

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS
TURÍSTICOS



ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA
TURÍSTICA EN LA REGIÓN DE LAMBAYEQUE, 2020

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS
TURÍSTICOS

AUTOR

HILDA ELIZABETH CUBAS SAMILLAN

ASESOR

MARÍA DE LAS MERCEDES ELIZABETH VIGO GÁLVEZ

<https://orcid.org/0000-0003-3203-948X>

Chiclayo, 2021

**ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA
TURÍSTICA EN LA REGIÓN DE LAMBAYEQUE, 2020**

PRESENTADA POR

HILDA ELIZABETH CUBAS SAMILLAN

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS
TURÍSTICOS**

APROBADA POR

Shirley Ysabel Mantilla Gallardo
PRESIDENTE

Astrid Poulet Sánchez Gamarra
SECRETARIO

María de las Mercedes Elizabeth Vigo Gálvez
VOCAL

Dedicatoria

Esta investigación está dedicado a mi familia. A Dios por darme fortaleza cuando lo he necesitado, además de protegerme, a mis padres James y Elizabeth, los cuales han sido mi apoyo en todo momento, y me brindaron la confianza para superar cada reto, a mis abuelos Lorenzo y Agustina; Abdías e Ilda, que han sido mi motor para continuar y hermanos que siempre me dieron palabras de aliento.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por brindarme la vida, a mis padres que han sido gran parte de mi soporte durante estos años; así mismo agradezco a la casa de estudios Universidad Santo Toribio de Mogrovejo, que me acogió en mi vida universitaria, y a mi asesora Mg. María Elizabeth Vigo Gálvez que me brindó su paciencia, orientación y conocimientos.

Índice

Resumen	5
Abstract	6
Introducción.....	7
Revisión de literatura.....	8
Materiales y métodos	12
Resultados y discusión	15
Conclusiones	24
Recomendaciones	24
Referencias.....	25
Anexos	31

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo general proponer estrategias de fortalecimiento de la cultura turística en la región de Lambayeque. Por ello, se usó datos teóricos de cultura turística por el autor Manuel González Herrera; y estrategias por el autor Fernando D'Alessio. Por lo tanto, se planteó 2 instrumentos; una encuesta de 22 de preguntas con respuesta en escala de Likert; y una revisión documental. El enfoque es este artículo es mixto, de nivel secuencial y tipo aplicada, no experimental transversal; siendo el objeto de estudio los pobladores de Lambayeque, obteniendo como resultados del cuestionario que su nivel es alta media; en relación al segundo instrumento su objetivo fue para analizar y conocer los puntos negativos a fortalecer del departamento en relación a la primera variable; siendo así que el nivel de los ciudadanos forman parte del análisis interno al ser actitudes y valores propios de ellos; así mismo se usó otros matrices como PESTE, MEFE, MEFI para reconocer la situación de la región, y la definición de las estrategias adecuadas, además se implementó el FODA cruzado; cuyo objetivo fue plantear estrategias en relación al contexto del lugar, para finalmente hacer uso de MCPE como filtro y obtener 6 estrategias atractivas.

Palabras claves: Cultura turística, estrategias, participación ciudadana.

Código de la clasificación UNESCO: 6114.02, 6111.02

Abstract

The general objective of this research is to propose empowerment strategies for the tourist culture in Lambayeque region. Therefore, we used theoretical data from tourist culture written by the author Manuel Gonzales Herrera, and strategies written by the author Fernando D'Alessio.

This way, two instruments were proposed, a 22 questions survey with Likert scale answers and a documentary revision. The focus in this article is mixed, sequential level and transversal not experimental applied type with Lambayeque inhabitants as a study object, obtaining as a result of the questionnaire that their level is medium high; regarding the second instrument its objective was to analyze and know the negative features in order to be strengthened in the region regarding the first variable; resulting that the citizens level was part of the internal analysis because these are their own values and attitudes. Besides, other study matrices were used such as PESTE, MEFE, MEFI to know the regional situation and the definition of accurate strategies, a cross SWOT was also proposed with the objective of raising strategies related to the context of the place to finally use MCPE as a filter and obtain 6 attractive strategies.

Keywords: tourist culture, strategies, citizen engagement.

Classification code: UNESCO: 6114.02, 6111.02

Introducción

En el mundo existen diferentes culturas con grandes atractivos, que permiten realizar distintas actividades; las cuales, se ha visto afectadas en gran magnitud ante las restricciones impuestas por la emergencia sanitaria ocasionada por el covid19; en consecuencia, el turismo es uno de los sectores que requiere de mayor tiempo para recuperarse; a pesar de ello, esta situación permitirá buscar nuevas soluciones para su reactivación involucrando a las autoridades y comunidad.

La cultura turística es parte de una sociedad con gran potencial turístico, que le permite gozar de conocimientos sobre los beneficios que se obtiene con la actividad turística, así mismo, potencializa la necesidad de ofrecer satisfacción a los visitantes; además de la identificación del poblador con su entorno, y el orgullo ante los valores culturales (González, 2012). En el Perú la cultura turística es planteada como un comportamiento que refuerza la identidad; de tal manera, que el poblador conozca y ofrezca al turista elementos pertenecientes del entorno cultural durante su visita al destino.

La región de Lambayeque, se encuentra en el norte de Perú; este departamento cuenta con innumerables recursos que despierta interés en sus visitantes; puesto que, posee manifestaciones culturales, gastronomía, historia, danzas y tradiciones; así mismo se encuentra un extenso patrimonio cultural, capaz de hipnotizar por sus diseños e importancia dentro del pasado social ancestral; además de una población con actitudes y valores positivos en disposición; por ello, se debe potencializar su cultura turística para evitar su pérdida y una mala experiencia y percepción del turista al momento de su visita. Según Huamán (2019), trabajador de la iglesia San Pedro; indica que la población se enorgullece de la región, pero no muestra interés por el turismo; ya que no perciben el beneficio, y por lo tanto no la considera como fuente de desarrollo local o nacional, y muchos menos económica; asimismo, menciona que los ciudadanos tienen una actitud de disponibilidad para orientar al turista, pero muchas veces desconocen la manera para hacerlo debido a que no se involucran en la actividad turística; por ende, no valoran los recursos de la región y son indiferentes ante la protección y cuidado de su patrimonio. Por consiguiente, se plantea la siguiente interrogante ¿Cuáles son las estrategias de fortalecimiento de la cultura turística en la región de Lambayeque? como problema principal y las 2 preguntas específicas ¿Cuál es el nivel de cultura turística en la población de la región Lambayeque? Y ¿Cómo es el planeamiento estratégico para la identificación de la estrategia de fortalecimiento de cultura turística

Para el desarrollo de la investigación se planteó como objetivo principal proponer estrategias de fortalecimiento de la cultura turística en la región de Lambayeque; para la cual, también se redactó como objetivos específicos; identificar el nivel de cultura turística en la población de la región Lambayeque, analizar el entorno interno y externo de la región Lambayeque y realizar el proceso de formulación de estrategias de cultura turística. Esta investigación usa bases sólidas justificadas de manera teórica por los autores Gonzales (2012) que define a la cultura turística y D' Alessio (2018) que propone el modelo para el planteamiento de estrategias. Asimismo, se justifica metodológicamente, ya que se obtendrán de datos de fuentes primarias, lo cual se será presenta con apoyo del programa SPSS 25, además se considerará investigaciones previas con respecto al tema, que serán una fuente terciaria de apoyo para obtener mejores resultados. En el ámbito práctico, la aplicación se dará en la región de Lambayeque, considerado por su gran potencial turístico y su participación en la actividad turística del norte; también será un recurso para futuras propuestas para entidades públicas y privadas; y un aporte para poblaciones con características similares

Revisión de literatura

Ante los diferentes estudios relacionados a la cultura turística, los autores Díaz y Machado (2016); a través de su investigación han demostrado la gran importancia de desarrollar la cultura turística en las instituciones mediante estrategias pedagógicas, las cuales concientiza a las personas a valorar y proteger las características tanto sociales como naturales de un territorio; ya que, consideran crucial, que sean planteados a los principales agentes, como estudiantes, egresados, e incluso a los docentes; para así, formar una visión a futuro del desarrollo turístico, basado de sus actitudes; y la calidad cultural, social e intelectual. También logra involucrar a los prestadores turísticos, por ser la carta de presentación de la sociedad ante los turistas; por lo que, con su experiencia brindan sus saberes y conocimientos que logra fortalecer la cultura turística. Teniendo cierta relación al autor Gonzáles y Castro (2013) mediante su artículo, menciona que el factor clave para una mejor gestión del destino es la oferta; la cual, involucra actores sociales protagónicos. Por ello, es conveniente que tanto la sociedad, profesionales y autoridades deben asumirla como una actividad totalmente académica que debe ser retroalimentada con estrategias participativas y de formación.

Por otro lado, Cavero (2018) reconoce que los servicios turísticos deben enfocar su servicio de calidad por medio de la conciencia y cultura turística, tomando como referencia que los turistas buscan experiencias con un valor agregado, como son el aprendizaje y conocimiento, proporcionados por una identidad cultural de la población, y sobre todo por la participación de lo comunidad. Un rol importante también, lo realiza las autoridades quienes están en la obligación de fomentar eventos para la cultura turística, y por ende impulse trabajos de investigación en el sector. Según García (2018) expone, que debido al crecimiento del turismo es necesario considerar a los pobladores como parte de la imagen del lugar; las autoridades por su lado deben ofrecer proyectos, programas y planes de trabajo en donde el ciudadano esté implicado; además, de su deber de ofrecerles una política de mejoría; por lo tanto, se debe promover una oferta turística de calidad y un trato agradable a los visitantes, evitando que ante los turistas se perciba un mal manejo de identidad de las ciudadanos con su territorio.

Asimismo, la planificación estratégica en el destino, forma esencial de un proceso que responde a las necesidades y expectativas que permitirá corregir o evitar conflictos. Diez (2011) a través de su investigación nombra que para la realización de este proceso, empieza por evaluar el lugar y sus atractivos para conocer las limitaciones, y de la relación entre entidad pública como privada; no obstante, se conoce que el proceso estratégico está basado por fases o etapas, caso contrario en una planificación en el ámbito turístico; ya que seguirán un modelo como orientación, pero que es flexible y tiene como principal un objetivo relacionado a su ámbito y que este a su vez sea capaz de responder las necesidades de la comunidad. Cordisco et al (2013), en su estudio demuestra una opinión similar enfocada en la estrategia competitiva, ya que, formará parte de la comunidad para lograr un resultado que haga parte de un sello diferencial; adaptado con los recursos tanto humanos, sociales y naturales.

Ante la necesidad de que el objetivo este orientado al destino, debe estar respaldado por las autoridades del lugar; es por ello que, al plantear la estrategia ante un gobierno, como la de una política; la cual, se basa como mandato del público satisfaciendo sus necesidades culturales; además, de estar reforzado por profesionales, con el fin de que las acciones tomadas sean aseguradas por la sostenibilidad y concuerden ante el escenario (Palacios, 2017). Por lo tanto, Salinas, Barajas y Bernal (2019) mencionan que las estrategias son la base de la gestión y elección de políticas llevadas a un ámbito social y práctico, permitiendo de esa manera que la comunidad y especialistas promuevan líderes representantes, que conozcan el panorama. Algo similar es la perspectiva de Mariscal (2015); que indica que, para la importancia del desarrollo de gestión, se debe identificar las situaciones a futuro que se puedan producir mediante las

acciones de los agentes con la supervisión de profesionales, con el fin de formar y fortalecer a la población.

La cultura es el bien que tiene un lugar, y la diferencia de las demás ya que es parte de su identidad, y que se transmiten de una generación a otra, es decir forma parte de su esencia (SECTUR, 2013; Gonzáles, 2012); indica que es un conjunto de rasgos y características diferentes que incluye a los estilos de vida y tradiciones, costumbres que son practicadas por un grupo y a la vez individualmente por formar parte de su entorno y personalidad. Así mismo el turismo es la acción que realiza la persona durante la visita a un lugar en un periodo determinado, haciendo uso de los servicios o productos que se le ofrezcan. (Gonzáles, 2012; SECTUR, 2013); consideran que es una actividad humana de ocio que involucra desplazamiento, y el uso de atractivos turísticos en todos sus tipos, y los servicios que se ofrecen en la zona. Además de estar ligada con el ámbito político, social ambiental del lugar, generando una integración de la localidad y el turista.

Cultura turística

Es un conjunto de conocimientos y habilidades que ayudan a fortalecer la cultura turística de los pobladores con su territorio, con el fin que se facilite el desarrollo sostenible, ante la llegada de los visitantes. Gonzáles (2012); menciona que la cultura turística se refleja en los conocimientos acerca del turismo que permite observar y entender los valores que traen para el desarrollo. La cual se sustenta por una conciencia turística que se plasma en pobladores de un destino turístico con respecto a su actitud y comportamiento hacia el visitante. SECTUR, (2013) sostiene que la cultura turística busca la integración de los pobladores relacionado a la actividad turística que se desarrolla de tal manera que se involucre brindando una satisfacción del visitante con el fin de tener beneficios para la comunidad.

Para desarrollar la cultura turística es necesario el conocimiento turístico es el desarrollo de capacidades para brindar un servicio de calidad, los cuales se basan en históricos y geográficos, sobre el patrimonio ubicada en la zona, y la identificación del lugar en los ámbitos que se tienen (Gonzáles, 2012; SECTUR, 2013) por lo cual, les permite obtener un beneficio para su desarrollo y mejoría, permitiendo que los pobladores se autenticen con la zona; así mismo se encuentra la actitud turística; un servicio cálido emitido en valores, y de ser acorde al servicio que se ofrece o se estima dar, (SECTUR, 2013). Ser un profesionalismo que permita desarrollarse como un conocedor de la actividad o desarrollo que se tenga el patrimonio cultural

Es la característica de una persona por mejorar el turismo de su lugar de origen, con la mejor disposición, finalmente está el comportamiento turístico, es la forma de buscar que el poblador se vincule como la actividad turística, pero de una manera que sea partícipe y protagonista, puesto a ser los que tienen un contacto directo con manifestaciones culturales, con los conocimientos y sobre todo por la experiencia habitando en zonas aledañas al patrimonio cultural (Gonzáles, 2012).

El turismo ha sido uno de los sectores que tiene escasos estudios; la cultura turística se muestra como una variable sin investigaciones; sin embargo, un autor ha podido analizarla y proponer una forma de medición con 5 dimensiones. Tales como cognitiva, que permite al ser humano recordar, pensar y comprender lo que observa en su entorno, es decir el ciudadano debe poseer conocimientos, y juicio sobre cada proceso turísticos, y sobre todo que sea una actividad sostenible para la comunidad; (Gonzáles 2012, pg. 12, Lanz, 2006, pg. 1993); instrumental, para que la actividad turística progrese, es necesario que los protagonistas contengan habilidades, ya que al igual que los conocimientos los turistas son quienes van a percibir esto, y puedan encontrar satisfacción en los lugares que visitan. (Gonzáles 2012, pg. 12); asimismo, el efecto motivacional que es la parte afectiva que tiene la comunidad con el visitante, ya que

es quien el principal consumidor de la actividad; por lo tanto, busca conocer el desenvolvimiento del turismo, a través del ánimo, la motivación en la práctica y la satisfacción de la comunidad (González 2012, pág. 2); actitudinal es disposición a la implicación avalada por el desarrollo de valores personales y sociales sobre el interés en solución de problemas y el mejoramiento local, actitud activa ante el turismo y expresión de valores (González 2012, pg. 12, Lanz, 2006, pg. 17); finalmente comportamental que es el modo de actuar de las personas y como es que influye en la comunidad buscando una actuación regulada y controlada, una participación y apoyo a las acciones, un posicionamiento crítico reflexivo y de divulgación, (González 2012, pg. 12, Lanz, 2006, pg. 46)

El proceso estratégico

Es la continuada de pasos, que permite corregir evaluarse y conocer los puntos bajos de una organización, con el fin de proponer nuevos métodos para cumplir un resultado; no obstante, Liderazgo y Mercadeo, (2013); indica que es un método para generar un logro determinado, de manera eficiente y eficaz, por lo cual son aplicadas en un entorno específico que se plantea metas para alcanzar. Para D' Alessio, (2008); es la realización de acciones enfocadas a un objetivo que se plantea, de tal manera que atraía beneficios múltiples para un grupo específico, además de desarrollarlo con competencias (pág. 5). Así mismo, Mintzberg, Quinn, & Voyer, (1997); hace mención que las estrategias en conjunto son diseñadas para mejorar de manera correcta una situación, siendo conscientes de los recursos, y los que necesitarán en futuro para la situación. (pág. 84)

Las características del proceso estratégico pueden ir variando ya que existe 3 tipos de categorías, empezando el proceso, el cual es dividido como interactivo, e iterativo los cuales estarán enfocado al compromiso de los agentes tanto de la parte de dirección como el operativo esperando resultados positivos. Así mismo se encuentra la categorización por los cambios en el entorno, dividido en sensibilidad, contingencia, escenarios, son características que van a permitir que el proceso estratégico analice su entorno, de tal manera que no se vea perjudicada y se presente en situaciones reales. (D' Alessio,2008, pág.9 Fernández 2006, pág. 10). Finalmente se encuentra la categorización por intensidad, que hace mención a incremental y radical referido en el procedimiento, ya que sugieren que al momento de tomar decisión sea de manera visionaria para evitar errores, de tal manera que las decisiones que se tomen y sea a través de acción y decisión.

Las estrategias

Son pasos positivos que toman, para cumplir con las metas propuesta, los cuales, son planificados, en base a un análisis de una empresa u organización. (Liderazgo y Mercadeo, 2013 D' Alessio, 2008 pág., 30, Mintzberg, Quinn, & Voyer, 1997, pág. 84); son métodos usados para general un logro determinado, de manera eficiente y eficaz, por lo cual son aplicadas en un entorno específico que se plantea metas para alcanzar. De tal manera que las acciones son enfocadas a un objetivo planteado, que generará beneficios múltiples, por ello deben estar bien direccionadas, diseñadas y consientes de los recursos que posee para una mejor aplicación ante situaciones presentes y futuras.

Para el planteamiento de las estrategias es importante conocer las característica; como bien se sabe estás son enlazadas entre ellas, ya que permitirán llegar al objetivo, por lo que deben ser coherente y a largo plazo, por ello (D' Alessio, 2008 pág. 38 Liderazgo y Mercadeo, 2013); deben ser precisas y limitadas, que brindará la posibilidad de obtener mejores resultados y por lo tanto, ayudarán a la toma de resultado, sin embargo es importante que los directivos o autoridades al plantear un plan estratégico, consideren el entorno, de tal forma que identifiquen el escenario y lo que pueda influenciar de manera positiva o negativo en el plan (Mintzberg, Quinn, & Voyer, 1997, pág. 90); Así mismo es importante reconocer y darle importancia y

valoración de los recursos, los cuales son definidos como mecanismo propios que aportarán parte importante para la realización total de la meta, finalmente es importante que las estrategias tengan una implantación efectiva, es decir que la estrategias deben estar enfocada en el objetivo, y por lo cual sea realista con sus recursos y enfoques (D' Alessio, 2008 pág. 10 Liderazgo y Mercadeo, 2013).

Las estrategias han sido un área que tiene gran profundidad de estudio; sin embargo, D' Alessio propone de manera clara 3 etapas, empezando con la formulación la cual es el primer paso para el proceso, es la formulación siendo el punto de partido realizando análisis internos como externos, además que permitirá conocer a la empresa, con la intención de reconocer el tipo de estrategia adecuada. evalúa el sector en que se encuentra, la posición, y las ventajas y desventajas para valorar estrategias alternativas, e ir desarrollando la idea de una creación de acciones con objetivos equivalentes, por lo que se considera la parte creativa del proceso. (D' Alessio 2008; Rappaport, 1998 pág. 48). Para luego aplicarla; por lo cual, es importante la consideración de la coordinación como de la relación en los agentes, ya que todos necesitan conocer la estructura del plan de acción. (D' Alessio 2008 pág. 40 Wheelen & Hunger, 2012 pág. 84); En la última etapa se denomina evaluación, siendo el control que se tiene ante las acciones, con el fin de supervisar el proceso y subsanar brechas que se pudieron presentarse, además que considerar constantemente los resultados del rendimiento real, considerando las deficiencias y el rendimiento que tiene la estrategia (pág. 86)

Planeamiento estratégico según D' Alessio (2008, pg. 42) y Chiavenato (2012 pg, 205) pertenece al proceso estratégico como primera etapa, enfocados en dimensiones como el análisis, intuición y decisión; en la primera dimensión se considera el uso de matrices que permitan reconocer el entorno, en el caso externo se hace uso de la matriz PESTE; y una evaluación de los factores expuesto en MEFÉ y MEFI, en el caso del análisis interno; y para la intuición, considera como el proceso de la formulación, considera un análisis con los resultados obtenidos en la dimensión ya menciona, ya que es el punto de partida para redactan las estrategias basadas en las matrices anteriores, y finalmente se encuentra la dimensión de decisión para identificar las estrategias que pueden influenciar en los cambios o el éxito de la organización, (Casanueva, García, & Caro 2000. Pg. 74); a través de la matriz cuantitativa de planeamiento estratégico.

Tabla 1

Dimensiones e indicadores de cultura turística y planeamiento estratégico

Variable	Dimensiones	Indicadores	
Cultura turística	Cognitiva	Conocimientos históricos, geográficos, culturales y ambientales del lugar	
		Conocimientos sobre el turismo y su importancia	
		Conocimientos sobre la problemática del turismo en el espacio local	
	Instrumental	Conocimientos sobre gestión local del turismo sostenible	
		Habilidades para comunicarse y relacionarse	
		Habilidades para tomar decisiones como anfitrión	
	afectivo motivacional	Habilidades para gestionar problemas y solucionar conflictos como anfitrión	
		Percepción ciudadana del modelo de desarrollo turístico	
		Estados de ánimo de la población euforia, apatía, rechazo, aceptación	
	Actitudinal	Motivación para insertarse en la práctica de un turismo responsable	
		Estados de satisfacción frente al turismo	
		Interés en contribuir a la solución de problemas y el mejoramiento local	
	Comportamental	Actitud pasiva o activa ante el turismo	
		Expresión de valores	
		Actuación auto regulada y auto controlada	
Participación y apoyo a las acciones			
Posicionamiento crítico reflexivo y de divulgación			
Planeamiento estratégico	Análisis (insumos)	Análisis externo	Análisis PESTE
			Análisis MEFE
		Análisis interno	Análisis MEFI
	Intuición (Proceso)	Proceso de formulación	
		Matriz FODA	
	Decisión	Estrategias externas	MATRIZ CPE
	Estrategias internas		

Materiales y métodos

La investigación tiene un enfoque metodológico mixto (Roberto, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 534), son métodos que ayudó a conocer la función de la variable con un medio más real, ya que se analiza una medición a través de un análisis cuantitativo y cualitativo con el fin de que el estudio sea complejo y lograr un mejor entendimiento; de tal forma, en la investigación se utilizó una encuesta que permitió medir numéricamente el nivel de cultura turística de los pobladores de la región de Lambayeque. Así mismo, se utilizó una revisión documentaria, que permitió indagar el contexto en que se encuentra el departamento y aspectos.

Además, que es de tipo aplicado (Gómez, 2006, pág. 73); puesto que ha partido de investigaciones anteriores, y de un campo que ya ha sido previamente estudiado, un claro ejemplo de ello, es que muchas identidades del turismo usan el termino y lo definen para

conocimiento de la población. Con respecto al nivel es descriptiva puesto que se usó un instrumento que ayudó a identificar los conocimientos que tiene los pobladores en relación a la cultura turística, y las gestiones previas que se realizan para desarrollar el turismo; un factor importante para el desarrollo de los objetivos. (Hernández Sampieri, et al, pág. 554), La investigación tiene un diseño explicativo secuencial, debido a que se realizó a través de etapas apoyados en una técnica, asimismo será transversal, ya que se recolectó los datos en un tiempo establecido, así mismo, Gómez (2006 pág. 93), afirma que es un tipo de investigación que busca analizar la interrelación en un momento específico.

La población se define como la unidad universal de análisis en la investigación (Bernal, 2016, pág. 63) Es por ello, que se consideró a los pobladores de la región de Lambayeque, siendo este número de 1 197 260 según El instituto Nacional de estadística e informática, (INEI, 2018).

$$n: \frac{Z^2 p * q N}{e^2 (N - 1) + Z^2 p * q}$$

n: tamaño de la muestra

N: Población

Z: nivel de confianza

p: probabilidad a favor

q: probabilidad en contra

e: error muestral

Ante la inmensa población fue necesario la aplicación de la formula, obteniendo una muestra fue de 384 personas; la cual, es considerada el objeto de estudio (Bernal, 2016 pg. 65), de tal manera que será probabilístico aleatorio, aplicado a pobladores al azar.

Para la realización de la investigación fue necesario la recolección de datos teóricos, desarrollados en libros, artículos científicos, e informes por parte de autoridades. Así mismo, se hizo uso de las técnicas de encuesta que permitieron obtener datos cuantitativos a través del instrumento de un cuestionario desarrollado con las dimensiones de la cultura turística propuesto por el autor Gonzáles Herrera. Según, Bernal, 2016 (pg. 94); señala que la recolección de la información debe diseñarse de manera que mantenga la relación entre el tipo de investigación y el problema que se exponga. Por lo cual, se han realizado 22 preguntas tomando criterios relevantes según la necesidad de la información, que fueron respondidos a través de la escala de Likert, en donde: 1 es totalmente en desacuerdo, 2 es en desacuerdo, 3 es ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 es de acuerdo y 5 es totalmente de acuerdo; además, de una revisión documental, analizada en ciertas herramientas para descripción del entorno interno y externo, que complementaron los datos cualitativos, los cuales fueron considerados como referencia dentro de las etapas del proceso estratégico implementadas por autor Fernando D'Alessio.

No obstante, ante la emergencia producida por la pandemia, la aplicación fue de manera virtual, haciendo uso de herramientas como es *Google forms* que logró a través de un link recolectar la información relevante para este estudio. Que previamente fue evaluado por expertos de la materia, quienes fueron: el Doctor Manuel Ramón Gonzales Herrera, autor del

desarrollo de la variables e investigador de turismo, así mismo la Licenciada Corina Ortiz Castañeda, docente de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, y la Magister María De Las Mercedes Elizabeth Vigo Gálvez, docente de investigación de la escuela profesional de Administración Hotelera y de Servicios turísticos de la casa de estudios ya mencionado. Este proceso se realizó en los meses de mayo y julio de dicho año, a través de herramientas virtuales, debido a la situación de emergencia a causa del COVID 19, resguardando la seguridad de las personas encuestadas y mi persona, así mismo, para su fiabilidad ha sido necesario que sea resuelta por el 20% de las personas de la muestra total, siendo un total de 77 personas, en donde su resultado fue analizado por el programa SPSS. 25 en el cuadro estadístico de la Alfa de Cronbach.

Tabla 2

Alfa de Cronbach de la variable cultura turística mediante la varianza de los ítems

Variables / dimensiones	N	Alfa de Cronbach	Fiabilidad
Cultura turística	22	0.919	Alta
Cognitiva	6	0.661	Buena
Instrumental	3	0.651	Buena
Afectiva Motivacional	5	0.860	Alta
Actitudinal	4	0.806	Alta
Comportamental	4	0.683	Buena

Nota: N: número de ítems

El nivel de confiabilidad es de 0.919, resultado de una evaluación de 22 preguntas planteadas por la variable de cultura turística, el cual contribuye para considerar que el instrumento tiene una fiabilidad alta. El resultado del análisis de las 6 preguntas pertenecientes de la primera dimensión de cultura turística, obteniendo 0.661, teniendo una fiabilidad buena, así mismo el resultado obtenido de la segunda dimensión de la variable es de 0.651, siendo el análisis de las 3 interrogantes, de tal manera que es buena, ante los parámetros de confiabilidad. En la tercera dimensión se evidencia como nivel de consistencia, alta con un 0.860 en donde se evaluó 5 preguntas planteadas; en esta dimensión el resultado de la Alfa Cronbach es de 0.806 evaluado por 4 de las preguntas pertenecientes, siendo de un nivel alto; finalmente en la última dimensión se obtuvo un 0.683 ante el análisis de 4 interrogantes, obteniendo así una consistencia buena.

Para el procesamiento y análisis de datos, se utilizó la herramienta SPSS 25, el cual procesó adecuadamente los datos obtenidos en la aplicación de las encuestas, los cuales están expuestos en diferentes tablas. Donde, se detalla la información que permitió identificar con claridad los resultados sobre la población en la que se aplicó el cuestionario; así mismo, se hizo uso de otras herramientas como es el análisis PESTE, para reconocer el entorno externo del lugar, el FODA cruzado para el reconocimiento interno y el MEFE Y MEFI como instrumento de evaluación para los factores internos y externos.

Resultados y discusión

En relación con las respuestas obtenidas por la población de la región de Lambayeque a través del cuestionario, ha permitido responder al primer objetivo específico, el cual fue identificar el nivel de cultura turística de los pobladores de la región de Lambayeque; obteniendo que en Lambayeque el 64, 8% de los ciudadanos poseen una cultura turística alta, así mismo existe un 34,6 % que es medio, y un 0.05 % con nivel bajo, tal como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3
Frecuencia de la variable Cultura turística y sus dimensiones de los pobladores de la Región Lambayeque.

		B	M	A	T
Cultura Turística	F	2	133	249	384
	%	5%	35%	65%	104%
Cognitivo	F	17	257	110	384
	%	4%	67%	29%	100%
Instrumental	F	35	270	79	384
	%	9%	70%	21%	100%
Motivacional	F	27	162	195	384
	%	7%	42%	51%	100%
Actitudinal	F	19	107	258	384
	%	5%	28%	67%	100%
Comportamental	F	11	159	214	384
	%	3%	41%	56%	100%

Nota: F: Frecuencia, %: Porcentaje, B: Bajo, M: Medio, A: Alto, T: Total

Como se observa en la tabla anterior, el nivel de cultura turística es alta; por ello, se analizó los niveles por dimensiones, siendo la primera cognitiva, con el nivel medio que sobresale con un 66,9 % seguido de un 28, 6 % alto y un bajo de 4.4%. En la siguiente que es instrumental se manifiesta que el 70,3% de los encuestados tiene nivel medio; 9,1% es un nivel bajo, y el 20,6% posee un nivel alto. En la tercera dimensión se muestra que la población tiene un nivel alto representado por un 50,8% seguido de 42, 2% medio y un 7% bajo. En la actitudinal, la población mostró, que el 67,2% es alto, el 27,9% medio y un 4.9% con nivel bajo. Finalmente, se encuentra la comportamental en donde se observa que en Lambayeque hay un 55.7% alto; 41% medio y 2,9% en relación a la misma.

Para el segundo objetivo planteado; el cual fue analizar el entorno interno y externo de la región Lambayeque, se realizó la revisión documental sobre el entorno interno y externo de la región Lambayeque, usando diferentes herramientas presentadas en las siguientes tablas.

Tabla 4

Análisis la PESTE de la Región Lambayeque.

Factores Externos	Oportunidades	Amenazas
<p>Políticos y legales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Regidor de Lambayeque no logra que se le otorgue presupuesto para Aguinaldo. (Vega, 2020) • Pedido de acercamiento del estado con gobiernos regionales y locales. (Redacción Perú21, 2020) • Instalación de protocolos, en agencias de viajes. (Redacción Perú 21, 2020). • Campañas de vacunación para la población en contra de 17 diferentes enfermedades, (Redacción Andina, 2020) • Entrega de protectores faciales, por autoridades para evitar contagios de COVID 19. (Redacción Andina, 2020) 	<ul style="list-style-type: none"> • Corrupción e ineficiencia de los funcionarios, (Romero, 2020). • Incremento de denuncias hacia funcionarios y servidores públicos contra la administración pública. (Redacción Andina, 2020). • Crisis política ante la vacancia del congreso hacia el presidente Martín Vizcarra por delitos de corrupción. (Redacción BBC, 2020) • Exigencia a las autoridades de mejores condiciones de trabajo. (Redacción La República Norte, 2020)
<p>Económicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevo mercado marino (concha de abanico), en exploración. (Siancas, 2020). • Incremento de compras vía internet. Redacción Gestión (2020). • Inauguración de centro comercial más grande de Lambayeque. (Redacción Perú21, 2020) • Reactivación de la industria turística con campañas que impulsan el turismo cultural y sostenibles, (Redacción Andina, 2020) • Programa “Turismo emprende” para la reactivación económica y el impulso del turismo y artesanía (MINCETUR, s.f.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Crisis política causa preocupación en inversionistas. (Redacción RPP Noticias, 2020). • Depreciación de monedas Latinoamérica antes la crisis sanitaria, (Redacción Gestión, 2020). • Alza de dólar a nivel histórico ante crisis política con S/.3.66, (Redacción El Comercio, 2020) • Pérdidas económicas en el sector de turismo como consecuencia de la pandemia. (Redacción RPP Noticias, 2020) • La pandemia del Covid-19, afectó sector turismo, reduciendo el movimiento de turistas nacionales y extranjeros, generando pérdidas en el sector privado y en ingreso de divisas. (Turiweb, 2020)
<p>Sociales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recojo de inservibles para evitar riesgos como criaderos de zancudos transmisores de dengue, (Redacción La República, 2020). • Entrega de alimentos a población rural ante crisis peruana. (Redacción Nacional, 2020). • Inversión en proyecto de Río la Leche, con el fin de evitar consecuencias del fenómeno del niño en zonas aledañas. (Redacción La República, 2020) • Propuesta de proyecto de ley “Promoción de la diversidad cultural” para disminuir el racismo de la sociedad. (Redacción Andina, 19) • Ejecución de campañas que impulsan el turismo cultural y sostenible, (Redacción Andina, 2020) 	<ul style="list-style-type: none"> • Protestas en Lambayeque pueden probar contagio masivo, (Bravo, 2020). • Perú formar parte de los países con mayor tasa de contagios ante la pandemia. (Redacción RPP Noticias, 2020) • Ineficiencia en sistema de salud ante la pandemia. (Redacción RPP, 2020) • A nivel internacional, El Consejo Mundial de Viajes y Turismo estima, que se puede perder 50 millones de trabajos en el sector de turismo. (IMF, 2020)
<p>Tecnológicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de tablets a estudiantes como programa de acercamiento a la tecnología, (Redacción Nacional, 2020) • Interés de inversionistas ante una industria tecnológica peruana en crecimiento, (Camarillo, 2020) • Implementación tecnología Blockchain para procesos de producción alimentarios en el Perú. (Jimenez, 2020) 	<ul style="list-style-type: none"> • En el Perú solo el 40,1% de los hogares tienen recursos tecnológicos. (Redacción Perú21, 2020). • El Perú es un país con tarifas bajas de internet, pero con gran congestión. (Editora Perú 21, 2020). • El mayor uso de internet está en la costa, mientras en la zona rural solo el 27% tiene acceso, (Redacción Expreso, 2020)
<p>Ecológicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formación de una educación sanitaria, en instituciones escolares. (Machuca, 2020) 	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación como consecuencia del fenómeno del niño. (Portocarrero, 2019).

Tabla 5

Análisis MEFE de la Región Lambayeque.

	Valor	Calificación	Calificación ponderada
Oportunidades			
O1: Reactivación del turismo con campañas que impulsan el turismo cultural y sostenible, (Redacción Andina, 2020)	0.1	4	0.4
O2: Registro de imágenes de una especie de felino milenario en Refugio de Vida Silvestre de Laquipampa (Mongabay, 2019)	0.07	3	0.21
O3: Gobierno considera nuevas medidas en las playas de Lambayeque para evitar propagación del COVID19. (Redacción Gestión, 2020).	0.07	3	0.21
O4: Propuesta de proyecto de ley “Promoción de la diversidad cultural” para disminuir el racismo de la sociedad. (Redacción Andina, 19)	0.1	4	0.4
O5: Programa “Turismo emprende” para la reactivación económica y el impulso del turismo y artesanía (MINCETUR, s.f.)	0.09	4	0.36
O6: El Mincetur a través del PENTUR describe el pilar estratégico institucional del sector, considerando como componente a la cultura turística. (MINCETUR, 2016)	0.1	4	0.4
Amenazas			
A1: Pérdidas económicas en el sector de turismo como consecuencia de la pandemia. (Redacción RPP Noticias, 2020)	0.1	1	0.1
A2: Contaminación como consecuencia del fenómeno del niño. (Portocarrero, 2019).	0.07	1	0.07
A3: La pandemia del Covid-19, afectó sector turismo, reduciendo el movimiento de turistas nacionales y extranjeros, generando pérdidas en el sector privado y en ingreso de divisas. (Turiweb, 2020)	0.1	2	0.2
A4: Perú formar parte de los países con mayor tasa de contagios ante la pandemia. (Redacción RPP Noticias, 2020)	0.1	1	0.1
A5: A nivel internacional, El Consejo Mundial de Viajes y Turismo estima, que se puede perder 50 millones de trabajos en el sector de turismo.	0.1	1	0.1

Como se aprecia en la tabla 4, se empleó el análisis PESTE para examinar factores externos que generan impacto en la región Lambayeque. Como se observa, el contexto de la región se vio afectado por diferentes factores; uno de ellos es la pandemia por el COVID 19 declarada por el Organismo Mundial de Salud, la cual fue un impacto grande a nivel mundial con grandes consecuencias sociales, legales, económicas e incluso ambientales; es por ello, que las autoridades tomaron decisiones para evitar su propagación. En el Perú se implementaron normas sanitarias en la población, como fue la cuarentena, el metro de distancia, el uso obligatorio de mascarillas, entre otros. Además de ello, se evidenció la ineficiencia del sistema de salud, posicionando al país con una gran tasa de contagios y muertes; y los ingresos económicos se han visto afectados debido a la parálisis de actividades en diferentes sectores y la devaluación de la moneda. Por otro lado, también la nación sufrió de una coyuntura política compleja de corrupción, en donde existen grandes brechas de las autoridades nacionales, regionales y municipales con la población, incluso se vivió una vacancia presidencia, y la toma del poder por el legislativo, teniendo como consecuencias protestas sociales e inestabilidad económica ocasionada por la preocupación de los inversionistas extranjeros. El aspecto tecnológico a raíz de esto ha formado un papel de importancia en la población; sin embargo, muchos hogares no cuentan con servicio de internet, y menos con equipos tecnológicos. Siendo efectos perjudicables en la región.

Ante las diferentes amenazas que existe en la región, también están las oportunidades, las cuales son la exploración de nuevos mercados con productos marinos, como el avance de la tecnología ante la crisis sanitaria, por lo tanto, se realizó la Matriz de evaluación de factores externos, con una calificación ponderada de las oportunidades de 1.98 y la de amenazas de 0.57, obteniendo un resultado total de 2.55. Por ello se determinó que el ambiente externo es desfavorable para el gobierno regional a través del GERCETUR Lambayeque, sobre todo para la implementación de acciones a favor del fortalecimiento de la cultura turística. Tal como se observa en la tabla 5.

De igual manera se realizó el análisis MEFI para reconocer las fortalezas y debilidades, expuestas, a través del Plan Estratégico Regional de Turismo de Lambayeque y la encuesta previamente desarrollada; seleccionando, las que generan mayor impacto ante la cultura turística y la actividad turística del departamento del norte, en donde la calificación ponderada de las fortalezas es de 1.08 y 0.65 de las debilidades, siendo un total de 2.45, demostrando que la gestión de la cultura turística por parte de la GERCETUR Lambayeque es débil; sin embargo, cabe señalar que las fuerzas internas son favorables para el fortalecimiento de la cultura turística en la región.

Tabla 6
Análisis MEFI de la Región Lambayeque.

	Valor	Calificación	Calificación ponderada
Fortalezas			
F1: Nivel alto de cultura turística en las dimensiones: actitudinal, comportamental y afectivo motivacional.	0.07	4	0.28
F2: Existe una gran oferta turística en la región. (MINCETUR, 2016)	0.07	4	0.28
F3: GERCETUR brindó capacitaciones de cultura turística de las autoridades a estudiantes del nivel secundario. (GERCETUR, 2019)	0.08	4	0.32
F4: Actividades para posicionar a Lambayeque como destino gastronómico del país (Redacción RPP Noticias, 2018)	0.07	4	0.28
F5: A nivel nacional, Lambayeque posee gran cantidad de emprendimientos enfocados al turismo cultural. (Pinto, 2020)	0.07	4	0.28
F6: GERCETUR pretende potencializar el turismo religioso en el Lambayeque. (Redacción Andina, 2019))	0.06	3	0.18
F7: Apertura de nuevo museo en el complejo arqueológico Jotora Lambayeque - Jayanca. (Redacción La República, 2020)	0.06	3	0.18
Debilidades			
D1: Nivel medio en las dimensiones cognitiva e instrumental de cultura turística	0.07	2	0.14
D2: El plan de cultura turística no ha sido implementado en la región.	0.08	1	0.08
D3: Falta de mantenimiento y deterioro de la infraestructura Lambayecana, (Redacción RPP Noticias, 2020).	0.05	1	0.05
D4: Invasión de tierras en el área de conservación privada de Chaparrí, (Muñoz, 2020)	0.05	1	0.05
D5: Carencia de interés de autoridades por el bicentenario de la provincia de Lambayeque. (Redacción La República, 2020)	0.07	1	0.07
D6: Incremento de huaqueos e invasiones como consecuencia de la pandemia. (Redacción Andina, 2020).	0.07	1	0.07
D7: Inseguridad ciudadana como grave problema en Lambayeque. (Vásquez, 2020).	0.07	1	0.07
D8: Inversión privada La Montería afectaría área de conservación privada de Chaparrí. (Silva, 2020)	0.06	2	0.12

Lambayeque se encuentra en la zona norte del país, una de la región donde se desarrolla cada cierto tiempo el fenómeno denominado “el niño”, en donde sus secuelas provoca inestabilidad en la región; así mismo, este lugar se posee innumerables bienes materiales e inmateriales formando una gran oferta turística como son los recursos gastronómicos, religioso entre otros, siendo una de las más grandes fortalezas que contiene; no obstante, ante el factor externo del coronavirus ocasionando grandes efectos; ya que, la movilización de los turistas ha sido suspendida, generando así un gran impacto en la economía y como tal, la pérdida de muchos puestos de trabajo a nivel de la región como del mundo; sobre todo en el turismo, logrando así consecuencias en la región, siendo uno de ellos, la invasión y huaqueo de muchos lugares propuestos para la investigación arqueológica, además de la falta de mantenimiento de la infraestructuras y superestructura, siendo de los resultados de las malas administraciones de las autoridades. También es importante que, ante el patrimonio cultural de Lambayeque, entidades como el ministerio de comercio exterior y turismo, tomen decisiones sobre la región a través de una entidad más directa que es conocida como Gerencia regional de comercio y turismo, formando un equipo para una gestión sobre normas y leyes que mejoren las condiciones de emprendimientos turísticos, como de los trabajadores que participan en ella.

Ante esta realidad para la investigación se hizo necesario el uso del FODA cruzado con el fin de identificar las estrategias adecuadas para el mejor rendimiento y gestión enfocada a fortalecer la cultura turística de sus pobladores, considerando como tal sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, logrando plantear estrategias necesarias y acordes a la necesidad de la región. La tabla 7 muestra las estrategias identificadas, producto de realizar un cruce de los factores internos y externos, tal es así que las estrategias identificadas como FO las cuales apuntan a explotar debido a que se deben maximizar las fortalezas para aprovechar al máximo las oportunidades (maxi – maxi) fueron: (1) Fortalecer la cultura turística a nivel regional en instituciones públicas, privadas involucradas en la actividad turística y sociedad civil. (2) Implementar programas para motivar el turismo local de la región y (3) Implementar programas de sensibilización sobre los proyectos ejecutados, poblaciones beneficiadas, impactos positivos logrados en la región a los involucrados en la actividad turística.

Por otro lado, las fortalezas que presenta el distrito de Lambayeque en relación con la cultura turística son favorables sin embargo se observa un entorno con amenazas, para ello las estrategias FA permiten maximizar las fortalezas que se presenta en la región para minimizar el impacto que pueda ocasionar las amenazas, en tal sentido se ha planteado estrategias como: (1): Implementación de un centro de interpretación sobre el fenómeno del niño para los pobladores de la región de Lambayeque. (2) Programas de capacitación online de prevención COVID19 a los involucrados en la actividad turística y la población. (3) Diferenciación de la región Lambayeque como destino gastronómico y religioso en el norte del país.

Con respecto a las debilidades analizadas como región, se realizó el cruce con las oportunidades y amenazas del entorno. El primero en mención obedece al planteamiento de estrategias DO en donde se busca mejorar las debilidades identificadas para aprovechar las oportunidades encontradas, siendo las estrategias planteadas: (1) Elaboración y ejecución de un plan de cultura turística en la región y (2) Capacitación online de los pobladores en relación a su identidad cultural y territorio.

Por último, se encuentran las estrategias DA, las cuales son estrategias de carácter ofensivo que buscan reducir las debilidades para evitar las amenazas, por ello, se planteó las siguientes: (1) Implementación de programas de sensibilización y cuidado del patrimonio hacia la población y (2) Programa inserción de trabajos reactivación de la actividad turística para el involucramiento de la población aledaña.

Tabla 7

Matriz FODA de la Región Lambayeque.

		Fortalezas	Debilidades
		<p>F1: Nivel alto de cultura turística en las dimensiones: actitudinal, comportamental y afectivo motivacional.</p> <p>F2: Existe una gran oferta turística en la región. (MINCETUR, 2016)</p> <p>F3: GERCETUR brindó capacitaciones de cultura turística de las autoridades a estudiantes del nivel secundario. (GERCETUR, 2019)</p> <p>F4: Actividades para posicionar a Lambayeque como destino gastronómico del país (Redacción RPP Noticias, 2018)</p> <p>F5: A nivel nacional Lambayeque posee gran cantidad de emprendimiento enfocados al turismo cultural, (Pinto, 2020)</p> <p>F6: GERCETUR pretende potencializar el turismo religioso en el Lambayeque. (Redacción Andina, 2019)</p> <p>F7: Apertura de nuevo museo en el complejo arqueológico Jotora Lambayeque - Jayanca. (Redacción La República, 2020)</p> <p>F8: Reactivación del turismo con campañas que impulsan el turismo cultural y sostenible, (Redacción Andina, 2020)</p>	<p>D1: Nivel medio en las dimensiones cognitiva e instrumental de cultura turística</p> <p>D2: El plan de cultura turística no ha sido implementado en la región.</p> <p>D3: Falta de mantenimiento y deterioro de la infraestructura Lambayecana, (Redacción RPP Noticias, 2020).</p> <p>D4: Invasión de tierras en el área de conservación privada de Chaparrí, (Muñoz, 2020)</p> <p>D5: Carencia de interés de autoridades por el bicentenario de la provincia de Lambayeque. (Redacción La República, 2020)</p> <p>D6: Incremento de huaqueo e invasiones como consecuencia de la pandemia. (Redacción Andina, 2020).</p> <p>D7: Inseguridad ciudadana como grave problema en Lambayeque. (Vásquez, 2020).</p> <p>D8: Inversión privada La Montería afectaría área de conservación privada de Chaparrí. (Silva, 2020)</p>
Oportunidades	FO Explote	DO Busque	
<p>O1: Reactivación del turismo con campañas que impulsan el turismo cultural y sostenible, (Redacción Andina, 2020)</p> <p>O2: Registro de imágenes de una especie de felino milenario en Refugio de Vida Silvestre de Laquipampa (Mongabay, 2019)</p> <p>O3 Gobierno considera nuevas medidas en las playas de Lambayeque para evitar propagación del COVID19. (Redacción Gestión, 2020).</p> <p>O4: Propuesta de proyecto de ley "Promoción de la diversidad cultural" para disminuir el racismo de la sociedad. (Redacción Andina, 19)</p> <p>O5: Programa "Turismo emprende" para la reactivación económica y el impulso del turismo y artesanía (MINCETUR, s.f.)</p> <p>O6: El Mincetur a través del PENTUR describe el pilar estratégico institucional del sector, considerando como componente a la cultura turística. (MINCETUR, 2016)</p>	<p>E1: Fortalecer la cultura turística a nivel regional en instituciones públicas, privadas involucradas en la actividad turística y sociedad civil. (F1, F3 y O6)</p> <p>E2: Implementar programas para motivar el turismo local de la región. (F5, F6, F8 y O1)</p> <p>E3: Implementar programas de sensibilización sobre los proyectos ejecutados, poblaciones beneficiadas, impactos positivos logrados en la región a los involucrados en la actividad turística (F5 Y O1, O5)</p>	<p>E4: Elaboración y ejecución de un plan de cultura turística en la región. (D1, D2, D4, D8, O2 Y O6)</p> <p>E5: Capacitación online de los pobladores en relación a su identidad cultural y territorio (D1, D6 y O1)</p>	
Amenazas	FA Confronte	DA Evite	
<p>A1: Pérdidas económicas en el sector de turismo como consecuencia de la pandemia. (Redacción RPP Noticias, 2020)</p> <p>A2: Contaminación como consecuencia del fenómeno del niño. (Portocarrero, 2019).</p> <p>A3: La pandemia del Covid-19, afectó sector turismo, reduciendo el movimiento de turistas nacionales y extranjeros, generando pérdidas en el sector privado y en ingreso de divisas. (Turiweb, 2020)</p> <p>A4: Perú formar parte de los países con mayor tasa de contagios ante la pandemia. (Redacción RPP Noticias, 2020).</p> <p>A5: A nivel internacional, El Consejo Mundial de Viajes y Turismo estima, que se puede perder 50 millones de trabajos en el sector de turismo. (IMF, 2020)</p>	<p>E6: Implementación de un centro de interpretación sobre el fenómeno del niño para los pobladores de la región de Lambayeque. (F2 y A2)</p> <p>E8: Programas de capacitación online de prevención COVID19 a los involucrados en la actividad turística y la población. (F1 Y A3, A4)</p> <p>E9: Diferenciación de la región Lambayeque como destino gastronómico y religioso en el norte del país (F2, F4 F6 y A1, A3, A5)</p>	<p>E10: Implementación de programas de sensibilización y cuidado del patrimonio hacia la población (D3 y A2)</p> <p>E:11 Programa inserción de trabajos reactivación de la actividad turística para el involucramiento de la población aledaña. (D4, D6 y A1, A3 A6)</p>	

Para proponer estrategias de fortalecimiento de la cultura turística en la región de Lambayeque, a través del 3 objetivo específico de realizar el proceso de formulación de estrategias de cultura turística, cabe precisar que en total se formularon 10 estrategias ubicadas en diferentes cuadrantes del FODA, sin embargo, se utilizó la matriz cuantitativa de planteamiento estratégico (MCPE) para identificar cuáles de las estrategias propuestas eran viables de aplicación.

En la tabla 8, se observa la estructura de la matriz en donde se consideran en la primera columna las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas valorándolas a cada una de ellas según los pesos asignados en el análisis MEFÉ y MEFI. Luego se coloca las estrategias identificadas en las columnas siguientes con la finalidad de asignarles un valor en relación a la atraktividad que tiene la estrategia con cada elemento del entorno siendo: (1) Sin Atractivo, (2) Algo Atractivo, (3) Atractivo y (4) Muy Atractivo, para luego multiplicar por los pesos, de esta manera se obtiene el puntaje ponderado.

Finalmente se sumó todos los puntajes ponderados de cada una de las estrategias, eligiendo aquellas que eran mayores a 5, calificándolas como aceptables (D' Alessio, 2008), las mismas que se mencionan a continuación: (1) Fortalecer la cultura turística a nivel regional en instituciones públicas, privadas involucradas en la actividad turística y sociedad civil, con 5.47 puntos, (2) Implementar programas para motivar el turismo local de la región, con 5.24 puntos, (3) Implementar programas de sensibilización sobre los proyectos ejecutados, poblaciones beneficiadas, impactos positivos logrados en la región a los involucrados en la actividad turística, con 5.54 puntos, (4) Elaboración y ejecución de un plan de cultura turística en la región, con 5.38 puntos, (5) Implementación de programas de sensibilización y cuidado del patrimonio hacia la población con 5.44 puntos y (6) Programa inserción de trabajos reactivación de la actividad turística para el involucramiento de la población aledaña, con 5.13 puntos.

Tabla 8
Matriz CPE de las estrategias de la Región de Lambayeque.

Factores clave	E1		E2		E3		E4.		E5		E6		E7		E8		E9		E10		
	P	V	Pd	V	Pd	V	Pd	V	Pd	V	Pd	V	Pd	V	Pd	V	Pd	V	Pd	V	Pd
Oportunidades																					
O1:	0.1	4	0.4	4	0.4	4	0.4	3	0.3	3	0.3	1	0.1	3	0.3	2	0.2	3	0.3	4	0.4
O2:	0.07	1	0.07	3	0.21	3	0.21	1	0.07	2	0.14	1	0.07	1	0.07	1	0.07	3	0.21	2	0.14
O3:	0.07	1	0.07	2	0.14	2	0.14	1	0.07	2	0.14	1	0.07	4	0.28	2	0.14	2	0.14	3	0.21
O4:	0.1	2	0.2	2	0.2	4	0.4	3	0.3	4	0.4	1	0.1	1	0.1	1	0.1	3	0.3	2	0.2
O5:	0.09	3	0.27	4	0.36	4	0.36	2	0.18	3	0.27	1	0.09	3	0.27	2	0.18	3	0.27	3	0.27
O6:	0.1	4	0.4	2	0.2	3	0.3	4	0.4	4	0.4	2	0.2	1	0.1	1	0.1	3	0.3	3	0.3
Amenazas																					
A1:	0.1	3	0.3	4	0.4	3	0.3	2	0.2	3	0.3	1	0.1	4	0.4	4	0.4	2	0.2	3	0.3
A2	0.07	2	0.14	2	0.14	1	0.07	1	0.07	3	0.21	4	0.28	1	0.07	2	0.14	2	0.14	1	0.07
A3	0.1	2	0.2	3	0.3	3	0.3	2	0.2	2	0.2	2	0.2	4	0.4	3	0.3	2	0.2	3	0.3
A4	0.1	2	0.2	3	0.3	3	0.3	2	0.2	1	0.1	1	0.1	4	0.4	2	0.2	2	0.2	3	0.3
A5.	0.1	3	0.3	2	0.2	3	0.3	3	0.3	2	0.2	1	0.1	4	0.4	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Fortalezas																					
F1	0.07	4	0.28	1	0.07	1	0.07	4	0.28	4	0.28	2	0.14	1	0.07	3	0.21	3	0.21	2	0.14
F2	0.07	4	0.28	3	0.21	3	0.21	3	0.21	4	0.28	3	0.21	2	0.14	4	0.28	3	0.21	3	0.21
F3	0.08	4	0.32	1	0.08	3	0.24	4	0.32	4	0.32	2	0.16	1	0.08	3	0.24	3	0.24	2	0.16
F4	0.07	3	0.21	4	0.28	3	0.21	2	0.14	3	0.21	1	0.07	3	0.21	4	0.28	3	0.21	3	0.21
F5	0.07	3	0.21	4	0.28	4	0.28	2	0.14	3	0.21	2	0.14	4	0.28	3	0.21	3	0.21	3	0.21
F6	0.06	3	0.18	4	0.24	3	0.18	2	0.12	3	0.18	2	0.12	3	0.18	4	0.24	3	0.18	3	0.18
F7	0.06	2	0.12	4	0.24	3	0.18	1	0.06	2	0.12	1	0.06	2	0.12	2	0.12	2	0.12	3	0.18
Debilidades																					
D1	0.07	4	0.28	1	0.07	1	0.07	4	0.28	4	0.28	2	0.14	1	0.07	3	0.21	4	0.28	3	0.21
D2	0.08	4	0.32	1	0.08	4	0.32	4	0.32	4	0.32	2	0.16	1	0.08	3	0.24	4	0.32	3	0.24
D3	0.05	2	0.1	3	0.15	1	0.05	1	0.05	3	0.15	3	0.15	1	0.05	1	0.05	3	0.15	2	0.1
D4	0.05	3	0.15	3	0.15	1	0.05	2	0.1	3	0.15	2	0.1	1	0.05	1	0.05	3	0.15	2	0.1
D5	0.07	1	0.07	2	0.14	1	0.07	1	0.07	1	0.07	1	0.07	1	0.07	3	0.21	2	0.14	1	0.07
D6	0.07	3	0.21	3	0.21	3	0.21	2	0.14	3	0.21	1	0.07	3	0.21	1	0.07	3	0.21	2	0.14
D7	0.07	1	0.07	1	0.07	2	0.14	1	0.07	3	0.21	1	0.07	1	0.07	2	0.14	1	0.07	1	0.07
D8	0.06	2	0.12	2	0.12	3	0.18	2	0.12	3	0.18	2	0.12	1	0.06	2	0.12	3	0.18	2	0.12
TOTAL	2	70	5.47	68	5.24	67	5.54	59	4.71	76	5.83	43	3.19	56	4.53	62	4.8	71	5.44	65	5.13

Nota: P: Peso, V: Valor, Po: Ponderación, E1: Fortalecer la cultura turística a nivel regional en instituciones públicas, privadas involucradas en la actividad turística y sociedad civil, E2: Implementar programas para motivar el turismo local de la región, E3: Implementar programas de sensibilización sobre los proyectos ejecutados, poblaciones beneficiadas, impactos positivos logrados en la región a los involucrados en la actividad turística, E4: Elaboración y ejecución de un plan de cultura turística en la región, E5: Capacitación online de los pobladores en relación a su identidad cultural y territorio, E6: Implementación de un centro de interpretación sobre el fenómeno del niño para los pobladores de la región de Lambayeque, E7: Programas de capacitación online de prevención COVID19 a los involucrados en la actividad turística y la población, E8: Diferenciación de la región Lambayeque como destino gastronómico y religioso en el norte del país, E9: Implementación de programas de sensibilización y cuidado del patrimonio hacia la población, E10: Programa inserción de trabajos reactivación de la actividad turística para el involucramiento de la población aledaña, O1: Reactivación del turismo con campañas que impulsan el turismo cultural y sostenible, O2: Registro de imágenes de una especie de felino milenario en Refugio de Vida Silvestre de Laquipampa, O3: Gobierno considera nuevas medidas en las playas de Lambayeque para evitar propagación del COVID19, O4: Propuesta de proyecto de ley "Promoción de la diversidad cultural" para disminuir el racismo de la sociedad, O5: Programa "Turismo emprende" para la reactivación económica y el impulso del turismo y artesanía, O6: El Mincetur a través del PENTUR describe el pilar estratégico institucional del sector, considerando como componente a la cultura turística, A1: Pérdidas económicas en el sector de turismo como consecuencia de la pandemia, A2: Contaminación como consecuencia del fenómeno del niño, A3: La pandemia del Covid-19, afectó sector turismo, reduciendo el movimiento de turistas nacionales y extranjeros, generando pérdidas en el sector privado y en ingreso de divisas, A4: Perú formar parte de los países con mayor tasa de contagios ante la pandemia, A5: A nivel internacional, El Consejo Mundial de Viajes y Turismo estima, que se puede perder 50 millones de trabajos en el sector de turismo, F1: Nivel alto de cultura turística en las dimensiones: actitudinal, comportamental y afectivo motivacional, F2: Existe una gran oferta turística en la región, F3: GERCETUR brindó capacitaciones de cultura turística de las autoridades a estudiantes del nivel secundario, F4: Actividades para posicionar a Lambayeque como destino gastronómico del país, F5: A nivel nacional, Lambayeque posee gran cantidad de emprendimientos enfocados al turismo cultural, F6: GERCETUR pretende potencializar el turismo religioso en el Lambayeque, F7: Apertura de nuevo museo en el complejo arqueológico Jotoro Lambayeque - Jayanca, D1: Nivel medio en las dimensiones cognitiva e instrumental de cultura turística, D2: El plan de cultura turística no ha sido implementado en la región, D3: Falta de mantenimiento y deterioro de la infraestructura Lambayecana, D4: Invasión de tierras en el área de conservación privada de Chaparrí, D5: Carencia de interés de autoridades por el bicentenario de la provincia de Lambayeque, D6: Incremento de huaqueos e invasiones como consecuencia de la pandemia, D7: Inseguridad ciudadana como grave problema en Lambayeque, D8: Inversión privada La Montería afectaría área de conservación privada de Chaparrí.

Los pobladores de Lambayeque poseen una cultura turística alta; sin embargo, se observa un nivel medio en las dimensiones cognitiva e instrumental; las cuales son primordiales para el desarrollo turístico, ya que son la identificación de la sociedad con su territorio y las habilidades para el trato de los turistas. García (2018), en su estudio demuestra que en el Perú existe un crecimiento notable del turismo, siendo crucial ofrecer un componente que complemente una experiencia de calidad. En Lambayeque se conoce que posee una amplia oferta turística, es por esto que se debe trabajar por buscar una diferenciación con otros departamentos, brindando a los visitantes una experiencia que vaya más allá de sus expectativas. Es por ello que Díaz et al (2016) indica que la comunidad local se debe integrar con el destino, sus áreas sociales y ambientales, necesarias con el fin de mejorar el desarrollo de la actividad turística.

Para la discusión en relación al segundo objetivo específico, se basó en los resultados anteriores, siendo necesario los análisis expuestos en las tablas anteriores, en donde la cultura turística forma parte del entorno interno y como componente de la región por ser propia de los residentes del lugar. Así mismo la utilización de la matriz PESTE planteado a través de la recolección que se evidencia de distintos medios de información, evaluando aspectos políticos – legales, económico, social, tecnológico y ecológicos influyentes en la región que demuestran su realidad, e incluso la consideración de la situación actual que se vive por la crisis sanitaria mundial. De tal manera, permite reconocer las limitaciones a las que está expuesto el lugar u organización, (Diez, 2011). Así mismo una evaluación interna para conocer la situación del departamento, considerando aspectos positivos y negativos. Ante esto es necesario la evaluación de los factores debe ser de manera eficiente otorgando una calificación según la importancia y el efecto que puede ocasionar, tanto en el departamento como las futuras estrategias que se pueden plantear, como es observado por matrices como EFE y EFI seleccionando los más relevantes para la formulación estratégica.

Del mismo modo el tercer objetivo necesita de los resultados anteriores, debido a la importancia de la evaluación de factores internos y externos a través de la matriz FODA cruzado, que permitió identificar las posibles estrategias. Para Cordisco et al (2013) considera el objetivo debe estar alineado a las necesidades de la comunidad, y por ende, estudiar cuál es la estrategia que se deba optar. Es por ello, que D'Alessio a través de su teoría considera inevitable el uso de algunas herramientas como filtros para la correcta elección de las estrategias; en este caso la matriz cuantitativa del planeamiento estratégico, de manera objetiva y juiciosa los resultados. Este análisis permite a través de una calificación determinar que tácticas son las mejores para obtener el objetivo esperado.

Este proceso está enfocado en el autor, a través de su libro proceso estratégico, no obstante, existen pocas investigaciones que sigan procesos similares en destinos, ya que su metodología está enfocada en organizaciones empresariales, formando parte la limitación para la discusión. Finalmente, ante el objetivo general se conoce que existen 6 estrategias adaptables para el fortalecimiento de la cultura turística. Según González et al (2013), la fase de planificación es de vital importancia para el éxito práctico de la estrategia, además de que en su investigación registra que, si la población tiene la oportunidad de la participación y la orientación adecuada, presentará una disposición para mejorar el desarrollo de la actividad turística y de la población

Conclusiones

La conclusión ante el objetivo general es que se obtuvo 6 estrategias atractivas para fortalecer la cultura turística en la región, proporcionadas por el análisis de la planificación estratégica, para el fortalecimiento de la cultura turística. Tomando en cuenta los factores de la región tanto externos como internos.

En cuanto al primer objetivo específico se puede concluir que la cultura turística en un 65% es alta en los lambayecanos; y por ende, forma parte de una fortaleza importante de la región Lambayeque; ya que permitirá la distinción en la experiencia de los turistas en relación a otros departamentos del país, logrando que el departamento se posicione como un principal destino; y para ello, necesitamos seguir fortaleciéndola para que sea aprovechada en el desarrollo de la cultura en el departamento.

En síntesis, al segundo objetivo, muestra la importancia de realizar un análisis de la situación presente, para reconocer el ámbito en el que se desenvuelve. Además, permite visualizar futuros escenarios que se desean prevenir o lograr. En Lambayeque este estudio es crucial; debido a que evitará que el departamento sufra riesgos que puedan no ser revocables; generando así una pérdida total de los bienes tangibles como intangibles; asimismo, como sabemos el departamento posee grandes recursos, pero se observa que existe poco aprovechamiento de ellos, e incluso una gestión casi desinteresada por parte de las autoridades locales, evitando también que estos sean aprovechados en beneficios por los pobladores.

Finalmente, en el tercer objetivo se plantea que, podemos encontrar distintas estrategias, pero estas deben de estar orientadas al objetivo general; por lo tanto, se realizan diferentes filtros para identificar las estrategias adecuadas. Lambayeque es una región autónoma en relaciones a los factores que lo conforman, sean internos y externos; por ellos es necesario que la propuesta este orientada a las necesidades y alineaciones de esta.

Recomendaciones

Según los resultados obtenidos se señala al gobierno considerar las siguientes recomendaciones alineadas a la investigación realizada:

Considerar a los pobladores de la región Lambayeque como participantes activos en las actividades turísticas, ya que cuenta con un nivel alto medio de cultura turística, logrando de esa forma que sean parte importante del desarrollo turístico, siendo este un impulso para que se involucren e identifiquen con el turismo.

Incentivar a que los profesionales de turismo se comprometan con su destino, de tal manera que tengan un impulso para fomentar planes de mejoramiento e investigaciones en relación a la cultura turística.

El GERCETUR Lambayeque debe plasmar las acciones pertinentes ante el objetivo del PENTUR en relación a la cultura turística, a través de su realidad. Asimismo, la implementación y seguimiento de estas como labor en beneficio de la sociedad y el turismo.

El gobierno debería considerar un presupuesto dirigido a las capacitaciones para la orientación y sensibilización de los pobladores, con el fin de que se fortalezca el interés de cuidado del patrimonio cultural y ambiental del departamento lambayecano.

Referencias

- Bernal, C. A. (2016). *Metodología de la investigación*. Colombia: PEARSON.
- Bravo, R. (17 de Noviembre de 2020). Lambayeque: piden a jóvenes que estuvieron en marchas aplicar aislamiento social. *La República*. Obtenido de <https://bit.ly/3kXrlAs>
- Camarillo, B. (17 de Noviembre de 2020). Empresas ticas de tecnologías de la información se posicionarían en el mercado peruano. *America RETAIL*. Obtenido de <https://bit.ly/3nUVdiN>
- Casanueva Roche, C., García del Junco, J., & Caro Gonzáles, F. (2000). *Organización y gestión de empresas turísticas*. Madrid: Pirámide.
- Casanueva, C., García, J., & Caro, F. (2000). *Organización y gestión de empresas turísticas*. Madrid: Pirámide.
- Cavero, N. (2018). *La conciencia y cultura turística en el desarrollo de servicios turísticos de la región Ica*. Ica: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.
- Chiavenato, I. (2012). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: McGraw - Hill.
- Coral, D. M. (2019). *Evaluación de la cultura turística para desarrollar eel turismo en el centro poblado de Sipán del distrito de Zaña*. Chiclayo: Universidad Señor de Sipán.
- Cordisco, M., Scoponi, L., De Batista, M., Durán, R., Bustos Cara, R., Haag, I., & Piñeiro, V. (2013). Cultura, identidad y territorio: reflexiones para el desarrollo de una estrategia de diferenciación del servicio agroturístico en emprendimiento de un Grupo de Cambio Rural (INTA) del partido de Coronel Suárez (Buenos Aires). *Mundo Agrario*.
- D' Alessio, F. (2008). *El proceso estratégico*. México: Pearson educación. Obtenido de <https://bit.ly/3q7jCnl>
- Diez, D. (2011). La planificación estratégica en espacios turísticos de interior. *investigaciones turísticas*, 69 - 92.
- Fernández Fernández, J. (2005). *Finanzas y ética*. Madrid: Universidad Pontifica Comillas de Madrid.
- Fernández, J. (2006). *Planificación estratégica de ciudades: nuevos instrumentos y procesos*. Barcelona: Reverté.
- García, C. (2018). *Formación de la cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco - Lima 2018*. Lima: Escuela de Posgrado - Universidad César Vallejo.
- GERCETUR. (2019). *Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo*. Lambayeque: Ministerio De Comercio Exterior Y Turismo.

GERENCIA REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO LAMBAYEQUE. (3 de Junio de 2019). *GERENCIA REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO LAMBAYEQUE*. Obtenido de PROGRAMA DE CAPACITACIONES EN CULTURA TURÍSTICA Y PROMOCIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LAMBAYEQUE

Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Brujas. Obtenido de <https://bit.ly/3m4i5vv>

González, M., & Castro, G. (2013). Formación de Cultura Turística en las Comunidades Anfitrionas: Barrio Centro, Santa Clara, Cuba. *CULTUR*.

Gonzalez, M. R. (2012). *Cultura turística de la población local anfitriona del turismo*. España: Editorial académica española.

Huamán, S. (19 de Agosto de 2019). Comunicación Personal. (H. Cubas Samillan, Entrevistador)

IMF. (30 de Marzo de 2020). *IMF BUSINESS SCHOOL*. Obtenido de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/consecuencias-coronavirus-en-sector-turismo/>

Jimenez, D. (29 de Octubre de 2020). *COINTELEGRAPG*. Obtenido de <https://es.cointelegraph.com/news/in-peru-the-process-to-add-cocoa-production-to-blockchain-technology-promoted-by-unido-begins-now>

Lanz, M. (2006). *El aprendizaje autorregulado*. Argentina: Noveduc.

Liderazgo y Mercadeo. (2013). *Estrategias*. España: Liderazgo y Mercadeo. Obtenido de <https://www.liderazgoymercadeo.co/estrategia-competitiva/>

Machuca, Y. (17 de Noviembre de 2020). Lambayeque: Sunass premió a escolares ganadores de concurso sobre el uso del agua. *La República*. Obtenido de <https://bit.ly/3fz1q0T>

Mariscal, J. (2015). La triple construcción de la gestión cultural en Latinoamérica. *Revistas de Estudios Intersicplinario en Ciencias Sociales*, 96- 112.

MINCETUR. (s.f.). *Turismo Emprende*. Obtenido de <http://turismoemprende.pe/>

Mintzberg, H., Quinn, J., & Voyer, J. (1997). *El proceso Estratégico*. México: Pearson Educación.

Mongabay, A. (8 de Febrero de 2019). Lambayeque: Cámaras trampa registran por primera vez un felino milenario en Laquipampa. *El Comercio*. Obtenido de <https://bit.ly/3fz1Cx9>

Muñoz, L. (29 de Agosto de 2020). Comisión del Congreso pide intervención de Minagri y Fiscalía Ambiental para proteger reserva Chaparrí. *La República*. Obtenido de <https://bit.ly/3lZqGzI>

- Palacios, D. (2017). Desarrollo cultural local y desarrollo cultural comunitario. *Culturas. Revista de Gestión Cultural*, 1-14.
- Pinto, N. (18 de Noviembre de 2020). *Pressperu*. Obtenido de <https://pressperu.com/el-turismo-rural-no-se-doblega-ante-la-pandemia/>
- Rappaport, A. (1998). *La creación de valor para el accionista: una guía para inversores y directivos*. España: DEUSTO. Obtenido de <https://bit.ly/360TeDu>
- Redacción Andina. (Junio de 19). Ministerio de Cultura: el racismo es una amenaza para nuestra interculturalidad. *Andina, agencia peruana de noticias*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-ejecutivo-propone-abordar-racismo-como-un-problema-publico-802367.aspx>
- Redacción Andina. (9 de Mayo de 2019). Lambayeque busca impulsar potencial del turismo religioso en la región. *Andina, Agencia peruana de noticias*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-lambayeque-busca-impulsar-potencial-del-turismo-religioso-la-region-753351.aspx>
- Redacción Andina. (5 de Noviembre de 2020). 25 puntos vacunacion contra difteria este fin semana. *Andina, Agencia Peruana de Noticias*. Obtenido de <https://bit.ly/39atpmp>
- Redacción Andina. (27 de Octubre de 2020). Lambayeque inicia entrega gratuita de protectores faciales entre usuarios del transporte. *Andina, Agencia Peruana de Noticias*. Obtenido de <https://bit.ly/3fu0dYI>
- Redacción Andina. (2020 de Noviembre de 2020). Lambayeque: más de 50 sentencias por delitos contra la administración pública en 2020. *Andina, Agencia Peruana de Noticias*. Obtenido de <https://bit.ly/363NAAE>
- Redacción Andina. (26 de Octubre de 2020). Ministro Neyra: el turismo cultural es vital para el desarrollo del país. *Andina, Agencia Peruana de Noticias*. Obtenido de <https://bit.ly/2V0XHzC>
- Redacción Andina. (20 de Julio de 2020). Walter Alva alerta sobre huaqueos e invasiones en la región Lambayeque. *Andina, Agencia peruana de noticias*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-walter-alva-alerta-sobre-huaqueos-e-invasiones-la-region-lambayeque-807889.aspx>
- Redacción BBC. (17 de Noviembre de 2020). Francisco Sagasti: las razones de la crisis política en Perú y cuáles pueden ser las salidas. *BBC News*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-54980014>

- Redacción El Comercio. (16 de Noviembre de 2020). Tipo de cambio cierra a nivel histórico de S/3,66, mientras se espera conocer un presidente. *El Comercio*. Obtenido de <https://bit.ly/2KyVgCl>
- Redacción Expreso. (12 de Noviembre de 2020). Perú: ¿Cuál es la situación del sector de tecnologías de la información? *EXPRESO*. Obtenido de <https://bit.ly/3q3ddtk>
- Redacción Gestión. (12 de Octubre de 2020). Depreciación del Sol y monedas latinoamericanas frente a recesión económica. *Gestión*. Obtenido de <https://bit.ly/360Xvqm>
- Redacción Gestión. (25 de Octubre de 2020). Lambayeque plantea que playas se restrinjan los fines de semana, pero aún no está definido. *Gestión Perú*. Obtenido de <https://bit.ly/2JaBeO4>
- Redacción Infobae. (17 de Marzo de 2020). *Infobae*. Obtenido de <https://bit.ly/3q08JUg>
- Redacción La República. (10 de Noviembre de 2020). Lambayeque: Complejo Arqueológico Jotoro tendrá museo de sitio en Jayanca. *La República*. Obtenido de <https://larepublica.pe/sociedad/2020/11/10/lambayeque-complejo-arqueologico-jotoro-tendra-museo-de-sitio-en-jayanca-lrnd/>
- Redacción La República. (25 de Noviembre de 2020). Lambayeque: cuestionan carencia de proyectos con miras al Bicentenario. *La República*. Obtenido de <https://larepublica.pe/sociedad/2020/11/25/lambayeque-cuestionan-carencia-de-proyectos-con-miras-al-bicentenario-lrnd/>
- Redacción La República. (16 de Noviembre de 2020). *Lambayeque: ejecutan obras de prevención en el río La Leche*. Obtenido de <https://larepublica.pe/sociedad/2020/11/16/lambayeque-ejecutan-obras-de-prevencion-en-el-rio-la-leche-lrnd/>
- Redacción La República. (16 de Noviembre de 2020). Lambayeque: recolectan inservibles para evitar propagación del dengue. *La República*. Obtenido de <https://bit.ly/372657E>
- Redacción La República Norte. (17 de Noviembre de 2020). Lambayeque: trabajadores anuncian marcha para exigir mejores condiciones. *La República*. Obtenido de <https://bit.ly/2UWLgVy>
- Redacción Nacional. (6 de Noviembre de 2020). Minedu inició la distribución de 24 000 tabletas en la región Lambayeque. *Nacional, pe*. Obtenido de <https://bit.ly/3q2gpoL>
- Redacción Nacional. (5 de Noviembre de 2020). Qali Warma entrega 213 toneladas de alimentos en zonas altoandinas de Lambayeque. *Nacional.pe*. Obtenido de <https://bit.ly/3l3453W>

- Redacción Perú21. (11 de Noviembre de 2020). Gobierno regional de Lambayeque pide que nuevo gabinete escuche sus demandas. *Perú 21*. Obtenido de <https://bit.ly/361kh1m>
- Redacción Perú21. (5 de Noviembre de 2020). Mall Aventura Chiclayo: Inauguran el centro comercial más grande de Lambayeque. *Perú 21*. Obtenido de <https://bit.ly/3q1aiRC>
- Redacción RPP. (11 de Setiembre de 2020). Huánuco: Médicos claman ayuda para enfrentar la COVID-19 en medio de crisis política. *RPP Noticias*. Obtenido de <https://bit.ly/2UXaPpB>
- Redacción RPP Noticias. (28 de Agosto de 2018). Buscan colocar a Lambayeque como el mejor destino culinario del norte. *RPP NOTICIAS*. Obtenido de <https://rpp.pe/peru/lambayeque/lambayeque-buscan-colocar-a-chiclayo-como-mejor-destino-culinario-del-norte-noticia-1146288>
- Redacción RPP Noticias. (15 de Junio de 2020). Crece el pesimismo: 56% de peruanos cree que la cuarentena tuvo un impacto negativo, según Ipsos. *RPP Noticias*. Obtenido de <https://bit.ly/2UZ3h5D>
- Redacción RPP Noticias. (17 de Noviembre de 2020). Dólar cae al inicio de la jornada, ante expectativas tras crisis política. *RPP Noticias*. Obtenido de <https://bit.ly/3nXV7Xs>
- Redacción RPP Noticias. (17 de Noviembre de 2020). Lambayeque: Infraestructura deportiva de los Juegos Bolivarianos 2013 luce abandonada y sin mantenimiento. *RPP Noticias*. Obtenido de <https://bit.ly/3fwIfEU>
- Redacción RPP Noticias. (28 de Setiembre de 2020). Lambayeque: Más de 116 millones de soles pierde el sector turismo a causa de la pandemia. *RPP Noticias*. Obtenido de <https://rpp.pe/peru/actualidad/coronavirus-en-peru-lambayeque-mas-de-116-millones-de-soles-pierde-el-sector-turismo-a-causa-de-la-pandemia-noticia-1295248>
- Roberto, H., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: MC Graw Hill Education.
- Salinas, N., Barajas, J., & Bernal, L. (2019). Relevancia y desarrollo de la Gestión Cultural en Iberoamérica. *Culturas. Revista de gestión cultural*, 1-24.
- Secretaría de Turismo (SECTUR). (2013). *Breviario de Cultura Turística*. México: Secretaria de Turismo.
- Siancas, W. (17 de Noviembre de 2020). Produce evaluará el recurso concha de abanico en Piura y Lambayeque. *La República*. Obtenido de <https://bit.ly/3l3PdIz>
- Silva, C. (22 de Febrero de 2020). Avanza la represa La Montería, pese a afectar el área natural Chaparrí. *La República*. Obtenido de

<https://larepublica.pe/economia/2020/02/23/lambayeque-avanza-la-represa-la-monteria-pese-a-afectar-el-area-natural-chaparr/>

Turiweb. (27 de Noviembre de 2020). *TURIWEB. Noticias de turismo y viajes*. Obtenido de https://www.turiweb.pe/ministra-claudia-cornejo-expone-al-congreso-dramatica-situacion-del-sector-turismo/?fbclid=IwAR3ptg75Kw4xzqr8HznT9rotYtC676ppHH4jjjwoUsTD6yBx3i7AQIa4_PA

Vásquez, C. (29 de Octubre de 2020). Lambayeque: el 17% de la población fue víctima de la delincuencia y denunció los hechos. Obtenido de <https://larepublica.pe/sociedad/2020/10/29/lambayeque-el-17-de-la-poblacion-fue-victima-de-la-delincuencia-y-denuncio-los-hechos-lrnd/>

Vega, Y. (17 de Noviembre de 2020). Lambayeque: PJ no autorizó pago de gratificaciones a gobernador regional. *La República*. Obtenido de <https://bit.ly/37cWaMO>

Wheelen, T., & Hunger, D. (2012). *Administración Estratégica y Política de Negocios*. México: Pearson Educación.

Anexos

Anexo 1

Matriz de consistencia de estrategias de fortalecimiento de la cultura turística en la región Lambayeque 2020

Problema General	Objetivo General	Variables		
<p>¿Cuáles son las estrategias de fortalecimiento de la cultura turística en la región de Lambayeque?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cuál es el nivel de cultura turística en la población de la región Lambayeque?</p> <p>¿Cómo es el planeamiento estratégico para la identificación de la estrategia de fortalecimiento de cultura turística?</p>	Proponer estrategias de fortalecimiento de la cultura turística en la región de Lambayeque.	Variable: Cultura turística		
	Dimensiones		Indicadores	
	Cognitiva	Conocimientos históricos, geográficos, culturales y ambientales del lugar		
		Conocimientos sobre el turismo y su importancia		
		Conocimientos sobre la problemática del turismo en el espacio local		
		Conocimientos sobre gestión local del turismo sostenible		
	Instrumental	Habilidades para comunicarse y relacionarse		
		Habilidades para tomar decisiones como anfitrión		
		Habilidades para gestionar problemas y solucionar conflictos como anfitrión		
		Percepción ciudadana del modelo de desarrollo turístico		
	afectivo motivacional	Estados de ánimo de la población euforia, apatía, rechazo, aceptación		
		Motivación para insertarse en la práctica de un turismo responsable		
		Estados de satisfacción frente al turismo		
		Interés en contribuir a la solución de problemas y el mejoramiento local		
	Actitudinal	Actitud pasiva o activa ante el turismo		
	Expresión de valores			
	Actuación auto regulada y auto controlada			
	Participación y apoyo a las acciones			
Comportamental	Posicionamiento crítico reflexivo y de divulgación			
	Efecto multiplicador ante la familia, colectivo de estudio o trabajo, comunidad			
	Variable: Planeamiento estratégico			
	Análisis (insumos)	Análisis externo	Análisis PESTE	
			Matriz de Evaluación de Factores Externos	
		Análisis interno	Matriz de Evaluación de Factores Internos	
Intuición (Proceso)	Proceso de formulación		Matriz FODA	
Decisión	Estrategias Internas		MATRIZ CPE	
	Estrategias Externas			
Diseño y tipo de investigación	Población, Muestra y muestreo	Técnicas e instrumentos de recolección de datos		
Enfoque metodológico mixto Diseño: Diseño secuencial Tipo: Aplicativo Nivel: Descriptivo	Población 1: 1 197 260 pobladores lambayecanos Muestra: 384 pobladores Muestreo: probabilístico aleatorio	Enfoque metodológico cuantitativo Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario	Enfoque metodológico cualitativo Técnica: Revisión documental Instrumentos: Ficha	

Anexo 2

Cuestionario**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES****Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos****Instrucciones:**

Conocer el nivel de cultura turística de los pobladores de la región Lambayeque, tomando en cuenta la siguiente escala valorativa:

Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni de acuerdo ni desacuerdo	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

DATOS GENERALES:

Sexo: () Masculino () Femenino. Edad: _____

CULTURA TURÍSTICA		1	2	3	4	5
Cognitiva						
1	Conoce los aspectos importantes de su región, como historia, geografía, cultura.					
2	Conoce sobre la problemática actual del turismo en su región					
3	Ha percibido el desarrollo turístico en su región.					
4	Conoce y participa de las costumbres y tradiciones de su región.					
5	Participa de capacitaciones sobre el turismo dentro de su región.					
6	El turismo es una actividad importante para el desarrollo de la región.					
Instrumental						
7	Es comunicativo con los turistas que visitan su región.					
8	La iniciativa hacia el turista y sus necesidades es parte de usted.					
9	Es capaz de solucionar problema relacionados al turismo.					
Afectivo Motivacional						
10	Le agrada la llegada de los turistas a su región.					
11	Le agrada interactuar con los turistas.					
12	Le interesa el desarrollo del turismo en mi región					
13	Le interesa promover el turismo en la comunidad					
14	Le estimula los aspectos de su región para mejorar el turismo.					
Actitudinal						
15	Tiene una inclinación por el turismo y las costumbres de su distrito.					
16	Presenta una actitud positiva hacia el turismo.					
17	Como poblador se identifica con la zona.					
18	Usted tiene cualidades positivas hacia los visitantes.					
Comportamental						
19	Respeto la normativa vigente en relación a la actividad turística					
20	Visito constantemente los lugares turísticos que tiene mi región					
21	Recomiendo a familiares y amigos a visitar mi región.					
22	El turismo ha generado beneficios y nuevos puestos de trabajo en la región.					

Anexo 3

Validez de Experto 1



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **Hilda Elizabeth Cubas Samillan**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos**, titulado

“Estrategias de Fortalecimiento de la Cultura Turística en la región de Lambayeque, 2020”, elaborado por la Estudiante **Hilda Elizabeth Cubas Samillan**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 26 de octubre de 2020.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "M. González", is written above a dashed line.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr. Manuel Ramón González Herrera

Cargo Actual: Docente de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. México

Anexo 4

Validez de Experto 2



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **Hilda Elizabeth Cubas Samillan**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos**, titulado

"Estrategias de Fortalecimiento de la Cultura Turística en la región de Lambayeque, 2020", elaborado por la Estudiante **Hilda Elizabeth Cubas Samillan**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 3 de julio de 2020.

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical strokes and a horizontal line, positioned above a dashed line. Below the dashed line, the text "FIRMA DEL JUEZ EXPERTO" is printed in a bold, sans-serif font.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Lic. Corina Ortiz Castañeda

Cargo Actual: Docente

Anexo 5

Validez de Experto 1



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **Maria De Las Mercedes Elizabeth Vigo Gálvez**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos**, titulado

“Estrategias de Fortalecimiento de la Cultura Turística en la región de Lambayeque, 2020”, elaborado por la Estudiante **Hilda Elizabeth Cubas Samillan**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 9 de julio de 2020.

A handwritten signature in black ink, appearing to be "M. De Las Mercedes Elizabeth Vigo Gálvez", written over a faint circular stamp.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Mgtr. María De Las Mercedes Elizabeth Vigo Gálvez

Cargo Actual: Docente

Anexo 6

Resultado de la encuesta de la dimensión cognitiva de cultura turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido bajo	17	4,4	4,4	4,4
medio	257	66,9	66,9	71,4
alto	110	28,6	28,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Anexo 7

Resultado de la encuesta de la dimensión Instrumental de cultura turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido bajo	35	9,1	9,1	9,1
medio	270	70,3	70,3	79,4
alto	79	20,6	20,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Anexo 8

Resultado de la encuesta de la dimensión Motivacional de cultura turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido bajo	27	7,0	7,0	7,0
medio	162	42,2	42,2	49,2
alto	195	50,8	50,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Anexo 9

Actitudinal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	bajo	19	4,9	4,9	4,9
	medio	107	27,9	27,9	32,8
	alto	258	67,2	67,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Anexo 10

Comportamental

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	bajo	11	2,9	2,9	2,9
	medio	159	41,4	41,4	44,3
	alto	214	55,7	55,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	