



Universidad César Vallejo

**ESCUELA DE POSGRADO**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN**  
**PÚBLICA**

**Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de  
un distrito, Chiclayo**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestro en Gestión Pública

**AUTOR:**

Bernal Ramon, Jhons Francis (orcid.org/0009-0003-3446-8672)

**ASESORES:**

Dr. Fernandez Altamirano, Antony Esmir Franco (orcid.org/0000-0002-1495-4556)

Dra. Salazar Cabrejos, Rosa Eliana (orcid.org/0000-0002-1144-2037)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Políticas Públicas

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**CHICLAYO – PERÚ**

**2024**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, FERNANDEZ ALTAMIRANO ANTONY ESMIT FRANCO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito, Chiclayo", cuyo autor es BERNAL RAMON JHONS FRANCIS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14%, 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.

CHICLAYO, 04 de Julio del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
FERNANDEZ ALTAMIRANO ANTONY ESMIT FRANCO DNI: 73969287 ORCID: 0000-0002-1495-4556	Firmado electrónicamente por: FALTAMIRANOAE el 09-08-2024 05:52:18

Código documento Trilce: TRI - 0793001



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, BERNAL RAMON JHONS FRANCIS estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Plan estrategico de promoción turistica para la identidad cultural de un distrito, Chiclayo", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
JHONS FRANCIS BERNAL RAMON DNI: 45795288 ORCID: 0009-0003-3446-8672	Firmado electrónicamente por: JBERNALRA6 el 04-07- 2024 23:06:56

Código documento Trilce: TRI - 0792982



## **Dedicatoria**

A mi Dios Jehová, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor, a mis padres por haberme forjado como la persona que soy actualmente, muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este, me formaron con una ética profesional y con algunas libertades, pero al final de cuentas, me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

**Jhons Francis.**

## **Agradecimiento**

A mis apreciados maestros y asesores que son un ejemplo de éxito a seguir, por sus valiosos aportes académicos y valores.

**El autor.**

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Declaratoria de autenticidad del asesor.....	ii
Declaratoria de originalidad del autor.....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de Tablas.....	vii
Índice de figuras.....	viii
Resumen .....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. METODOLOGÍA.....	13
III. RESULTADOS.....	16
IV. DISCUSIÓN.....	22
V. CONCLUSIONES .....	27
VI. RECOMENDACIONES.....	28
REFERENCIAS .....	29
ANEXOS .....	35

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Nivel de Identidad Cultural .....	15
<b>Tabla 2</b> Conocer el Nivel de Idetidad Cultural .....	16
<b>Tabla 3</b> Resultados de la validación de la propuesta .....	19

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Diseño de la propuesta .....	18
--	----



## Resumen

La investigación tuvo como ODS el trabajo decente y crecimiento económico, como objetivo principal proponer un plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito, Chiclayo, 2024. La metodología de investigación fue de tipo básica propositiva con un diseño no experimental de corte transversal, la población estuvo conformada por 50 colaboradores, como muestra a 10 trabajadores de la Municipalidad de un distrito de Chiclayo y 40 representantes de instituciones.

Se realizó el proceso y análisis de datos mediante Microsoft Excel y SPSS V.29, se tuvo como resultado que el 38.0% de los encuestados calificaron el plan como bueno y un 26.0% como muy bueno, sumando un total de 64.0% de opiniones positivas. El plan estratégico de promoción turística tiene una aceptación general favorable, con una mayoría de las opiniones inclinadas hacia una valoración positiva, encontrándose en un nivel de promoción turística, un 38.0% de los encuestados, calificaron el plan como bueno y un 26.0% como muy bueno, sumando un total de 64.0% de opiniones positivas. Mientras la formulación estratégica un 40.0% de los encuestados calificaron la formulación como buena y un 22.0% favorable, permitiendo desarrollar una buena promoción turística.

**Palabras clave:** Plan estratégico, promoción turística, identidad cultural.

## **Abstract**

The research had decent work and economic growth as its SDGs, and its main objective was to propose a strategic plan for tourism promotion for the cultural identity of a district, Chiclayo, 2024. The research methodology was of a basic propositional type with a non-experimental cross-sectional design, the population was made up of 50 collaborators, as a sample 10 workers from the Municipality of a district of Chiclayo and 40 representatives of institutions.

The data processing and analysis was carried out using Microsoft Excel and SPSS V.29, resulting in 38.0% of respondents rating the plan as good and 26.0% as very good, adding up to a total of 64.0% of positive opinions. The strategic plan for tourism promotion has a generally favorable acceptance, with a majority of opinions inclined towards a positive assessment, being at a level of tourism promotion, 38.0% of respondents rated the plan as good and 26.0% as very good, adding up to a total of 64.0% of positive opinions. While 40.0% of respondents rated the strategic formulation as good and 22.0% as favorable, allowing for the development of good tourism promotion.

**Keywords:** Strategic plan, tourism promotion, cultural identity.

## I. INTRODUCCIÓN

Uno de los principales objetivos de desarrollo sostenible que estuvo vinculado directamente al estudio de la presente investigación es el trabajo decente y crecimiento económico: promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos (ODS Pacto Mundial ONU - Pacto Mundial, 2023)

Habiendo sido la meta, promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros

La situación económica mundial, fue afectada principalmente, el sector turístico en relación con los recursos culturales e instalaciones turísticas, que son uno de los aspectos centrales e importantes del desarrollo del turismo urbano, falta de visitantes y falta de actividades de promoción dirigidas a fortalecer el conocimiento y las instituciones turísticas y las responsabilidades sociales, debido a la influencia del COVID 19, además de las complicaciones geopolíticas (guerra de rusia - ucrania) asimismo ha hecho que se paralicen muchas de las actividades productivas (Shih-Shuo, 2020).

En Ecuador se declaró una emergencia sanitaria a consecuencia de la Covid-19, las instituciones productivas estuvieron casi al 100% paralizadas, cambiando la realidad e impactando las actividades económicas, especialmente en el turismo, marcando un antes y después, generando la caída del PIB de más del 9%, de la cual el turismo representa al menos el 10% (Ministerio de Turismo, 2021).

En México, los destinos turísticos rentables con recursos patrimoniales de contenido culturales (cultura, historia, naturaleza) en contacto con otras entidades (individuos, grupos, instituciones, organizaciones, cultura, etc.) paulatinamente sufrieron complejos procesos de intervención social, iniciativas públicas y privadas a diferentes niveles promueven el intercambio de información y bagaje cultural entre locales y extranjeros, transformando la realidad. , también identidad turística (Anda et al., 2019).

Colombia, según estadísticas departamentales del Centro de Información Turística, la ocupación hotelera en el departamento fue menor al 48% en los últimos 5 años, lo que indica que el porcentaje del municipio es mucho menor que el de la región, esto representa un problema para el territorio puesto que demuestra que la gestión de este sector no ha sido suficiente para que el turismo se transforme en un motor de desarrollo sostenible como lo contempla la alcaldía, el poco turismo que se presenta en el municipio es muy estacional, solo en temporada de vacaciones y en su mayoría son viajeros que tienen familiares en el departamento del Meta (Castaño, 2022).

La industria del turismo es clave para muchas economías, generando empleo y estimulando otros sectores, sin embargo, ha enfrentado riesgos tanto externos (como desastres naturales y crisis políticas) como internos (como problemas de gestión y seguridad), y es crucial gestionar estos riesgos con medidas de seguridad, diversificación y gestión de crisis para garantizar la sostenibilidad a largo plazo (González-Rodríguez & Acevedo-Navas, 2021).

En Perú, la reanudación de los turistas internacionales ha sido difícil, con menos de la mitad del número de turistas extranjeros de enero a mayo de 2023 que en 2019, y Colombia ha estado por encima de los niveles prepandemia desde 2022, lo que deja al turismo receptor de Perú todavía con 12 años de retraso, lo que comprueba un gran impacto en la economía, al ser una de las principales fuentes de divisas en el primer trimestre de 2023, los ingresos de divisas por turismo receptor alcanzaron los 712 millones de dólares, un 36% menos que en 2019, aún menor que, el importe recibido en 2012, que corresponde a un retraso de más de diez años (Instituto Peruano de Economía, 2023).

Utcubamba, una de las siete provincias de la Amazonía peruana, una región que tiene un gran potencial para crear turismo sustentable gracias a la riqueza natural de las siete regiones que conforman la región: Bagua Grande, pero al igual que las capitales provinciales Cajaruro, Camba, El Milagro, Jamalca, Lonia Grande y Yamon aún no han implementado un plan de desarrollo turístico que fortalezca recursos naturales y culturales y no recibe la conservación necesaria, y hay pocas oportunidades para aprovechar los servicios turísticos, y los residentes tienen poco conocimiento para no sólo de orígenes culturales e históricos, sino también de

atractivos y recursos locales o vecinales, la población que forma la provincia está formada por habitantes de la provincia amazónica, pero también inmigrantes hacia costa norte y la sierra del Perú (Flores et al., 2021).

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) sostuvo varias reuniones con autoridades y representantes del sector privado de la Región Lambayeque, para promover proyectos de inversión turística priorizado a la Región, Considerando que Lambayeque es un destino turístico competitivo, sustentable y seguro posicionado en el mercado nacional y reconocido internacionalmente, es necesario promover la seguridad entre los recursos humanos en cooperación y autoridades regionales, locales y el sector privado (MINCETUR, 2022).

A nivel de regiones, en el periodo 2021-2022, en la región del Cuzco la mayor tasa de crecimiento turístico fue del 103,4%, seguida de Ayacucho con un 75,6% de crecimiento, Ica con un 45,9% de crecimiento, Junín con un 42,8% de crecimiento, Puno con un 37,1% de crecimiento, Tacna con un 26,9% de crecimiento y en la región Lambayeque, el número de turistas aumentó sólo un 0,5% y sólo llegaron 764.318 turistas (MINCETUR, 2022).

El actual distrito fue creado el 2 de agosto de 1920, sin embargo, no tiene una versión oficial sobre su historia, generando distintas situaciones que dificulta ordenar la información de su vida histórica y con ello fortalecer la identidad cultural de los pobladores, teniendo una característica de su cultura ser cholos de origen yunca de esta zona costera, siendo parte de su autenticidad con el esfuerzo consciente de la población y columna vertebral del desarrollo económico de la costa norte, santa rosa un pueblo con tradiciones propias, cálida y acogedora gracias a la sinceridad y fraternidad de sus habitantes, arraigada de la cultura mochica, rodeada del gran mar, su belleza y mares profundos y tranquilos, sus caballitos de totora y sus embarcaciones pintorescas tanto autóctonos como tradicionales y antiguos, destacando a sus mujeres en tejidos bordados, asimismo teniendo como uno de sus símbolos turístico los restos del barco chileno "Limarí", hundido en los años 1960 (Cabrejos, 2019)..

De acuerdo con las problemáticas antes alegadas, se requerirá el uso de la pregunta de investigación: ¿De qué manera un plan estratégico de promoción turística permitirá fortalecer la identidad cultural de un distrito, Chiclayo, 2024?

En este contexto, el análisis parte de una argumentación que remite al argumento teórico, analizar las variables para observar la contribución a la ampliación del conocimiento con el fin de formular metas en el tiempo en torno al logro de la comprensión del significado de diseñar un plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito de Chiclayo, respecto a la justificación práctica se tiene que este estudio se basa en la necesidad de lograr fortalecer la identidad cultural para un distrito de Chiclayo, reactivando el sector turismo, dado que en dicho distrito, no existe un plan estratégico de promoción turística, generando que al transcurrir de los años se pierda las costumbres, cultura y tradiciones propias del distrito, en la justificación metodológica, este estudio se enmarca en un diseño no experimental transversal donde se implemente la técnica como la encuesta y como instrumento el cuestionario, teniendo una importancia relevante para el desarrollo de mi presente estudio de investigación.

Teniendo a bien el objetivo General: Proponer un plan estratégico de promoción turística que permitirá fortalecer la identidad cultural en un distrito de Chiclayo, 2024 como objetivos específicos: a) Medir el nivel de Identidad Cultural y la promoción turística en un distrito, Chiclayo; b) Conocer el nivel de identidad cultural en un distrito de Chiclayo; c) Diseñar un plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural en un distrito de Chiclayo; d) Validar por expertos el plan estratégico de promoción turística, para la identidad cultural en un distrito de Chiclayo.

En el desarrollo internacional, los antecedentes, se tiene que para: Delgado (2018) tuvo por objetivo proponer un mejor sistema de planificación estratégica en un distrito peruano, el método fue del tipo descriptivo y explicativo, cuyos resultados arrojaron que el mayor porcentaje de servidores están convencido que el planeamiento es una estrategia para brindar mejores servicios a la comunidad, y se requiere su implementación, mientras que en las competencias, existe un bajo conocimiento, concluyendo que la municipalidad no cuenta con un área adecuada de planeamiento que permita el desarrollo local, no se cuenta con instrumentos normativos y con planes estratégicos y operativos institucionales, proponiendo un plan de acción para revertir dicha situación.

Macedo ( 2020 ) El objetivo es desarrollar un plan de promoción turística de la región de Santiago de Surco para fortalecer el turismo sustentable en la región, utilizando un enfoque cuantitativo basado en la teoría interpretativa y un diseño no experimental, con el objetivo de explorar y promover el turismo, a través de la investigación basada en la acción diseñada luego de acuerdo a los parámetros de entrevistas aprobadas con el fin de comprender el problema de investigación, las conclusiones extraídas permiten mostrar los beneficios alcanzados y el desarrollo del programa de promoción turística si contribuye a la economía, la sociedad y el desarrollo en sostenibilidad del medio ambiente.

Ríos (2020) en su estudio estableció por objetivo Diseñar una planificación estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la ciudad de Quevedo, teniendo un enfoque cuantitativo, describiendo con base en las realidades y características básicas documentadas en el área de estudio, así como en su impacto ambiental, se determinó que la situación turística actual en Quevedo presenta algunas inconsistencias, como la falta de un plan estratégico para promover posibles actividades turísticas, que se pueden desarrollar en el país y los residentes no tienen que buscar otros destinos fuera de la ciudad, considerando que muchas de estas actividades turísticas no tienen garantía de seguridad y las desventajas señaladas en las rutas.

Arelis (2023) en su estudio el objetivo es Diseñar un plan de promoción turístico de la ciudadela los ciriales de la Parroquia Machalilla Del Cantón Puerto López, Utilizando métodos de análisis, inducción, deducción, cualitativos y cuantitativos en combinación con herramientas de encuesta adecuadas a residentes y turistas en el territorio investigado, se revela que existe una insuficiente gestión turística en el territorio, la gestión turística del municipio no genera planes de promoción y los residentes están esperando la estrategia de que se reactive el desarrollo Turístico Regional.

Vásquez (2022) su investigación demostró la importancia de terminar un plan de comunicación que permita promocionar de manera efectiva y eficiente las actividades turísticas del país en beneficio de la comunidad valenciana y de todo el país en su conjunto, por lo tanto, un enfoque mixto para la efectividad y desarrollo de

los objetivos, el propósito del estudio, utilizando métodos de encuesta y entrevista, es describir y analizar la situación presentada en el estudio y brindar la mejor solución al problema planteado, relacionado con el desarrollo, se aplicó este tipo de investigación en un diseño relacionado, la población trabajadora fue de 296 personas y la muestra fue de 167 practicantes y se utilizaron instrumentos de escala Likert, se concluyó que: La planificación local y el turismo se relacionan positivamente con el condado de Pasco y Municipios.

Torres (2023) en su estudio estableció qué importancia tiene implementar un plan de comunicación en beneficio de la sociedad valenciana y de todo el país, que permita promocionar de manera efectiva y eficiente las actividades turísticas del país con el fin de lograr la eficiencia y el desarrollo de los objetivos que, investigaciones, encuestas y entrevistas se han planteado se utiliza tecnología que tiene como objetivo describir y analizar las situaciones reflejadas en el estudio y dar la mejor solución al problema concreto, cuya implantación es imprescindible en Valencia, se podrá organizar y distribuir actividades turísticas en la zona.

Bonilla (2023) en su estudio, estableció por objetivo identificar los recursos turísticos culturales de la localidad de Usme, mediante método propuesto ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit), esta metodología incluyó un proceso de identificación y selección de los recursos culturales de la localidad, así como su caracterización y clasificación según su potencial turístico, asimismo, se realizó un análisis de factores internos y externos mediante la herramienta DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), con el fin de identificar los aspectos que favorecen o limitan el desarrollo del turismo cultural en Usme, teniendo como resultados que la localidad cuenta con importantes fortalezas culturales, como su riqueza histórica, tradicional y patrimonial, así como una comunidad local comprometida con la promoción y preservación de su cultura.

Pusdà (2020) el objetivo general análisis de promoción de los recursos turísticos culturales en el estado de Montufar para promover la afluencia turística con una base teórica basada en literatura confiable sobre fuentes primarias y secundarias de promoción y afluencia turística para aclarar los conceptos que este enfoque ayuda, para establecer criterios para las dos variables y luego recopilar información de la



herramienta de diseño teórico, en los resultados obtenidos, la prueba chi-cuadrado determina si la promoción de los recursos turísticos culturales afecta al turismo cultural, porque se puede concluir que existe correlación entre las dos variables del estudio, por lo que creemos que todas las acciones deben estar encaminadas al desarrollo del país, fomentando suficientemente el componente cultural.

Salas & Hidalgo (2022) tiene como objetivo Desarrollar una propuesta de promoción de objetos naturales, culturales e históricos para el mejoramiento del estatus del estado Esparza como destino turístico, utilizando investigación descriptiva, métodos de implementación de proyectos y tomando en cuenta las herramientas de popularización de objetos turísticos, el estado de esparza, con su propuesta de promoción de sitios naturales, culturales e históricos, fortalece el estatus de Esparza como destino turístico de promoción del estado.

Saavedra (2018) el objetivo es desarrollar un modelo de estrategia de turismo sostenible actúa como mecanismo de crecimiento económico de la provincia de Bagua en la región amazónica del 2019 al 2021, en el desarrollo de un modelo de estrategia de turismo sostenible, se adoptó un nivel descriptivo intencionado al estudio de métodos mixtos, que incluía métodos cuantitativos y cualitativos, que pueden mejorar propuesta de modelo de estrategia de turismo sostenible, que ayudará a mejorar las actividades turísticas, introduciendo así vitalidad al todo el sector económico y optimizar el nivel de crecimiento económico local fortaleciendo el sector privado institucional y político para recibir apoyo de la industria turística, octavo recursos económicos y humanos para la gestión turística sostenible en la provincia de Bagua.

Samillan (2021) su objetivo general es proponer estrategias para fortalecer la cultura turística en la región Lambayeque, hay 2 instrumentos que se responden en escala Likert -La sección experimento son los pobladores de Lambayeque el estudio muestran que su nivel promedio es mayor, nuevamente, esto es metodológicamente sólido ya que extraerá datos de fuentes primarias, el programa es un área independiente en relación a los factores que lo conforman, ya sean internos o externos, las propuestas deben orientarse según sus necesidades y contexto.

Burgos (2021) el objetivo general fue analizar la cultura turística de los empresarios del SHBP con el fin de promover su desarrollo turístico, el método utilizado fue cuantitativo, con un diseño fenomenológico, se seleccionaron un total de 21 empresarios y se tuvo en cuenta un muestreo no probabilístico, teniendo resultados mostrando una gran proporción de empresarios de SHBP tienen una cultura turística positiva, pero por otro lado, existen evidentes deficiencias cognitivas e instrumentales, se concluyó que existe una clara conexión directa entre la cultura turística de los empresarios y su desarrollo turístico, aquí, de acuerdo con la premisa, se realizan propuestas para fortalecer el desarrollo cultural y turístico del SHBP, y por supuesto existen beneficios económicos donde ayudan para mejorar la calidad de vida de los empresarios.

La teoría de la planificación estratégica se basa en planes detallados a largo plazo diseñados para lograr objetivos específicos, la teoría proporciona un marco sólido para planificar e implementar estrategias, pero puede no ser lo suficientemente flexible en circunstancias cambiantes (Pinzón, 2023).

La teoría de la planificación estratégica se basa en la idea de que los planes detallados a largo plazo pueden ayudar a reducir la incertidumbre al proporcionar una dirección clara y detallada (Pinzón, 2023).

La estrategia emergente es aquella que surge sin planificación a través de la experimentación organizacional, la exploración y el aprendizaje justo a tiempo, es importante enfatizar que esta estrategia no significa una falta total de planificación, sino un enfoque complementario que reconozca la necesidad de adaptarse a los cambios y oportunidades que surgen en el entorno (Salazar, 2020).

Gómez (2020) el plan estratégico tiene por objetivo ser una forma muy singular y original mediante la cual la organización evalúa su situación actual, examina y analiza las razones de su existencia, define su visión a futuro y cuáles deben ser sus principales objetivos.

Quiroa (2020) la planificación estratégica es una herramienta que utilizan las empresas para desarrollar e implementar un proceso de planificación sistemático para lograr sus objetivos.

Lozano (2002) la planificación estratégica es el proceso de gestión de desarrollar y mantener la dirección estratégica, puede alinear los objetivos y recursos de la organización con sus capacidades cambiantes de marketing.

Palacios (2020) añadió que la planificación estratégica lleva a cabo la dirección y sirve como base para desarrollar tácticas y planes de acción, Concepto, visión, misión, objetivos estratégicos, estrategias, políticas, planes y presupuestos son los componentes de un plan estratégico.

Definición de planeamiento estratégico: (Directiva-001-2024-CEPLAN)

Es un proceso sistemático, cíclico, continuo, político, técnico, participativo, interdepartamental e intergubernamental basado en evidencia, basado en análisis de la situación, el análisis prospectivo, la toma de decisiones estratégicas, los ciclos de seguimiento y evaluación.

Objetivos del planeamiento estratégico:(Directiva-001-2024-CEPLAN): A) Planificar el desarrollo del país en igualdad de oportunidades de manera competitiva, sostenible y con descentralización hacia una visión y objetivos unificados y consistentes para el futuro. B) Impulsar la toma de decisiones estratégicas incluyendo la visión en el proceso de desarrollo, C) Estrategias de coordinación de políticas y programas desarrolladas por las unidades estructurales de la administración estatal Miembro de Sinaplan con metas PEDN nacionales. D) Dirigir que los recursos públicos se asignen y gestionen de forma responsable y sostenible, de mediano a largo plazo, basado en resultados y prioridades identificadas en políticas y planes dentro de Sinaplan. E) Monitorear y evaluar las políticas y planes desarrollados por cada unidad, miembro del Consejo Estatal del Sinaplan en el marco de la gestión estratégica nacional. F) Generar documentación adecuada para adaptar y mejorar continuamente las decisiones de corto plazo.

Las dimensiones del planeamiento estratégico se enfocan: primero en planificar todas las acciones a desarrollar en ciertos periodos de tiempo según los objetivos planteados para cumplir con el propósito de la empresa, su visión ya determinada teniendo presente los riesgos futuros y las alternativas para mitigar estas incertidumbres; segundo en organizar la distribución de todas las actividades de las distintas áreas de la organización determinando su independencia e importancia en el funcionamiento de la organización; tercero en direccionar todo el talento y también el esfuerzo para poder conseguir todos los resultados que se pretenden determinar los estilos de dirección en la organización, y cuarto en controlar los resultados obtenido por la aplicación de lo planificado; lo cual se ve corroborado por (Palacios, 2020) mientras que para (Aramburu 2017) las dimensiones son conocimiento, participación y control.

Niveles de planeación los gerentes tienen que manejar diferentes tipos de planificación que van desde el corto plazo hasta el largo plazo, estos planes pueden abarcar toda la organización o pueden abarcar solo una parte específica de la organización, la planificación es una actividad que existe en todos los niveles de gestión, aunque es esencialmente una actividad organizacional (Cadena 2020).

<b>Nivel</b>	<b>Tipo de planeación</b>	<b>Contenido</b>	<b>Plazo</b>	<b>Amplitud</b>
Institucional	Estratégica	Genérico sintético	y Largo	Aborda a la organización como un todo, y busca asegurar su existencia a largo plazo aún a costa de cambiar su giro y su conformación.
Intermedio	Táctica, Funcional, tradicional	Menos general y detallado	Mediano	Aborda Cada unidad organizacional por separado en el caso de grandes empresas, o a toda la organización si es pequeña, pero enfocándose a lograr mayor rendimiento, eficiencia y eficacia en la aplicación de los recursos a mediano plazo.
Operacional	Operativa	Detallado, Puntual y analítico.	Corto	Aborda cada operación por separado, se enfoca únicamente en el momento y en la operatividad, es focalizada y generalmente especializada, está diseñada para lograr que las personas que trabajan

---

en las empresas se conviertan en expertos en hacer sus tareas y se minimicen las pérdidas de tiempo por mala coordinación.

---

Hurtado & Castellanos (2020) la identidad cultural de un pueblo tiene una naturaleza intangible o anónima que está construido colectivamente y enteramente relacionado con la historicidad y memoria de las personas, asimismo, la identidad cultural por otra parte representa un elemento integral de un grupo social que permite a los individuos desarrollarse, su identidad y pertenencia está completamente ligada a la cultura material y a la cultura espiritual de la colectividad.

Ortega (2018) identidad cultural significa tener la sensación de pertenencia a un grupo social que cuenta con rasgos y características culturales que hacen de ellos únicos e irrepetibles, diferenciándose del resto.

Bericat (2016) cultura es un concepto amplio y complejo que se refiere a costumbres, Tradiciones, creencias, arte, idioma, valores, tecnología y otros aspectos de la sociedad o grupos de personas, incluye las manifestaciones tangibles e intangibles de la sociedad.

Una dimensión importante de la identidad cultural es el idioma. acerca de, Pastor (2019) la lengua siempre ha sido un pilar fundamental de la estructura del nacionalismo europeo, porque es precisamente por este factor que las sociedades y culturas occidentales están unidas, todo lo contrario, ocurrió en Perú, donde el posterior colonialismo y parte de la vida republicana, se impuso con fuerza la cultura occidental y la lengua española, al tiempo que se impuso el quechua, el aymara y muchas otras lenguas, se puede afirmar entonces que existe una contradicción lingüística que debe ser resuelta de inmediato para asegurar una identidad cultural completa, diversa y sobre todo en armonía con la verdadera naturaleza de los peruanos.

Otra dimensión importante es la Gastronomía, Reyes (2018) dicen que la buena comida es más que cocinar y degustar, la comida es una de las expresiones de cultura más auténticas que existe, la naturaleza de la construcción social y cultural,

la comida da a las personas una identidad, se compartirá colectivamente y también su expresión, es en sí mismo un símbolo lleno de conocimiento y una recopilación de diversos elementos, en muchos casos, convirtiéndose en un precursor, la gastronomía como patrimonio cultural inmaterial incluye la tarea de promocionar, transmitir y mantener la riqueza culinaria, en este sentido, la política, deberían centrarse en promover la cocina local y estimular tanto a locales como a extranjeros, actualmente la gastronomía está en auge, sobre todo en el interior, estamos asociados a la industria de viajes, por lo que estamos comprometidos en nuestras tradiciones llenas de sabor e historia.

Otra dimensión de la identidad cultural son las costumbres y tradiciones, las cuales se consideran elementos fundamentales en la construcción y formación de la identidad cultural. Al respecto, Ríos & Molina (2018) señalan que las costumbres son formas de experiencia asociadas a una visión colectiva, donde la transmisión de conocimientos es fundamental para enriquecer los patrones sociales.

La dimensión étnica es otro componente de la identidad cultural al respecto, Arango (2019) sugiere que la identidad racial moldea un sentido de identidad, pertenecer a una etnia en un determinado espacio social y cultural significa conciencia, la alteridad significa nuestra afirmación ante los demás, de ahí la identidad, el origen étnico incluye aeronaves con diferentes identidades propuestas o permitidas, las culturas que combinan sus diferencias forman una lógica, social, pero también cierto y pragmático que encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias, la identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior.

La identidad supone un reconocimiento y apropiación de la memoria histórica, del pasado, un pasado que puede ser reconstruido o reinventado, pero que es conocido y apropiado por todos, el valorar, restaurar, proteger el patrimonio cultural es un indicador claro de la recuperación, reinvención y apropiación de una identidad cultural.

## II. METODOLOGÍA

El tipo de investigación seleccionado para este estudio, será de naturaleza básica, por ser la que realiza conocimientos y teorías, conforme a la definición de Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) esta elección permitió llevar a cabo un análisis profundo y una comprensión detallada de las variables, en este contexto, la investigación básica desempeña un papel fundamental al proporcionar los cimientos teóricos necesarios para impulsar el progreso y la innovación en el ámbito científico, en concreto, esta investigación pretende comprender cómo desarrollar planes estratégicos de promoción turística, permitiendo fortalecer la identidad cultural de un distrito de Chiclayo, la encuesta tiene un enfoque cuantitativo (Neill et al.,2019) porque es continua y evidencial porque tiene una secuencia definida en la que se analizarán los datos, los datos utilizados y las respuestas dadas durante la encuesta, para determinar patrones de comportamiento del problema planteado.

Diseño de la investigación, hace referencia un plan o estrategia metodológica con paradigma positivismo y el nivel propositivo que serán utilizada para lograr nuestros O.I y por tanto responder a las preguntas de investigación (Fossa et al. 2021), asimismo, según (Manterola et al. 2019) lo define como la estructuración estratégica de los métodos y procedimientos empleados para recopilar, analizar e interpretar datos, con el propósito de abordar los objetivos planteados.

El diseño de este estudio es no experimental, conforme a lo definido por (Doria et al., 2020), dado que su implementación no requiere una manipulación deliberada de variables, es necesario observar los fenómenos que ocurren en el entorno natural y luego analizarlos, por lo cual las asociaciones e instituciones serán observados y sometidos a un análisis, las características pertinentes de la identidad cultural de sus integrantes, Y es de corte transversal porque se dará en un momento y espacio determinado. El alcance de la investigación siguiendo la perspectiva, Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) quienes señalan factores, determinar el alcance inicial y final del estudio son dos: a) el conocimiento actual del problema de investigación, siendo en este caso cómo el plan estratégico de promoción turística fortalecerá la identidad cultural de un distrito de Chiclayo b) un objetivo definido por el investigador, siendo que la presente investigación logre la implementación planificando estrategias de promoción turística, la variable independiente en esta investigación Quiroa (2020)

la planificación estratégica es una herramienta que utilizan las empresas para desarrollar e implementar un proceso de planificación sistemático para lograr sus objetivos. Las dimensiones del planeamiento estratégico se enfocan: primero en, su visión, segundo en organizar; tercero en direccionar, y cuarto en controlar los resultados obtenido por la aplicación de lo planificado; lo cual se ve corroborado por (Palacios, 2020) Concerniente a la variable dependiente que es identidad cultural, Cepeda (2018) Identidad cultural significa una sensación de pertenencia a un grupo social que cuenta con rasgos y características culturales que hacen de ellos únicos e irrepetibles, diferenciándose del resto. La población tiene como definición aquellos elementos que comparten una característica común esencial en crecimiento del estudio, representa la totalidad de los elementos relevantes en el ámbito de estudio y forma la base de toma de decisiones sobre la representatividad de la muestra seleccionada,(Sucasaire, 2022).

En este contexto, la población de interés para el presente estudio está constituida por 10 asociados de la Institución de Pescadores Artesanales de la localidad de un distrito de Chiclayo, por 10 asociados de la Institución de Caballito de Totorá de la localidad de un distrito de Chiclayo, por 10 asociados de la Institución de Artesanas Forjadoras del futuro de Santa Rosa ARFUSAR, por 10 representantes de diferentes restaurantes de la localidad, estas son parte del criterio de exclusión, y 10 colaboradores de la Municipalidad de un distrito de Chiclayo, que forman parte del criterio de inclusión.

La muestra se tiene al cuestionario y técnica encuesta, el cual se conformó por un conjunto de preguntas planteadas de acuerdo a la Operacionalización de variables, de esta manera se establece según los indicadores planteados para que la población de mi investigación pueda responder.

Como muestreo se tomó en consideración un muestreo no probabilístico intencional, este enfoque consiste en que los participantes no se eligen al azar, sino que son seleccionados de manera consciente y deliberada por el investigador.

La técnica en el ámbito de esta investigación, se prevé utilizar la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, que fundamenta la necesidad de establecer una interacción directa con la muestra de estudio, facilitando así la



recopilación puntual y precisa de la información que se desea obtener para esta investigación (Casas et al., 2019). Herramientas de recopilación de datos, que utilizan para recopilar información, estos instrumentos son diseñados para medir variables específicas de interés, la elección del instrumento dependerá de la naturaleza de los datos que se desarrollen objetivos específicos de la investigación, donde su elección es fundamental para que se garantice validez y confiabilidad de los datos recopilados.

En esta investigación, se realizó un cuestionario (Casas Anguita et al., 2019) en relación con la medición de la identidad cultural del territorio de un distrito de Chiclayo y la necesidad de implementar un plan estratégico de promoción turística del distrito, cada una de estas dimensiones serán evaluada mediante 20 ítems específicos por variable, haciendo un total de 40 ítems, los cuales serán valorados por los participantes utilizando escala de Likert de cinco puntos, donde 1 representa "Muy mala", 2 indica " mala", 3 indica " regular"; 4 indica "buena" y 5 indica "muy buena" esta elección de escala permite una evaluación detallada y cuantitativa, percepción de los participantes en relación con la identidad cultural de un distrito de Chiclayo y el plan estratégico de promoción turística.

La validación de los instrumentos fue evaluada por medio de juicio de expertos, donde se seleccionó a tres profesionales con experiencia en los temas investigados y que dispongan del grado de Maestría en Gestión Pública o grados o maestros afines para garantizar que los resultados obtenidos sean confiables y válidos. Métodos de análisis de datos, indica que el enfoque metodológico para el análisis de la información en el estudio será la estadística descriptiva e inferencial, con el propósito de proporcionar una descripción detallada de todos los datos recopilados en relación con la medición de las variables, donde en todo este estudio de análisis de datos se constará de la utilización de la herramienta estadística SPSS V.29 y Microsoft Excel para ordenar los datos y realizar análisis inferenciales.

Para los aspectos éticos de este estudio se consideró el Código de ética de la UCV, donde se destaca la importancia del principio de beneficio, no maleficencia, autonomía y justicia. Se respeto el derecho de autor y se citó bajo APA 7 edición.

### III. RESULTADOS

Objetivo principal: Se propuso un plan estratégico de promoción turística que permitirá fortalecer la identidad cultural en un distrito de Chiclayo, 2024.

**Tabla 1**

*Aplicación del plan estratégico de promoción turística*

Valoración	f	%
Muy mala	1	2,0
Mala	10	20,0
Regular	10	20,0
Buena	28	56,0
Muy buena	1	2,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

La Tabla 1, Los datos indicaron que un 2% y 20%% de los encuestados considera la aplicación del plan estratégico de promoción como "Muy Mala" o "Mala", lo que sugiere una crítica significativa hacia cómo está estructurada la guía para implementar el plan. Otro 20% de los participantes califica la aplicación como "Regular", lo que apunta a una necesidad de clarificación y mejora en la ejecución del plan. Solo un 56% y 2% de las respuestas se distribuyen entre "Buena" y "Muy buena", mostrando que hay una mayoría que está conforme con la aplicación del plan estratégico. Este panorama destaca la importancia de mejorar y posiblemente implementar un plan estratégico para asegurar una aplicación más efectiva y satisfactoria del plan estratégico.

OE1. Se midió el nivel de Identidad Cultural y la promoción turística en un distrito, Chiclayo

**Tabla 2**

*Identidad Cultura de promoción turística*

Valoración	f	%
Muy mala	6	12,0
Mala	2	4,0
Regular	14	28,0
Buena	25	50,0
Muy buena	3	6,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

La Tabla 2, un 12% y 4% de las respuestas en las categorías "Muy Mala" y "Mala", se destacó una clara insatisfacción con los criterios y métodos establecidos de la identidad cultural. Un 28%, califica la integración de la identidad cultural en el plan como "Regular", lo que indico que, aunque se reconoce cierto esfuerzo en la incorporación de elementos culturales, estos podrían no estar siendo aprovechados o destacados eficazmente. Un 50% considera que la inclusión de la identidad cultural es "Buena", mostrando una apreciación positiva significativa pero no sobresaliente. Y un 6% califica la integración como "Muy buena", Estos resultados sugieren que, mientras que el plan estratégico hace avances en reconocer y utilizar la identidad cultural del distrito, hay espacio considerable para mejorar cómo estos elementos culturales se integran y se utilizan para potenciar la propuesta de valor del plan.

OE2. Se conoció el nivel de identidad cultural en un distrito de Chiclayo

**Tabla 3**

*Nivel de identidad cultural de un distrito de Chiclayo*

Valoración	f	%
Muy mala	6	12,0
Mala	5	10,0
Regular	11	22,0
Buena	21	42,0
Muy buena	7	14,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

La Tabla 3, con un 12% y 10% de las respuestas clasificadas como "Muy Mala" o "Mala", hubo una indicación clara de que el plan actual no está logrando establecer un fuerte sentido de pertenencia o conexión entre los individuos y el proyecto. Un 22%, califica esta pertenencia como "Regular", sugiriendo que, aunque hay algunos elementos que fomentan la conexión, estos no son suficientemente efectivos o bien implementados. Y un 42% y 14% de las respuestas se agrupan en las categorías de "Buena" y "Muy buena", mostrando que una mayoría siente que el plan promueve una pertenencia positiva. Estos resultados sugieren la necesidad de revisar y fortalecer los aspectos del plan que pueden influir en el sentido de pertenencia, posiblemente enfocándose más en involucrar a la comunidad de manera más significativa y efectiva.

OE3. Se diseñó un plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural en un distrito de Chiclayo.

**Tabla 4**

*Diseño de propuesta de plan estratégico*

Valoración	F	%
Mala	10	20,0
Regular	8	16,0
Buena	19	38,0
Muy buena	13	26,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

La Tabla 4, un 38.0% de los encuestados calificaron el plan como bueno y un 26.0% como muy bueno, sumando un total de 64.0% de opiniones positivas. Esto implica que un 36.0% de las personas tienen una percepción no tan positiva del plan. El plan estratégico de promoción turística tiene una aceptación general favorable, con una mayoría de las opiniones inclinadas hacia una valoración positiva. Sin embargo, para alcanzar una aceptación más unánime, se deben realizar ajustes y mejoras en respuesta a las críticas y percepciones negativas.

**Figura 1**

Diseño de la propuesta de un modelo de plan estratégico, según la teoría de la planeación estratégica (Pinzón, 2023).



En el presente diseño de propuesta de un Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito de Chiclayo, se contó con siete ejes fundamentales que van a permitir fortalecer la identidad cultural y la promoción turística, teniendo en cuenta que el distrito de Chiclayo cuenta con valoradas costumbres durante años, como cultura, artesanía, gastronomía, tejidos, danzas, que se busca mantener en el tiempo en fechas de celebración durante el mes central del mes de agosto, acentuando la fecha tan importante del aniversario del distrito, programa principal para lograr la integración social estimulada por la entidad

Municipal de un Distrito de Chiclayo, promoviendo lo mejor de mi Distrito, como visualiza en figura.

Es de precisar, que de esta manera se muestra que, en un distrito de Chiclayo, no cuenta con una efectiva forma de promover los atractivos turísticos culturales con relación a los niveles de artesanía, gastronomía, y cultura durante las fechas importantes de aniversario del distrito, por ello es importante un plan de estrategias turísticas a fin de garantizar las principales ventajas en aprovechamiento del distrito.

Objetivos y metas	Indicadores	Herramientas	Responsable	Fuentes de información	Periodicidad
Objetivo 1: Posicionar la artesanía, gastronomía, danzas y/o estampas típicas culturales a nivel local, regional y nacional, a través del Festival Gastronómico Artesanal y Cultural "Lo Mejor de mi Distrito"	Número de visitantes: 1200. Nivel de satisfacción: muy buena.	Libro de registro de visitas Encuesta	Área usuaria: Turismo de la Municipalidad Distrital.	Libro de registro de visitas Encuesta	Al año
Objetivo 2: Lograr un servicio sostenible y competitivo con recursos históricos y culturales, generando mayor afluencia de turistas.	Numero de recursos turísticos inventariados.	Inventario de MINCETUR: Calendario Turístico: <b>Monsefú:</b> Fexticum <b>Lambayeque:</b> Feria del King Kong <b>Mòrope:</b> Farmuchik <b>Callanca:</b> Festival del Pato		Inventario de MINCETUR	Al año
Objetivo 3: Generar una mayor identidad cultural en los pobladores de un distrito de Chiclayo.	Número de población Santarroseña identificada con la cultura mochica	Encuestas		encuestas	Trimestral

OE4. Validar por expertos el plan estratégico de promoción turística, para la identidad cultural en un distrito de Chiclayo.

**Tabla 5**

*Resultados de la validación de la propuesta.*

Ítem	Criterios	Expertos			Suma	V de Aiken
		1	2	3		
1	Suficiencia	1	1	1	3	1.0
2	Claridad	1	1	1	3	1.0
3	Relevancia	1	1	1	3	1.0
4	Coherencia	1	1	1	3	1.0
<b>V. de Aiken de la propuesta</b>						<b>1.0</b>

Para la validación de la propuesta, se tuvo en cuenta a tres expertos con amplio conocimiento y experiencia en gestión pública. Esta selección estratégica de validadores se basó en su competencia y pericia en el área específica, asegurando así que la evaluación de la propuesta se realizara con un enfoque integral y profundamente informado, la participación de estos especialistas fue fundamental para garantizar que la propuesta de un Plan estratégico no solo estuviera bien fundamentado, sino que también se alineara con las mejores prácticas y estándares en el campo de la gestión pública, aumentando su viabilidad y efectividad en un contexto real.

Para evaluar la validez de la propuesta, se aplicó el método de Aiken, que analiza las evaluaciones de expertos según criterios como suficiencia, claridad, relevancia y coherencia, los resultados mostraron una puntuación final de 1, indicando una alta validez de contenido, esto confirma que la propuesta está adecuadamente fundamentada para cumplir con los objetivos de investigación establecidos, asegurando así su aplicabilidad y efectividad en el contexto real.

#### **IV. DISCUSIÓN**

En el presente capítulo, se realiza una conexión de datos conforme a los objetivos de la investigación, logrando la comparación de los resultados obtenidos tanto con investigaciones anteriores y con el marco teórico establecido, lo que posibilita una evaluación meticulosa de los descubrimientos, garantizando su veracidad y su congruencia con el conocimiento previo disponible en la investigación.

El estudio presenta como objetivo principal proponer un plan estratégico de promoción turística que permitirá fortalecer la identidad cultural en un distrito de Chiclayo, después de aplicar el instrumento de investigación se obtuvo que los 50 ciudadanos encuestados resaltaron que un 38.0% calificaron el plan como bueno y un 26.0% como muy bueno, sumando un total de 64.0% de opiniones positivas. El plan estratégico de promoción turística tiene una aceptación general favorable, con una mayoría de las opiniones inclinadas hacia una valoración positiva. Sin embargo, para alcanzar una aceptación más unánime, se deben realizar ajustes y mejoras en respuesta a las críticas y percepciones negativas.

Basándome en el antecedente de Delgado (2018) quien manifiesta que dentro del planeamiento estratégico se debe observar que la entidad gubernamental debe prestar mayor atención al consumo del desarrollo local para que se cuente con instrumentos normativos y con planes sobre todo estratégicos y de encima que pueda proponer un plan de acción para revertir.

A la luz de los resultados coincide Macedo ( 2020 ) permite mostrar los beneficios alcanzados y el desarrollo del programa de promoción turística si contribuye a la economía, la sociedad y el desarrollo en sostenibilidad del medio ambiente.

La dimensión de formulación estratégica tiene como resultados descriptivos que un 40.0% de los encuestados calificaron la formulación como buena y un 22.0% como muy buena, sumando un total de 62.0% de opiniones positivas, es decir la formulación estratégica tiene una aceptación general favorable, con una mayoría de las opiniones inclinadas hacia una valoración positiva. Sin embargo, existe un porcentaje significativo de evaluaciones regulares que sugiere que hay aspectos del



proceso de formulación que podrían mejorarse. En ese sentido se tiene la visión de que en un distrito de Chiclayo, sea un centro turístico que resalte y libere la identidad cultural de esta manera pueda promover de manera sostenible, A la luz de los resultados no coincide con Ríos (2020) un plan estratégico para promover posibles actividades turísticas, que se pueden desarrollar en el país y los residentes no tienen que buscar otros destinos fuera de la ciudad, considerando que muchas de estas actividades turísticas no tienen garantía de seguridad y las desventajas señaladas en las rutas.

Por otro lado, la dimensión lineamientos para aplicación del plan se obtiene que un 56% y 2% de las respuestas se distribuyen entre "Buena" y "Muy buena", mostrando que hay una mayoría que está conforme con los lineamientos actuales. Este panorama destaca la importancia de mejorar y posiblemente implementar los lineamientos para asegurar una aplicación más efectiva y satisfactoria del plan estratégico. Se considera que es necesario una coordinación interinstitucional con cada uno de los sectores estamentales del gobierno y como también la participación de empresas privadas, para que se pueda destinar un presupuesto específico en la ejecución de estrategias que puedan asegurar la sostenibilidad financiera de plan, también es necesario un adecuado monitoreo y evaluación de las acciones implementadas y sobre todo la comunicación para mantener a los actores involucrados durante el proceso de logros de plan.

No coincide con la investigación de Arelis (2023), se revela que existe una insuficiente gestión turística en el territorio, la gestión turística del municipio no genera planes de promoción y los residentes están esperando la estrategia de que se reactive el desarrollo Turístico Regional.

Con respecto a la dimensión lineamientos para posterior evaluación, se obtiene los resultados descriptivos que un 50% y 12% de los encuestados ven estos lineamientos como "Buena" o "Muy buena", lo que refleja una aceptación en una mayoría. Estos resultados señalan la necesidad de mejorar los métodos y criterios de evaluación para asegurar que proporcionen una medición fiable y relevante del impacto y éxito del plan estratégico. Se considera que se debe analizar una adecuada retroalimentación mejora continua con respecto al uso de las gestiones empresariales para poder identificar la mejora y ajustar a un mejor enfoque dichas estrategias.

Por otro lado, es muy necesario informar los resultados a corto y mediano plazo, para poder identificar los logros alcanzados en las áreas que se requiera una atención de emergencia, y por último es muy necesario en la revisión de plan estratégico cada 5 años a fin de que pueda ser adaptado a las nuevas tendencias del turismo. Igualmente, este trabajo guarda relación con los hallazgos Vásquez (2022) se concluyó que: La planificación local y el turismo se relacionan positivamente con el condado de Pasco y Municipios. Y así mismo coincidió el antecedente Torres (2023) que se debe brindar la mejor solución al problema concreto, cuya implantación es imprescindible en Valencia, se podrá organizar y distribuir actividades turísticas en la zona.

Se realiza la descripción de la variable identidad cultural, cuyos resultados fueron un 6% califica la integración como "Muy buena", estos resultados sugieren que, mientras que el plan estratégico hace avances en reconocer y utilizar la identidad cultural del distrito, hay espacio considerable para mejorar cómo estos elementos culturales se integran y se utilizan para potenciar la propuesta de valor del plan. Las Investigaciones previas han demostrado Bonilla (2023) como resultados que la localidad cuente con importantes fortalezas culturales, como su riqueza histórica, tradicional y patrimonial, así como una comunidad local comprometida con la promoción y preservación de su cultura.

Se desarrolla la dimensión étnica, cuyos resultados convergen que un 42% y 14% de las respuestas se agrupan en las categorías de "Buena" y "Muy buena", mostrando que una mayoría siente que el plan promueve una pertenencia positiva. Estos resultados sugieren la necesidad de revisar y fortalecer los aspectos del plan que pueden influir en el sentido de pertenencia, posiblemente enfocándose más en involucrar a la comunidad de manera más significativa y efectiva. Estos resultados se corroboran con Catalina (2020 ) determina si la promoción de los recursos turísticos culturales afecta al turismo cultural, porque se puede concluir que existe correlación entre las dos variables del estudio, por lo que creemos que todas las acciones deben estar encaminadas al desarrollo del país, fomentando suficientemente el componente cultural.

En la dimensión idioma, se realiza la descripción donde se obtiene que un 30%, califica el uso del idioma como "Buena", lo que indica que el lenguaje utilizado en el

plan es generalmente adecuado y accesible para la mayoría de los participantes. Un 46% de las respuestas se categorizan como "Muy buena", sugiriendo que el idioma utilizado es particularmente efectivo para algunos usuarios. Este resultado apunta a la importancia de incrementar y mejorar el idioma utilizado para asegurar que sea inclusivo y comprensible, facilitando así una mejor comunicación y entendimiento del plan estratégico. A la luz de los resultados coincide Salas & Hidalgo (2022) tomando en cuenta las herramientas de popularización de objetos turísticos, el estado de Esparza, con su propuesta de promoción de sitios naturales, culturales e históricos, fortalece el estatus de Esparza como destino turístico de promoción del estado.

En la dimensión gastronomía, se realiza la descripción donde se obtiene que un 54% de las respuestas calificando la dimensión gastronómica como "Buena" y un adicional 34% como "Muy buena", se puede concluir que la mayoría de los encuestados ven con buenos ojos cómo el plan maneja y promueve la gastronomía local, considerándola efectiva en valorar y destacar esta parte importante de la cultura del distrito. Los resultados de la investigación guardan estrecha concordancia con los estudios Saavedra (2018) ayudará a mejorar las actividades turísticas, introduciendo así vitalidad al todo el sector económico y optimizar el nivel de crecimiento económico local fortaleciendo el sector privado institucional y político para recibir apoyo de la industria turística, octavo recursos económicos y humanos para la gestión turística sostenible.

En la dimensión costumbre y tradiciones, se realiza la descripción donde se obtiene que un 40% califica esta integración como "Buena", reflejando una valoración positiva significativa, mientras que solo un 28% la considera "Muy buena". Estos resultados se potencia la inclusión de las costumbres y tradiciones locales para fortalecer la identidad cultural y aumentar la aceptación y efectividad del plan estratégico. Igualmente, este trabajo guarda relación con los hallazgos Samillan (2021) ya que extraerá datos de fuentes primarias, el programa es un área independiente en relación a los factores que lo conforman, ya sean internos o externos, las propuestas deben orientarse según sus necesidades y contexto.

En la dimensión símbolos y valores, se obtiene un 48% y 10% de las respuestas consideran la incorporación de símbolos como "Buena" y "Muy buena" indicando que la mayoría de los participantes perciben que el plan maneja

adecuadamente los símbolos culturales y los utiliza de manera efectiva para reforzar la identidad del distrito, mostrando un margen limitado de excelencia percibida. Estos resultados se corroboran con Burgos (2021) se concluye que existe una clara conexión directa entre la cultura turística de los empresarios y su desarrollo turístico, aquí, de acuerdo con la premisa, se realizan propuestas para fortalecer el desarrollo cultural y turístico del SHBP, y por supuesto existen beneficios económicos donde ayudan para mejorar la calidad de vida de los empresarios.

Mediante el plan estratégico, se centra en la unión, en igualdad de condiciones, para trabajar sobre la personalidad social y crear una mejora superior de la industria turística, ya que se inclina hacia la ejecución de una oferta superior de la industria turística, contemplando producir la mejor percepción para el vacacionista, desde el segundo en que se presenta en la región de Ayabaca, hasta su regreso; Por ello cada uno de los incluidos prioriza un aprendizaje social satisfactorio, así como crear estima en cada una de las piezas de la asistencia, como alojamientos, guías y administradores de visitas, transporte vecinal e interprovincial, cafetería y legado o destinos vacacionales.

La principal limitación de la revisión es la ausencia de exámenes en todo el mundo sobre la manera de hacer frente a los dos factores, estos han sido evaluados subjetivamente, un punto de vista que hizo difícil diferenciar los resultados; Todavía hay una falta en la escritura, sin embargo, realmente están de acuerdo en que un programa de ecoturismo es una opción decente para lograr la mejora de la industria de viajes en la región que requiere una extraordinaria responsabilidad entre todos los socios para enseñar y crear una conciencia ecoturística, por lo que la mejora de la industria de viajes sigue los límites de la administración natural y el mínimo efecto sobre las regiones de vacaciones en su preservación y seguridad; así como salvar las tradiciones y convicciones de la zona como un componente del legado y carácter social del número de habitantes como los principales defensores del legado vacacional y las personas que se benefician directamente y por implicación de las posiciones.

## V. CONCLUSIONES

1. El plan estratégico de promoción turística de un distrito, Chiclayo, se encontró en un nivel de 38.0% de los encuestados calificaron el plan como bueno y un 26.0% como muy bueno, sumando un total de 64.0% de opiniones positivas. Mientras la formulación estratégica un 40.0% de los encuestados calificaron la formulación como buena y un 22.0% como muy buena, sumando un total de 62.0% de opiniones positivas.
2. La identidad cultural de un distrito de Chiclayo se encontró en un nivel un 50% considera que la inclusión de la identidad cultural es "Buena", mostrando una apreciación positiva significativa pero no sobresaliente. Y un 6% califica la integración como "Muy buena", estos resultados sugieren que, mientras que la promoción turística hace avances en reconocer y utilizar la identidad cultural del distrito, hay espacio considerable para mejorar cómo estos elementos culturales se integran y se utilizan para potenciar la propuesta de valor del plan.
3. El nivel de la dimensión étnica resalta un 42% y 14% de las respuestas se agruparon en las categorías de "Buena" y "Muy buena", mostrando que una mayoría siente que el plan promueve una pertenencia positiva.
4. El nivel de la dimensión idioma resalto que un 46% de las respuestas se categorizan como "Muy buena", sugiriendo que el idioma utilizado es particularmente efectivo para algunos usuarios.
5. El nivel de dimensión gastronómica, con un 54% de las respuestas califico, la dimensión gastronómica como "Buena" y un adicional 34% como "Muy buena".
6. El nivel de dimensión costumbres y tradiciones detalla un 40% califico esta integración como "Buena", reflejando una valoración positiva significativa, mientras que solo un 28% la considera "Muy buena".

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda a la sub gerencia de turismo de un Distrito de Chiclayo, el de fomentar la participación de la población local turistas y actores claves, en el sector turístico para poder mejorar la percepción y el nivel de la identidad cultural.
2. Se recomienda a la sub gerencia de turismo de un Distrito de Chiclayo, el involucramiento de la comunidad local en los talleres participativos y grupos focales, para sí asegurar la escucha activa de las propuestas y sobre todo el mapeo cultural para identificar las culturas tangibles e intangibles.
3. Se recomienda a la autoridad de un Distrito de Chiclayo, implementar el plan estratégico donde se involucre a la comunidad local, para poder garantizar el cumplimiento de las necesidades y las aspiraciones de los interesados como también la promoción y el uso de la tecnología digital en las rutas turísticas.
4. Se recomienda a la sub gerencia de turismo de un Distrito de Chiclayo, el de organizar talleres y mesas de trabajo con expertos en turismo, cultura y desarrollo local con el fin de que se pueda presentar un plan y recibir una retroalimentación constructiva.
5. Se recomienda a la sub gerencia de turismo de un Distrito de Chiclayo, crear y oficializar un festival gastronómico, artesanal y cultural denominado “Lo Mejor de Mi Distrito”, estableciéndose dentro del aniversario, e integrándose así dentro del calendario turístico regional de Lambayeque.

## REFERENCIAS

- Alexandra, T. N. B. (s. f.). Plan comunicacional para la promoción de las actividades turísticas del cantón valencia, año 2023.
- Ana Cecilia Reyes Uribe (2019). Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo <https://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n32/1870-9036-eps-32-00009.pdf>
- Anda, I. a. s. de, Jiménez, G. C., & Martínez, e. e. v. (2019). Turismo e identidad en San Miguel de Allende, México. Cuadernos de Turismo, 44, Article 44. <https://doi.org/10.6018/turismo.44.404961>
- Arelis—Diseño de un plan de promoción turístico de la ciu.pdf. (s. f.). Recuperado 20 de abril de 2024, de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/5476/1/hoppe%20chara%20sady%20arelis.pdf>
- Bericat, E. (2016). ¿Qué es la cultura? (pp. 123-152).
- Bonilla—Estrategias para la diversificación de la oferta t.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de abril de 2024, de <https://repositorio.unicolmayor.edu.co/bitstream/handle/unicolmayor/6662/documento%20tg%20estephania.pdf?sequence=3&isallowed=y>
- Burgos—Tesis para optar el título de licenciado en admini.pdf. (s. f.). Recuperado 29 de abril de 2024, de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5174/1/tl\\_atocheburgosestefani.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5174/1/tl_atocheburgosestefani.pdf)
- Cabrejos Fernández, C. E. M. (2019). Apuntes históricos sobre Santa Rosa: Distrito pesquero de la Región Lambayeque en el norte del Perú. educare et comunicare: Revista de investigación de la Facultad de Humanidades, 7, 70-75. <https://doi.org/10.35383/educare.v7i1.228>

Cadena, C. E. C. (2020). Planeación: Concepto y modalidades. Carlos Ernesto Custodio Cadena.

Cap.4-Investigación cuantitativa y cualitativa.pdf. (s. f.). Recuperado 21 de mayo de 2024, de <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>

Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J. R., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención Primaria*, 31(8), 527-538. [https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/10.1016/S0212-6567(03)70728-8)

Castaño, L. G. (s. f.). Universidad externada de Colombia facultad de administración de empresas turísticas y hoteleras.

Catalina—2020—Trabajo de titulación previa la obtención del.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de abril de 2024, de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/940/1/360-%20pud%c3%81%20huertas%20jessica%20catalina.pdf>

Cepeda Ortega, J. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: El patrimonio y la educación. *Tabanque*, 31. <https://doi.org/10.24197/trp.31.2018.244-262>

Ceplan-pcd-directiva-general-de-planeamiento-estrategico-del-sinaplan.pdf. (2024). Recuperado 4 de mayo de 2024, de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6067526/5373394-directiva-001-2024-ceplan-pcd-directiva-general-de-planeamiento-estrategico-del-sinaplan.pdf?v=1710542241>

Flores, J., Carhuamaca, J., & Alcocer, M. (2021). Análisis del turismo sostenible en la provincia de Utcubamba, Amazonas-Perú. *Espí-ritu Emprendedor TES*, 5, 83-98. <https://doi.org/10.33970/eetes.v5.n3.2021.278>

Fuentes-Doria, d. d., Toscano-Hernández, a. e., Malvaceda-Espinoza, E., Ballesteros, j. I. d., & Pertuz, L. D. (2020). Metodología de la investigación: Conceptos,



herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables.  
<https://doi.org/10.18566/978-958-764-879-9>

Gabriel Jaime Arango Velásquez. (2019). Valor social de la educación y la cultura— Editorial EAFIT / Colecciones—Universidad eafit. Recuperado 24 de mayo de 2024, de <https://www.eafit.edu.co/cultura-eafit/fondo-editorial/colecciones/Paginas/valor-social-de-la-educacion.aspx>

Gómez, M. A. C. (2020). Aplicada a Profesionales de la Medicina y la Jurisprudencia.

González-Rodríguez, J. C., & Acevedo-Navas, C. (2021). Diagnóstico de riesgos en el sector turístico latinoamericano para el trienio 2020-2022. *Revista Científica General José María Córdova*, 19(34), 333-355.  
<https://doi.org/10.21830/19006586.677>

Gustavo Pastor. (2019). Estudio sobre la afirmación de la identidad nacional en el Perú.

Hernández Sampieri & Mendoza. (2018). Metodología de la Investigación Recuperado 28 de abril de 2024, de <https://epage.pub/doc/2018-metodologia-de-la-investigacion-hernandez-sampieri-mendoza-3ee77jnjx3>

Hurtado, T. P., & Castellanos, W. A. R. (2020). Identidad cultural y escuela: Tensiones entre la colonialidad y la resistencia. *Revista Brasileira de Educação de Jovens e Adultos*, 8, 1-17.

Instituto Peruano de Economía (2023) [Recuperar-niveles-de-turismo-receptivo-permitiria-crecer-hasta-3-en-el-2024-Informe-IPE-El-Comercio.pdf](https://www.ipe.org.pe/portal/wp-content/uploads/2023/08/2023-08-13-Recuperar-niveles-de-turismo-receptivo-permitiria-crecer-hasta-3-en-el-2024-Informe-IPE-El-Comercio.pdf). (s. f.). Recuperado 21 de abril de 2024, de <https://www.ipe.org.pe/portal/wp-content/uploads/2023/08/2023-08-13-Recuperar-niveles-de-turismo-receptivo-permitiria-crecer-hasta-3-en-el-2024-Informe-IPE-El-Comercio.pdf>

Lambayeque: Mincetur inicia encuentros con autoridades de la región para potenciar el turismo. (s. f.). Recuperado 21 de abril de 2024, de <https://elperuano.pe/noticia/203617-lambayeque-mincetur-inicia-encuentros-con-autoridades-de-la-region-para-potenciar-el-turismo>

Libro La estrategia emergente y la muerte del plan estratégico—9789584916211—Salazar Yusti, Alejandro—Librerías Crisol. (2020). Spain. Recuperado 22 de mayo de 2024, de <https://www.crisol.com.pe/libro-la-estrategia-emergente-y-la-muerte-del-plan-estrategico-9789584916211>

Lozano, A. (2002, septiembre 21). La planificación estratégica. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/la-planificacion-estrategica/>

Macedo—2020—Propuesta de un plan de promoción turística para L.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de abril de 2024, de [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7106/HOYOS\\_mv.pdf?sequence=1&isallowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7106/HOYOS_mv.pdf?sequence=1&isallowed=y)

Mego Saavedra, F. L. (2018). Modelo estratégico de turismo sostenible como motor de crecimiento económico de la provincia de Bagua-región Amazonas en el periodo 2019-2023. <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/2547>

Manterola, C., Quiroz, G., Salazar, P., & García, N. (2019). Metodología de los tipos y diseños de estudio más frecuentemente utilizados en investigación clínica. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30(1), 36-49. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2018.11.005>

Metodología-PsicologiaUDD-2-1.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de abril de 2024, de <https://psicologia.udd.cl/files/2021/04/Metodolog%C3%ADa-PsicologiaUDD-2-1.pdf>

ODS Objetivos de Desarrollo Sostenible | Pacto Mundial ONU · Pacto Mundial. (s. f.). Recuperado 21 de mayo de 2024, de <https://www.pactomundial.org/que-puedes-hacer-tu/ods/>

- Ova Ibeth Aramburu Bernuy. (2017). Planeamiento estratégico y productividad en los trabajadores administrativos de la Clínica Municipal de Santa Anita. Lima.
- Palacios Rodríguez, m. á. (2020a). Planeación Estratégica, instrumento funcional al interior de las organizaciones. *Revista Nacional de Administración*, 11(2). <https://doi.org/10.22458/rna.v11i2.2756>
- Palacios Rodríguez, M. Á. (2020b). Planeación Estratégica, instrumento funcional al interior de las organizaciones. *Revista Nacional de Administración*, 11(2). <https://doi.org/10.22458/rna.v11i2.2756>
- Pinzón, f. j. b. (s. f.). Teoría de planeación estratégica y teoría estratégica emergente: una revisión literaria.
- Proyecto-Promocion-Turistica-para-la-Reactivacion-del-Ecuador.pdf. (s. f.). Recuperado 21 de abril de 2024, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/02/Proyecto-Promocion-Turistica-para-la-Reactivacion-del-Ecuador.pdf>
- Quiroa, m. (2020, marzo 8). Planificación estratégica: Qué es y sus fases. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/planificacion-estrategica.html>
- Ríos, q.-l. (s. f.). Lc. msc casquete Muñoz Ramon Bolívar.
- Rios, r. e., & Molina, L. A. L. (2018). Los usos y costumbre del estado de Oaxaca y su impacto en el capital humano de las empresas turísticas de Bahías de Huatulco. *Investigaciones Turísticas*, 15, Article 15. <https://doi.org/10.14198/inturi2018.15.06>
- RRT\_Lambayeque\_Ano2022.pdf. (s. f.). Recuperado 21 de abril de 2024, de [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4383896/RRT\\_Lambayeque\\_Ano2022.pdf?v=1680646850](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4383896/RRT_Lambayeque_Ano2022.pdf?v=1680646850)

Salas &Hidalgo 2022. Recuperado 20 de abril de 2024, de <https://repositorio.unf.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b471effa-47d6-4d44-b222-4d10b8ee1cd5/content>

Samillan—Tesis para optar el título de licenciado en admini.pdf. (s. f.). Recuperado 29 de abril de 2024, de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3826/1/TL\\_HildaElizabethCubasSamillan.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3826/1/TL_HildaElizabethCubasSamillan.pdf)

Sucasaire, J. (2022). Orientaciones para la selección y el cálculo del tamaño de la muestra de investigación. Sucasaire Pilco, Jorge. <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/3096>

Vásquez—2022—Bach. Jherson Romario Toribio Ayala Bach. Iris Lor.pdf. (s. f.). Recuperado 28 de abril de 2024, de [http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/4058/1/T026\\_71606012\\_T.pdf](http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/4058/1/T026_71606012_T.pdf)

Yeh, (2020): Estrategia de recuperación del turismo ante la pandemia de Covid-19.... - Google Académico. (s. f.). Recuperado 21 de abril de 2024, de [https://scholar.google.com/scholar\\_lookup?journal=Tourism+Recreation+Research&title=Tourism+recovery+strategy+against+Covid-19+pandemic&author=S.-S.+Yeh&publication\\_year=2020&pages=1-7=gs\\_cit&t=1713675994876&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3A%3AxkYXppzpl0J%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3](https://scholar.google.com/scholar_lookup?journal=Tourism+Recreation+Research&title=Tourism+recovery+strategy+against+Covid-19+pandemic&author=S.-S.+Yeh&publication_year=2020&pages=1-7=gs_cit&t=1713675994876&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3A%3AxkYXppzpl0J%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3) Des

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	ENFOQUE/ TIPO/ DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA
Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito, Chiclayo	¿De qué manera un plan estratégico de promoción turística permitirá mejorar la identidad cultural de un distrito de Chiclayo?	<p><b>General:</b></p> <p>Proponer un plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural en una municipalidad del distrito de Chiclayo.</p> <p><b>Específicos:</b></p> <p>a) Medir el nivel de Identidad Cultural y la promoción turística en un distrito, Chiclayo;</p>	<p><b>Independiente.</b></p> <p>Plan estratégico</p>	<p>Visión</p> <p>Misión</p> <p>Objetivos</p> <p>FODA</p>	<p>Tipo: básica</p> <p>Enfoque: cuantitativo</p> <p>Nivel: descriptivo</p> <p>Diseño: no experimental - transversal</p>	<p><b>Población. -</b></p> <p>Institución de pescadores artesanales <b>10</b></p> <p>Institución de Artesanos <b>10</b></p>

		<p>b) Conocer el nivel de identidad cultural en un distrito de Chiclayo.</p> <p>c) Diseñar un plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural en un distrito de Chiclayo.</p> <p>d) Validar por expertos el plan estratégico de promoción turística, para la identidad cultural en un distrito de Chiclayo.</p>	<p><b>Dependiente. -</b> Identidad Cultural</p>	<p>Vínculo con el grupo social y étnico de la tradición andina.</p> <p>Identidad con el idioma de la tradición andina.</p> <p>Identificación, gusto y preferencia por la gastronomía.</p> <p>Identidad con las diversas tradiciones costumbres</p>		<p>Institución de Caballitos de totora. <b>10</b></p> <p>Representantes de diferentes restaurantes <b>10</b></p> <p>Representante Municipalidad <b>10</b></p> <p><b>Muestra. - 50</b></p>
--	--	--	---	--	--	---

## Anexo N° 2: Matriz de Operacionalización

Variables de estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Plan Estratégico	Quiroa (2020) La planificación estratégica es una herramienta utilizada por las empresas como un proceso sistemático para desarrollar e implementar planes para lograr los objetivos establecidos.	Es el resultado de un proceso complejo, para lograr un determinado objetivo.	Formulación estratégica  Lineamientos para aplicación del plan  Lineamientos para posterior evaluación	Visión  Misión  Objetivos  FODA	Escala de Likert  1: Muy Mala, 2: Mala, 3: Regular, 4: Buena, 5: Muy buena.
Identidad Cultural	Hurtado & Castellanos (2020) la identidad cultural por otra parte representa un elemento integral de un grupo social que permite a los individuos desarrollarse, su identidad y pertenencia está completamente ligada a la cultura material y a la cultura espiritual de la colectividad.	Identificación de determinados grupos ligados a sus diferentes culturas y costumbres.	Étnica  Idioma  Gastronómica  Costumbres y Tradiciones  Símbolos y valores	Vínculo con el grupo social y étnico de la tradición andina.  Identidad con el idioma de la tradición andina.  Identificación, gusto y preferencia por la gastronomía.  Identidad con las diversas tradiciones costumbres.	Escala de Likert  1: Muy Mala, 2: Mala, 3: Regular, 4: Buena, 5: Muy buena.

### Anexo 3. Instrumentos de recolección de datos

#### Cuestionario para la variable: Plan estratégico

##### Datos informativos

Género:  M  F

Distrito ..... Ocupación .....

<b>I. DATOS GENERALES</b>							
Se recomienda leer detenidamente las preguntas y seleccionar la alternativa que considere correcta, cabe mencionar que los datos obtenidos serán utilizados únicamente con fines académicos.							
<b>1: Muy Mala, 2: Mala, 3: Regular, 4: Buena, 5: Muy buena.</b>							
<b>PREGUNTA POR DIMENSIONES</b>			<b>CALIFICACIÓN</b>				
<b>Formulacion estrategica</b>			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1. ¿Existe un plan estratégico de promoción turística distrital al interior del gobierno local de un distrito de Chiclayo?							
2. ¿Conoce usted, la misión y visión de la entidad?							
3. ¿Los objetivos y metas del gobierno local están en función a los procesos de la planificación estratégica?							
4. ¿Si califica la implementación de un plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito de Chiclayo?							
5. ¿Existe un adecuado desarrollo de promoción turística del distrito en la municipalidad de un distrito de Chiclayo?							
6. ¿Cuál es la perspectiva actual y futura hacia el turismo en el Municipio de un distrito de Chiclayo?							
7. ¿Existe un adecuado desarrollo de promoción turística en la municipalidad de un distrito de Chiclayo?							
8. ¿La gestión municipal está comprometida con el desarrollo turístico del distrito?							



9. ¿Considera usted que las estrategias de promoción turística se involucran en la participación de los trabajadores?					
10. ¿Se cuenta con un plan estratégico de turismo para alcanzar objetivos y metas?					
11. ¿Se difunden los proyectos que este trabajando la municipalidad para mejorar la promoción turística de un distrito de Chiclayo?					
12. ¿Considera usted que los elementos de un plan estratégico están involucrados en la gestión municipal de un distrito de Chiclayo?					
<b>Lineamientos para aplicación del plan</b>					
13. ¿La gestión municipal prioriza actividades turísticas en un distrito de Chiclayo?					
14. ¿La gestión municipal ha elaborado un calendario turístico en un distrito de Chiclayo?					
15. ¿Conoce usted algún plan de acción que ayude a fortalecer la planificación de estrategias en el turismo de un distrito de Chiclayo?					
16. ¿Qué participación tiene el gobierno municipal en el desarrollo de estrategias a largo plazo?					
17. ¿Considera usted que la gestión municipal prioriza la ventaja competitiva en las diferentes actividades turísticas de un distrito de Chiclayo?					
<b>Lineamientos para posterior evaluación</b>					
18. ¿El área de turismo cuenta con un plan de seguimiento en los diferentes atractivos turísticos?					
19. ¿El gobierno municipal está interesado en lanzar una imagen turística a través del área usuaria para de esta manera promocionar el turismo de un distrito de Chiclayo?					
20. ¿La municipalidad destina algún presupuesto al área usuaria para fortalecer la promoción turística de un distrito de Chiclayo?					
21. ¿Existe un plan de trabajo adecuado y competente por parte del personal municipal para atender las consultas sobre servicios turísticos para la población de un distrito de Chiclayo?					



<b>Costumbres y tradiciones</b>					
10. ¿En los eventos o festividades locales se promociona la vestimenta tradicional de los pobladores?					
11. ¿La gestión municipal está comprometido a rescatar la danza de los gigantes?					
12. ¿Se valora las costumbres y festividades culturales?					
13. ¿Conoce el significado de la festividad?					
14. ¿La población muestra actitudes de acogida en eventos o festividades?					
15. ¿Suele participar de la fiesta patronal?					
16. ¿Disfruta usted de la presentación artística de bailes culturales?					
<b>Símbolos</b>					
17. ¿Considera usted que el principal símbolo es el caballito de totora?					
18. ¿Conoce usted los colores del símbolo de la bandera?					
19. ¿Considera usted que el barco Limarí es un símbolo de fortaleza para los pobladores?					
20. ¿Conoce usted algún proyecto que este trabajando la gestión municipal con los símbolos que identifican ?					

## Anexo 4. Validación de instrumentos

### CARTA A LOS JUECES EXPERTOS

Sr. (a): JOSIP IBRAHIN MEJÍA DIAZ

Presente

Asunto: Validación de contenido de instrumento

Me es grato dirigirme a usted para expresarle un saludo cordial, así mismo, informarle que, como parte del desarrollo de la tesis de la Maestría en Gestión de los servicios de la salud, de la Universidad César Vallejo, sede Chiclayo.

El título del proyecto de investigación es: "Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito, Chiclayo" Por lo expuesto, con la finalidad de darle rigor científico necesario, se requiere la validación de dichos instrumentos a través de la evaluación de Juicio de Expertos. Es por ello, que solicito su participación como juez, apelando su trayectoria y reconocimiento como docente universitario y profesional.

Hago llegar lo siguiente:

- Ficha de validación de contenido para un instrumento.
- Matriz de validación del cuestionario.
- Ficha de validación de juicio de experto.

Agradeciendo por anticipado su colaboración y aporte en la presente me despido de usted, no sin antes expresarle los sentimientos de consideración y estima personal

Atentamente



---

Jhons Francis Bernal Ramon  
DNI: 45795288

**FICHA DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO PARA UN INSTRUMENTO**

**INSTRUCCIÓN:** A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: **“Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito, Chiclayo”**. Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

<b>Criterios</b>	<b>Detalle</b>	<b>Calificación</b>
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

*Nota.* Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO**

**Plan estratégico.** Planificación estratégica es una herramienta utilizada por las empresas como un proceso sistemático para desarrollar e implementar planes para lograr los objetivos establecido Quiroa (2020)

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Formulación estratégica	Visión Misión Objetivo FODA	Existe un plan estratégico de promoción turística distrital al interior del gobierno local de Santa Rosa	1	1	1	1	
		Conoce usted, la misión y visión de la entidad.	1	1	1	1	
		Los objetivos y metas del gobierno local están en función a Los procesos de la planificación estratégica.	1	1	1	1	
		Si califica la implementación de un plan estratégico de promoción turística para el distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Cuál es la perspectiva actual y futura hacia el turismo en el Municipio de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Existe un adecuado desarrollo de promoción turística del distrito en la municipalidad de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		La gestión municipal está comprometida con el desarrollo turístico del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Considera usted que las estrategias de promoción turística se involucran en la participación de los trabajadores.	1	1	1	1	
		Se cuenta con un plan estratégico de turismo para alcanzar metas y objetivos	1	1	1	1	
		Se difunden los proyectos que este trabajando la municipalidad para mejorar la promoción turística del distrito de Santa Rosa	1	1	1	1	

		Considera usted que los elementos de un plan estratégico están involucrados en la gestión municipal de Santa Rosa.	1	1	1	1	
Lineamientos para aplicación del plan.	PEST Diamante de Porter	La gestión municipal prioriza actividades turísticas en el distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		La gestión municipal ha elaborado un calendario turístico en el distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Conoce usted algún plan de acción que ayude a fortalecer la planificación de estrategias en el turismo de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Qué participación tuvo el gobierno Municipal en el desarrollo de estrategias a largo plazo.	1	1	1	1	
		Considera usted que la gestión municipal prioriza la ventaja competitiva en las diferentes actividades turísticas del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
Lineamientos para posterior evaluación.	Áreas de aplicación Personal a cargo.	El área de turismo cuenta con un plan de seguimiento en los diferentes atractivos turísticos.	1	1	1	1	
		La municipalidad destina algún presupuesto al área usuaria para fortalecer la promoción turística del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		El Gobierno Municipal está interesado en lanzar una imagen turística a través del área usuaria para de esta manera promocionar el turismo de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Existe un plan de trabajo adecuado y competente por parte del personal municipal para atender las consultas sobre servicios turísticos para la población	1	1	1	1	

**Opinión de aplicabilidad:**      Aplicable [ X ]      Anlicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]



Yosip Ibrahim Mejia Diaz  
DNI 17632352

**Identidad Cultural.** La identidad cultural por otra parte representa un elemento integral de un grupo social que permite a los individuos desarrollarse, su identidad y pertenencia está completamente ligada a la cultura material y a la cultura espiritual de la colectividad Hurtado & Castellanos (2020)

Dimensión	Indicador	Item	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Pertenencia	Vínculo con el grupo social y étnico de la tradición andina	Existe sentido de pertenencia en la identidad cultural de los pobladores del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Considera que la municipalidad gestiona la conservación de la identidad cultural de sus pobladores de Santa Rosa.	1	1	1	1	
Idioma	Identidad con el idioma de la tradición andina	Se identifica usted con la lengua muchik de su distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Usted ha participado de alguna actividad cultural del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
Gastronómico	Identificación, gusto y preferencia por la gastronomía	Se identifica con los platos tradicionales de los pobladores de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Considera usted que el principal plato es el chilcano de pescado del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		se gestiona la conservación de los platos tradicionales de los pobladores de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Se gestiona el desarrollo de actividades gastronómicas en Santa Rosa	1	1	1	1	
Costumbres y tradiciones	Identidad con las diversas tradiciones costumbres.	En los eventos o festividades locales se promociona la vestimenta tradicional de los pobladores de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		La gestión municipal está comprometido a rescatar la danza de los gigantes de Santa Rosa	1	1	1	1	
		Se valora las costumbres y	1	1	1	1	
		Conoce el significado de la festividad de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		La población de Santa Rosa muestra actitudes de acogida en eventos o festividades	1	1	1	1	
		Suele participar de la fiesta patronal del Santa Rosa	1	1	1	1	
		Disfruta usted de la presentación artística de bailes culturales de Santa Rosa	1	1	1	1	
Símbolo	Identidad con los diversos símbolos	Considera usted que el principal símbolo es el caballito de totora en Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Conoce usted los colores del símbolo de la bandera de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Considera usted que el barco el Limarí es un símbolo de fortaleza para los pobladores de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Conoce usted algún proyecto que este trabajando la gestión municipal con los símbolos que identifican a Santa Rosa.	1	1	1	1	

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable [ X ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]



Yosip Ibrahin Mejia Diaz  
DNI 17632352

### FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	Cuestionario para medir propuesta de un plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito
Objetivo del instrumento	Proponer un plan estratégico de promoción turística que permita fortalecer la identidad cultural
Nombres y apellidos del experto	Yosip Ibrahin Mejia Diaz
Documento de identidad	17632352
Años de experiencia en el área	10 años
Máximo Grado Académico	Doctor
Nacionalidad	Peruano
Institución	MINSA
Cargo	Ejecutivo Adjunto
Número telefónico	950002653
FIRMA	
ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0003-3257-1003">https://orcid.org/0000-0003-3257-1003</a>
Fecha	11/06/2024





PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de  
Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e  
Información Universitaria y  
Registro de Grados y Títulos

## CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

### INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	MEJIA DIAZ
Nombres	YOSIP IBRAHIN
Tipo de Documento de Identidad	DNI
Numero de Documento de Identidad	17632352

### INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.
Rector	TANTALEAN RODRIGUEZ JEANNETTE CECILIA
Secretario General	LOMPARTE ROSALES ROSA JULIANA
Director	PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL

### INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	DOCTOR
Denominación	DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD
Fecha de Expedición	17/10/22
Resolución/Acta	0612-2022-UCV
Diploma	052-176283
Fecha Matrícula	02/09/2019
Fecha Egreso	31/08/2022

Fecha de emisión de la constancia:  
14 de Julio de 2024



CÓDIGO VIRTUAL 6001989603



Firmado digitalmente por:  
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACIÓN  
SUPERIOR UNIVERSITARIA  
Motivo: Servidor de  
Agente automatizado.  
Fecha: 14/07/2024 13:54:40-0500

ROLANDO RUIZ LLATANCE  
EJECUTIVO

Unidad de Registro de Grados y Títulos  
Superintendencia Nacional de Educación  
Superior Universitaria - Sunedu

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu ([www.sunedu.gob.pe](http://www.sunedu.gob.pe)), utilizando lectores de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(\*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

## CARTA A LOS JUECES EXPERTOS

DR. JHON WILIAN MALCA SAAVEDRA

Presente

Asunto: Validación de contenido de instrumento

Me es grato dirigirme a usted para expresarle un saludo cordial, así mismo, informarle que, como parte del desarrollo de la tesis de la Maestría en Gestión de los servicios de la salud, de la Universidad César Vallejo, sede Chiclayo.

El título del proyecto de investigación es: "Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito, Chiclayo" Por lo expuesto, con la finalidad de darle rigor científico necesario, se requiere la validación de dichos instrumentos a través de la evaluación de Juicio de Expertos. Es por ello, que solicito su participación como juez, apelando su trayectoria y reconocimiento como docente universitario y profesional.

Hago llegar lo siguiente:

- Ficha de validación de contenido para un instrumento.
- Matriz de validación del cuestionario.
- Ficha de validación de juicio de experto.

Agradeciendo por anticipado su colaboración y aporte en la presente me despido de usted, no sin antes expresarle los sentimientos de consideración y estima personal

Atentamente

---

Jhons Francis Bernal Ramon  
DNI: 45795288

**FICHA DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO PARA UN INSTRUMENTO**

**INSTRUCCIÓN:** A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: **“Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito, Chiclayo”**. Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

<b>Criterios</b>	<b>Detalle</b>	<b>Calificación</b>
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

*Nota.* Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO**

**Plan estratégico.** Planificación estratégica es una herramienta utilizada por las empresas como un proceso sistemático para desarrollar e implementar planes para lograr los objetivos establecido Quiroa (2020)

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Formulación estratégica	Visión Misión Objetivo FODA	Existe un plan estratégico de promoción turística distrital al interior del gobierno local de Santa Rosa	1	1	1	1	
		Conoce usted, la misión y visión de la entidad.	1	1	1	1	
		Los objetivos y metas del gobierno local están en función a Los procesos de la planificación estratégica.	1	1	1	1	
		Si califica la implementación de un plan estratégico de promoción turística para el distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Cuál es la perspectiva actual y futura hacia el turismo en el Municipio de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Existe un adecuado desarrollo de promoción turística del distrito en la municipalidad de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		La gestión municipal está comprometida con el desarrollo turístico del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Considera usted que las estrategias de promoción turística se involucran en la	1	1	1	1	

		participación de los trabajadores.					
		Se cuenta con un plan estratégico de turismo para alcanzar metas y objetivos	1	1	1	1	
		Se difunden los proyectos que este trabajando la municipalidad para mejorar la promoción turística del distrito de Santa Rosa	1	1	1	1	
		Considera usted que los elementos de un plan estratégico están involucrados en la gestión municipal de Santa Rosa,	1	1	1	1	
Lineamientos para aplicación del plan.	PEST Diamante de Porter	La gestión municipal prioriza actividades turísticas en el distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		La gestión municipal ha elaborado un calendario turístico en el distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Conoce usted algún plan de acción que ayude a fortalecer la planificación de estrategias en el turismo de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Qué participación tuvo el gobierno Municipal en el desarrollo de estrategias a largo plazo.	1	1	1	1	
		Considera usted que la gestión municipal prioriza la ventaja competitiva en las	1	1	1	1	

		diferentes actividades turísticas del distrito de Santa Rosa.					
Lineamientos para posterior evaluación.	Áreas de aplicación  Personal a cargo.	El área de turismo cuenta con un plan de seguimiento en los diferentes atractivos turísticos.	1	1	1	1	
		La municipalidad destina algún presupuesto al área usuaria para fortalecer la promoción turística del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		El Gobierno Municipal está interesado en lanzar una imagen turística a través del área usuaria para de esta manera promocionar el turismo de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Existe un plan de trabajo adecuado y competente por parte del personal municipal para atender las consultas sobre servicios turísticos para la población	1	1	1	1	

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [ x ]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Jhon Wilian Malca Saavedra

**Identidad Cultural.**La identidad cultural por otra parte representa un elemento integral de un grupo social que permite a los individuos desarrollarse, su identidad y pertenencia está completamente ligada a la cultura material y a la cultura espiritual de la colectividad Hurtado & Castellanos (2020)

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Pertenencia	Vínculo con el grupo social y étnico de la tradición andina	Existe sentido de pertenencia en la identidad cultural de los pobladores del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Considera que la municipalidad gestiona la conservación de la identidad cultural de sus pobladores de Santa Rosa.	1	1	1	1	
Idioma	Identidad con el idioma de la tradición andina	Se identifica usted con la lengua muchik de su distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Usted ha participado de alguna actividad cultural del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
Gastronómico	Identificación, gusto y preferencia por la gastronomía	Se identifica con los platos tradicionales de los pobladores de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Considera usted que el principal plato es el chilcano de pescado del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	

		se gestiona la conservación de los platos tradicionales de los pobladores de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Se gestiona el desarrollo de actividades gastronómicas en Santa Rosa	1	1	1	1	
Costumbres y tradiciones	Identidad con las diversas tradiciones costumbres.	En los eventos o festividades locales se promociona la vestimenta tradicional de los pobladores de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		La gestión municipal está comprometido a rescatar la danza de los gigantes de Santa Rosa	1	1	1	1	
		Se valora las costumbres y festividades culturales en Santa Rosa	1	1	1	1	
		Conoce el significado de la festividad de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		La población de Santa Rosa muestra actitudes de acogida en eventos o festividades	1	1	1	1	
		Suele participar de la fiesta patronal del Santa Rosa	1	1	1	1	
		Disfruta usted de la presentación artística de bailes culturales de Santa Rosa	1	1	1	1	

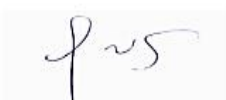
Símbolo	Identidad con los diversos símbolos	Considera usted que el principal símbolo es el caballito de totora en Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Conoce usted los colores del símbolo de la bandera de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Considera usted que el barco el Limarí es un símbolo de fortaleza para los pobladores de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Conoce usted algún proyecto que este trabajando la gestión municipal con los símbolos que identifican a Santa Rosa.	1	1	1	1	

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [ x ]

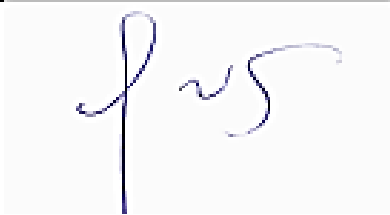
Aplicable después de corregir [ ]

No aplicable [ ]



Jhon Wilian Malca Saavedra

**FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO**

Nombre del instrumento	Cuestionario para medir propuesta de un plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito
Objetivo del instrumento	Proponer un plan estratégico de promoción turística que permita fortalecer la identidad cultural
Nombres y apellidos del experto	Jhon Wilian Malca Saavedra
Documento de identidad	16788917
Años de experiencia en el área	17 años
Máximo Grado Académico	Dr. Gestión Pública y Gobernabilidad
Nacionalidad	Peruana
Institución	UCV – AMC TAX&Legal
Cargo	Docente Posgrado – Director Legal e Impuestos
Número telefónico	943248748
FIRMA	
ORCID	0000000287514412
Fecha	18/06/2024



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

## CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

### INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	MALCA SAAVEDRA
Nombres	JHON WILLIAN
Tipo de Documento de Identidad	DNI
Numero de Documento de Identidad	16788917

### INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO
Rector	LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION
Secretario General	SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL
Director	PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL

### INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	DOCTOR
Denominación	DOCTOR EN GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD
Fecha de Expedición	09/04/18
Resolución/Acta	0093-2018-UCV
Diploma	052-031842
Fecha Matricula	05/01/2015
Fecha Egreso	31/12/2016

Fecha de emisión de la constancia:  
14 de Julio de 2024



CÓDIGO VIRTUAL 6001909850



Firmado digitalmente por:  
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACION  
SUPERIOR UNIVERSITARIA  
Motivo: Servidor de  
Agente automatizado.  
Fecha: 14/07/2024 15:15:04-0500

ROLANDO RUIZ LLATANCE

EJECUTIVO

Unidad de Registro de Grados y Títulos  
Superintendencia Nacional de Educación  
Superior Universitaria - Sunedu

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu ([www.sunedu.gob.pe](http://www.sunedu.gob.pe)), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2006-PCM.

(\*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.



**CARTA A LOS JUECES EXPERTOS**

**Mgt. Carla Cecilia Chafloque Farfán**

Presente

**Asunto:** Validación de contenido de instrumento

Me es grato dirigirme a usted para expresarle un saludo cordial, así mismo, informarle que, como parte del desarrollo de la tesis de la Maestría en Gestión de los servicios de la salud, de la Universidad César Vallejo, sede Chiclayo.

El título del proyecto de investigación es: "Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito, Chiclayo" Por lo expuesto, con la finalidad de darle rigor científico necesario, se requiere la validación de dichos instrumentos a través de la evaluación de Juicio de Expertos. Es por ello, que solicito su participación como juez, apelando su trayectoria y reconocimiento como docente universitario y profesional.

Hago llegar lo siguiente:

- Ficha de validación de contenido para un instrumento.
- Matriz de validación del cuestionario.
- Ficha de validación de juicio de experto.

Agradeciendo por anticipado su colaboración y aporte en la presente me despido de usted, no sin antes expresarle los sentimientos de consideración y estima personal

Atentamente



---

Jhons Francis Bernal Ramon  
DNI: 45795288

**FICHA DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO PARA UN INSTRUMENTO**

**INSTRUCCIÓN:** A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: “Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito, Chiclayo”. Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

<b>Criterios</b>	<b>Detalle</b>	<b>Calificación</b>
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

*Nota.* Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO**

**Plan estratégico.** Planificación estratégica es una herramienta utilizada por las empresas como un proceso sistemático para desarrollar e implementar planes para lograr los objetivos establecido Quiroa (2020)

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Formulación estratégica	Visión Misión Objetivo FODA	Existe un plan estratégico de promoción turística distrital al interior del gobierno local de Santa Rosa	1	1	1	1	
		Conoce usted, la misión y visión de la entidad.	1	1	1	1	
		Los objetivos y metas del gobierno local están en función a los procesos de la planificación estratégica.	1	1	1	1	
		Si califica la implementación de un plan estratégico de promoción turística para el distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Cuál es la perspectiva actual y futura hacia el turismo en el Municipio de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Existe un adecuado desarrollo de promoción turística del distrito en la municipalidad de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		La gestión municipal está comprometida con el desarrollo turístico del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
Considera usted que las estrategias de promoción turística se involucran en la participación de los trabajadores.	1	1	1	1			

		Se cuenta con un plan estratégico de turismo para alcanzar metas y objetivos	1	1	1	1	
		Se difunden los proyectos que este trabajando la municipalidad para mejorar la promoción turística del distrito de Santa Rosa	1	1	1	1	
		Considera usted que los elementos de un plan estratégico están involucrados en la gestión municipal de Santa Rosa,	1	1	1	1	
Lineamientos para aplicación del plan.	PEST Diamante de Porter	La gestión municipal prioriza actividades turísticas en el distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		La gestión municipal ha elaborado un calendario turístico en el distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Conoce usted algún plan de acción que ayude a fortalecer la planificación de estrategias en el turismo de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Qué participación tuvo el gobierno Municipal en el desarrollo de estrategias a largo plazo.	1	1	1	1	
		Considera usted que la gestión municipal prioriza la ventaja competitiva en las diferentes actividades turísticas del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	

Lineamientos para posterior evaluación.	Áreas de aplicación  Personal a cargo.	El área de turismo cuenta con un plan de seguimiento en los diferentes atractivos turísticos.	1	1	1	1	
		La municipalidad destina algún presupuesto al área usuaria para fortalecer la promoción turística del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		El Gobierno Municipal está interesado en lanzar una imagen turística a través del área usuaria para de esta manera promocionar el turismo de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Existe un plan de trabajo adecuado y competente por parte del personal municipal para atender las consultas sobre servicios turísticos para la población	1	1	1	1	

Opinión de aplicabilidad:           Aplicable [ X]           Aplicable después de corregir [ ]           No aplicable [ ]

  
 Carlos César Chacloque Parfía  
 INSTR. EN GESTIÓN PÚBLICA  
 CUAL. N° 12001

**Identidad Cultural.** La identidad cultural por otra parte representa un elemento integral de un grupo social que permite a los individuos desarrollarse, su identidad y pertenencia está completamente ligada a la cultura material y a la cultura espiritual de la colectividad Hurtado & Castellanos (2020)

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Pertenencia	Vínculo con el grupo social y étnico de la tradición andina	Existe sentido de pertenencia en la identidad cultural de los pobladores del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Considera que la municipalidad gestiona la conservación de la identidad cultural de sus pobladores de Santa Rosa.	1	1	1	1	
Idioma	Identidad con el idioma de la tradición andina	Se identifica usted con la lengua muchik de su distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Usted ha participado de alguna actividad cultural del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
Gastronómico	Identificación, gusto y preferencia por la gastronomía	Se identifica con los platos tradicionales de los pobladores de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Considera usted que el principal plato es el chilcano de pescado del distrito de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		se gestiona la conservación de los platos	1	1	1	1	

		tradicionales de los pobladores de Santa Rosa.					
		Se gestiona el desarrollo de actividades gastronómicas en Santa Rosa	1	1	1	1	
Costumbres y tradiciones	Identidad con las diversas tradiciones costumbres.	En los eventos o festividades locales se promociona la vestimenta tradicional de los pobladores de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		La gestión municipal está comprometido a rescatar la danza de los gigantes de Santa Rosa	1	1	1	1	
		Se valora las costumbres y festividades culturales en Santa Rosa	1	1	1	1	
		Conoce el significado de la festividad de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		La población de Santa Rosa muestra actitudes de acogida en eventos o festividades	1	1	1	1	
		Suele participar de la fiesta patronal del Santa Rosa	1	1	1	1	
		Disfruta usted de la presentación artística de bailes culturales de Santa Rosa	1	1	1	1	

Símbolo	Identidad con los diversos símbolos	Considera usted que el principal símbolo es el caballito de totora en Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Conoce usted los colores del símbolo de la bandera de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Considera usted que el barco el Limarí es un símbolo de fortaleza para los pobladores de Santa Rosa.	1	1	1	1	
		Conoce usted algún proyecto que este trabajando la gestión municipal con los símbolos que identifican a Santa Rosa.	1	1	1	1	

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [ X ]


Aplicable después de corregir [ ]

No aplicable [ ]

  
 Corina Cecilia Chacabuco Farfán  
 DISTR. DE GESTIÓN PÚBLICA  
 CLAVE: 12089



FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	Cuestionario para medir propuesta de un plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito
Objetivo del instrumento	Proponer un plan estratégico de promoción turística que permita fortalecer la identidad cultural
Nombres y apellidos del experto	Carla Cecilia Chafloque Farfán
Documento de identidad	46883927
Años de experiencia en el Área Gestión Pública	10 años
Máximo Grado Académico	Magister en gestión pública
Nacionalidad	Peruana
Institución	Hospital Regional Lambayeque
Cargo	Docente de posgrado
Número telefónico	
FIRMA	 Carla Cecilia Chafloque Farfán MSTR. EN GESTIÓN PÚBLICA CLAD N° 1298
ORCID	
Fecha	11/06/2024



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

## CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

### INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	CHAFLOQUE FARFAN
Nombres	CARLA CECILIA
Tipo de Documento de Identidad	DNI
Numero de Documento de Identidad	46883927

### INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO
Rector	LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION
Secretario General	SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL
Director	PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL

### INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	MAESTRO
Denominación	MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA
Fecha de Expedición	07/12/17
Resolución/Acta	0366-2017-UCV
Diploma	052-021188
Fecha Matricula	23/04/2016
Fecha Egreso	16/09/2017

Fecha de emisión de la constancia:  
14 de Julio de 2024



CÓDIGO VIRTUAL 001990276



ROLANDO RUIZ LLATANCE  
EJECUTIVO  
Unidad de Registro de Grados y Títulos  
Superintendencia Nacional de Educación  
Superior Universitaria - Sunedu

Firmado digitalmente por:  
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACIÓN  
SUPERIOR UNIVERSITARIA  
Motivo: Servidor de  
Agente automatizado.  
Fecha: 14/07/2024 23:53:15-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu ([www.sunedu.gob.pe](http://www.sunedu.gob.pe)), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(\*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

## Anexo 4. Confiabilidad de los instrumentos

### Base de datos de la prueba piloto – Plan Estratégico

	Íte m 1	Íte m 2	Íte m 3	Íte m 4	Íte m 5	Íte m 6	Íte m 7	Íte m 8	Íte m 9	Íte m 10	Íte m 11	Íte m 12	Íte m 13	Íte m 14	Íte m 15	Íte m 16	Íte m 17	Íte m 18	Íte m 19	Íte m 20
1	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	2	3	2	4
2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
3	2	3	3	3	2	3	4	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2
4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	4
5	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3
6	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
7	2	3	3	3	2	3	4	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2
8	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	4
9	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3
10	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3



**Puntuación de Alfa de Cronbach – Prueba piloto**  
**Confiabilidad de Cronbach del instrumento Plan Estratégico**

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	15	100.0
	Excluido	0	.0
	Total	15	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
.946	20

La confiabilidad en el instrumento plan estratégico salió el valor 0,946 el cual se interpreta que tiene la consistencia interna de excelente, es decir que el cuestionario puede ser aplicado con éxito en la presente investigación.

## Confiabilidad de Cronbach del instrumento identidad cultural

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100.0
	Excluido	0	.0
	Total	15	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.922	21

La confiabilidad en el instrumento de identidad cultural salió el valor 0,922 el cual se interpreta que tiene la consistencia interna de excelente, es decir que el cuestionario puede ser aplicado con éxito en la presente investigación.

## Anexo 05 Fotografía

Coordinación con funcionarios para la realización de la encuesta



## Anexo Nº 6

### 1. PROPUESTA DE SOLUCIÓN

OE3.- Diseñar un plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural en un distrito, Chiclayo 2024

En el presente capítulo de la descripción de la propuesta integral, corresponde a un Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito de Chiclayo que fortalezca la identidad cultural, teniendo en cuenta que un distrito de Chiclayo cuenta con valoradas costumbres durante años arraigados en el distrito, como cultura, artesanía, gastronomía, tejidos, danzas, que se busca mantener en el tiempo en fechas de celebración durante el mes central del mes de agosto, acentuando la fecha tan importante del aniversario del distrito, programa principal para lograr la integración social estimulada por la entidad Municipal.

Objetivos y metas	Indicadores	Herramientas	Responsable	Fuentes de información	Periodicidad
Objetivo 1: Posicionar la artesanía, gastronomía, danzas y/o estampas típicas culturales a nivel local, regional y nacional, a través del Festival Gastronómico Artesanal y Cultural "Lo Mejor de mi Distrito"	Número de visitantes: 1200.  Nivel de satisfacción : muy buena.	Libro de registro de visitas  Encuesta	Área usuaria: Turismo de la Municipalidad Distrital.	Libro de registro de visitas  Encuesta	Al año
Objetivo 2: Lograr un servicio sostenible y competitivo con recursos históricos y culturales, generando mayor afluencia de turistas.	Numero de recursos turísticos inventariados.	Inventario de MINCETUR:  Calendario Turístico:  <b>Monsefù:</b> Fexticum  <b>Lambayeque:</b> Feria del King Kong  <b>Mòrrope:</b> Farmuchik  <b>Callanca:</b> Festival del Pato		Inventario de MINCETUR	Al año



Objetivo 3: Generar una mayor identidad cultural en los pobladores de un distrito de Chiclayo.	Número de población Santarroseña identificada con la cultura mochica	encuestas		encuestas	trimestral

### Formulación de estrategias turística

Es de precisar, que de esta manera se muestra que en un distrito de Chiclayo, no cuenta con una efectiva forma de promover los atractivos turísticos culturales con relación a los niveles de artesanía, gastronomía, y cultura durante las fechas importantes del aniversario del distrito, por lo que se muestra en el cuadro siguiente que se pueda formular un plan de estrategias turísticas a fin de garantizar las principales ventajas en aprovechamiento del distrito, siendo así que se propone un festival gastronómico artesanal y cultural denominado “LO MEJOR DE MI DISTRITO”

Plan de estrategia N° 1: Diseñar y publicitar aspectos informativos culturales en medios de comunicación digital y tradicional de la municipalidad de un distrito de Chiclayo.

Estrategia asociada a poder diseñar contenido importante de los aspecto y atributos resaltante de los sitios turísticos, gastronomía y cultural de un distrito de Chiclayo, los mismos que podrán ser promovidos en medios de instituciones municipales, emisoras radiales, folletos, y con los medios digitales como Facebook y portal Web entre otros. Programa estratégico del presente plan tendrá comprometido por el área de Promoción Turística en el gobierno local, quien supervisará dichas actividades de la presente estrategia. Teniendo como Indicadores a evaluar:

- Forjar mayor desarrollo promocional en el turismo cultural distrital.
- Aumentar la cantidad de turistas
- Aplicar el mayor uso de la comunicación mediante los medios tradicionales y digitales.

Plan de estrategia N° 2: Desarrollar promoción, guías, señalizaciones y orientación en festividades turísticas culturales en el distrito.

Estrategia que busca lograr desarrollar una serie de ventajas promocionales de los importantes atractivos culturales distritales, desarrollado por las actividades de artesanía, gastronomía y cultura, mediante la festividad turística de atractivos patrimoniales y religiosos lo cual incrementa el desarrollo y crecimiento de los pobladores en fechas importantes de aniversario distrital.

Se precisa que el programa estratégico del presente plan tendrá comprometido por el área de Promoción Turística en la Municipalidad, quien supervisará las actividades formuladas en la presente estrategia. Teniendo como Indicadores a evaluar:

- Establecer un alto nivel de integración de las personas en el distrito.
- Incrementar el conocimiento de la población distrital, y regional de los atractivos culturales en el aniversario de un distrito de Chiclayo.
- Promover una mayor cantidad de turistas logren ser captados y brindar la experiencia cultural del distrito.

Plan de estrategia N° 3: Realización de alianzas con instituciones para fortalecer el turismo de un distrito de Chiclayo durante el mes de agosto.

La implementación de la estrategia es integrada por la Municipalidad, a fin de que los funcionarios puedan realizar convenios con empresas privadas tanto del distrito como de la región, a fin de que exista un turismo dinámico en el aprovechamiento de la mayor cantidad de turistas que puedan lograr adquirir la experiencia distrital del aniversario de un distrito de Chiclayo con las actividades y atractivos turísticos que ofrece en arqueología, gastronomía, artesanales y culturales religiosos que cuenta la localidad.

Se precisa que el programa estratégico del presente plan tendrá comprometido por el área de Promoción Turística en la Municipalidad de un distrito de Chiclayo, quien supervisará las actividades formuladas en la presente estrategia. Teniendo como Indicadores a evaluar:

- Incremento de la participación de instituciones turística públicas y privadas.
- Aprovechamiento de la gran demanda de la población del turismo de un distrito de Chiclayo.

- Captar mayor cantidad de turistas enfocados en el conocimiento y la experiencia turística en actividades de artesanía, gastronomía y cultural en el aniversario de un distrito de Chiclayo.

### Cronograma de actividades

Actividades / Tareas		Año 2024																																			
Planificación																																					
		Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4			Mes 5			Mes 6			Mes 7...			...Mes 12														
Tarea 1: convocar a reunión a las diferentes asociaciones de un distrito de Chiclayo, para difundir la propuesta de un Festival Gastronómico, Artesanal y cultural "lo mejor de mi Distrito"	Responsable: Área de turismo y promoción.	X	x																																		
Tarea 2: Fortalecer la edición del tercer Festival Gastronómico Artesanal "Lo mejor de mi Distrito"	Responsable: Área de turismo y promoción de inversiones			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X	x	x	x	x																	
Tarea 3: Convocar a reunión a las 7 asociaciones de artesanas, artesanos, panificación, gastronomos locales, elencos artísticos y representantes de I. E; para la conformación de los coordinadores responsables.	Responsable: Área de turismo y promoción.																																				
Tarea 4: Coordinar estrategia de comunicación y difusión	Responsable: Área de turismo y promoción.																																				
Producción/ejecución Actividad 1																																					
Tarea 1: implementación de los stands para cada participante.	Por definir																																				
Producción/ejecución Actividad 2																																					



Presupuesto

	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TIEMPO (meses)	TOTAL	APORTES PROPIOS	APORTES DE ALIADOS
Festival Gastronómico Artesanal, Cultural “Lo mejor de mi Distrito”	S/. 5000	1	4	S/. 5000	S/. 5000	0.00
Coordinadores	S/. 950	3	7	S/. 19,950	S/. 19,950	0.00
Talleristas	S/. 300	3	7	S/. 6,300	S/. 6,300	0.00
Movilidad de coordinadores.	S/. 40	3	7	S/. 840	S/. 840	0.00
<b>TOTAL</b>				S/. 32,090	S/. 32,090	0.00

OE4.- Validar por expertos el plan estratégico de promoción turística, para la identidad cultural en un distrito de Chiclayo

En el proceso de validación de los instrumentos se consideró a tres profesionales con experiencia y conocimiento en el tema, así mismo se tomó en cuenta su grado académico para garantizar que los resultados obtenidos sean confiables y válidos.

**Tabla 5**

*Validadores de la propuesta*

<b>Validador</b>	<b>Grado Académico</b>	<b>Especialidad</b>
Junior Santamaria Barrios	Maestro	Magister en Gestión Pública
Robert Ñique Lumbre	Maestro	Magister en Gestión Pública
Héctor Miguel Muro Flores	Maestro	Magister en Gestión Pública

## Anexo 09. Validación de propuesta

### Validador N° 1

#### Matriz de validación de la propuesta de juicio de experto

Marcar con un aspa según su apreciación

Nro. ITEM	CRITERIO DE VALIDACIÓN	No viable	Viable, con mejoras.	Viable
01	Estructura general (Fundamentación, objetivos, metodología, cronograma, presupuesto y referencias)			x
02	Coherencia de los componentes de la propuesta			x
03	Pertinencia con los objetivos de la investigación.			x
04	Detalla la metodología para la implementación de la propuesta.			x
05	Viabilidad de la implementación de la Propuesta			x

Opinión: No viable ( ) Viable, con mejoras ( ) Viable (x )

Observaciones:



#### FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre de la investigación	<b>Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito, Chiclayo</b>
Nombre de la propuesta	<b>Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un distrito, Chiclayo</b>
Nombres y apellidos del experto	Junior Santamaria Barrios
Documento de identidad	47608422
Años de experiencia	3 años
Máximo Grado Académico	Magister
Nacionalidad	Peruano
Institución	Municipalidad Provincial de Lambayeque
Cargo	Capacitador
Número telefónico	999571411
Firma	



## Validador N° 2

### Matriz de validación de la propuesta de juicio de experto


Marcar con un aspa según su apreciación

Nro. ITEM	CRITERIO DE VALIDACIÓN	No viable	Viable, con mejoras.	Viable
01	Estructura general (Fundamentación, objetivos, metodología, cronograma, presupuesto y referencias)			x
02	Coherencia de los componentes de la propuesta			x
03	Pertinencia con los objetivos de la investigación.			x
04	Detalla la metodología para la implementación de la propuesta.			x
05	Viabilidad de la implementación de la Propuesta			x

Opinión: No viable ( ) Viable, con mejoras ( ) Viable (x )  
Observaciones:



### FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre de la investigación	Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un Distrito, Chiclayo.
Nombre de la propuesta	Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un Distrito, Chiclayo.
Nombres y apellidos del experto	Héctor Miguel Muro Flores
Documento de identidad	17447152
Años de experiencia	24 años
Máximo Grado Académico	Magister en Gestion Pública.
Nacionalidad	Peruana
Institución	Contraloría
Cargo	Supervisor
Número telefónico	978066421
Firma	

## Validador N° 3

### Matriz de validación de la propuesta de juicio de experto


Marcar con un aspa según su apreciación

Nro. ITEM	CRITERIO DE VALIDACIÓN	No viable	Viable, con mejoras.	Viable
01	Estructura general (Fundamentación, objetivos, metodología, cronograma, presupuesto y referencias)			x
02	Coherencia de los componentes de la propuesta			x
03	Pertinencia con los objetivos de la investigación.			x
04	Detalla la metodología para la implementación de la propuesta.			x
05	Viabilidad de la implementación de la Propuesta			x

Opinión: No viable ( ) Viable, con mejoras ( ) Viable (x )  
Observaciones:



### FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre de la investigación	Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un Distrito, Chiclayo.
Nombre de la propuesta	Plan estratégico de promoción turística para la identidad cultural de un Distrito, Chiclayo.
Nombres y apellidos del experto	Robert William Niquen Lumbré
Documento de identidad	42166882
Años de experiencia	10 años
Máximo Grado Académico	Magister en Gestión Pública
Nacionalidad	Peruana
Institución	Municipalidad Distrital de Puerto Eten
Cargo	Gerente Municipal
Número telefónico	944688412
Firma	

## Anexo Tablas

**Tabla 1**

*Plan estratégico*

VALORACION	F	%
Mala	10	20,0
Regular	8	16,0
Buena	19	38,0
Muy buena	13	26,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

La Tabla 1, un 38.0% de los encuestados calificaron el plan como bueno y un 26.0% como muy bueno, sumando un total de 64.0% de opiniones positivas. Esto implica que un 36.0% de las personas tienen una percepción no tan positiva del plan. El plan estratégico de promoción turística tiene una aceptación general favorable, con una mayoría de las opiniones inclinadas hacia una valoración positiva. Sin embargo, para alcanzar una aceptación más unánime, se deben realizar ajustes y mejoras en respuesta a las críticas y percepciones negativas.

**Tabla 2***Formulación estratégica*

VALORACION	F	%
Mala	2	4,0
Regular	17	34,0
Buena	20	40,0
Muy buena	11	22,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

La Tabla 2, un 40.0% de los encuestados calificaron la formulación como buena y un 22.0% como muy buena, sumando un total de 62.0% de opiniones positivas, mientras que un 38.0% de las personas tienen una percepción no tan positiva de la formulación. La formulación estratégica tiene una aceptación general favorable, con una mayoría de las opiniones inclinadas hacia una valoración positiva. Sin embargo, existe un porcentaje significativo de evaluaciones regulares que sugiere que hay aspectos del proceso de formulación que podrían mejorarse.

**Tabla 3***Lineamientos para aplicación del plan*

Valoración	F	%
Muy mala	1	2,0
Mala	10	20,0
Regular	10	20,0
Buena	28	56,0
Muy buena	1	2,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

La Tabla 3 y figura 4, Los datos indican que un 2% y 20%% de los encuestados considera los lineamientos como "Muy Mala" o "Mala", lo que sugiere una crítica significativa hacia cómo está estructurada la guía para implementar el plan. Otro 20% de los participantes califica los lineamientos como "Regular", lo que apunta a una necesidad de clarificación y mejora en la ejecución del plan. Solo un 56% y 2% de las respuestas se distribuyen entre "Buena" y "Muy buena", mostrando que hay una mayoría que está conforme con los lineamientos actuales. Este panorama destaca la importancia de mejorar y posiblemente implementar los lineamientos para asegurar una aplicación más efectiva y satisfactoria del plan estratégico.

**Tabla 4***Lineamientos para posterior evaluación*

Valoración	F	%
Muy mala	6	12,0
Mala	7	14,0
Regular	6	12,0
Buena	25	50,0
Muy buena	6	12,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

La Tabla 4 y figura 5, con un 12% y 14% de las respuestas en las categorías "Muy Mala" y "Mala", se destaca una clara insatisfacción con los criterios y métodos establecidos para evaluar el desempeño y los resultados del plan. Esto podría indicar que los lineamientos de evaluación no son percibidos como efectivos o adecuados para medir correctamente los avances y logros. A su vez, el 12% de las respuestas en la categoría "Regular" sugiere que, aunque no totalmente inadecuados, estos lineamientos requieren mejoras significativas para ser más útiles. Un 50% y 12% de los encuestados ven estos lineamientos como "Buena" o "Muy buena", lo que refleja una aceptación en una mayoría. Estos resultados señalan la necesidad de mejorar los métodos y criterios de evaluación para asegurar que proporcionen una medición fiable y relevante del impacto y éxito del plan estratégico.

**Tabla 5***Identidad Cultural*

	<b>F</b>	<b>%</b>
Muy mala	6	12,0
Mala	2	4,0
Regular	14	28,0
Buena	25	50,0
Muy buena	3	6,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

La Tabla 5 y figura 6, un 12% y 4% de las respuestas en las categorías "Muy Mala" y "Mala", se destaca una clara insatisfacción con los criterios y métodos establecidos de la identidad cultural. Un 28%, califica la integración de la identidad cultural en el plan como "Regular", lo que indica que, aunque se reconoce cierto esfuerzo en la incorporación de elementos culturales, estos podrían no estar siendo aprovechados o destacados eficazmente. Un 50% considera que la inclusión de la identidad cultural es "Buena", mostrando una apreciación positiva significativa pero no sobresaliente. Y un 6% califica la integración como "Muy buena", Estos resultados sugieren que, mientras que el plan estratégico hace avances en reconocer y utilizar la identidad cultural del distrito, hay espacio considerable para mejorar cómo estos elementos culturales se integran y se utilizan para potenciar la propuesta de valor del plan.

**Tabla 6***Pertenencia*

Valoración	F	%
Muy mala	6	12,0
Mala	5	10,0
Regular	11	22,0
Buena	21	42,0
Muy buena	7	14,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

La Tabla 6 y figura 7, con un 12% y 10% de las respuestas clasificadas como "Muy Mala" o "Mala", hay una indicación clara de que el plan actual no está logrando establecer un fuerte sentido de pertenencia o conexión entre los individuos y el proyecto. Un 22%, califica esta pertenencia como "Regular", sugiriendo que, aunque hay algunos elementos que fomentan la conexión, estos no son suficientemente efectivos o bien implementados. Y un 42% y 14% de las respuestas se agrupan en las categorías de "Buena" y "Muy buena", mostrando que una mayoría siente que el plan promueve una pertenencia positiva. Estos resultados sugieren la necesidad de revisar y fortalecer los aspectos del plan que pueden influir en el sentido de pertenencia, posiblemente enfocándose más en involucrar a la comunidad de manera más significativa y efectiva.



**Tabla 7***Idioma*

Valoración	F	%
Mala	4	8,0
Regular	8	16,0
Buena	15	30,0
Muy buena	23	46,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

La Tabla 7 y figura 8. Un 8% y 16% de los encuestados consideran el uso del idioma como "Mala" o "Muy mala", lo que señala que hay una proporción significativa de personas para quienes el lenguaje puede no ser completamente claro o inclusivo. un 30%, califica el uso del idioma como "Buena", lo que indica que el lenguaje utilizado en el plan es generalmente adecuado y accesible para la mayoría de los participantes. Un 46% de las respuestas se categorizan como "Muy buena", sugiriendo que el idioma utilizado es particularmente efectivo para algunos usuarios. Este resultado apunta a la importancia de incrementar y mejorar el idioma utilizado para asegurar que sea inclusivo y comprensible, facilitando así una mejor comunicación y entendimiento del plan estratégico.

**Tabla 8***Gastronómica*

Valoración	F	%
Mala	2	4,0
Regular	4	8,0
Buena	27	54,0
Muy buena	17	34,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

La Tabla 8 y figura 9, Sin embargo, un 4% y 8% de los participantes perciben esta integración como "Mala" o "Regular", lo que indica que, aunque el plan tiene éxito en algunos aspectos, aún existe un margen considerable para mejorar la manera en que se presenta y aprovecha la gastronomía como recurso turístico y cultural. Con un 54% de las respuestas calificando la dimensión gastronómica como "Buena" y un adicional 34% como "Muy buena", se puede concluir que la mayoría de los encuestados ven con buenos ojos cómo el plan maneja y promueve la gastronomía local, considerándola efectiva en valorar y destacar esta parte importante de la cultura del distrito.

**Tabla 9 Costumbres y tradiciones**

Valoración	F	%
Mala	1	2,0
Regular	15	30,0
Buena	20	40,0
Muy buena	14	28,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

La Tabla 9, se observa que un 10% aún ve esta integración como "Mala", lo que destaca áreas de mejora en cómo se valoran y utilizan las tradiciones locales dentro del plan. Que una mayoría (30%) de los encuestados percibe la incorporación de costumbres y tradiciones como "Regular", lo que sugiere que, aunque se han hecho esfuerzos para incluir estos elementos culturales, la ejecución puede no estar totalmente alineada con las expectativas locales o no se ha logrado destacar su importancia de manera efectiva. Un 40% califica esta integración como "Buena", reflejando una valoración positiva significativa, mientras que solo un 28% la considera "Muy buena". Estos resultados se deben potenciar la inclusión de las costumbres y tradiciones locales para fortalecer la identidad cultural y aumentar la aceptación y efectividad del plan estratégico.

**Tabla 10***Símbolos*

Valoración	F	%
Muy mala	2	4,0
Mala	1	2,0
Regular	13	26,0
Buena	29	58,0
Muy buena	5	10,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>

La Tabla 10 y 11, se percibe 4% y 2% de las opiniones en "Muy mala" y "Mala", se destaca la necesidad de mejorar cómo se seleccionan y representan estos símbolos para optimizar su resonancia cultural y su contribución al objetivo estratégico del plan. Sin embargo, un 26% califica esta incorporación como "Regular", lo que sugiere que, aunque hay reconocimiento de los símbolos, tal vez no se explotan al máximo o no se comunican de manera suficientemente impactante. Un 48% y 10% de las respuestas consideran la incorporación de símbolos como "Buena" y "Muy buena" indicando que la mayoría de los participantes perciben que el plan maneja adecuadamente los símbolos culturales y los utiliza de manera efectiva para reforzar la identidad del distrito, mostrando un margen limitado de excelencia percibida.