

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



**Comunicación Institucional y fortalecimiento de la identidad cultural a
través del programa “Cajamarquilla Vive” de la Municipalidad de
Lurigancho - Chosica**

Trabajo de Suficiencia Profesional para obtener el Título Profesional de Licenciada en
Ciencias de la Comunicación

Autora:

Nahomi Anabel Muchari Domínguez

Asesor:

Mtro. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano

Lima, agosto de 2026

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Yo Romeen Fortunato Aguirre Zambrano, docente de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de suficiencia titulado: **“Comunicación Institucional y fortalecimiento de la identidad cultural a través del programa “Cajamarquilla Vive” de la Municipalidad de Lurigancho - Chosica”** de la autora Nahomi Anabel Muchari Dominguez, tiene un índice de similitud de 8 % verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 21 días del mes de agosto del año 2026



Mtro. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los **10** días del mes de **julio** del año **2026** siendo las **08:25** horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del presidente del jurado: **Lic. Nick Josias Brañez Medrano**; el secretario: **Mtro. Jose Calsin Molleapaza**; como vocal: el **Mg. Jose Victor Cabrera Aquino** y el asesor: **Mtro. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano**, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación del trabajo de suficiencia profesional titulado: **Comunicación institucional y fortalecimiento de la identidad cultural a través del programa “Cajamarquilla vive” de la Municipalidad de Lurigancho - Chosica**, de la bachiller: **Nahomi Anabel Muchari Dominguez**, conducente a la obtención del Título Profesional de Licenciada en **Ciencias de la Comunicación**.

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando al candidato a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el candidato. Luego se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

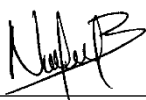
Candidato-(a): **Bach. Nahomi Anabel Muchari Dominguez**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			MÉRITO
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	16	B	Bueno	Muy bueno

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el presidente del jurado informa la evaluación final que recibe el candidato y se concluye con el acto académico de sustentación, procediéndose a registrar las firmas respectivas.

“SUSTENTACIÓN REALIZADA BAJO LA MODADIDAD VIRTUAL SINCRÓNICA”



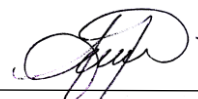
Lic. Nick Josias Brañez Medrano
Presidente



Mtro. Jose Calsin Molleapaza
Secretario



Mg. Jose Victor Cabrera Aquino
Vocal



Mtro. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano
Asesor



Nahomi Anabel Muchari Dominguez
Candidato (a)

Tabla de contenido

Introducción.....	4
Capítulo I	6
Datos generales de la entidad	6
1.1 Razon Social, Ruc, Dirección, Contacto	6
1.2 Actividad principal de la empresa o institución	7
1.3 Reseña histórica	7
1.4 Visión.....	8
1.5 Descripción del área donde el bachiller realizó sus actividades.....	8
Capítulo II	11
Descripción del cargo y actividades del bachiller	11
2.1 Descripción del cargo	11
2.2 Descripción de las actividades del bachiller.....	12
2.3 Gestión de Contenidos Digitales en Facebook y TikTok	18
2.4 Producción de Material Gráfico y Publicidad Exterior: Carteles, Flyers y Gigantografías	19
2.5 Comunicación de Proximidad: Spots para Camiones Recolectores y Locales Comunes	21
2.6 Gestión de Accesibilidad: El Bus Gratuito como Estrategia de Inclusión	23
2.7 Gestión de Actores Locales: El Artesano como Embajador del Relato Turístico	24
2.8 Implementación del Stand Turístico: Gamificación y Educación Patrimonial	26
Registro Audiovisual: Fotografía y Video como Memoria Institucional	27
Capítulo III	30
Principales logros del bachiller	30
3.1 Movilización y participación ciudadana en proyecto culturales.....	30
3.2 Modernización e Innovación de los Canales de Comunicación Institucional	32
3.3 Innovaciones en la Gestión Comunicacional	33
3.4 Premios.	34
3.5 Aporte a la Excelencia Institucional:	34
Reconocimiento a Buenas Prácticas en Gestión Pública	34
Conclusiones	36
Recomendaciones.....	37
Referencias.....	38
Anexos.....	40
Copia de certificado de trabajo de los 3 años de experiencia profesional	40

Introducción

La Subgerencia de Promoción Turística de Lurigancho-Chosica empezó en 2024 un proceso para mejorar su gestión comunicacional. De igual manera para que el distrito tuviera más visibilidad y que los canales de difusión funcionaran mejor a la par que la gente conociera los recursos turísticos y culturales de la zona. Para lograr eso, se incorporó el Servicio de Asistencia Técnica en el Diseño, Ejecución y Gestión de las Redes Sociales para la Implementación de campañas digitales las cuales.

Este servicio se encargaba del diseño, la ejecución y la gestión de campañas digitales en redes sociales. Las redes sociales no solo sirven para difundir información. Vásquez et al. (2024) plantean que, bien utilizadas, las estrategias digitales favorecen la interacción con la ciudadanía y se convierten en un soporte útil para planificar y ejecutar comunicación pública.

Pecoraro et al. (2024) van más allá: para ellos, el intercambio comunicativo y el flujo de información inciden directamente en la participación ciudadana y en la transparencia institucional. Novillo (2025) sugiere algo importante para este estudio: administrar plataformas digitales no es solo poner contenido, sino también medir y emplear diversas técnicas de comunicación.

En base a ello se generó un plan para aumentar la difusión del trabajo realizado. Se decidió optar por piezas gráficas, contenidos audiovisuales y otras acciones que permitieran la interrelación entre los diferentes sectores de la institución.

Unas de estas acciones fue la implementación del Programa Cultural "Cajamarquilla Vive". Consistía en la difusión de la importancia histórica y cultural que posee la Zona Arqueológica de Cajamarquilla, lugar declarado como Patrimonio Cultural de la Nación. Mediante esta acción se buscaba no solo promocionar la historia local sino hacerlo de manera efectiva mediante la creación de un contenido comunicacional para fortalecer el vínculo institucional comunitario.

El presente Informe de Suficiencia Profesional busca únicamente describir el conocimiento adquirido y los aportes técnicos desarrollados para el diseño de las estrategias de comunicación pública participativa realizada. Así, al ejecutar el Programa "Cajamarquilla Vive", fue posible evidenciar el problema central de la investigación.

Las actividades culturales tenían muy poca difusión y la gente casi no se acercaba a la institución. Partiendo de ese problema, el informe revisa qué funciones se cumplieron y qué estrategias se aplicaron. La idea es mostrar que una gestión comunicacional bien hecha sí puede mejorar la difusión cultural y, además, fortalecer la relación entre la institución y la comunidad.

Capítulo I

Datos generales de la entidad

1.1 Razón Social, Ruc, Dirección, Contacto

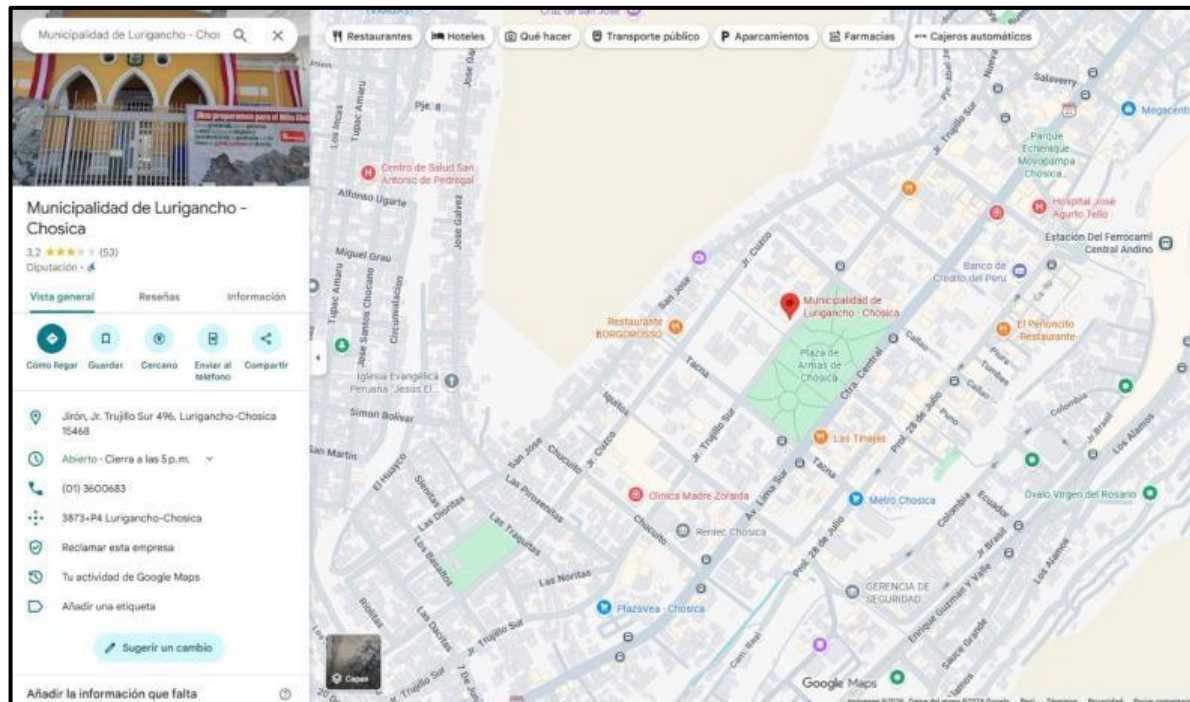
La Municipalidad Distrital de Lurigancho - Chosica (MDLCH) es un órgano de gobierno local que forma parte de la estructura del Estado peruano, encargado de la administración pública y la promoción del desarrollo integral del distrito de Lurigancho - Chosica, ubicado en la provincia y departamento de Lima. La entidad se rige por lo dispuesto en la Ley Orgánica de Municipalidades, desarrollando funciones en los ámbitos social, económico, cultural y territorial, en beneficio de la población (Plataforma Digital Única del Estado Peruano, 2026).

La Municipalidad Distrital de Lurigancho - Chosica se encuentra inscrita en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) con el número 20131371455. Su sede institucional está ubicada en Jirón Trujillo Sur N.º 496, distrito de Lurigancho - Chosica, provincia y departamento de Lima, Perú, con código postal 150118.

El horario de atención al público es de lunes a viernes, de 08:00 a 17:00 horas, brindando servicios administrativos y de atención ciudadana de manera continua. El teléfono central de la entidad es (01) 360-0683, a través del cual se canalizan consultas, orientaciones y coordinaciones institucionales.

Figura 1.

Ubicación geográfica de la Municipalidad de Lurigancho – Chosica



Nota. El mapa geográfico fue tomado del motor de búsqueda de Google en el apartado de Google Maps (Google, sf).

1.2 Actividad principal de la empresa o institución

La actividad principal de la Municipalidad Distrital de Lurigancho–Chosica consiste en la gestión del gobierno local, orientada a la planificación, organización, ejecución y evaluación de políticas públicas distritales, así como a la administración eficiente de los servicios municipales. Estas acciones tienen como finalidad promover el desarrollo integral y sostenible del distrito, fortalecer la participación ciudadana, preservar el ordenamiento territorial y contribuir a la mejora de la calidad de vida de la población, en concordancia con el marco normativo vigente y los principios de la gestión pública.

1.3 Reseña histórica

Los antecedentes históricos de Lurigancho-Chosica se remontan al virreinato. La formalización política del distrito recién ocurrió en el siglo XIX. Con los años, Chosica fue consolidándose. Primero como capital del distrito, luego como uno de los principales espacios

urbanos de la zona este de Lima (Municipalidad de Lurigancho, 2026).

Actualmente, el distrito mencionado se ubica en la cuenca media del río Rímac, en la parte oriental de Lima, en la provincia de Huarochiri, junto con los distritos de Ate, Chaclacayo y San Juan de Lurigancho. Desde este punto, la capital del sol eterno, conocida principalmente como Villa del Sol, donde el frío y la humedad de Lima son prácticamente inexistentes, se encuentra en el kilómetro 32 de la Carretera Central.

Por sus características culturales, geográficas y climáticas, Lurigancho-Chosica destaca por su gran volumen de turismo y sitios patrimoniales. Entre sus áreas más representativas se encuentra la Zona Arqueológica de Cajamarquilla, declarada Patrimonio Nacional del Perú y, sin duda, uno de los principales hitos históricos y culturales de la región.

1.4 Visión

Lurigancho es un distrito próspero, con oportunidades, impulsa a la actividad turística y recreativa, al emprendimiento para la generación de empleo y reactivación económica, con un agresivo programa de capacitación a jóvenes y mujeres, mediante la articulación con los programas de sectores estatales y el incentivo a la inversión privada, integrado a lo largo del distrito. Un distrito que promueve servicios eficientes que mejoren la calidad de vida de la población y seguridad ciudadana integral. Un distrito menos vulnerable a los eventos naturales con un plan integral de prevención, articulado con programas ambientales sostenibles, con una administración municipal descentralizada y soporte tecnológico moderno, con innovación, transparencia en la información y rendición de cuentas, con funcionarios idóneos, cumpliendo los presupuestos participativos, respetando la independencia de la organización social.^{2.5} Descripción del área donde el bachiller realizó sus actividades (Plataforma Digital Única del Estado Peruano, 2026).

1.5 Descripción del área donde el bachiller realizó sus actividades.

La Subgerencia de Promoción Turística de Lurigancho–Chosica tiene un rol claro dentro de la municipalidad. La Subgerencia planifica, organiza y difunde actividades para promover el

turismo, la cultura y la recreación en el distrito. Este hecho está respaldado por el ROF (Reglamento de Organización y Funciones): dicha área debe participar tanto en la valorización del patrimonio cultural como en el desarrollo de la economía de la zona a través de iniciativas relacionadas con el turismo y la cultura.

En esta oportunidad, la bachiller orientó todas sus actividades hacia una dirección determinada. Esto consistió en la elaboración y distribución de contenidos. El objetivo de esta tarea fue promover las iniciativas culturales, creativas y turísticas organizadas por la municipalidad. Las funciones que desarrollé estuvieron relacionadas con la administración de las cuentas sociales del organismo, la participación en eventos y la generación de materiales gráficos y audiovisuales a través de aplicaciones editoriales.

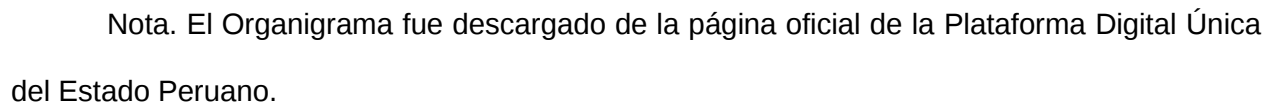
Esta serie de tareas puede clasificarse dentro de las Ciencias de la Comunicación, ya que abarcó tres ramas específicas: comunicación institucional, comunicación digital y producción de contenido.

Los contenidos elaborados estuvieron vinculados a los recursos turísticos y patrimoniales del distrito. Entre ellos destaca, sin duda, la Zona Arqueológica de Cajamarquilla. Para ello, se diseñaron publicaciones digitales y piezas audiovisuales. La finalidad fue difundir información de interés cultural y turístico, así como promover el reconocimiento y la valoración del patrimonio local. A la par tuvo el papel de coordinar la difusión de las campañas de turismo recreativo, las ferias y las actividades artísticas que impulsaba la Subgerencia.

Para cumplir con esta función, se hizo un uso estratégico de redes sociales y plataformas digitales. Desde allí se gestionaron contenidos digitales. El objetivo de este trabajo fue ampliar el alcance de las actividades institucionales y a la vez tener una mayor participación ciudadana. Estas actividades ejecutivas por el presente bachiller dieron como resultado aplicar herramientas y conocimientos asignadas por la carrera de Ciencias de la comunicación en la gestión pública.

Se logro a través de procesos de difusión institucional, comunicación digital y promoción cultural. El eje central de todo ello fue el fortalecimiento del vínculo entre la municipalidad y la

Figura 2
Organigrama de la Municipalidad de Lurigancho - Chosica



Capítulo II

Descripción del cargo y actividades del bachiller

2.1 Descripción del cargo

El bachiller prestó servicios en el Servicio de Asistencia Técnica de la Subgerencia de Promoción Turística de Lurigancho–Chosica. Este servicio estaba dedicado al diseño, ejecución y gestión de redes sociales para campañas digitales. En ese marco, sus tareas se orientaron a dos áreas principales. Una fue la comunicación institucional. La otra, la difusión de contenidos turísticos, culturales y recreativos del distrito. En la práctica cotidiana, sin embargo, esa separación no operaba de manera tan nítida como se describe aquí.

Para llevar a cabo lo que se le había ordenado realizar, llevó a cabo varias funciones. No solo una. Manejó las redes sociales institucionales, actividad que requiere de mucha constancia, creó contenido informativo y promocional, además de diseñar contenido gráfico y audiovisual. Esto no fue lo único que hizo. Apoyó en la difusión de las campañas y eventos que organiza la Subgerencia. Pero, todo esto con un objetivo claro en mente: darle visibilidad a los eventos culturales y turísticos realizados en el municipio. Además de este propósito, también se buscaba involucrar más a la ciudadanía con la institución utilizando los canales digitales. Y de hecho, en muchas ocasiones, esta segunda meta no se logró.

Por su parte, las responsabilidades del bachiller incluían la programación de contenidos de comunicación. Alude a la difusión de los valores culturales, históricos y arqueológicos que posee el distrito. Ejemplo de ello es todo lo vinculado a la Zona Arqueológica de Cajamarquilla. Con ese propósito en mente, organiza la generación y difusión de los contenidos digitalizados por la institución. De ahí que la comunidad tuviera acceso sencillo a cualquier información respecto a eventos culturales, ferias y recreativos. Sin embargo, esto último no siempre ha sido así.

La integración de diferentes canales e instrumentos de comunicación cumple una función muy importante: la de aumentar el alcance de los mensajes y mejorar la interacción con las

audiencias. Así afirman Rivas et al. (2023). Desde esta perspectiva, las diversas funciones cumplidas por la bachiller suponen poner en práctica estrategias de comunicación digital. Y todo con el objetivo de potenciar la difusión institucional y al mismo tiempo la comunicación con la ciudadanía.

Con dicha experiencia, la bachiller mejoró su competencia en varios aspectos. Específicamente, logró el desarrollo de competencias comunicacionales tales como: planificación comunicacional, gestión de contenidos digitales, trabajo en equipo y comunicación pública. Asimismo, con su participación, contribuyó en la difusión de las iniciativas propuestas desde la municipalidad para fomentar la turismo y cultura locales.

2.2 Descripción de las actividades del bachiller

Desde los primeros meses del periodo municipal 2023-2026, la Municipalidad de Lurigancho-Chosica tomó la decisión de reincorporar a la Subgerencia de Promoción Turística a su estructura orgánica. Dicha subgerencia quedó adscrita a la Gerencia de Educación, Cultura y Deporte.

Dando continuidad a su labor, entre las metas definidas estuvo promover la difusión del patrimonio cultural y turístico del distrito. Uno de estos fue particularmente destacado y relevante: la Zona Arqueológica de Cajamarquilla.

Con el fin de iniciar las acciones que contribuyen a mejorar su valoración y conservación, algunas iniciativas empezaron a desarrollarse desde enero de 2023. Una de estas fue la celebración del aniversario de la declaratoria de Cajamarquilla como Patrimonio Cultural de la Nación. Esta actividad estuvo articulada por varios organismos y entidades. Entre estos estuvieron el Ministerio de Cultura (MINCUL), la UNMSM, el IVUC de la Universidad de San Martín de Porres y también la ONG CESAL.

Pese a la escasa participación en dicha actividad -ya que contó con aproximadamente 250 participantes-, lo que predominó en esta celebración fue la escenificación simbólica. Esto llevó a descubrir la necesidad de implementar estrategias efectivas para promover el patrimonio

cultural del distrito a la ciudadanía. Es por ello que la Subgerencia de Promoción Turística implementó diversos proyectos en favor de la valoración de la Zona Arqueológica de Cajamarquilla.

La bachiller participó en actividades vinculadas a esta Subgerencia. Entre éstas estuvo la elaboración y publicación de diversos contenidos para la difusión en las redes sociales de la entidad municipal. También se dedicó a la comunicación de las visitas guiadas, recorridos turísticos y eventos culturales relacionados a Cajamarquilla. Las labores de la bachiller se centraron en redactar publicaciones, realizar coacción de gráficos y videos, así como difundir digitalmente las diferentes actividades.

Tras estas iniciativas, un problema comunicacional fue identificado. Mucha gente desconoce tanto la existencia como el valor y significado histórico y cultural de este patrimonio arqueológico. Esta es la primera problemática descubierta. En segundo lugar, la participación ciudadana en las actividades promovidas por dicha Subgerencia no ha sido la deseable. En tercer lugar, este sitio patrimonial tampoco se valora como un recurso cultural y turístico relevante del distrito.

Durante el 2023 se puso en marcha el programa “Cajamarquilla Vive”. Este programa inició como una estrategia impulsada en el distrito para convertir el patrimonio cultural en una herramienta de desarrollo social, educativo y económico para la población. Su propósito fue ampliar la difusión del patrimonio arqueológico local. Para ello combinó dos tipos de acciones: actividades presenciales y contenido digital. La bachiller participó en esa iniciativa. Sus tareas incluyeron comunicación institucional, difusión digital y promoción de actividades culturales. Todo ello buscaba fortalecer el vínculo entre la ciudadanía y el patrimonio cultural del distrito.

Ficha técnica

En la siguiente tabla se podrá apreciar una tabla con la ficha técnica del evento realizado

EVENTO	CAJAMARQUILLA VIVE
DÍA, FECHA Y HORA	• Domingo 8 de febrero del 2026. • 1:00 p.m. – 8:30 p.m.
LUGAR	• Zona Arqueológica de Cajamarquilla – Sector Villar Córdova.
ORGANIZADO POR	Ministerio de Cultura: • Dirección de Gestión de Monumentos – Dirección General de Patrimonio Arqueológico Inmueble Gobierno local: • Municipalidad Distrital de Lurigancho-Chosica.
OBJETIVOS	• Resaltar los valores culturales de la Zona Arqueológica de Cajamarquilla. • Promover la puesta en valor de uso social de la Zona Arqueológica de Cajamarquilla, en alianza el gobierno local e instituciones públicas y privadas. • Inaugurar la sala de exposición del centro de interpretación de Cajamarquilla
PARTICIPANTES	• Ministro de Cultura • Alcalde Distrital de Lurigancho-Chosica, Oswaldo Vargas Cuéllar. • Viceministra de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales • Director General de Patrimonio Arqueológico Inmueble. • Director de Gestión de Monumentos. • Gerentes y Sub-Gerentes de la Municipalidad de Lurigancho
ASISTENTES	• Especialistas de la Dirección de Gestión de Monumentos. • Funcionarios y trabajadores de la Municipalidad Distrital de Lurigancho-Chosica. • Programa arqueológico de Cajamarquilla. • Organizaciones culturales • Emprendedores y artesanos de Cajamarquilla y Nievería

Programa

En la siguiente tabla se muestra el programa “Cajamarquilla Vive”

HORA	CONTENIDO
2:00 pm – 2:40 pm	Recepción de Autoridades “TINKUY” Punto de encuentro en el sector Laberinto, simboliza el trabajo articulado entre el Ministerio de Cultura y la Municipalidad de Lurigancho Chosica, evidenciando el compromiso en conjunto por la protección, conservación y puesta en valor de uso social al sitio arqueológico de Cajamarquilla. Participan: • Alfredo Luna Briceño, ministro de Cultura • Oswaldo Vargas Cuellar, alcalde de Lurigancho Chosica • Equipo Técnico del Ministerio de Cultura • Equipo Técnico de la Municipalidad de Lurigancho • Líderes Artesanos • Taller arqueológico de Cajamarquilla (55 niños) Pautas: • Recepción y saludo a autoridades en el sector de Laberinto. • Palabras de bienvenidas del alcalde. • Palabras del ministro de Cultura. • Breve recorrido interno en el Laberinto. • Foto protocolar, evidenciando la articulación interinstitucional por el Patrimonio arqueológico.
2:40 pm – 3:30 pm	Inauguración de la sala “Cajamarquilla, encuentro en el desierto” Presentación de la sala de exposición que muestra información didáctica de los avances de investigación que se realizó en Cajamarquilla y territorio circundante. Esta exposición se lleva a cabo gracias a las diversas estrategias y acciones entre el Ministerio de Cultura y la Municipalidad de Lurigancho, en beneficio de la población peruana difundiendo nuestra riqueza patrimonial. Participan: • Alfredo Luna Briceño, ministro de Cultura • Oswaldo Vargas Cuellar, alcalde de Lurigancho Chosica • Equipo Técnico del Ministerio de Cultura

	• Equipo Técnico de la Municipalidad de Lurigancho • Líderes Artesanos • Taller arqueológico de Cajamarquilla (55 niños). Pautas: • Ingreso al centro de Interpretación de Cajamarquilla. • Foto protocolar en la develación de placa. • Corte del lazo y tradicional romper el champan. • Recorrido interno en la sala de exposición. • Discurso del ministro de Cultura. • Discurso del alcalde de Lurigancho Chosica.
3:30 p.m. – 4.30 p.m.	Evento sociocultural “Cajamarquilla Vive” Encuentro cultural entre la población del distrito de Lurigancho y las autoridades de ambas instituciones, con el motivo de los 25 años que cumple la zona arqueológica de Cajamarquilla como declaratoria de Patrimonio Cultural de la nación. Nuestras autoridades realizaran un recorrido protocolar por las ferias gastronómica, culturales, artesanales con el objetivo de saludar a los expositores y conocer las expresiones locales. Promoviendo la identidad, participación e iniciativas de producción del entorno. Participan: • Alfredo Luna Briceño, ministro de Cultura • Oswaldo Vargas Cuellar, alcalde de Lurigancho Chosica • Equipo Técnico del Ministerio de Cultura • Equipo Técnico de la Municipalidad de Lurigancho • Feria gastronómica (24 ollas común). • Feria artesanal y de emprendedores (8 maestros artesanos). • Taller cultural (8 organizaciones juveniles). • Feria Municipal (14 servicios de salud, entre otros). • Población local del distrito. Pautas: • Recorrido por las ferias gastronómicas, artesanales, culturales etc. • Almuerzo central.
4:30 p.m. – 5.30 p.m.	Danzas culturales Presentación de danzas típicas a cargo de las organizaciones juveniles que limitan la zona arqueológica de Cajamarquilla.

	Participan: • Sociedad Tunantera Villa del Sol de Chosica • Maqta Yawar • Agrupación Folklorica Residentes de Chiara
5:30 p.m. – 6:30 p.m.	Espectáculo de luces en la pirámide • Presentación de los videos, donde demuestra el trabajo articulado entre la Municipalidad de Lurigancho Chosica y el Ministerio de Cultura. • El encendido del espectáculo de luces en la pirámide de Villar Córdova. • Fuegos artificiales
6:30 p.m. – 7:00 p.m.	Escenificación “Los Ychma de Cajamarquilla” Tradicional pago a la tierra, donde los Ychma bajan de la pirámide de Villar Córdova con sus antorchas para demostrar el agradecimiento, respeto, reciprocidad a la madre tierra y la llegada de buenas acciones para Cajamarquilla. A cargo del elenco cultural de la hermana Quilla.
7:00 p.m. 7:15 p.m.	Palabras de bienvenida del alcalde de Lurigancho-Chosica, Oswaldo Vargas Cuéllar.
7:15 p.m. – 7:25 p.m.	Palabras del Ministro de Cultura
7:25 p.m. – 7:30 p.m.	Fotografía protocolar.
7:30 p.m. – 8:30 p.m.	Presentación del Dúo Retama
8:30 p.m.	Fin de evento

Figura 5

Planificación y Logística del Programa “Cajamarquilla Vive”



Nota. Elaboración propia

2.3 Gestión de Contenidos Digitales en Facebook y TikTok

La Subgerencia de Promoción Turística utilizó los contenidos digitales como una herramienta central. El objetivo fue reducir el desconocimiento de la población sobre el patrimonio cultural y turístico de Lurigancho-Chosica. En este proceso, la bachiller participó en la planificación y ejecución de contenidos digitales diferenciados para Facebook y TikTok. Adaptó los formatos y mensajes según las características de cada audiencia.

En Facebook, los contenidos tuvieron un carácter más institucional. Se dirigieron principalmente a vecinos y usuarios vinculados a la comunidad local. La bachiller elaboró publicaciones informativas sobre el cronograma de actividades del programa “Cajamarquilla Vive”, la difusión de eventos culturales y la promoción de la participación ciudadana. También coordinó la creación de eventos dentro de la plataforma y apoyó en la difusión mediante grupos vecinales, con el fin de ampliar el alcance orgánico de las publicaciones.

En TikTok, el enfoque fue diferente. La bachiller participó en la producción y edición de videos cortos. Utilizó recursos audiovisuales dinámicos, tendencias y audios virales adaptados al contexto del programa. Los contenidos mostraron actividades culturales, ferias, presentaciones artísticas y vistas de la Zona Arqueológica de Cajamarquilla. La intención fue generar mayor interacción con los públicos jóvenes mediante formatos audiovisuales de rápida difusión.

No solo las acciones anteriores aumentaron el contacto digital, sino también los medios mediante los cuales se divulgó información cultural de una manera amena e interesante a la ciudadanía. Esto ayudó a que la estrategia digital mejorara la visibilidad del programa y motivara un mayor interés en las actividades realizadas en la arqueología.

Consecuencia directa de la preparación y difusión digital de contenido es que se logró una alta participación de jóvenes en las actividades de “Cajamarquilla Vive”. Además, aumentó el número de comentarios sobre los posts realizados en las redes sociales de la institución. Gracias a estas experiencias, la bachiller ha puesto en práctica competencias relacionadas a comunicación digital, producción audiovisual, manejo de redes sociales y planificación de contenidos de difusión cultural.

Figura 6

Contenido de redes sociales



Nota. Elaboración propia

2.4 Producción de Material Gráfico y Publicidad Exterior: Carteles, Flyers y

Gigantografías

La bachiller intervino en la producción de materiales gráficos y de publicidad exterior en su calidad de ayudante. Todo esto formaba parte de las tácticas de divulgación del programa "Cajamarquilla Vive". El objetivo era generar una mayor visibilidad del acontecimiento y divulgar

información sobre las actividades culturales del mismo.

En el contexto de la comunicación institucional, los medios visuales tienen un rol determinado en la difusión de la información, pues ésta debe ser transmitida de forma rápida y estructurada. Para lograr esto, se utilizan varios elementos gráficos como son los colores, las tipografías y las imágenes, entre otros. Hernández et al. (2024) respaldan esto, afirmando que la comunicación visual permite una mejor comprensión de la información y favorece la difusión misma de los mensajes.

La bachiller trabajó en el desarrollo conceptual de diversos materiales gráficos en formato digital y físico. Todos estos materiales estaban sujetos a la línea gráfica institucional de la Municipalidad de Lurigancho-Chosica. Participó en la selección de los elementos visuales relacionados con el contenido cultural del programa. La elección de estos elementos consideró, tanto los colores, las tipografías, como también las composiciones y otras características visuales.

También creó materiales gráficos para la divulgación del cronograma de actividades, espectáculos, ferias y otros servicios ofrecidos por el programa "Cajamarquilla Vive". En la organización visual de la información, la intención era garantizar la claridad del mensaje a comunicar. Por otro lado, el objetivo era permitirle al público la identificación inmediata de la información principal del evento.

Después, la bachiller apoyó en la coordinación de la producción e instalación de banners, afiches y gigantografías. Estos se ubicaron en distintos puntos estratégicos del distrito. Participó en la identificación de espacios con alta circulación peatonal y vehicular: ingresos principales, agencias municipales y zonas de mayor afluencia pública. La meta era ampliar la visibilidad de la campaña.

Estas acciones lograron dos resultados. Fortalecieron la presencia visual del programa en el espacio público. Y complementaron las estrategias de difusión digital que ya venía desarrollando la Subgerencia de Promoción Turística. Por otra parte, la experiencia permitió que

la bachiller aplicara varias competencias. Entre ellas, el diseño gráfico, la comunicación visual, la organización de campañas institucionales y la planificación de estrategias de difusión para la promoción cultural.

Figura 7

Folleto realizado para promover la valorización y fortalecer la identidad cultural.

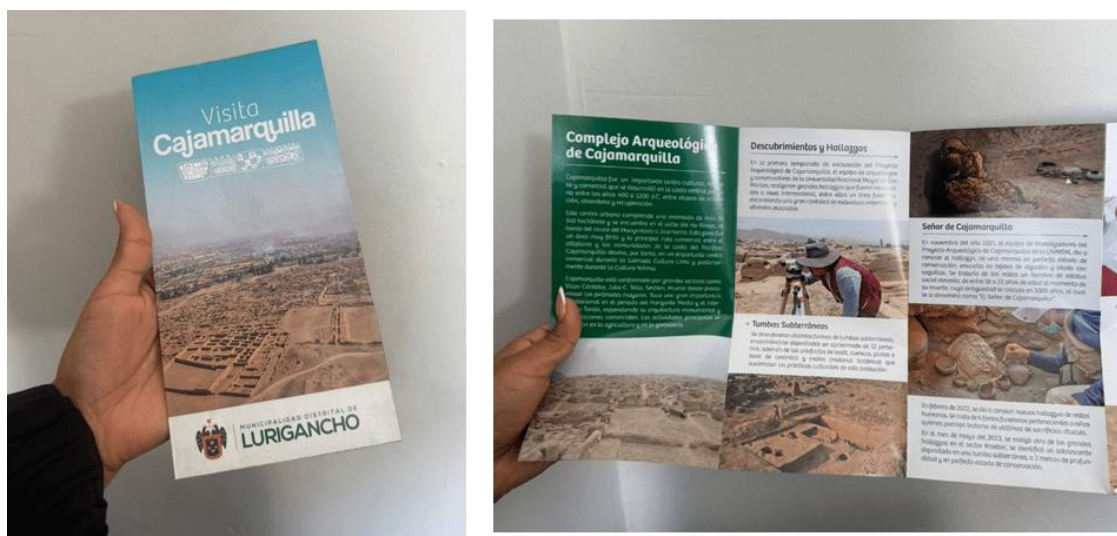


Figura 8

Gigantografías realizadas para el evento



2.5 Comunicación de Proximidad: Spots para Camiones Recolectores y Locales

Comunales

La bachiller participó en el diseño y producción de contenidos de audio. Esto formó parte de las estrategias de difusión del programa “Cajamarquilla Vive”. El propósito fue ampliar el alcance de la convocatoria usando canales no digitales. Se optó por esta vía porque se identificó que algunos sectores de la población no interactuaban con las redes sociales institucionales. Esa

situación hacía necesario diversificar los medios de difusión de la municipalidad.

Colaboró en la elaboración de spots publicitarios de audio. Estos spots se difundieron a través de las unidades de recolección de residuos sólidos de la municipalidad. La estrategia aprovechó los recorridos diarios de esos vehículos. Se convirtieron en canales de comunicación de proximidad, llegando a distintos sectores del distrito.

También participó en la redacción de guiones publicitarios. Se usó el formato de cuñas radiales breves. Los mensajes informaban sobre las actividades del programa y promovían la participación ciudadana. Coordinó con la Subgerencia de Limpieza Pública. El objetivo era que los spots se reprodujeran durante las rutas habituales de las unidades vehiculares.

Estos contenidos auditivos también se difundieron en agencias municipales y locales comunales. Eran lugares con alta concurrencia de vecinos. Se buscaba ampliar el acceso a la información sobre “Cajamarquilla Vive”. Esta estrategia complementó las acciones digitales. Además, fortaleció la difusión de actividades culturales en espacios de contacto directo con la ciudadanía.

La comunicación pública tiene un principio básico: el uso de medios alternativos amplía la cobertura de los mensajes institucionales. También facilita el acceso a la información en sectores con menor interacción digital. Así lo sostienen los enfoques del área. En este caso, las acciones desarrolladas lograron diversificar los canales de difusión de la municipalidad y fortalecer la convocatoria de las actividades programadas.

A partir de esta experiencia, se aplicaron varias competencias: redacción publicitaria, producción de contenidos sonoros, comunicación institucional y coordinación interáreas. Se integraron herramientas de comunicación de proximidad orientadas a mejorar el alcance de la convocatoria ciudadana.

Spot para camiones recolectores

En la siguiente tabla se muestra el guion para los camiones recolectores

TIEMPO	AUDIO	LOCUCIÓN
0 – 3 seg	Música dinamica	Cajamarquilla Vive
3 – 8 seg	Música andina	Este 8 de febrero desde el mediodía, celebra el aniversario de la zona arqueológica Cajamarquilla
8 – 13 seg	Música andina	Un evento realizado por la Municipalidad de Lurigancho - Chosica
13 – 17 seg	Música andina	Donde tendremos feria artesanal, feria gastronómica y un
17 – 21 seg	Música de duo retama	gran show musical a cargo del Duo Retama
21 – 28 seg	Música de duo retama	eso y mucho más, este domingo 8 de febrero desde el medio día, no te pierdas
28 – 31 seg	Cierre musical	“Cajamarquilla Vive”

2.6 Gestión de Accesibilidad: El Bus Gratuito como Estrategia de Inclusión

La ubicación de la Zona Arqueológica de Cajamarquilla se presentó como un problema. Para varios segmentos de la población del distrito de Lurigancho-Chosica, acercarse al lugar resultaba complejo. Dicho aspecto se identificó en las acciones logísticas implementadas en el marco del programa “Cajamarquilla Vive”. En consecuencia, la participación de residentes interesados en la iniciativa quedaba limitada debido a la incapacidad de llegar al evento sin medio de transporte.

Para solucionar dicha dificultad, se recurrió a gestionar el respaldo de vehículos de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle “La Cantuta”. La intención de ello era la facilitación del desplazamiento sin costo alguno a la zona arqueológica. En tal sentido, se trabajó la etapa de coordinación comunicacional y difusión del servicio de transporte. Se crearon campañas que aseguraran una mejor accesibilidad a dicha actividad.

Piezas de publicidad e información referente a los puntos de embarque, horarios de

transporte y detalles del mismo en forma gratuita se implementaron a través de las redes sociales y sitios web oficiales. Asimismo, se diseñaron materiales informativos para garantizar a los usuarios mayores datos sobre la forma en la que podrían obtener acceso al traslado. De esta manera, se generaba un incentivo más grande para participar.

Se implementó un procedimiento para la creación de registros en línea de los usuarios para organizar la circulación de los viajes. Se llevó un seguimiento y planificación tanto del cupo como del grupo de usuarios que requerirían el uso del transporte. También se gestaron grupos de mensajería instantánea para brindar información sobre el servicio antes del evento. Durante el mismo, se hizo el seguimiento del aforo y coordinación comunicacional sobre la misma actividad.

De esta manera, se llevó a cabo el proceso de movilización de una manera ordenada y segura. Las acciones mencionadas aumentaron la facilidad de participación de la ciudadanía en el programa “Cajamarquilla Vive”. Facilitando la participación de aquellos residentes que anteriormente no se habían acercado a la Zona Arqueológica de Cajamarquilla. A partir de la experiencia, se aplicaron competencias comunicacionales, de gestión logística, planificación comunicacional y organización de campañas de difusión para incentivar la participación ciudadana.

Figura 9

Bus Gratuito como Estrategia de Inclusión



Nota. Flyer extraído de la página de Facebook de la Municipalidad de Lurigancho

2.7 Gestión de Actores Locales: El Artesano como Embajador del Relato Turístico

Durante el programa “Cajamarquilla Vive”, surgió una necesidad clara: integrar a los

artesanos y productores locales en las actividades culturales de la municipalidad. La estrategia buscó promover la participación de actores vinculados al desarrollo cultural y económico del distrito. Para eso, se incorporaron espacios de exhibición y comercialización dentro del evento.

Se participó en acciones de coordinación y difusión para convocar a los artesanos locales. Muchos de ellos ya habían estado en ferias y actividades previas de la municipalidad. Se colaboró en el contacto con los participantes y en la organización de reuniones de coordinación para el desarrollo de la feria artesanal.

También se apoyó en la difusión de información sobre la participación de los artesanos dentro del programa. Se elaboraron contenidos para visibilizar el trabajo de los productores locales y su vínculo con las actividades culturales en la Zona Arqueológica de Cajamarquilla.

En la etapa de organización, se colaboró en la distribución de espacios y la coordinación logística de la feria. Se consideró la ubicación de los módulos dentro del recorrido previsto para los asistentes. Esta disposición logró dos cosas: integrar las actividades culturales con los espacios de exhibición artesanal y promover una mayor interacción del público con los productores locales.

Desde la comunicación institucional, articular con actores locales fortalece la participación comunitaria. También favorece la integración de distintos sectores en actividades de la gestión pública. En este caso, las acciones desarrolladas hicieron posible que la feria artesanal se incorporara como parte complementaria de la experiencia cultural del programa “Cajamarquilla Vive”.

A partir de esta experiencia, se fortalecieron competencias en comunicación institucional, coordinación interáreas, organización de eventos y difusión cultural. Todo ello implicó participar en estrategias para promover la participación de actores locales en actividades turístico-culturales.

Figura 10

El Artesano como Embajador del Relato Turístico



Nota. Elaboración propia

2.8 Implementación del Stand Turístico: Gamificación y Educación Patrimonial

El diseño del espacio se realizó con la participación de la bachiller. Este espacio fue tanto informativo como participativo. Se divulgaron información acerca de la historia y el valor cultural de la Zona Arqueológica de Cajamarquilla.

Se trabajó también en la planificación de la módulo informativa. Se tomaron en cuenta factores de la identidad visual institucional. Asimismo, se utilizaron instrumentos que permitan la participación del público. Se diseñaron dinámicas interactivas con la ayuda de preguntas relativas a la historia local, el patrimonio arqueológico y las funciones de la Subgerencia de Promoción Turística. El desarrollo de las actividades se hizo siguiendo el enfoque participativo. Se utilizó una metodología dinámica y lúdica para generar el interés del público y la divulgación de la cultura de forma más sencilla. En el marco de esta estrategia de participación, se distribuyeron artículos promocionales y incentivos relacionados con la identidad visual del programa.

Además, se recurrió a la logística de colocación del stand en una zona de mucha presencia de visitantes con el objetivo de aumentar la participación del público y generar la interacción directa con él. Durante la ejecución, se atendió a los participantes y se condujeron las dinámicas informativas. Se realizaron estrategias de comunicación para incentivar la participación de diversos públicos y mejorar la difusión de la información cultural.

Todo esto se tradujo en la creación de espacios de interacción directa con la ciudadanía. Las estrategias de difusión se complementaron con otras que fueron realizadas previamente y

durante la realización del evento. De esta experiencia se desprendieron competencias en comunicación institucional, comunicación pública, organización de eventos y estrategias participativas para la difusión cultural.

Figura 11
Gamificación y Educación Patrimonial



Nota. Elaboración propia

Registro Audiovisual: Fotografía y Video como Memoria Institucional

Durante el programa “Cajamarquilla Vive” y eventos posteriores como “Cajamarquilla Raymi”, se participó en el registro audiovisual y documental de las actividades organizadas por la Subgerencia de Promoción Turística. Estas acciones generaron material visual para la difusión institucional, el archivo de evidencias y la elaboración de contenidos informativos sobre las actividades culturales y turísticas del distrito.

En comunicación institucional, el registro audiovisual cumple un rol de apoyo. Sirve para difundir actividades, documentar procesos y fortalecer la memoria institucional. Se realizó la cobertura fotográfica y audiovisual de distintas actividades. Se registró el desarrollo de eventos, la participación ciudadana, las intervenciones artísticas y las acciones organizativas vinculadas al programa.

El registro se enfocó en tres niveles. El primero fue el institucional: cobertura de la participación de autoridades municipales y representantes de otras instituciones. El segundo fue el operativo: registro de aspectos logísticos, organización de actividades y desarrollo de los servicios implementados durante la jornada. El tercero fue el social: documentación de la participación ciudadana, la interacción de los asistentes y el desarrollo de actividades culturales

y recreativas.

Se realizó también el procesamiento y edición de fotografías y videos. Estos materiales estaban destinados a las redes sociales institucionales y las plataformas digitales de la municipalidad. Luego se usaron en publicaciones informativas, piezas audiovisuales de resumen y otros materiales de difusión relacionados con el desarrollo de las actividades

El material audiovisual elaborado sirvió, además, como soporte para redactar notas de prensa, informes de actividades y documentos de balance presentados ante la Gerencia de Educación, Cultura y Deporte. De ese modo, el registro visual contribuyó a documentar las acciones ejecutadas y a fortalecer el archivo institucional de la Subgerencia de Promoción Turística.

A partir de esta experiencia, se aplicaron competencias en producción audiovisual, fotografía institucional, edición de contenido digital y comunicación pública. Se integraron herramientas de registro visual orientadas a la difusión y documentación de actividades culturales y turísticas.

Figura 12
Flyer elaborado post evento



Figura 13
Fotografías del evento



Capítulo III

Principales logros del bachiller

3.1 Movilización y participación ciudadana en proyecto culturales

La movilización y participación ciudadana en el programa “Cajamarquilla Vive” funcionó como un indicador. Permitió evaluar el impacto de la estrategia comunicacional de la Subgerencia de Promoción Turística. Los resultados mostraron un aumento en la asistencia a las actividades culturales en la Zona Arqueológica de Cajamarquilla. Esto, en comparación con experiencias previas de menor alcance organizativo y comunicacional.

El evento registró aproximadamente 2,000 asistentes en el 2024, 3000 en el 2025 y más de 4000mil en el 2026. Esta cifra se consolidó a partir de los registros de control de ingreso y los reportes logísticos elaborados durante la ejecución del programa. Con esa medición se pudo evaluar el nivel de convocatoria alcanzado. Se había implementado una estrategia de difusión multicanal que integraba redes sociales, acciones presenciales y mecanismos de comunicación de proximidad

El análisis no se quedó solo en la cantidad de asistentes. Incorporó también variables como la participación en actividades culturales, la interacción con los espacios educativos y la asistencia de públicos familiares. Estos elementos permitieron una evaluación más integral del alcance del programa y del comportamiento de la ciudadanía frente a la propuesta cultural.

Resumen de contenido de la página de Facebook de la Municipalidad de Lurigancho

– Chosica, de abril del 2023 a febrero del 2026

Indicador	2023	2026	Fuente de medición
Asistencia a actividades culturales	250 personas entre estudiantes, padres de familia	4 mil visitantes	Pulseras entregadas al ingreso de Cajamarquilla Vive.
Participación en dinámicas culturales	Baja participación	Alta participación activa	Standards turísticos (entrega de merchandising a participantes)
Asistencia familiar	Limitada	Presencia de familias completas	Registro fotográfico y operativo
Interacción ciudadana	Reducida	Alta interacción en actividades	Informe de ejecución del evento

Resumen de contenido

Desglose: Seguidores/no seguidores ▼

Todo Publicaciones Historias Reels En vivo

Producciones de 3 segundos ⓘ

1 mill. ↑ 100%

Reproducciones de 1 minuto ⓘ

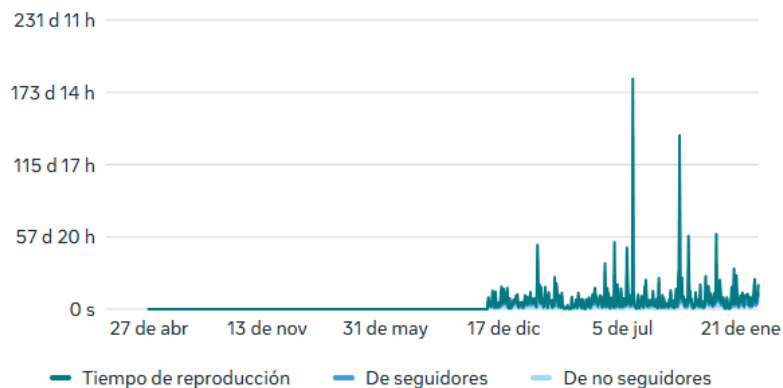
752,3 mil ↑ 100%

Interacciones con el contenido ⓘ

1 mill. ↑ 100%

Tiempo de reproducción ⓘ

3778 d 2 h ↑ 100%



Desglose de tiempo de reproducción

27 abr 2023 - 20 feb 2026

Total

3778 d 2 h ↑ 100%

De seguidores

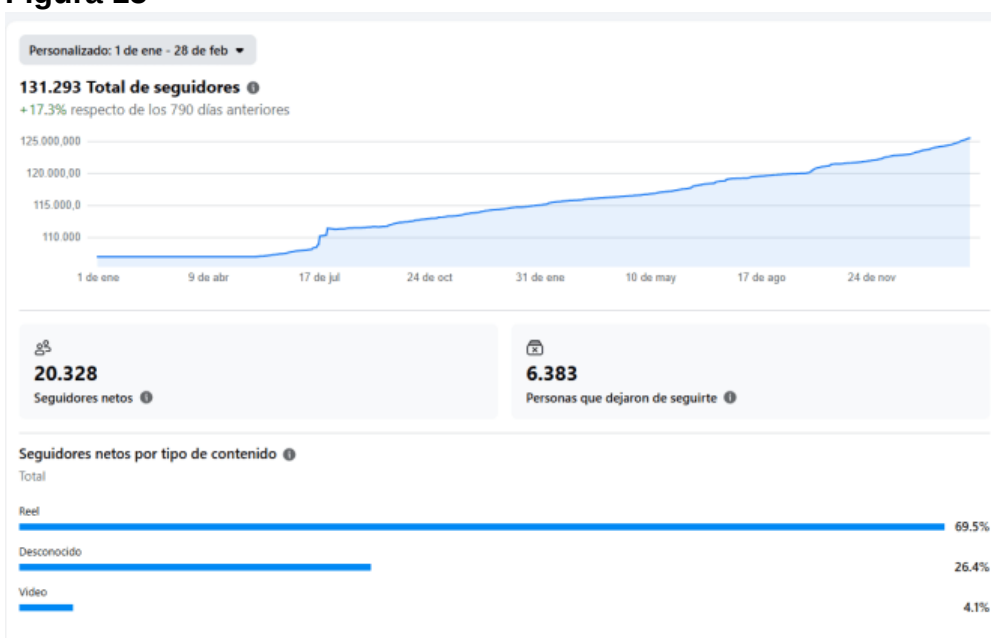
2738 d 19 h ↑ 100%

De no seguidores

1039 d 7 h ↑ 100%

Estadísticas de la página de facebook: Cantidad de seguidores de enero del 2024 al 28 de febrero del 2026

Figura 15



Pulseras para el ingreso a Cajamarquilla Vive, para contabilizar el número de asistentes.



Figura 16

Movilización y Participación Ciudadana en Proyectos Culturales, con la presencia de la ex Viceministra de Cultura, Leslie Urteaga Peña



Nota. Elaboración propia

3.2 Modernización e Innovación de los Canales de Comunicación Institucional

La Bachiller modernizó sus canales de comunicación. Pasó a un modelo multicanal. Este modelo buscaba mejorar el alcance, la segmentación de audiencias y la eficiencia en la difusión de actividades culturales y turísticas del distrito. El proceso implicó integrar plataformas digitales con canales de comunicación de proximidad. Se articularon redes sociales institucionales y

medios alternativos de difusión.

Antes de estas acciones, la comunicación institucional tenía poca sistematización de contenidos digitales. También mostraba una diversificación limitada de canales. Con la intervención del programa “Cajamarquilla Vive”, se incorporaron estrategias digitales en Facebook y TikTok. También se sumaron mecanismos de difusión sonora mediante unidades municipales. Así se logró ampliar el alcance de los mensajes institucionales.

3.3 Innovaciones en la Gestión Comunicacional

Dentro del proceso de comunicación de la bachiller del área de Promoción Turística se innovó en diferentes aspectos relacionados con la comunicación y el manejo de los mismos. Diversificación de canales de comunicación, mejora en la eficacia de comunicación institucional, etc. Esto se debió a que dentro de varios sectores del distrito existían brechas de acceso a la tecnología digital. La estrategia multicanal y las metodologías participativas fueron puestas en práctica durante el programa “Cajamarquilla Vive”.

Uno de los principales hitos fue la estrategia de comunicación de proximidad. En dicha estrategia se hizo uso de las unidades de recolección de los residuos sólidos para difundir mensajes institucionales a través del formato audio. La razón por la cual se implementó esta estrategia fue la falta de acceso a plataformas digitales en las zonas periféricas del distrito.

Para medir la efectividad de la misma se contabilizaron las rutas de la difusión vehicular, la reproducción de los spots y la participación ciudadana en los puntos de convocatoria. Gracias a estos resultados, se pudo constatar la expansión en la cobertura informativa, sobre todo en La experiencia profesional que he adquirido dentro del programa “Cajamarquilla Vive” ha sido significativa ya que tuve el honor de formar parte de la implementación de una estrategia de comunicación integral para posicionar la Zona Arqueológica de Cajamarquilla. Como resultado de esta actividad se pudo articular diferentes componentes de la comunicación como la difusión institucional, la promoción turística, la gestión cultural, entre otros; para lograr un objetivo común de poner en valor el patrimonio arqueológico.

Un hito significativo fue haber contribuido al fortalecimiento de la visibilidad de este proyecto; el cual inició sus primeros eventos con un reducido número de asistentes. A inicios del año 2023, el programa “Cajamarquilla Vive” registró cerca de 250 asistentes y para el 2024 hubo alrededor de 3 000 y en 2026 más de 4 000 visitantes.

3.4 Premios.

Impacto digital: El impacto de la implementación de la estrategia de comunicación de la Subgerencia de Promoción Turística puede apreciarse en la performance de las plataformas digitales oficiales, más específicamente en lo concerniente al alcance e interacción ciudadana. Este se ha logrado gracias a la creación de contenido segmentado según perfil de público y edad, junto con la adaptación del lenguaje institucional para su uso en el entorno digital.

3.5 Aporte a la Excelencia Institucional:

Reconocimiento a Buenas Prácticas en Gestión Pública

El programa “Cajamarquilla Vive” se ha generado bajo la gestión comunicacional de la Subgerencia de Promoción Turística. Al cabo de un tiempo, en el año 2025, este programa fue incluido en iniciativas institucionales relacionadas con la buena práctica de gestión pública. Esto está asociado con dos aspectos clave. En primer lugar, con la elaboración e implementación de estrategias multicanal de comunicación. Y en segundo lugar, con la inclusión de mecanismos de participación ciudadana y promoción del patrimonio cultural. La inclusión se ha producido después de un periodo de intervención directa. Sin embargo, se puede considerar como un indicador que indica sostenibilidad y consistencia de las estrategias de comunicación.

Considerando la perspectiva técnica, el trabajo desarrollado por la bachiller permite evidenciar el uso de los criterios de eficiencia de la comunicación, interacción interinstitucional y herramientas digitales para la difusión de contenidos culturales.

Figura 17
Reconocimiento en Buenas Prácticas en Gestión Pública

Nota. Elaboración propia



Conclusiones

Eficacia de la comunicación estratégica en la gestión pública

Se demostró eficazmente la estrategia de comunicación multicanal. Un promedio de 2,000 personas llegó al programa “Cajamarquilla Vive” según la lista de control de entrada. Este dato significa que la gestión comunicacional se hizo sentir directamente en la participación ciudadana en las actividades culturales del distrito.

Fortalecimiento de la identidad cultural

Contenidos digitales y dinámicas participativas del stand institucional contribuyeron a la divulgación del patrimonio de Cajamarquilla. Facilitaron también su comprensión. Esto está respaldado por la alta participación ciudadana en las actividades educativas y lúdicas del evento.

Sostenibilidad y reconocimiento institucional

Las estrategias utilizadas en la gestión comunicacional no se quedaron solo como hecho aislado. Fueron integradas posteriormente al proceso institucional, incluso asociándose con los reconocimientos por la gestión pública eficiente. Esto demuestra que los procedimientos utilizados en el programa no son ajenos a sus objetivos institucionales actuales.

Accesibilidad y participación ciudadana

Buses gratuitos y canales de proximidad consiguieron lo que buscaban: aumentar la accesibilidad de la población al evento. Participación de familiares que nunca antes habían visitado esta área arqueológica es la evidencia de este éxito.

Articulación interinstitucional

La colaboración con entidades tales como el Ministerio de Cultura y UNMSM fue crucial. Mejoró la realización del programa “Cajamarquilla Vive”. La articulación permitió asegurar el apoyo tecnológico y organizativo para la organización del evento.

Recomendaciones

Consolidación de la gamificación patrimonial para futuros eventos

Resulta necesario mantener e incluso expandir los sistemas de gamificación implementados durante el stand institucional del programa “Cajamarquilla Vive”. Deben ser sistematizados e incorporados para futuros eventos culturales.

Sistematización de un registro de participación

Se puede considerar conveniente la sistematización de una base de datos única para los participantes de los eventos culturales del distrito. La base se podrá ir nutriendo a través de los formularios digitales ya existentes durante el evento, pero respetando el marco legal en cuanto al uso de datos personales.

Evaluación periódica de la percepción ciudadana de las actividades culturales del distrito

En este sentido, se propone efectuar regularmente encuestas que midan la percepción de los ciudadanos respecto a estas actividades culturales y a la continuidad de su interés por este patrimonio local. Esto permitirá la toma de medidas para mejorar la planificación de futuras actividades comunicacionales.

Sustentar la participación ciudadana en el cuidado del patrimonio

Se propone mantener e incluso expandir el proceso de sensibilización ciudadana respecto a la necesidad de preservar el patrimonio cultural de la zona. Una posible acción a llevar a cabo sería la integración de residentes a tareas relacionadas con la protección y preservación del espacio arqueológico.

Involucrar más activamente a actores locales a los eventos culturales

Se considera oportuno seguir contando con la participación de artesanos locales en los eventos culturales organizados. Además, debe fomentarse su presencia en las ferias culturales que organiza la Subgerencia de Promoción Turística.

Referencias

- Alarcón, R., Alfaro, K., & Lima, P. (2025). Participación ciudadana y la gestión pública en el Perú: una revisión sistemática (2020–2024). *Impulso, Revista de Administración*, 5(11), 287-299. <https://doi.org/https://doi.org/10.59659/impulso.v.5i11.144>
- Cárdenas, P., Sánchez, M., & Pulido, J. (2022). Does tourism growth influence economic development? Evidence from local destinations. *ourism Management Perspectives*, 15(2), 1310. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su15021310>
- Chong, A. (2024). Fuentes históricas visuales para el aprendizaje de la historia: potencialidades y consideraciones. *Nuevas Dimensiones*, 11, 21-44. <https://doi.org/https://doi.org/10.53689/nv.vi11.66>
- Gutierrez, L., & Bermúdez, O. (2022). Coordinación institucional y gestión pública: desafíos para la articulación interorganizacional. *Revista de Administración Pública*, 56(2), 45-62. https://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-46452022000200045
- Hernández, A., Carrillo, P., & Suárez, E. (2024). La comunicación visual en la infografía. *Zincografía*, 8(16), 147-165. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-84372024000200103&script=sci_arttext&utm_source=chatgpt.com
- Higueras, E., & Ezquiaga, J. (2022). Healthy neighbourhoods, from the renovation and design of public space in neighbourhoods. *Ciudad y Territorio Estudios Territoriales*, 54(M), 113-130. <https://doi.org/https://doi.org/10.37230/CyTET.2022.M22.5>
- Municipalidad de Lurigancho. (07 de Abril de 2026). Municipalidad de Lurigancho: <https://munichosica.pe/conocenos/>
- Novillo, V. (2025). Impacto de plataformas web en la presencia digital de MIPYMES. *Revista Kosmos*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.62943/rck.v4n1.2025.273>
- Palumbo, G., Tejada, G., & Inche, J. (2022). Participación ciudadana y gestión pública

- en Lima, Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(100), 1474 - 1488.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.100.12>
- Pecoraro, C., Locatelli, C., & Luz, A. (2024). Comunicación pública y transparencia: preguntas conceptuales para la investigación. *Organicom*, 21(45), 59-59.
<https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2024.224384>.
- Plataforma Digital Única del Estado Peruano*. (07 de Abril de 2026). Plataforma Digital Única del Estado Peruano: <https://www.gob.pe/muniluriganch>
- Rivera, S., Fernández, M., & Negrete, K. (2023). Propuesta metodológica para el análisis de la comunicación promocional en festivales musicales.
Cuadernos.info, 56, 230-249. <https://doi.org/https://doi.org/10.7764/cdi.56.58919>
- Vásquez, L., Díaz, J., Rojas, J., & Sánchez, V. (2024). Marketing digital en la efectividad de las estrategias de redes sociales en América 2020–2024: Una revisión sistemática. *Revista de Ciencias y Artes*, 2(3), 81-117.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37211/2789.1216.v2.n3.67>
- Viera, A., & Stable, Y. (2025). Estrategia de gestión de contenido para la red social Facebook de revistas científicas cubanas indizadas en SciELO. *Revista de Comunicación*, 24(2), 403-424. <https://doi.org/https://doi.org/10.26441/RC24.2-2025-3871>
- Zhang, B., & Mohammad, J. (2024). The effects of sustainability innovation and supply chain resilience on sustainability performance: Evidence from China's cold chain logistics industry. *Cogent Business & Management*,
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2353222>

Anexos

Copia de certificado de trabajo de los 3 años de experiencia profesional



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE
LURIGANCHO

CONSTANCIA DE PRESTACION DE SERVICIO

EL JEFE DE LA OFICINA DE LOGISTICA Y SERVICIOS GENERALES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA.

HACE CONSTAR: Que, MUCHARI DOMINGUEZ NAHOMI ANABEL, identificado con N° de DNI 75070390, prestó servicios para la: SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA; GERENCIA DE DESARROLLO URBANO Y OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL de la Municipalidad Distrital de Lurigancho – Chosica, durante el siguiente periodo:

ORDEN DE SERVICIO	N° Exp. SIAP	DESCRIPCION DEL SERVICIO
769	955	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 10 DIAS CALENDARIO- DEL 23 DE FEBRERO AL 04 DE MARZO-2023
1289	1705	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 20 DIAS CALENDARIO- DEL 15 DE MARZO AL 03 DE ABRIL-2023
2040	2781	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 20 DIAS CALENDARIO- DEL 21 DE ABRIL AL 10 DE MAYO-2023
2611	3914	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 20 DIAS CALENDARIO- DEL 17 DE MAYO AL 05 DE JUNIO-2023
3839	4762	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 20 DIAS CALENDARIO- DEL 08 DE JUNIO AL 27 DE JUNIO-2023
4604	6130	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 20 DIAS CALENDARIO- DEL 11 DE JULIO AL 30 DE JULIO-2023
5617	7339	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 20 DIAS CALENDARIO- DEL 11 DE AGOSTO AL 30 DE AGOSTO-2023
6509	8761	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 55 DIAS CALENDARIO- PRIMER ENTREGABLE 25 DIAS CALENDARIO DEL 13 DE SEPTIEMBRE AL 07 DE OCTUBRE 2023 – SEGUNDO ENTREGABLE HASTA LOS 30 DIAS CALENDARIO DEL 07 DE OCTUBRE AL 06 DE NOVIEMBRE 2023



LURIGANCHO
CHOSICA
Juntos por el desarrollo sostenible

Firmado digitalmente por FORALTA
MAYTA NARCIS MORALES CAL
2013131405 hard
Módulo: Org V. P.
Fecha: 16.01.2025 17:24:35 -05:00

OFICINA GENERAL DE ADMINISTRACION Y FINANZAS
OFICINA DE LOGISTICA Y SERVICIOS GENERALES



7881	11179	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 45 DIAS CALENDARIO- PRIMER ENTREGABLE 20 DIAS CALENDARIO DEL 10 DE NOVIEMBRE AL 29 DE NOVIEMBRE 2023 – SEGUNDO ENTREGABLE HASTA LOS 25 DIAS CALENDARIO DEL 29 DE NOVIEMBRE AL 24 DE DICIEMBRE 2023
269	227	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 07 DIAS CALENDARIO- DEL 26 DE ENERO AL 01 DE FEBRERO-2024
1415	1889	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 20 DIAS CALENDARIO- DEL 24 DE FEBRERO AL 14 DE MARZO-2024
2554	3216	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 25 DIAS CALENDARIO- DEL 22 DE MARZO AL 13 DE ABRIL-2024
3440	4176	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 25 DIAS CALENDARIO- DEL 14 DE ABRIL AL 06 DE MAYO-2024
4101	6102	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 25 DIAS CALENDARIO- DEL 07 DE MAYO AL 31 DE MAYO-2024
5531	7172	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 20 DIAS CALENDARIO- DEL 13 DE JUNIO AL 02 DE JULIO-2024
6475	8619	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 25 DIAS CALENDARIO- DEL 10 DE JULIO AL 03 DE AGOSTO-2024
7905	11314	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la SUBGERENCIA DE PROMOCION TURISTICA de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 20 DIAS CALENDARIO- DEL 24 DE AGOSTO AL 12 DE SETIEMBRE-2024
9255	12413	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la GERENCIA DE DESARROLLO URBANO de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 90 DIAS CALENDARIO - PRIMER ENTREGABLE HASTA 15 DIAS CALENDARIO DEL 24 DE SETIEMBRE AL 08 DE OCTUBRE 2024 – SEGUNDO ENTREGABLE HASTA LOS 45 DIAS CALENDARIO DEL 08 DE OCTUBRE AL 07 DE NOVIEMBRE 2024- TERCER ENTREGABLE HASTA LOS 75 DIAS CALENDARIO DEL 07 DE NOVIEMBRE AL 07 DE DICIEMBRE 2024 – CUARTO ENTREGABLE HASTA LOS 90 DIAS CALENDARIO DEL 07 DE DICIEMBRE AL 22 DE DICIEMBRE DEL 2024





MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE
LURIGANCHO

710	790	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la GERENCIA DE DESARROLLO URBANO de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 10 DIAS CALENDARIO- DEL 25 DE ENERO AL 03 DE FEBRERO-2025
1609	1894	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la GERENCIA DE DESARROLLO URBANO de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 10 DIAS CALENDARIO- DEL 26 DE FEBRERO AL DE 07 DE MARZO-2025
2842	3898	SERVICIO DE ASISTENCIA TECNICA EN EL DISEÑO, EJECUCION Y GESTION DE LAS REDES SOCIALES PARA IMPLEMENTACION DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES para la GERENCIA DE DESARROLLO URBANO de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 200 DIAS CALENDARIO - PRIMER ENTREGABLE HASTA 07 DIAS CALENDARIO DEL 15 DE ABRIL AL 21 DE ABRIL 2025 – SEGUNDO ENTREGABLE HASTA LOS 14 DIAS CALENDARIO DEL 21 DE ABRIL AL 28 DE ABRIL 2025- TERCER ENTREGABLE HASTA LOS 35 DIAS CALENDARIO DEL 28 DE ABRIL AL 19 DE MAYO 2025 – CUARTO ENTREGABLE HASTA LOS 65 DIAS CALENDARIO DEL 19 DE MAYO AL 18 DE JUNIO DEL 2025 – QUINTO ENTREGABLE HASTA LOS 95 DIAS CALENDARIO DEL 18 DE JUNIO AL 18 DE JULIO DEL 2025
6695	9233	SERVICIO DE ELABORACION DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIONES Y MARKETING para la OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 20 DIAS CALENDARIO- DEL 16 DE AGOSTO AL 03 DE SETIEMBRE-2025
7278	10236	SERVICIO DE ELABORACION DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIONES Y MARKETING para la OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 20 DIAS CALENDARIO- DEL 11 DE SETIEMBRE AL 30 DE SETIEMBRE-2025
8272	11309	SERVICIO DE EDICION FOTOGRAFICA Y AUDIOVISUAL DE VIDEOS para la OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 20 DIAS CALENDARIO- DEL 18 DE OCTUBRE AL 06 DE NOVIEMBRE-2025
9313	12735	SERVICIO DE ELABORACION DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIONES Y MARKETING para la OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 20 DIAS CALENDARIO- DEL 20 DE NOVIEMBRE AL 09 DE DICIEMBRE-2025
10312	14210	SERVICIO DE ELABORACION DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIONES Y MARKETING para la OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL de la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO – CHOSICA, SEGÚN DETALLAN EN LOS TERMINOS DE REFERENCIA: PLAZO DE EJECUCION DESDE LA NOTIFICACION Y/O RECEPCIONADA LA ORDEN DE SERVICIO HASTA LOS 20 DIAS CALENDARIO- DEL 12 DE DICIEMBRE AL 31 DE DICIEMBRE-2025

Se expide la presente constancia a petición de la parte interesada para los fines que considere pertinentes.

Chosica, 12 de Enero del 2026



Firmado digitalmente por PERALTA
MARITZA NOLAN MORALES FAU
20151371455-mari
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 14.01.2026 17:27:34 -05:00

Fotos de eventos



 **PERÚ** Ministerio de Cultura

LURIGANCHO CHOSICA
Quinto por el desarrollo sostenible

“Cajamarquilla *vive*”

Perú: País de las Huacas

Domingo **04** de febrero

 Zona Arqueológica Cajamarquilla

PROGRAMA OFICIAL >>

¡INGRESO LIBRE!

Ing. Oswaldo Vargas
ALCALDE

 MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE
LURIGANCHO

• •





PREMIO 2025
BUENAS PRÁCTICAS
EN GESTIÓN PÚBLICA



Promoción de
la Cultura y
la Identidad



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LURIGANCHO, CHOSICA

Programa Integral para la Contribución a la Puesta en Valor, la Promoción Turística Cultural y el Fortalecimiento de la Identidad Local : 'Cajamarquilla Vive', en el distrito de Lurigancho-Chosica.





Artistas alegraron a los visitantes que disfrutaron de buena música.



El alcalde de Lurigancho-Chosica Oswaldo Vargas Cuellar Junto a la ministra de Cultura Leslie Urteaga Peña, personalidades y vecinos celebraron el 23 aniversario de la Declaratoria como Patrimonio Cultural de la Nación.