sobre algunos lineamientos específicos como algarrobina, pizco etc
Rpta: AE2	A veces uno tiene que adecuarse a los cambios debido al tiempo que se da
Rpta: AE3	Dominio municipal productivo es muy poco lo que estamos haciendo por levantar el turismo, por dar a conocer Sullana.
Rpta: AE4	Contamos con un convenio macro y este año (2023), desde el primer día de gestión del nuevo alcalde se realizó un compromiso para seguir trabajando articuladamente para promover los sectores de la provincia.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 07: ¿De qué manera se han promocionado los eventos de cultura viva que ha organizado la Municipalidad de Sullana? ¿Ha participado de ello? Por favor, menciónelo ____ Rpta: Color Oliva	
Rpta: PT	La última vez se celebró el aniversario allá homenaje se hizo de allá en Tangará donde varios pintores de la provincia regalaron cuadros, cuándo es aniversario de tangara cuando y se cumple una fecha especial solamente ahí, se acuerdan de hacer ese tipo de eventos y no se planifica o no se hace algo no se empieza la ruta, son lo mismo no rememorar fechas como tangará o el aniversario del pisco sour, el día del ceviche entre otros donde se hacen este tipo de actividades que lastimosamente no sirven de mucho como para explotar el turismo de una forma adecuada.
Rpta: LT	Se que lo han promocionado a través de las redes o canales virtuales que existen, con ayuda del marketing, pero a su vez deberían de tener un logo o una imagen que identifique a la provincia como su propia marca, pero si he visto actividades de cultura viva por otras instituciones, pero contando con el apoyo de la municipalidad y unas que otras veces de las mismas oficinas que cuentan, si participe en lo que es ver una actividad de su semana turística pero falta el apoyo de la comunidad.

Fuente: Elaboración Propia 2023.

Pregunta 07: ¿Cuál es su opinión al respecto sobre algunas estrategias de instituciones públicas para promover el bienestar de la ciudad, su imagen turística así mismo en la difusión de los eventos culturales de la localidad? _____ Rpta: Color Olivo	
Rpta: P1	No tengo ningún conocimiento de alguna estrategia, lo que sugiero es que la municipalidad de Sullana debe incentivar el turismo en las escuelas donde a los estudiantes se les enseñe a valorar las manifestaciones de la comunidad.
Rpta: P2	Redes sociales he visto que ponen las fotos de los regidores o el alcalde cuando va a hacer entrega, turismo dentro de la ciudad a las instituciones educativas no que es lo más importante.
Rpta: P3	Se tiene que incorporar dentro del plan de desarrollo concertado que es un instrumento de gestión de promoción del desarrollo en general en la incorporación de políticas claras en este caso específico que defina ya estudios y que a la vez ellos constituían objetivos, metas, incorporación de recursos, diagnósticos propuestas concretas y si se hace se hace alguna vez para incorporar formalmente nada más en algunos documentos como plan de desarrollo pero que finalmente eso no incorporan otros documentos que necesariamente tienen que ser parte de todo este plan o política, fuente de trabajo de bienestar desarrollo de la ciudad incluyendo desarrollo cultural lo que existe como insisten esto es algunas voluntades sin organización sin orientación hay muchas voces a través del tiempo que se ha pronunciado yo conozco como digo mucho pero que no han tenido buen final hasta ahora.

Fuente: *Elaboración Propia 2023.*

Pregunta 08: ¿Cuáles son los atractivos turísticos más importantes que cuenta la provincia de Sullana? Y cuales fueron los que se vieron perjudicados por causa de la pandemia COVID – 19. _____ Rpta: Color Gris	
Rpta: EF	Coto de Caza el Angolo, el Río Chira y Lancones.
Rpta: AE1	Templo del Centro.
Rpta:AE2	Casona de Sojo, también el Museo de Tangarará, el Museo de Sullana, también tenemos donde fueron sepultados los restos del poeta Carlos Augusto Salaverry, laguna de los patos por Querecotillo Río Chira como canotaje, paseos en lancha, nuestra artesanía aquí en el centro artesanal Sullana del Perú para el Mundo, chante de plátano, la cascara de coco que se vaya haciendo ya conocida la Provincia de Sullana.

Rpta: AE3

La represa de poechos, el valle del Chira, el cementerio nuestro es el más antiguo del Perú después de Lima que ya está considerado como patrimonio, la primera ciudad fundada por españoles en el pacífico sur que te repito es san Miguel de tangará, luego nuestra agricultura tenemos el banano orgánico que es para la podemos sugerir que los nuevos restaurantes con nuevos edificios públicos llevan el nombre de nuestros tallanes tiene el nombre de nuestras costumbres ponemos los almanaques solamente figuras o valles extranjeros no ponemos una foto del valle chira, no ponemos una foto de la algodонера no ponemos una foto de la capullana otro valor es una guerrera no es una amazona era la mujer del hombre señor se respetó la primogenitura o sea si el hijo mayor era mujer ella era la que tenía cargo el clan que darle nosotros o sea al conocimiento darle sentimiento conocimiento consentimiento y la entidad local. tiene muchísimos recursos naturales en nuestro mismo valle es hermoso, tenemos la represa de puechos esta otra cosa que falta darle ese valor que se valgan para hacerlo interesante algunos de los visitantes y además hay que entender que el conocimiento de las cosas tiene que poner el sentimiento y el conocimiento más sentimiento que hay identidad y eso es lo que no tenemos los Sullaneros no tenemos identidad de ser Sullaneros un museo donde tenemos 2 salas la sala histórica y la sala arqueológica donde exponemos huaco fundamentalmente la cultura la cultura mochica, chimú, vicus, nazca pero fundamentalmente destacamos la cultura tallán que era de que nosotros detenemos buscando nuestra identidad. Acotar algo que se fundó San Miguel en tangará en 1532 tenemos el primer grito libertario que debemos buscando no defender al territorio que fueron 13 caciques tallanes, celebramos el día de la Sullaneridad, celebrar el día del Tonderazo el 3 y 4 de noviembre el rodeo de la Perla del Chira, Guillermo Riofrio nos da muy importante información de cómo era la ciudad en esa época nos describe musicalmente sus costumbres de su paseos en las canoas en el río chira por el río chira es muy importante y los lugares donde se en donde se preparaban los platos típicos de la ciudad entonces son cosas que tenemos que rescatar digamos y la municipalidad debe de ponerle mayor de énfasis es el más agresivo en rescatar lo que va a servirle a Sullana como fuente de turismo, para la promoción e identidad de la cultura como luego no nuestro baile típico es el baile de la pava no es la marinera en nuestra marinera a diferencia de la manera trujillana o limeña el hombre lleva el español arriba, en el caso nuestro alto del pañuelo como el sombrero lo lleva los rastros del suelo por qué porque según Guillermo Riofrio es el pavo vanidoso que arrastra sus plumas que le da vuelta a la pava por eso para ir el baile típico es la pava y la ropa típica nuestra dice que es el de algodонера o sea la clásica falda negra

	blusa blanca pero si le pegan copos de algodón porque él apañadora consultita entonces va con su alforja, entonces para él, el baile típico es el baile de la pava y nuestra vestimenta típica es el de la algodонера.
Rpta: AE4	Vives en el Valle más hermoso de la zona del Norte que es el Río Chira, tenemos la represa más grande de Sudamérica que es la Represa de Puechos siendo la más grande en el Perú, después tenemos todos los atractivos fronterizos Lancones, Paita, el coto de Caza el Angolo.
Rpta: P1	El valle del Chira, la Casona de Sojo y los restaurantes del Marcavelica que ofrecen comidas tradicionales de Sullana. Fueron perjudicados los locales de recreación adyacentes al Río Chira, Museo de Sullana, visita a los inmuebles que se están cayendo a pedazos.
Rpta: P2	La casona de Sojo, de conocer el valle de chira, la represa de puechos, ejemplo por el lado de Querecotillo que es la ruta del oro vere mostrar como ellos hacen el corte del banano que es el sustento de ellos por ejemplo a una picantería de ir de buscar qué es lo que se consume los días lunes no las costumbres, pero este no se da no y cuáles fueron los que se vieron perjudicados por causa de la pandemia la venta de comida, de platos típicos de nuestra provincia
Rpta: P3	Sí existe potencial en Sullana turístico, Miguel checa como la casona ya tiene mucha historia y no olvide que es un monumento ya incorporado por instituto nacional de cultura para su martes sí no luego el río chira evidentemente nuestro Valle es otro punto fuerte la gran fortaleza de una proporción al exterior y acá mismo interiormente mucho vivimos sin darnos cuenta lo que tenemos como promoción, se puede crear un circuito turístico con lo antes mencionado que, va a Querecotillo y ve la hermosa laguna de los patos, si va a Lancones a la represa de puechos por ejemplo y sin duda la obra arquitectónica de impacto conocido en Latinoamérica nuestro museo, nuestra iglesia casona de Miguel Checa hasta la Represa de Poechos pasando por Tangarara y bueno laguna de patos de Querecotillo y el propio Sullana mismo por su valle
Rpta: LT	Sullana cuenta con 177 recursos inventariados según MINCETUR en el año 2016 pero siempre hay que estar informados y actualizados, acuérdate que estamos 2023 Laguna de los patos, la casona de Sojo, el coto de caza el Angolo y los que se vieron perjudicados por la pandemia fueron todos además de la pandemia es el cuidado y su infraestructura que posee cada uno de ellos.

Rpta: PT	La casona de Sojo, la casa de coto el Angolo o la laguna de los patos entre otros lugares turísticos en la casa del coto del ángulo es un proceso de permiso por algunos derechos la gente lo desconoce entonces eh yo creo que lo que se hacía o lo que se hace se debe mejorar y empezar a ver la luz de un plan de trabajo un plan estratégico que nos pueda decir que bueno está empezando a hacer o realizar un cambio en lo que corresponde al turismo que en la en la provincia de Sullana la que creo que es está abandonado y no se le da la importancia debida, así mismo Tangará, Casa de coto el Angolo, Casona de Sojo
----------	---

Fuente. Elaboración Propia 2023.

Anexo 7: Resumen de las entrevistas.

Luego de realizar el análisis de las respuestas se concentró las ideas más relevantes y se puede concluir en las siguientes afirmaciones:

Ex – funcionario Público (EF - 1):

Rpta 01:

- No se podía realizar eventos presenciales por las nuevas disposiciones del Estado. Las actividades que en ese tiempo el gobierno quería resaltar no se podía.

Rpta 02:

- Empeoro los negocios tanto gastronómicos como artesanales cerraron, así mismo los lugares turísticos no fueron visitados y las desvinculaciones de las alianzas estratégicas.

Rpta 03:

- Es un trabajo articulado con la Dirección Regional de Turismo.

Rpta 04:

- No cuenta con un plan estratégico porque ingreso a funcionar en el año 2021 y 2022 que fue el último periodo de gobierno.

Rpta 05:

- Más que profesión en el área de Turismo es tener una experiencia de 3 años.

Rpta 06:

- Fue un reto porque se vino la pandemia y el sector turístico fue el más afectado para la promoción turística.

Rpta 07:

- Digitalizar todo, además de actividades y ayudar a los artesanos con sus productos y se implementaron ordenanzas municipales para incentivar el Turismo.

Rpta 08:

- Coto de Caza el Angolo, el Río Chira y Lancones.

Aliado Estratégico (AE – 4):

Rpta 01:

- Fueron malas porque aún las están afrontando las perdidas, además la promoción turística en la localidad es pobre.

Rpta 02:

- Los eventos de las ferias de vez en cuando no tienen mucho impacto y sin mencionar que el apoyo de la Institución Pública es poquísima.

Rpta 03:

- Empeoro gravemente tanto no había visitas de los turistas, en la exportación no salía, pero el sector agrícola abasteció a los mercados.

Rpta 04:

- Piura como región invitan muy poco a Sullana.
- De vez en cuando realizan capacitaciones.
- La Cámara de comercio brinda las capacitaciones con PRODUCE, MINCETUR y algunas ONG.

Rpta 05:

- No cuentan con un plan estratégico, pero si consideran que es importante para mantener el sector, además no informan nada de lo que hacen.

Rpta 06:

- Consideran que muchas veces ingresan por agradecer los favores políticos y deberían ser agresivos al escoger al personal y que este capacitado.

Rpta 07:

- Es muy pobre el trabajo del dominio municipal y en la organización muchas veces también pasa lo mismo no hay una acogida.

Rpta 08:

- Centro de Sullana, Casona de Sojo, el Río Chira, Museo de Tangarara, Museo de Sullana, El cementerio donde están los restos de Carlos Augusto Salaverry, el baile de la pava considerado como cultura viva.

Periodista (PT – 1):

Rpta 01:

- Las pocas actividades que se realizaron se vieron postergadas.

Rpta 02:

- No hay un trabajo adecuado y no le dan importancia al Turismo.

Rpta 03:

- Empeoro y no hay un buen manejo para fomentar el sector.

Rpta 04:

- No hay un plan estratégico que sirve para promover y ayuda a potenciar los lugares turísticos que existen en la Provincia.

Rpta 05:

- Se debe respetar a los profesionales de Turismo.

Rpta 06:

- Hay personal que se llevan el sueldo gratis sin trabajar así mismo habiendo un exceso de personal.

Rpta 07:

- Son lo mismo rememorar actividades y no hacer algo distinto.

Rpta 08:

- La casona de Sojo, el Coto de casa el Angolo, la laguna de los patos, pero también hay un proceso de permiso que la gente no sabe.

Licenciado en Turismo (LT – 1):

Rpta 01:

- La baja de turistas y la planta turística se vio afectada.

Rpta 02:

- No hay acogida por la comunidad, pero se cuenta con aliados estratégicos para fomentar el sector.

Rpta 03:

- El turismo fue el más perjudicado, pero se tuvieron que acoplar a las nuevas disposiciones.

Rpta 04:

- No cuentan con un plan estratégico, pero si es importante para el sector.

Rpta 05:

- Son para agradecer los favores políticos, pero no cuentan con un personal capacitado y apropiado.

Rpta 06:

- No cuentan con especialistas y no dan oportunidad a los profesionales de Turismo.

Rpta 07:

- Lo promocionan por redes sociales, pero les falta la marca o imagen que lo identifique.

Rpta 08:

- Sullana cuenta con 166 recursos inventariados según MINCETUR en el 2016.

Poblador (P – 3):

Rpta 01:

- Perjudicaron muchos negocios del sector.
- Sullana tiene un buen potencial solo que carece de estrategias.

Rpta 02:

- No tienen conocimiento.
- No han recibido invitación de participar
- No hay planes ni estrategias definidas.

Rpta 03:

- Promover el turismo en Sullana va a permitir la creación de fuentes de trabajo.
- No hay actividades definidas como una promoción del turismo que ayude en este caso a superar problemas de COVID.

Rpta 04:

- No tienen conocimiento, pero si es que lo hay deberían de darlo a conocer.

Rpta 05:

- Tener título especializado en Turismo.
- Tener conocimiento en el sector.

Rpta 06:

- Debe ser de manera pública y transparente.
- Debe salir a licitación.
- Profesionales con amor a su carrera.

Rpta 07:

- Incentivar el turismo en las escuelas.
- Incorporar dentro del plan de desarrollo concertado que es un instrumento de gestión de promoción del desarrollo en general.

Rpta 08:

- Valle de Río Chira. Casona de Sojo, restaurantes en Marcavelica.
- Museo de Sullana, Laguna de Patos.
- Miguel Checa, Casona de Sojo, Tangarara.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

ESCUELA PROFESIONAL DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, BERAUN BERAUN EMIL RENATO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO de la escuela profesional de MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Consecuencias de la pandemia COVID – 19 en la promoción turística en una entidad pública, Sullana – 2023", cuyo autor es ROJAS ESCUDERO MARIA JOSE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 10.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 22 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
BERAUN BERAUN EMIL RENATO DNI: 40228223 ORCID: 0000-0003-1497-6613	Firmado electrónicamente por: EBERAUNB el 22-07- 2023 15:22:02

Código documento Trilce: TRI - 0610286