

Effects generated from the pandemic by COVID-19 on tourists from Trujillo

Zapata Mendoza, Mercedes Elena; Flores Ushiñahua, Stefany Maite; Juarez Rojas, Giampieer Martín; Quintana Chota, Liseña Diana; Rosas Bautista, Elsa Mirella; Trigoso Quiliche, Claudia Selene; Varas Mantilla, Roberto Carlos; Ventura Mantilla, Sindy Paola

 **Zapata Mendoza, Mercedes Elena**
ezapata@unitru.edu.pe
Universidad Nacional de Trujillo, Perú

 **Flores Ushiñahua, Stefany Maite**
sfloresu@unitru.edu.pe
Universidad Nacional de Trujillo, Perú

 **Juarez Rojas, Giampieer Martín**
sfloresu@unitru.edu.pe
Universidad Nacional de Trujillo, Perú

 **Quintana Chota, Liseña Diana**
lquintanac@unitru.edu.pe
Universidad Nacional de Trujillo, Perú

 **Rosas Bautista, Elsa Mirella**
erosasb@unitru.edu.pe
Universidad Nacional de Trujillo, Perú

 **Trigoso Quiliche, Claudia Selene**
ctrigosoq@unitru.edu.pe
Universidad Nacional de Trujillo, Perú

 **Varas Mantilla, Roberto Carlos**
rvarasm@unitru.edu.pe
Universidad Nacional de Trujillo, Perú

 **Ventura Mantilla, Sindy Paola**
sventura@unitru.edu.pe
Universidad Nacional de Trujillo, Perú

Turismo y Patrimonio
Universidad de San Martín de Porres, Perú
ISSN: 2313-853X
Periodicidad: Semestral
núm. 18, 2022
revistaturismoypatrimonio@usmp.pe

Recepción: 31 Octubre 2021
Aprobación: 02 Marzo 2022

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/612/6123399004/>

DOI: <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2022.n18.04>

Resumen: La pandemia por COVID-19 ha desencadenado una crisis global en el campo de la salud, la economía, la educación, el turismo y otros. El confinamiento y las restricciones para desplazarse durante la emergencia sanitaria, vienen afectando al turismo y a todos los involucrados en la actividad turística. En algunos países, como en el Perú, se intenta reactivar este sector priorizando al turista interno. Por tanto, esta investigación tiene como objetivo identificar los efectos económicos, sociales y emocionales de turistas trujillanos durante el año 2020. El estudio tiene un enfoque mixto, se utiliza el método etnográfico y el método analítico-sintético. Mediante entrevistas por las plataformas virtuales Google Meet y Zoom se conoce el punto de vista de especialistas en el tema: un antropólogo y una psicóloga. La muestra del estudio consta de 196 turistas trujillanos, a quienes se les aplicó un cuestionario utilizando un formulario de Google Forms. Los efectos más significativos en el aspecto económico son la pérdida de empleo y reducción de ingresos; en el aspecto social, es el cambio de estilos de vida respecto al uso del tiempo de ocio; y en el aspecto emocional, es la presencia de las emociones de miedo, ira y anticipación.

Palabras clave: turismo, pandemia, COVID-19, coronavirus, turistas trujillanos, efectos económicos, efectos sociales, efectos emocionales.

Abstract: The COVID-19 pandemic has triggered a global crisis in the fields of health, economy, education, tourism and others. The confinement and travel restrictions during the health emergency have affected tourism and all those involved in tourism activities. In some countries, such as Peru, an attempt is being made to reactivate this sector by prioritizing domestic tourists. Therefore, this research aims to identify the economic, social and emotional effects of tourists from Trujillo during the year 2020. The study has a mixed approach, using the ethnographic method and the analytical-synthetic method. By means of interviews through the virtual platforms Google Meet and Zoom, the point of view of specialists in the subject: an anthropologist and a psychologist. The study sample consists of 196 tourists from Trujillo, to whom a questionnaire was applied using a Google Forms form. The most significant effects in the economic aspect are the loss of employment and reduction of income; in the social

Autor de correspondencia: ezapata@unitru.edu.pe



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.

Para citar este artículo: Zapata Mendoza, M., Flores Ushiñahua, S., Juárez Rojas, G., Quintana Chota, L., Rosas Bautista, E., Trigoso Quiliche, C., Varas Mantilla, R., & Ventura Mantilla, S. (2022). Efectos generados a partir de la pandemia por COVID-19 en turistas trujillanos. *Turismo y patrimonio*, (18), 67-93. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2022.n18.04>

aspect, it is the change of lifestyles regarding the use of leisure time; and in the emotional aspect, it is the presence of the emotions of fear, anger and anticipation.

Keywords: tourism, pandemic, COVID-19, coronavirus, tourists from Trujillo, economic effects, social effects, emotional effects.

Introducción

La humanidad ha sido golpeada por una de las pandemias más graves de toda su historia, lo que ha generado un escenario caótico y sembrado incertidumbre en la sociedad. Un nuevo coronavirus, denominado SARSCoV-2 fue detectado en diciembre de 2019, propiciando la enfermedad por COVID-19. La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020, párr. 1) fue notificada de la existencia de «un grupo de casos de ‘neumonía vírica’ en Wuhan», en China; y de forma rápida y masiva el virus se propagó por los países del orbe, llegando a tomar niveles de pandemia. Como refiere Barricarte, «las pandemias son epidemias que se extienden rápidamente a varios países o continentes. Es un término epidemiológico que se ha empleado para enfermedades como el cólera o la peste» (2006, p. 1). En este caso, la COVID-19 o coronavirus superó rápidamente las fronteras del país asiático y los contagios se dieron de manera incontrolada por el mundo entero.

En el continente europeo, España e Italia fueron los más afectados a inicios del año 2020, la enfermedad se expandió causando alarma a nivel mundial por la alta tasa de infección y mortalidad que ocasionaba. Los contagios fueron masivos, llegando a colapsar los sistemas de salud europeos, centros médicos que presentaban los estándares de calidad más altos del mundo, reportaban complicaciones para atender a tantas personas, teniendo como víctimas mortales, principalmente, a personas de la tercera edad y personas con enfermedades crónicas.

En Sudamérica, Brasil es el primer país que reportó casos de enfermedad por COVID-19, al poco tiempo lo hicieron sus países limítrofes como Argentina y Colombia; casi al mismo tiempo lo hicieron Ecuador y Chile.

En el Perú, se informó sobre el primer caso de coronavirus en territorio nacional el 6 de marzo de 2020; de un turista proveniente de España. Desde la fecha, los casos fueron en aumento, convirtiéndose en el nuevo foco de infección de la pandemia a nivel mundial, debido a la incidencia de muertes por los sistemas de salud precarios, incapaces de cubrir la atención de los infectados y colapsando frente a la magnitud de la crisis sanitaria. La situación durante la primera etapa de la pandemia, en Perú, se presentaba con centros médicos cerrados y hospitales carentes de equipos especializados para el auxilio de los pacientes con niveles de complicaciones mortales; una realidad que generaba desesperación y angustia en las familias al no contar con las facilidades económicas para enfrentar y atenuar los efectos de la enfermedad. Tanto la capital como las regiones, y por ende La Libertad (ciudad al norte del Perú), presentaron las mismas condiciones. Según la

Sala Situacional COVID-19 Perú, del Ministerio de Salud (2020), al 23 de agosto de 2020 se reportó 594 326 infectados y más de 27 663 fallecidos. Y, en la región, se superó los 37 391 infectados y la cantidad de fallecidos llegó a 3097.

Con este panorama, las consecuencias inmediatas no se hicieron esperar, se desencadenó una crisis global en diversos ámbitos, salud, economía, educación, turismo y otros. Todos los países, principalmente los más pobres enfrentan desempleo, desequilibrio financiero, disminución de salarios y diversas condiciones adversas; por supuesto, la actividad turística es una de las más golpeadas. El confinamiento y las restricciones para desplazarse durante el tiempo de pandemia, que aún perduran, viene dejando en crítica posición al turismo, afectando no solo a los empresarios del sector, sino a todos los involucrados en la actividad turística. Las cifras que brinda la Organización Mundial del Turismo (2020a) son alarmantes, puesto que predicen que los viajes por turismo pueden reducirse en un 80% debido a la pandemia; igualmente, 120 millones de empleos, en todo el mundo, están en riesgo y podría generarse una pérdida de 50 000 millones de dólares.

Precisando, en el Perú, de acuerdo al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2020), 1.3 millones de personas se dedican a la actividad turística, que en el momento está paralizada.

Según la Cámara Nacional de Turismo, representante del gremio privado en el Perú, esta crisis afectará a cerca de 800 mil empleos y provocará una pérdida económica de aproximadamente 2000 mil millones de dólares, que se sentirán en mayor medida en las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), las cuales son el 92% del ecosistema empresarial del sector. Dentro de estas mipymes, uno de los anfitriones turísticos más sensibles son los emprendedores rurales comunitarios en turismo, quienes desde hace años vienen incorporando gradualmente esta actividad dentro de sus esquemas productivos. (PNUD, 2020, párr. 3)

En este sentido, el turismo es una actividad muy frágil –las circunstancias de pandemia lo han ratificado– y en algunos países se intenta reactivarla enfocándose en su población, es decir, priorizando al turista interno, como sucede en el caso peruano. Estudios de mercado realizados a nivel nacional e internacional muestran que la intención de viaje del turista está vinculada con iniciar este proceso de viaje en escenarios cercanos a su lugar de residencia. Ante la pregunta «¿cuánto tiempo tomará el peruano en volver a viajar? ... 74% de los turistas consultados viajarían dentro del país, 13% dentro de su región y 61% a otras regiones del Perú» (PROMPERÚ, 2020). Y, si se trata de destinos internacionales, «aquellos que prefieren viajes nacionales en general, perciben la pandemia como más grave a nivel internacional (38%) y quieren apoyar turismo (24%)» (Stansbury et al., 2020).

Cabe enfatizar que, en pandemia, «el virus no entiende de fronteras y se ha extendido por todo el mundo, llevando al límite a los sistemas de salud y de protección social» (Unicef, s.f., párr. 1). Incluso, desde la etimología, «el vocablo 'pandemia' procede de la expresión griega pandêmonnosêma, traducida como enfermedad del pueblo entero» (Henaok-Kaffure, 2010, p. 3). Por ello, en términos generales, es percibida como una situación crítica globalizada, asociada a muerte y enfermedad grave que las instituciones de salud de los gobiernos no pueden controlar, lo que genera caos en la sociedad.

Es evidente que ningún país ha resultado libre de esta enfermedad altamente infecciosa. Es más, la propagación del virus se produce a causa del traslado de las personas, por lo que fue necesario la inmovilización y restricciones severas para evitar contagios masivos, así como el cierre de fronteras, lo que sin dudas afectó a sectores como el turismo, cuya esencia es la movilidad de sus actores. Como bien lo establecen Hunziker y Kraft (como se citó en Quesada, 2000, p. 13) el «turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos, producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa»; lo que se convierte, para quienes se dedican al turismo, en uno de los mayores desafíos por retomar las acciones con nuevos procedimientos ajustados al protocolo recomendado por las instancias de salud y recuperarse luego de una crisis sanitaria de tal magnitud.

En otras palabras, es un desplazamiento temporal y voluntario de un lugar a otro para disfrutar del destino, en el que se involucran diferentes actores, no solo el que visita, sino también los que reciben, organizan y ofrecen servicios y bondades del lugar (Arrillaga, como se citó en De La Torre, 1976).

Implica la existencia de personas que se desplazan hacia un destino nacional o internacional y que requieren para su viaje que se les faciliten y proporcionen un conjunto de servicios, públicos y privados, que deben ser coordinados y brindados por muchas entidades y empresas, permanentes a sectores y disciplinas interrelacionadas con todo lo que implica la salida (antes), el desplazamiento (ida y vuelta) y la permanencia (durante) del turista. (Quesada, 2000, p. 122)

Ahora bien, el turismo se relaciona con la salud ampliamente y en diversos sentidos, pues el turista viaja cuando está sano o cuando considera que los viajes contribuyen con su bienestar. Tal es así que la OMS (2020) cuando se refiere al «Turismo de Salud [señala que] es un estado de completo bienestar físico, mental y social y no solamente de ausencia de afecciones o enfermedades». Complementa De la Hoz (2013), señalando que «el turismo de salud es considerado por muchos autores como un término holístico, del cual se derivan el turismo médico y el turismo de bienestar» (p. 141). En los destinos, el visitante espera encontrar equilibrio para su salud y un entorno sociocultural con condiciones de bioseguridad y calidad.

En consecuencia, siempre que halla personas interesadas por los servicios o productos turísticos que se ofrecen en un destino, ocurre lo que se denomina demanda turística, entendida por Kotler (2002, p. 54), como «el deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago». Esta demanda turística la representan, según Socatelli (2015):

El conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean estos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. (p. 58)

Desde el punto de vista económico, para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020b), «es la cantidad de ‘producto turístico’ que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado y a un precio determinado».

Para los efectos de la presente investigación, los turistas trujillanos representan el segmento de la demanda turística, con experiencias previas de viaje, que

manifiestan expectativas para, en un futuro, viajar a pesar del escenario de pandemia y, de esta manera, contribuir con la reactivación de la economía local y nacional.

Economía, sociedad y estilo de vida

Desde 1932, Robbins planteaba que la economía es «la ciencia que estudia el comportamiento humano como una relación entre fines y medios escasos, susceptibles de empleos alternativos» (p. 16). Hace referencia a las necesidades de la persona en relación con su comportamiento y la inconformidad con su situación actual, situación que la lleva a buscar otras oportunidades. Coincide Marshall (como se citó en Ávila, 2004), al señalar que es «la ciencia que examina la parte de la actividad individual y social especialmente consagrada a alcanzar y a utilizar las condiciones materiales del bienestar» (p. 46). El objetivo es ampliar sus medios fundamentales para así mejorar sus relaciones interpersonales realizando actividades que integran la riqueza individual y social para así tener una mejor vida.

Por otra parte, es pertinente conocer la definición de sociedad. Según Weber:

[Es el] sistema o conjunto de relaciones que se establecen entre los individuos y grupos con la finalidad de constituir cierto tipo de colectividad, estructurada en campos definidos de actuación en los que se regulan los procesos de pertenencia, adaptación, participación, comportamiento, autoridad, burocracia, conflicto y otros. (1998, p. 33)

Estos componentes, procesos y relaciones de la estructura de la sociedad se comparten dentro de un territorio. También, el concepto de sociedad se vincula con el concepto de comunidad. Al respecto Tönnies (1987) plantea:

La sociedad es, en cambio, aquel tipo de comunidad formado y condicionado por la voluntad racional es el resultado del predominio de los elementos mecánicos, artificiales y racionales que sustituyen las unidades originarias de la familia, de la tribu y de la aldea por los conjuntos construidos mediante una reflexión consciente sobre los fines, como la gran ciudad o el Estado. (p. 90)

Además, debe entenderse la participación de los efectos sociales que, de acuerdo a Garriga (2013, p. 9), son «la influencia o impacto en la sociedad por causa de cualquier acción o actividad (programa) de cómo ha cambiado la calidad de vida, y el bienestar de las personas en una sociedad». Se traduce en las consecuencias, en un momento determinado, experimentadas por el individuo o la sociedad en conjunto, que influyen a su vez en las acciones que adoptan las personas y el grupo. Es un proceso de retroalimentación que se evidencia en una forma de vida o un estilo.

Con relación al estilo de vida, Guerrero y León señalan:

Es un constructo que se ha usado de manera genérica, como equivalente a la forma en que se entiende el modo de vivir «estar en el mundo», expresado en los ámbitos del comportamiento, fundamentalmente en las costumbres, también está moldeado por la vivienda, el urbanismo, la posesión de bienes, la relación con el entorno y las relaciones interpersonales. (2010, p. 14)

El estilo de vida es una decisión personal, pero a su vez puede desarrollarse de forma colectiva, con la finalidad de satisfacer necesidades de grupo, siendo

un conjunto integral de acciones que se manifiestan de manera distinta en los comportamientos de las personas, de acuerdo con sus creencias, necesidades y entorno habitual. Una perspectiva relacionada directamente con la salud, tanto física como emocional.

Las emociones

Por ello, conocer las emociones es relevante al considerar la salud. Las emociones son «un estado complejo del organismo caracterizado por una excitación o perturbación que predispone a la acción ... se generan como respuesta a un acontecimiento externo o interno» (Bisquerra, 2009, p. 20).

Toda emoción en la persona se produce al relacionarse con su entorno como parte de un hecho o acontecimiento en particular. También se puede distinguir entre emociones positivas, negativas y ambiguas, como lo clasifica Bisquerra (2009, p. 73): las emociones positivas pueden ser de «alegría, estar orgulloso, amor, afecto, alivio, felicidad», como respuesta a cumplir anhelos y objetivos; por el contrario, las emociones negativas responden a la incapacidad o frustración frente a la decepción por no alcanzar lo deseado, pueden ser de «miedo, ira, ansiedad, tristeza, culpa, vergüenza, envidia, celos, asco, etc.; en cuanto a las emociones ambiguas, la condición del sujeto parece no encontrar una dirección y se manifiesta con «sorpresa, esperanza, compasión».

Cabe resaltar que, las emociones, son fluctuantes «breves ... asociadas a una expresión facial distintiva, están precedidas por eventos y antecedentes reconocibles; sirven para modular y usar el comportamiento; son perturbaciones momentáneas; son precipitadas por eventos que se perciben como ocurriendo rápidamente y sin aviso» (Reidl, 2005, p. 73). Mediante las emociones el ser humano responde a los estímulos del entorno que lo rodea; a partir de ellas puede reconocer qué le hace bien y qué lo daña, el objetivo debe ser mantener una vida saludable emocionalmente. Lo que en las circunstancias actuales de pandemia resulta complicado.

Como ya se conoce, desde marzo de 2020, muchas personas se han visto afectadas por la pandemia, enfrentando una crisis a todo nivel, lo que genera una cadena de emociones negativas. Además de las sensaciones, que ya son comunes y masivamente evidentes de incertidumbre, angustia, fracaso y estancamiento, se observa la ira, «una emoción primaria que se presenta cuando un organismo es bloqueado en la consecución de una meta o en la obtención o satisfacción de una necesidad» (Izard, 2013, como se citó en Synelnyk, 2018); «no en vano, la ira siempre está presente en situaciones de conflicto, ya sean con otros o con nosotros mismos y puede oscilar desde una leve irritación hasta el más profundo de los odios» (Montejanol, 2016).

También, el miedo, es una emoción negativa que se presenta a lo largo de la vida y es natural que se presente frente a hechos que representan peligro, pero debe ser controlado si es recurrente y desahogado. Desde hace cientos de años Aristóteles señalaba que es «una reacción psíquica que afecta nuestro organismo inhibiéndolo o provocando reacciones anómalas e inesperadas, que tiene por base la perturbación anímica, que desencadena la emoción estética del miedo, sufrida por un sujeto» (como se citó en Araujo y Marías, 1985, p. 45). Es evidente que el cuerpo activa un escudo frente a «un peligro inminente (real o

putativo), normalmente externo, reconocido como tal por el individuo que lo padece» (Quintanar, 1998, p. 41). Y, en circunstancias críticas, como las que se viven actualmente, se activan estos mecanismos de defensa frente a los riesgos, imprevistos, desconocimiento, incertidumbre; se busca, por lo tanto, anticiparse y tener «respuestas, recursos o alternativas para afrontar conflictos internos o externos» (Ángel y Monsalve, 2015, p. 28).

Otro aspecto, relevante en este análisis, es el relacionado con el desarrollo humano y la búsqueda por satisfacer las necesidades de manera recurrente, siendo la mayor motivación en la vida. En este sentido, la persona encuentra una razón para dirigir sus esfuerzos, con una actitud que implica pensar, sentir y actuar hacia una meta, estableciendo un orden de importancia evaluado de manera subjetiva y en función del medio para alcanzar bienestar. Maslow en su Teoría de las necesidades humanas las clasifica en «necesidades fisiológicas, de seguridad, sociales, de reconocimiento y de autosuperación» (como se citó en Servián, 2020).

Precisamente, tomando como base de la Teoría de las necesidades de Maslow, se destaca el turismo como una actividad que promueve la satisfacción de distintos niveles de necesidades. Las necesidades sociales, por ejemplo, impulsan a tener encuentros entre personas de diferentes regiones, que intercambian su cultura y puntos de vista en un entorno de respeto y reciprocidad. Asimismo, el turismo contribuye con la satisfacción de las necesidades de reconocimiento, ya que cuando las personas viajan son especialmente reconocidas como personas distinguidas por su mejor entendimiento del mundo y su destreza en el manejo de sus finanzas, pues quien viaja, normalmente cubre sus necesidades esenciales y genera excedentes económicos en su vida, que son usados para hacer turismo. También, el turismo, promueve la necesidad de autosuperación, porque durante los viajes se desarrolla un proceso de aprendizaje, se cumplen metas personales, se adquiere experiencias y es posible contrastar culturas. Se ve, en el lugar, el panorama real de lo que se puede visualizar de lejos en libros y publicaciones, y apreciar los diversos planos de la vida. En síntesis, lo señalado, conduce a percibir satisfacción respecto al viaje como logro personal, se convierte en una estrategia para desarrollar valores y promover acciones de cambio.

Sin embargo, cuando se analiza la necesidad de seguridad que desarrolla Maslow (como se citó en Servián, 2020), la motivación dirige las acciones hacia la protección, se hace menester estar a salvo, ser precavido, evaluar las condiciones en los escenarios. Al buscar el destino óptimo, en medio de una crisis sanitaria, se antepone la necesidad de salvaguardar la salud, pues viajar en este tiempo significa estar en riesgo.

Por lo tanto, satisfacer la necesidad de seguridad en los viajeros depende del control que se tenga en el destino de viaje en esta pandemia por COVID-19, con acciones pensadas para desarrollar productos turísticos en los que se respeten estrictamente los protocolos de bioseguridad; es decir, que representen seguridad para la salud y la vida del turista.

Metodología

La presente investigación es de enfoque mixto. Se utiliza el método etnográfico, que permite identificar y describir los efectos económicos, sociales y emocionales

generados por la pandemia en turistas trujillanos; además, se utiliza el método analítico-sintético, para interpretar cada uno de los indicadores planteados. En cuanto a las técnicas, se emplea la observación indirecta para recopilar información de la COVID-19 en Perú y en la ciudad de Trujillo, La Libertad; así como sus efectos económicos, sociales y emocionales en los turistas trujillanos. Los materiales de trabajo incluyen libros virtuales, videos especializados, artículos científicos, informes y reportes permanentes de la Sala Situacional del Ministerio de Salud del Perú.

Asimismo, se optó por la técnica de la entrevista. Utilizando las plataformas virtuales Google Meet y Zoom, se entrevistó a un antropólogo, para tratar el tema del impacto social, y a una psicóloga, para tratar los impactos emocionales. Para la exploración de los turistas trujillanos, se empleó la técnica de la encuesta, y como instrumento, un cuestionario con 29 ítems, cada uno con alternativas de respuestas (ver Anexo). Como estrategia, para la selección de los participantes en la investigación, se recurrió a los grupos virtuales de viajeros trujillanos, plataformas digitales de agencias de viajes, cuentas oficiales de redes sociales de atractivos turísticos regionales y de oficinas de turismo de las municipalidades provinciales y distritales de la zona.

La muestra la constituyen 196 turistas trujillanos, establecida mediante la técnica del muestreo no probabilística casual, por no existir un marco muestral oficial que determine el número de la población de turistas trujillanos al 2020; por lo que se estableció un rango de tiempo de dos meses para identificar y encuestar a los turistas trujillanos, de manera virtual por el confinamiento obligatorio en el país. Se consideraron los siguientes criterios de inclusión: (a) que sean mayores de edad, (b) que hayan viajado con motivos turísticos, (c) que hayan realizado viajes internacionales, nacionales y locales y (d) que sean habitantes del distrito de Trujillo.

Resultados

Efectos económicos generados de la pandemia por COVID-19 en turistas trujillanos

Los cambios drásticos en pandemia, así como otros eventos en el mundo, han generado una crisis económica que se evidencia, sobre todo, en regiones que ya atravesaban una situación de precariedad. El sector productivo y laboral se ve afectado de manera negativa, muchos han perdido sus empleos y la reactivación aún no ocurre en la magnitud necesaria; personas que solían viajar por turismo ya no lo pueden hacer.

En la muestra de la presente investigación, como se observa en la Figura 1, se encuentra que 48% se encuentran empleados, 35% son estudiantes y 17% se encuentran desempleados.

Respecto a los ingresos mensuales del turista trujillano, antes de la pandemia: 24% menos de 500 soles; 33% registró que sus ingresos fueron entre 500 y 1000 soles; 17% entre 1000 y 1500 soles; 19% más de 1500 soles; y 7% registró otras cantidades (Figura 2).

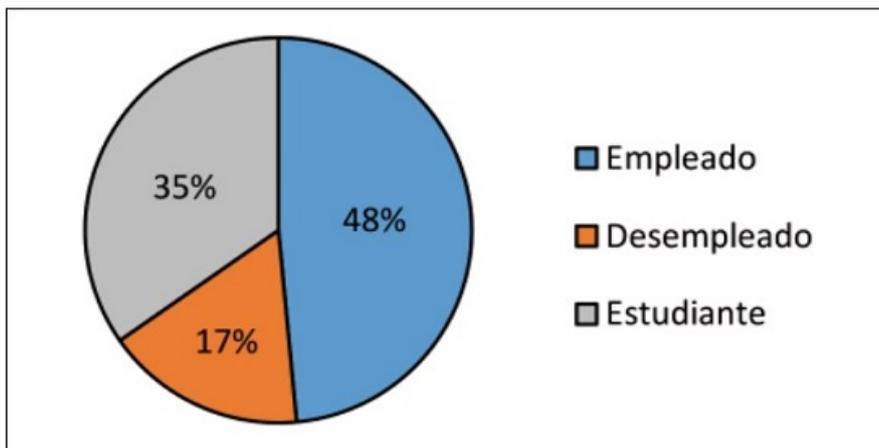


Figura 1
Situación laboral actual del turista trujillano

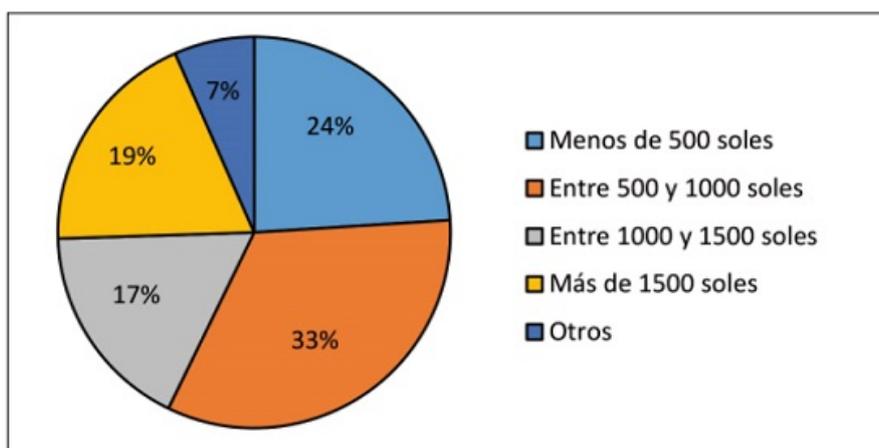


Figura 2
Ingresos mensuales antes de la pandemia del turista trujillano

En circunstancias de pandemia, los turistas trujillanos empleados responden que sus ingresos mensuales se han visto afectados. De tal manera que 39% de ellos están ganando menos de 500 soles; 20% entre 500 y 1000 soles; 17% más de 1500 soles; 13% entre 1000 y 1500 soles; y 11% responde que otras cantidades (Figura 3).

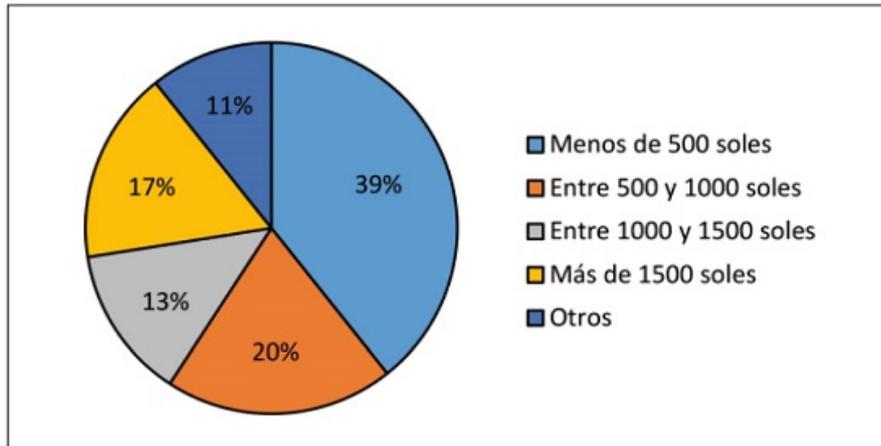


Figura 3
Ingresos mensuales antes de la pandemia del turista trujillano

En cuanto a las prioridades de gasto que tienen los turistas trujillanos, durante la pandemia, en la Figura 4, se observa que 67% responden que su prioridad de gasto está vinculada con la alimentación; 29% destinan sus gastos para su salud; 2% priorizan otros intereses. Solo 1% responde que su prioridad de gasto está destinado a viajes turísticos, y otro 1% a la vestimenta.

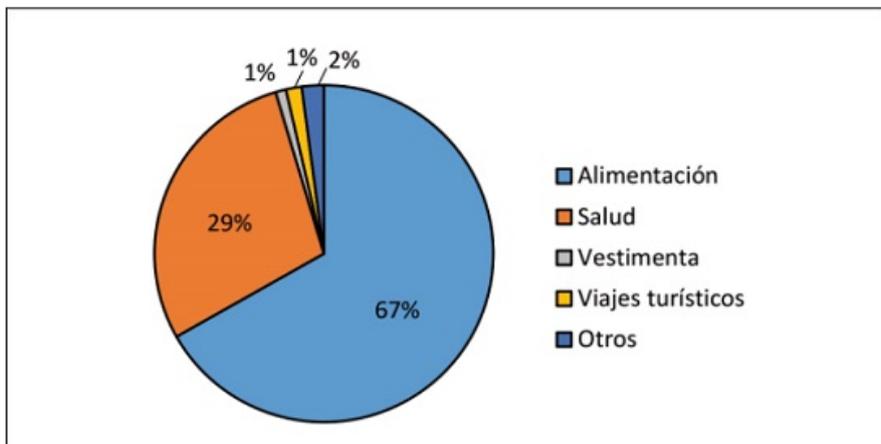


Figura 4
Prioridad de gasto del turista trujillano durante la pandemia

De acuerdo a la exploración, en 2019 los turistas trujillanos tenían asignado un porcentaje de sus ingresos para viajes turísticos (Figura 5). Responden, 41% que su presupuesto de viaje correspondía al 10% de su sueldo; 23% responden que su presupuesto de viaje correspondía al 20% de su sueldo; 17% responden que su presupuesto de viaje correspondía al 30% de su sueldo; 10% responden que su presupuesto de viaje correspondía a más del 30% de su sueldo; y 9% consignaron otros montos.

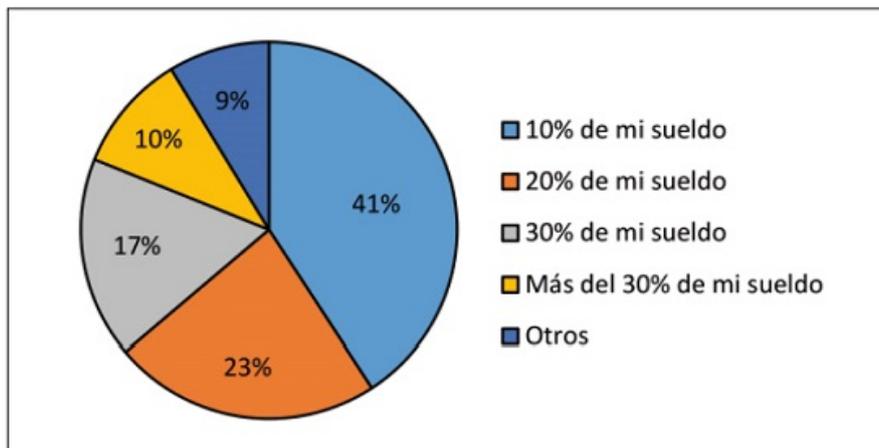


Figura 5
Presupuesto de viaje del turista trujillano antes de la pandemia

En la Figura 6 se presenta el presupuesto para viajes turísticos durante la pandemia, afectado debido a las circunstancias críticas ya mencionadas, incluyendo las económicas. En la muestra, 36% de turistas trujillanos responden que no cuentan con presupuesto para viajar; 24% asignarían 5% de su sueldo para viajar por turismo; 23% asignarían 10% de su sueldo para viajar por turismo; y 17% asignarían más de 15% de su sueldo para viajar por turismo.

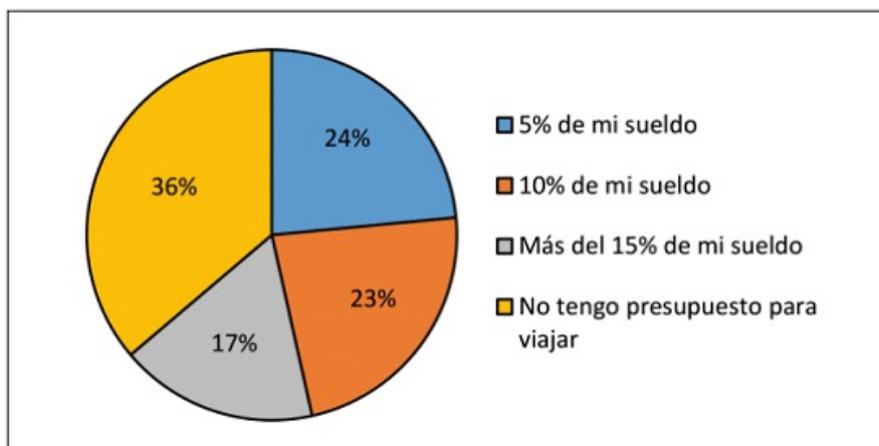


Figura 6
Presupuesto de viaje del turista trujillano durante la pandemia

Efectos sociales generados de la pandemia por COVID-19

Como se ha desarrollado, la pandemia por COVID-19, no es solo una emergencia sanitaria sin precedentes, las consecuencias que viene atravesando la humanidad a raíz de los cambios necesarios como inmovilización, restricciones y otros tantos fenómenos sociales de magnitud impactan en todos los ámbitos y, por ende, en el social.

De acuerdo a lo que se aprecia en la Figura 7, el turista trujillano antes de pandemia prefería viajar de acuerdo al siguiente orden porcentual: 59% a destinos

nacionales; 18% a destinos internacionales; 14% a destinos regionales, y 9% a destinos locales.

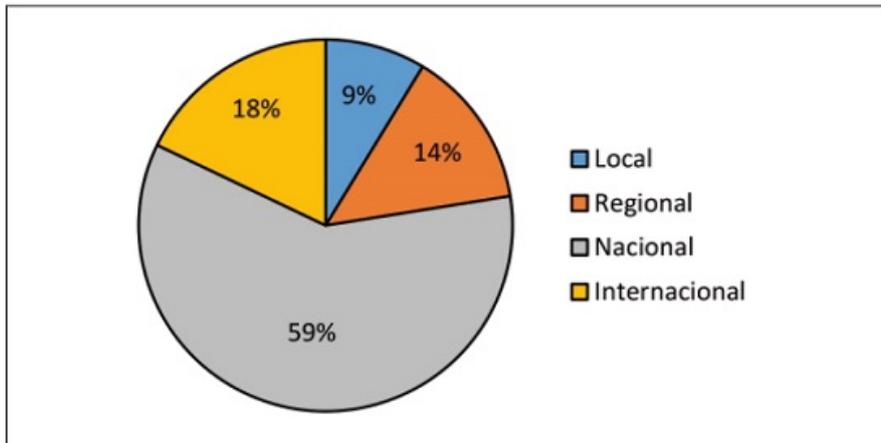


Figura 7

Destino al que prefería viajar el turista trujillano antes de la pandemia

Se compara con lo registrado en la Figura 8, donde los turistas trujillanos mayoritariamente siguen eligiendo los destinos nacionales (50%) apoyando, de este modo, la reactivación del turismo; no obstante, se aprecia una baja del porcentaje, con respecto al año 2019. Siguen, 24% que optan por destinos regionales; 18% por destinos locales, y 8% por destinos internacionales, este último grupo es el más disminuido con relación a sus elecciones de viaje antes de pandemia.

Consultados por las alternativas de viaje, los turistas trujillanos responden: 53% prefieren los bosques o espacios naturales; 29% las playas; 15% los sitios arqueológicos y culturales; 1% lugares de esparcimiento, y 2% otras alternativas de viajes (Figura 9).

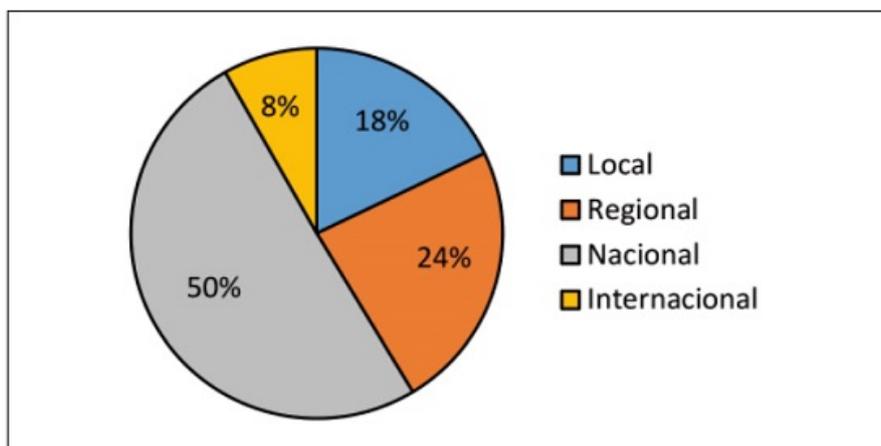


Figura 8

Destinos que el turista trujillano elige para después de la pandemia

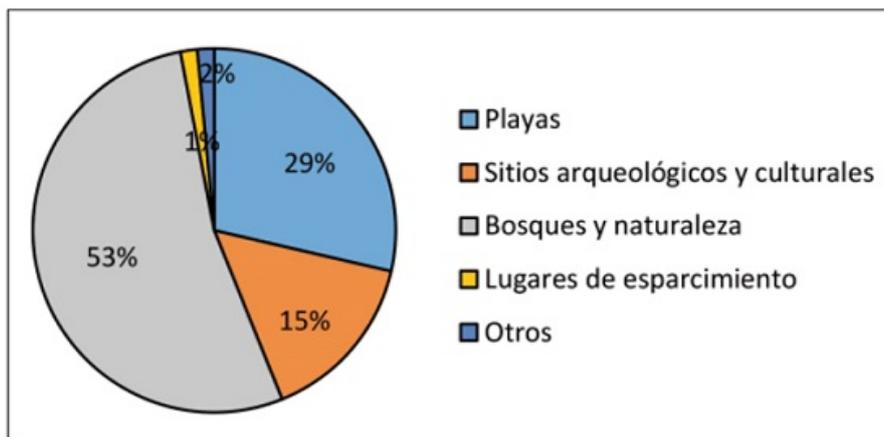


Figura 9

Tipo de destino turístico que elige el turista trujillano para después de la pandemia

El antropólogo Wadson Pinchi Ramírez, en la entrevista, señala lo siguiente:

No es fácil cualquier adecuación, la adaptación genera resistencia y la resistencia tiene que transformarse bajo los protocolos establecidos, tienen que ir adecuándose a estos medios tanto de transporte, de hospedaje, el servicio de restaurant, es una adaptación mutua tanto de los que ofertan servicios como los que demandan servicios.

Es decir, el turista trujillano al momento de realizar un viaje turístico pensará principalmente en las medidas de protección para cuidar su salud, elijará un medio de transporte, un atractivo turístico, un alojamiento y un establecimiento de restauración, que cumplan con todos los protocolos necesarios, ya que todos en conjunto viabilizaran un servicio turístico seguro y de calidad; adoptando un estilo de vida que antes no consideraba para viajar, lo que incluye la compra de un seguro de viajero. Frente a esta propuesta 71% de los turistas trujillanos comprarían un seguro de viaje, mientras que 29% no (Figura 10).

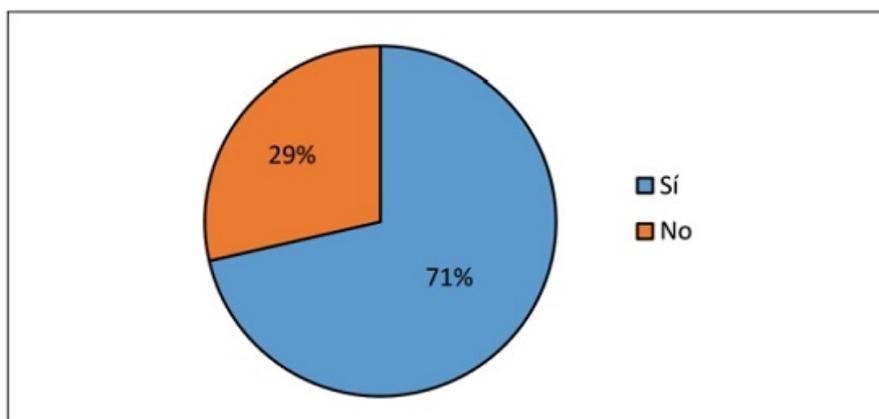


Figura 10

¿El turista trujillano pagaría un seguro de viaje?

En la Figura 11, se registran los hábitos del turista trujillano en los destinos turísticos antes de la pandemia: 26% realizaban excursiones grupales; 14% visitaban atractivos turísticos aglomerados de público; 8% compartían transporte con muchas personas; 9% no adquirirían seguros de viajes; 3% optaban por

servicios turísticos de bajo precio sin tomar en cuenta la calidad sanitaria, y 37% realizaron todas las acciones anteriores.

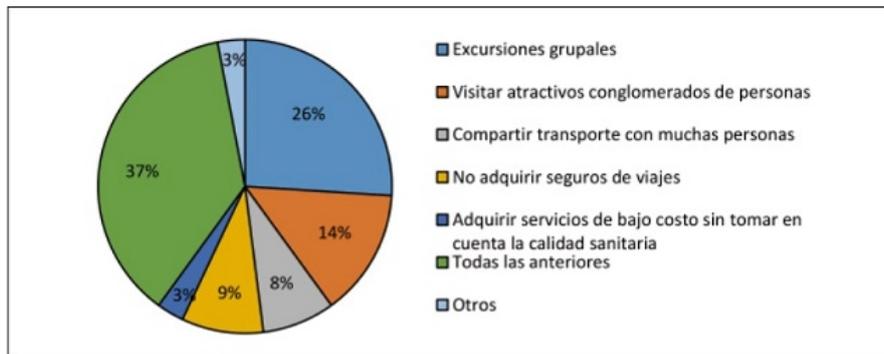


Figura 11

Hábitos del turista trujillano en los destinos turísticos antes de la pandemia

Los turistas trujillanos no conservarían los hábitos, señalados antes de la pandemia, adoptando cambios significativos en sus comportamientos en favor del cuidado de la salud y prevención del contagio del virus, siguiendo los protocolos necesarios para la realización de sus futuros viajes. En los resultados graficados en la Figura 12 se observa que 20% no visitaría atractivos conglomerados de personas; 12% no tomaría servicios turísticos de bajo precio sin importar la calidad sanitaria y un 52% no realizaría ninguna de las acciones que anteriormente practicaba.

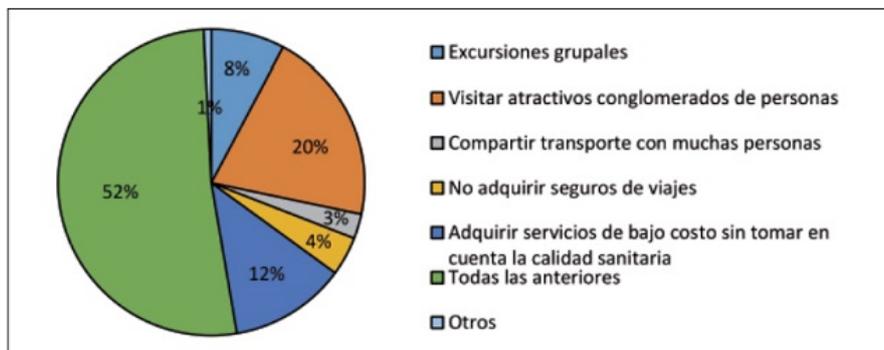


Figura 12

Hábitos que el turista trujillano no tendría en los destinos turísticos después de la pandemia

Pretenden viajar a corto plazo, dentro de meses o un año, 56% de los turistas trujillanos; mientras que 44% lo harían en mediano plazo, entre uno a cinco años (Figura 13).

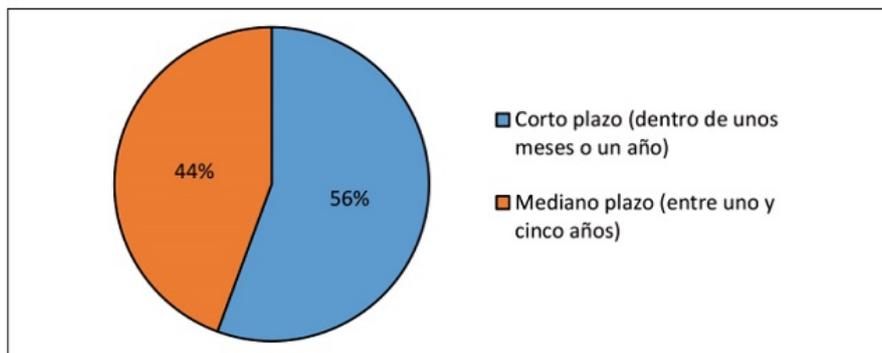


Figura 13
Periodo en el que pretende viajar el turista trujillano

Efectos emocionales generados de la pandemia por COVID 19 en los turistas trujillanos

La psicóloga Ethel Morillos Aguirre, en entrevista realizada para efectos del presente estudio, señala que «cada persona experimenta una emoción de forma particular, dependiendo de sus experiencias anteriores, su aprendizaje y de la situación concreta».

En este sentido, frente a las difíciles circunstancias de la pandemia por COVID-19, los turistas trujillanos experimentan diversas emociones que se relacionan con su decisión de viaje: 60% responden que el miedo; 35% la anticipación; 3% la ira; y 2% mencionan otras emociones (Figura 14).

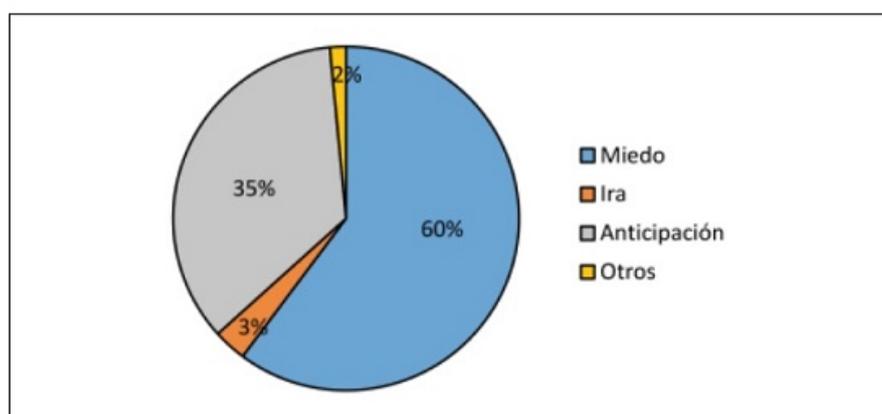


Figura 14
Emoción con relación a la decisión de viaje entre el 2020 y 2021

Antes de la pandemia los viajes de turismo se relacionaban con el manejo del estrés y el bienestar emocional. Así lo manifiestan los turistas trujillanos, ante la consulta, 98% respondieron que los viajes con fines turísticos les generaba bienestar emocional, solo el 2% manifestó lo contrario (Figura 15).

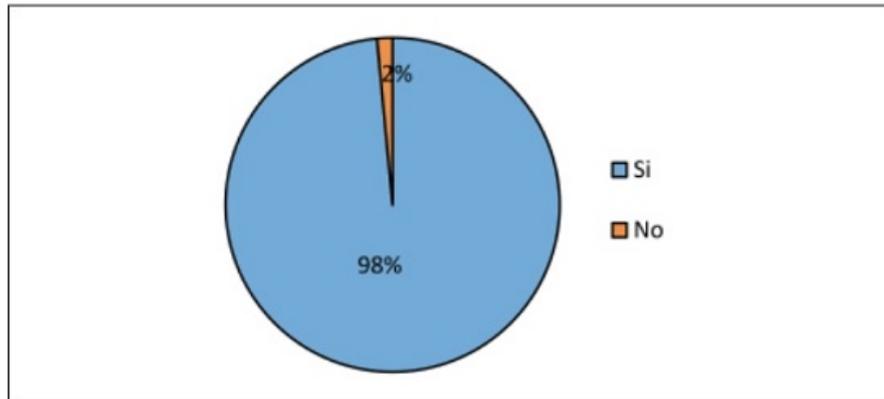


Figura 15

Bienestar emocional del turista trujillano después de un viaje

Respecto a los motivos por los que se decide posponer los viajes turísticos en pandemia (Figura 16). Indicaron: 40% el miedo al contagio y posible muerte; 17% la carencia de recursos económicos; 5% el cierre de fronteras; 36% todas las opciones anteriores; solo 2% indicaron otros motivos.

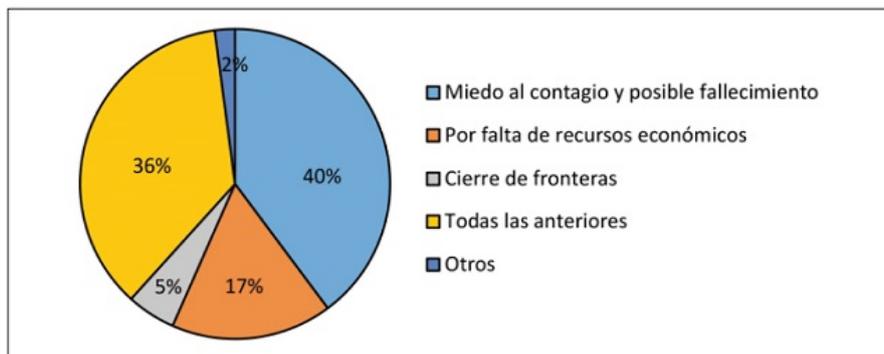


Figura 16

Motivos por los que el turista trujillano decide posponer un viaje turístico en pandemia

La emoción del miedo, caracterizada por la sensación de peligro real o supuesto en el presente, futuro e incluso pasado, es una de las emociones evidentes y de manera intensa durante esta pandemia. Por ello, se consulta si el turista trujillano tiene miedo al contagio y posible fallecimiento por la COVID-19 en destinos alejados al lugar de origen. Se encuentra que 87% responde que sí tienen miedo, mientras que 13% responden que no (Figura 17).

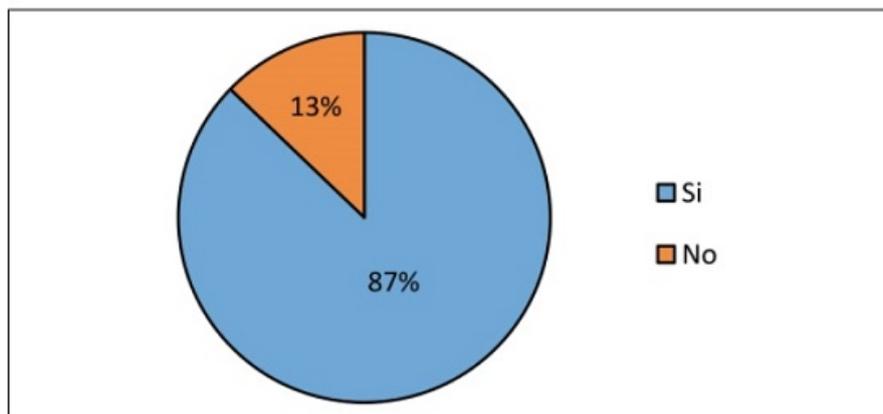


Figura 17

Miedo al contagio y posible fallecimiento por COVID-19 en lugares turísticos

Los viajes turísticos se postergaron y reprogramaron, como medidas adoptadas por los servidores turísticos, frente a las restricciones por la crisis sanitaria: 43% indicó que sí postergó sus viajes, mientras que 57% indicó que la COVID-19 no influye en la postergación de sus viajes (Figura 18).

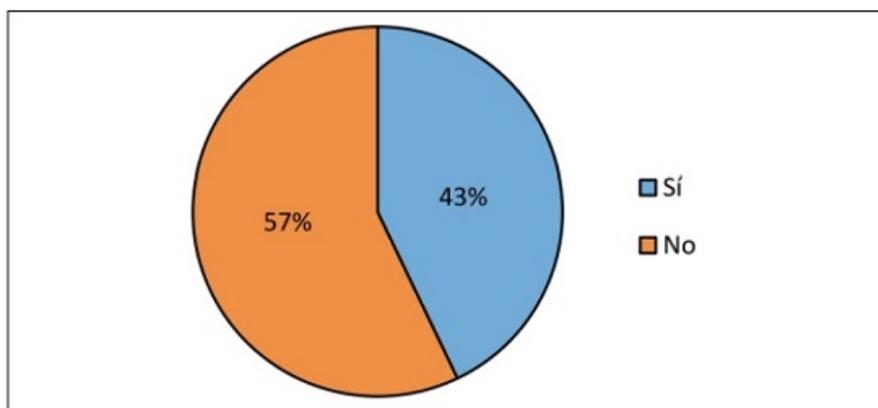


Figura 18

Postergación de viaje turístico por la COVID-19

Frente a la cancelación de viajes turísticos, debido a la pandemia, se generaron emociones (Figura 19). Los turistas trujillanos participantes de esta investigación responden de la siguiente manera: 45% la ira; 28% el miedo; 21% la anticipación; 6% señala otras emociones.

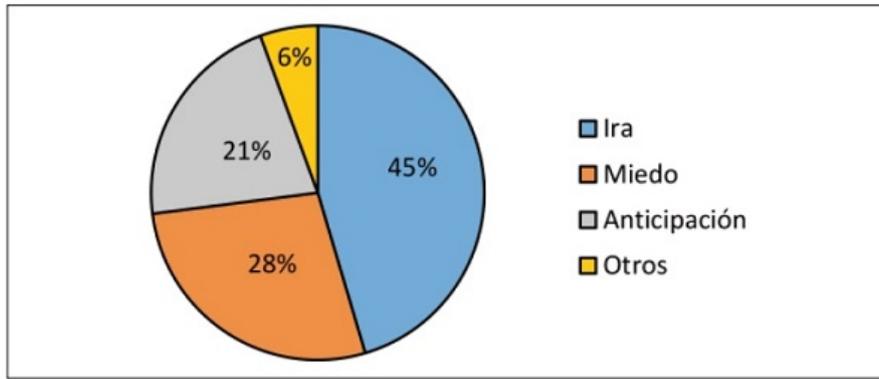


Figura 19

Emoción que genera la cancelación o postergación de un viaje a causa la COVID-19

La anticipación, considerada una emoción positiva, se ve presente en los turistas trujillanos, y los incentiva a la búsqueda de alternativas seguras de viaje (Figura 20). Así lo indicaron 14%, mantener el distanciamiento social; 11%, llevar siempre un dispensador de alcohol; 7%, utilizar una mascarilla o protector facial ante la presencia de una enfermedad viral; 2%, comprar seguros de viajes; 65%, todas las acciones anteriores.

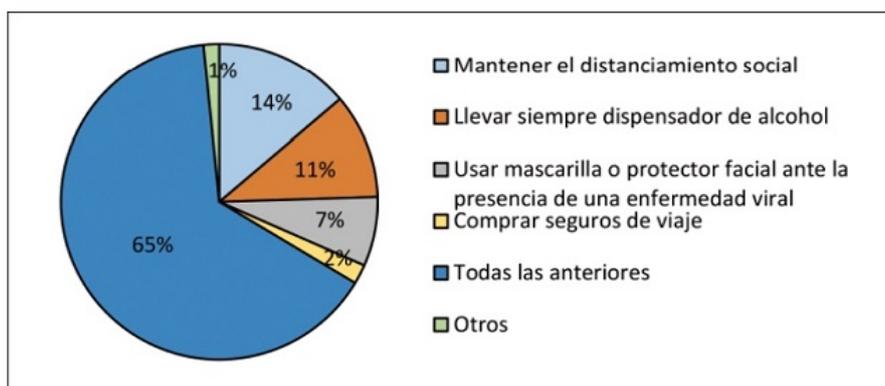


Figura 20

Nuevos hábitos que el turista trujillano considera aplicar en un destino turístico

Respecto a si el turista trujillano tiene expectativas por realizar viajes turísticos en el 2020: 7% señaló que tenía baja expectativa; 38% media expectativa; 48% alta expectativa; 7% no tiene expectativa. La tendencia es positiva para realizar viajes turísticos (Figura 21).

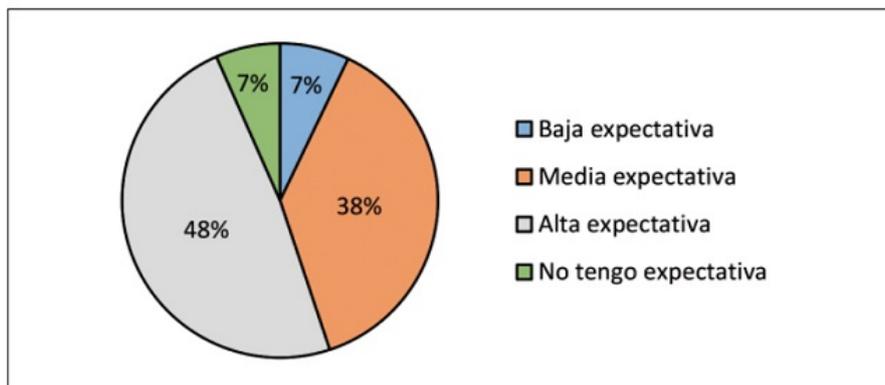


Figura 21

Expectativa del turista trujillano por realizar un viaje turístico

Por último, como se observa en la Figura 22, se consultó sobre la influencia de las emociones generadas a partir de la pandemia por COVID-19 en los turistas trujillanos con relación a su decisión de viaje: 62% señalan que las emociones sí tienen relación con la decisión de viaje; 31% señalan que más o menos; y 7% señalan que no.

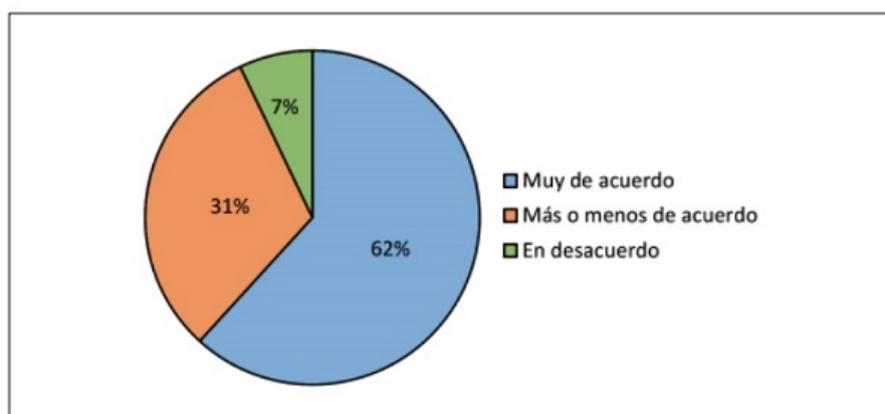


Figura 22

Influencia de las emociones generadas por la pandemia en la decisión de viaje del turista trujillano

Conclusiones

A partir de la pandemia por COVID-19 se desarrollaron una serie de cambios en la sociedad debido a los efectos de esta crisis sanitaria que aún persiste. Las consecuencias se pueden observar en el ámbito económico, social, emocional y otros, en todos los países del orbe, por ende, en el Perú y en la ciudad de Trujillo. Estas circunstancias influyen en los turistas trujillanos y en su decisión de viaje, por lo que es vital identificar los efectos económicos, sociales y emocionales de turistas trujillanos durante el año 2020.

La economía es uno de los sectores más golpeados y la actividad turística igual. El desempleo aumentó y el porcentaje es mayor comparado con las cifras oficiales antes de la pandemia. Además, la reducción de ingresos salariales, en turistas

potenciales que ganan menos de 500 soles, los obliga a posponer o cancelar sus viajes turísticos hasta conseguir estabilidad económica o mejorar su condición.

Asimismo, los efectos sociales se ven reflejados en sus acciones de los turistas al momento de visitar un destino turístico, ya que ahora priorizan la protección y el cuidado de su salud en espacios públicos, adoptando y exigiendo todos los protocolos de bioseguridad para la realización de viajes turísticos; lo que se evidencia en la predisposición de los turistas trujillanos para adquirir seguros de viaje frente al posible contagio por coronavirus, como medida preventiva para la protección de su vida y salud.

Se determina que los efectos emocionales generados a partir de la pandemia por COVID-19 en los turistas trujillanos son negativos, como la emoción del miedo, ya que de manera significativa manifiestan temor a contagiarse durante el viaje y perder la vida; otra emoción negativa es la ira, que se genera a causa de la pérdida de viajes programados y pagados. En contraste, un efecto emocional positivo es la emoción de la anticipación, con lo que se crea expectativa, alerta e interés, incentivando la búsqueda de alternativas seguras de viaje de parte del turista trujillano a corto y mediano plazo.

Finalmente, uno de los mayores desafíos es retomar las acciones con nuevos procedimientos ajustados al protocolo recomendado por las instancias de salud y recuperarse luego de una crisis sanitaria de tal magnitud.

Conflicto de intereses

Los autores no tienen conflicto de intereses con el contenido de este trabajo.

Contribución de autoría

MEZM: Asesora de tesis del equipo de estudiantes, diseño de manuscrito, revisión final de manuscrito.

SMFU, GMJR, LDQC, EMRB, CSTQ, RCVM y SPVM: Recolección de datos, análisis estadístico, redacción de la primera versión del manuscrito.

Referencias

- Ángel, L. F. y Monsalve, J. F. (2015). *Control de emociones en el trabajo, el juego de los sentimientos organizacionales* [Trabajo de grado, Universidad de Medellín]. <https://repository.udem.edu.co/handle/11407/2189>
- Araujo, M. y Marías, J. (Ed.) (1985). *Aristóteles: Ética a Nicómaco, clásicos políticos, centro de estudios constitucionales*. Edición bilingüe.
- Ávila, J. (2004). *Introducción a la Economía*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Barricarte, A. (2006). Gripe Aviar: ¿La Pandemia Que Viene? In *Anales Del Sistema Sanitario De Navarra. Revista Scielo España*, 2(1), 7-11.
- Bisquerra, R. (2009). *Psicopedagogía de las Emociones*. Editorial Síntesis.
- De La Hoz, A. (2013). Entendiendo el turismo de salud: un análisis sociodemográfico. *Escenarios: Empresa y Territorio*, 2(2). <https://revistas.esumer.edu.co/index.php/escenarios/article/view/177>

- De la Torre, A. (1976). *El turismo: fenómeno socioeconómico y cultural*. Editorial Noguer - Barcelona.
- Garriga, C. (2013). *Impacto Social: Un modelo en base a capacidades*. EADA business.
- Guerrero, L. y León, A. (2010). *Estilo de vida y salud*. Educere, 14(48), 13-19.
- Henao-Kaffure, L. (2010). El concepto de pandemia: debate e implicaciones a propósito de la pandemia de influenza de 2009. *Rev. Gerenc. Polit. Salud*, 9(19), 53-68. <http://www.scielo.org.co/pdf/rgps/v9n19/v9n19a05.pdf>
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing*. Edición del Milenio.
- Ministerio de Salud. (2022). *Sala Situacional de COVID-19 Perú*. https://covid19.minsa.gob.pe/sala_situacional.asp
- Montejano, S. (2016). Psicología de las emociones: la ira. *Psicoglobal*. <https://www.psicoglobal.com/blog/psicologia-emocion-ira>
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2020). Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19). <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2020a). *COVID-19 y Turismo. 2020: análisis del año* [consultado el 15 de noviembre de 2021]. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-01/2020_analisis_anual_0.pdf
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2020b). *Definición de demanda turística*. <https://www.unwto.org/searchkeys=demandaturistica.com>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2020). *El turismo que queremos tras esta pandemia*. <https://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/presscenter/articles/2020/el-turismo-que-queremos-tras-esta-pandemia.html>
- PROMPERÚ. (2020). *Últimas publicaciones*. <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/>
- Quesada, R. (2010). *Elementos de turismo*. EUNED, Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Quintanar, M. (1998). *La exigente de miedo insuperable*. EDERSA.
- Reidl, L. M. (2005). *Celos y envidia: emociones humanas*. Universidad Nacional Autónoma de México. <http://www.librosoa.unam.mx/handle/123456789/2227>
- Robbins, L. (1932). *Ensayo sobre la naturaleza y significación de la ciencia económica*. Editorial Bubok Publishing.
- Servián, F. (2020). La teoría de las necesidades humanas de Maslow. <https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-de-las-necesidadeshumanas-de-maslow>
- Socatelli, M. (2015). *Mercadeo aplicado al turismo. La comercialización de servicios - productos y destinos sostenibles*. Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica.
- Stansbury, S., Spear, B., Pruvot, A., Fainsilver, O. y Alport, G. (2020). *Anticipating the travel Recovery*. Oliver Wyman.
- Synelnyk, D. (2018). Control de la ira en 8 pasos. *Psybilbo*. <https://psybilbo.com/control-la-ira-8-pasos>
- Tönnies, F. (1887). *Comunidad y sociedad*. Losada.
- Unicef. (s.f.). *Emergencia sanitaria: coronavirus*. <https://www.unicef.es/causas/emergencias/coronavirus>
- Weber. M. (1998). *Economía y Sociedad: Esbozo De Sociología Comprensiva*. Fondo de Cultura Económica.

Anexo

ANEXO

ENCUESTA SOBRE LOS EFECTOS GENERADOS POR LA PANDEMIA DE LA COVID-19 EN LOS TURISTAS TRUJILLANOS

Género:

- (a) Femenino (b) Masculino

Edad:

- (a) 18/25 años (b) 26/41 años (c) 42/55 años (d) 56/74 años (e) 75/95 años

1. ¿Cuándo fue la última vez que viajó?
 - (a) Entre enero y marzo de 2019
 - (b) Entre abril y junio de 2019
 - (c) Entre julio y setiembre de 2019
 - (d) Entre octubre y diciembre de 2019
2. ¿A qué lugar viajó?
 - (a) Nacional, lugar.....
 - (b) Internacional, lugar.....
3. ¿Cuál es su situación laboral actual?
 - (a) Empleado
 - (b) Desempleado
 - (c) Estudiante
4. ¿Cuántos eran sus ingresos mensuales antes de la pandemia?
 - (a) Menos de 500 soles
 - (b) Entre 500 y 1000 soles
 - (c) Entre 1000 y 1500 soles
 - (d) Más de 1500 soles
5. ¿Cuántos son sus ingresos mensuales actualmente?
 - (a) Menos de 500 soles
 - (b) Entre 500 y 1000 soles
 - (c) Entre 1000 y 1500 soles
 - (d) Más de 1500 soles
6. ¿Cuánto era su presupuesto de viaje antes de la pandemia?
 - (a) 10% de mi sueldo
 - (b) 20% de mi sueldo
 - (c) 30% de mi sueldo
 - (d) Más de 30%
7. ¿Cuánto será su presupuesto asignado para un viaje después de la pandemia?
 - (a) 5% de mi sueldo
 - (b) 10% de mi sueldo
 - (c) 15% de mi sueldo
 - (d) No tengo presupuesto para viajar
8. ¿Ha tenido un viaje programado o pagado y, debido a la pandemia por COVID-19, no puedo realizarlo?
 - (a) Sí
 - (b) No
9. ¿Cuáles son sus prioridades de gasto en esta coyuntura?
 - (a) Alimentación
 - (b) Salud
 - (c) Vestimenta
 - (d) Viajes turísticos
 - (e) Otros.....
10. ¿Cuál es la duración del trabajo remunerado en épocas de pandemia?
 - (a) Menos de 1 mes
 - (b) 2 meses
 - (c) 3 meses
 - (d) Otros.....
11. ¿Tuvo algún viaje programado o un viaje a punto de realizar?
 - (a) Sí
 - (b) No
12. ¿Qué destinos buscaba o prefería antes de la pandemia?
 - (a) Local
 - (b) Regional
 - (c) Nacional
 - (d) Internacional
13. ¿Qué destinos elegiría después de la pandemia?
 - (a) Local
 - (b) Regional
 - (c) Nacional
 - (d) Internacional
14. ¿En qué periodo de tiempo pretende realizar un viaje por turismo?
 - (a) Corto plazo (dentro de un año o meses)
 - (b) Mediano plazo (alrededor de un año a 5 años)
15. ¿Estaría dispuesto a pagar seguros de viaje que incluyan asistencia médica por contagio de COVID-19?
 - (a) Sí
 - (b) No
16. ¿Qué acciones o hábitos realizaba en los destinos que visitaba antes de la pandemia?
 - (a) Excursiones grupales.
 - (b) Visitar atractivos conglomerados de personas.
 - (c) Compartir transporte con muchas personas.
 - (d) No adquirir seguros de viaje.
 - (e) Adquirir servicios de bajo costo sin tomar en cuenta la calidad sanitaria.
 - (f) Todas las anteriores.
 - (g) Otros

17. ¿Qué acciones o hábitos piensa realizar en un destino después de la pandemia?
- (a) Excursiones grupales.
 - (b) Visitar atractivos conglomerados de personas.
 - (c) Compartir transporte con muchas personas.
 - (d) No adquirir seguros de viaje.
 - (e) Adquirir servicios de bajo costo sin tomar en cuenta la calidad sanitaria.
 - (f) Todas las anteriores.
 - (g) Otros
18. ¿Qué nuevas acciones o hábitos adoptará y aplicará en un destino a causa de la pandemia?
- (a) Mantener el distanciamiento social.
 - (b) Llevar siempre dispensador de alcohol.
 - (c) Usar mascarilla o protector facial ante la presencia de una enfermedad viral.
 - (d) Comprar seguros de viaje.
 - (e) Otros.....
19. ¿Por qué motivos decide posponer viajes turísticos?
- (a) Miedo al contagio y posible fallecimiento. (b) Por falta de recursos económicos.
 - (c) Cierre de fronteras. (d) Otros
20. ¿Qué emoción definirá su viaje entre el 2020 y el 2021?
- (a) Miedo (b) Ira (c) Anticipación (d) Otra
21. ¿Ha cancelado un viaje turístico por la pandemia de la COVID-19?
- (a) Sí (b) No
22. ¿Ha postergado un viaje turístico por la pandemia de la COVID-19?
- (a) Sí (b) No
23. ¿Se ha quedado varado en destinos turísticos a causa de la cuarentena?
- (a) Sí (b) No
24. ¿Tiene expectativas por volver a realizar un viaje turístico?
- (a) Baja expectativa (b) Media expectativa (c) Alta expectativa (d) No tengo expectativa
-
25. ¿Tiene miedo al contagio y al posible fallecimiento por COVID-19 en destinos turísticos alejados de su lugar de origen?
- (a) Sí (b) No
26. ¿Qué emociones origina la cancelación o postergación de un viaje por causa de la pandemia de la COVID-19?
- (a) Ira (b) Miedo (c) Anticipación (d) Otra
27. Las emociones generadas por la pandemia de la COVID-19 tienen relación con la decisión de viaje. ¿Está de acuerdo con esa afirmación?
- (a) Muy de acuerdo (b) Más o menos de acuerdo (c) Desacuerdo
28. ¿Considera a los viajes como un hecho de bienestar emocional?
- (a) Sí (b) No
29. ¿Qué tipo de destino elegiría como posible alternativa para viajar después de la pandemia?
- (a) Playas (d) Lugares de esparcimiento
 - (b) Sitios arqueológicos y culturales (e) Otro
 - (c) Bosques y naturaleza

Notas de autor

ezapata@unitru.edu.pe