



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO**



**CARACTERÍSTICAS DEL BAILE DE LA MARINERA EN LA FESTIVIDAD DE SAN
ISIDRO LABRADOR EN MOCHE Y SU CONTRIBUCIÓN A LA PROMOCIÓN DEL
DESTINO TRUJILLO**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN TURISMO

**AUTORA:
BACH. MONDRAGÓN RIVEROS, DELSY ESTANY**

**ASESORA:
Ms. PRINCIPE LEÓN, JENNY MARLENE**

**TRUJILLO - PERÚ
2015**



DEDICATORIA

A Díos por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme brindado la fuerza necesaria para lograr mis objetivos, además de su infinita misericordia.

A mi madre quien es el faro que alumbró mi vida. Por sus consejos, valores, su motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi gran amigo Santos Ávila, por brindarme su apoyo incondicional en todo momento.



AGRADECIMIENTO

A todas las personas que se involucraron para ayudarme a lograr mi meta, gracias por estar en los buenos y sobre todo ayudarme a sobreponerme en los malos momentos.

El agradecimiento profundo y sincero a los pobladores de Moche, quienes fueron los facilitadores para el desarrollo de la investigación, por mencionar algunos: Sr. Wilmer Sánchez Sachún (Jefe de Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Moche), Sr. Pablo Alfonso Mendoza Siche (Presidente de la Hermandad de San Isidro Labrador de Moche) y al Ing. Alonso Martín Asmat Kong (encargado del área de Desarrollo Económico y Promoción Turística) en la Municipalidad Distrital de Moche.

A mi asesora Ms. Jenny Príncipe León, por impartir dedicación y entusiasmo al presente trabajo de investigación así como a los profesores que impartieron sus conocimientos y que inspiraron en mí, deseos de superación.

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO DICTAMINADOR DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO.

Cumpliendo con las exigencias establecidas en el reglamento para el otorgamiento del Grado de Bachiller y título Profesional de la Facultad de Ciencias Sociales, presento a vuestra consideración la siguiente Tesis titulada:

CARACTERÍSTICAS DEL BAILE DE LA MARINERA EN LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR EN MOCHE Y SU CONTRIBUCIÓN A LA PROMOCIÓN DEL DESTINO TRUJILLO.

La presente tesis, se llevó a cabo en el distrito de Moche, haciendo énfasis en el tema de la promoción turística en el destino Trujillo, teniendo como objetivo principal determinar lo espontáneo y lo tradicional del baile de la marinera en la festividad patronal de San Isidro Labrador en Moche que contribuye en la promoción turística de Trujillo.

Esperando que esta investigación cumpla con los requerimientos estipulados, dejo a su distinguida disposición para su correspondiente evaluación, además de las autoridades competentes y agentes involucrados en el sector, como una herramienta de información para desarrollar un turismo competitivo, que contribuya a posicionar a Trujillo como destino con más afluencia de turistas.

Trujillo, enero del 2015.

Bach. Delsy Estany Mondragón Riveros

RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo la promoción del destino Trujillo mediante lo espontáneo y tradicional del baile de la marinera en Moche, para dar a conocer la importancia y aceptación que este recurso tiene en su población y en los turistas.

El baile de la marinera que se practica en la festividad de San Isidro Labrador proviene de generación en generación y su aprendizaje se realiza por imitación y tradiciones orales; características que serían motivo para la promoción del destino Trujillo y como consecuencia de la promoción del destino Trujillo generarían desplazamientos hacia el pueblo de Moche.

Por otro lado los pobladores de Moche en su totalidad afirman que el baile de la marinera espontáneo y tradicional sí puede promocionar el destino Trujillo.

Los momentos que se practica lo espontáneo y tradicional de la marinera se ven reflejados en la forma de bailar, el tipo de vestimenta que se porta, y de qué manera se manifiesta este acontecimiento en la festividad religiosa de San Isidro Labrador.

Finalmente es importante tomar en cuenta lo espontáneo y tradicional del baile de la marinera que se presenta en las festividades religiosas en Moche, y hacer de este un atractivo turístico con una promoción adecuada, con la finalidad de que sea reconocido, aceptado y se convierta en la principal motivación para los turistas.

La metodología que se utilizó para la investigación, consiste en el Método Etnográfico y el Método Inductivo-Deductivo. Las técnicas usadas fueron: Observación Directa No Participante, Encuesta y la Entrevista. Los instrumentos utilizados fueron: Libreta de campo, Guía de entrevista, Cuestionario de encuesta, Cámara fotográfica, Cámara filmadora y Grabadora digital de voz-mp3.



ABSTRACT

This thesis aims to promote the destination Trujillo by the spontaneous and traditional dancing sailor in Moche, to publicize the importance and acceptance that this resource has its population and tourists.

The dance of the fishing practiced in the feast of San Isidro Labrador comes from generation to generation and learning is by imitation and oral traditions; features that would be reason to promote the destination as a result of Trujillo and promote the destination Trujillo generate displacements towards the village of Moche.

On the other hand the people of Moche fully claim the spontaneous dancing and traditional seafood can indeed promote the destination Trujillo.

The moments that the spontaneous and traditional seafaring practiced are reflected in the dancing, the type of clothing that behaves, and how this event is manifested in the religious festival of San Isidro Labrador.

Finally, it is important to take into account the spontaneous and traditional dancing sailor presented in religious festivities in Moche, and make this a tourist attraction with proper promotion, with the aim of which is recognized, accepted and become the main motivation for tourists.

The methodology used for research, is the Ethnographic Method and Inductive-Deductive Method. The techniques used were: Direct Observation No Participant Survey and Interview. The instruments used were: Fieldbook, Guide interview, questionnaire survey, camera, camcorder and digital camera-mp3 voice recorder.



ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
PRESENTACIÓN.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRAC.....	v
ÍNDICE.....	vi
INTRODUCCIÓN.....	viii
DISCUSION Y RESULTADOS	
MATERIALES Y MÉTODOS.....	1
CAPÍTULO I: EL DESTINO TURÍSTICO DE TRUJILLO.....	7
1 ASPECTOS GEOGRÁFICOS.....	8
2 ASPECTO SOCIOCULTURAL.....	9
3 ASPECTOS HISTÓRICOS.....	10
4 ASPECTOS ECONÓMICOS.....	12
5 ASPECTOS TURÍSTICOS.....	13
CAPÍTULO II	
LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR EN MOCHE.....	21
1 UBICACIÓN DE LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR.....	22
2 ASPECTOS HISTÓRICOS DE LA FESTIVIDAD.....	24
3 ORGANIZACIÓN Y REALIZACIÓN DE LA FIESTA DE SAN ISIDRO LABRADOR.....	26

CAPÍTULO III

EL CARÁCTER ESPONTÁNEO Y TRADICIONAL DEL BAILE

DE LA MARINERA EN LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO

LABRADOR.....	34
1 EL CARÁCTER ESPONTÁNEO DE LA MARINERA.....	35
2 EL CARÁCTER ESPONTÁNEO DE LA MARINERA	
3 DURANTE LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO	
LABRADOR.....	40
4 EL CARÁCTER TRADICIONAL DEL BAILE DE LA MARINERA.....	44
5 EL CARÁCTER TRADICIONAL DE LA MARINERA	
DURANTE LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR.....	52

CAPÍTULO IV

EL BAILE DE LA MARINERA EN LA FESTIVIDAD DE

SAN ISIDRO LABRADOR EN MOCHE PARA LA PROMOCIÓN

TURÍSTICA DEL DESTINO TRUJILLO.....	56
1 LA PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TRUJILLO.....	57
2 LA MARINERA EN LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR	
DE MOCHE PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO	
TRUJILLO.....	66
3 PROGRAMA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA A PARTIR	
DEL BAILE DE LA MARINERA QUE SE MANIFIESTA	
EN LA FIESTA DE SAN ISIDRO LABRADOR.....	88
CONCLUSIONES.....	98
RECOMENDACIONES.....	100
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	102
ANEXOS.....	103

INTRODUCCIÓN

El turismo en la actualidad es parte esencial de la economía de cualquier país, por lo que se ha convertido en una actividad sumamente competitiva a tal grado que los destinos turísticos en un mismo país compiten entre sí, por esta razón es que la promoción turística resulta imprescindible en el conjunto desarrollo del turismo de cualquier destino. La importancia del turismo como elemento dinamizador de la economía, ha llevado a impulsar nuevos productos turísticos así como diversificar acciones para mejorar la productividad y competitividad de los mismos.

La promoción de la industria turística en el Perú ya no es una simple expectativa sino es una realidad. Es imprescindible que todos tomemos conciencia de su importancia y para ello se requieren de planes de desarrollo para fomentarlo.

En la actualidad, tratar sobre el turismo en el Perú es hablar de ciudades como Cuzco, Puno, Arequipa y Lima; dejando de lado otras regiones y localidades que poseen recursos turísticos que son promovidos mínimamente entre los cuales se encuentra Trujillo, como destino turístico con su correspondiente Pueblo y Campiña de Moche, área geográfica del presente estudio

Por ser el pueblo y campiña de Moche herederos de muchas costumbres y tradiciones religiosas entre ellas la Festividad de San Isidro Labrador en donde se practica el peculiar baile de la marinera se ha creído conveniente estudiar sus características como hecho folklórico y como lo espontáneo y lo tradicional podría contribuir en la promoción turística del destino Trujillo y por ende al incremento de visitantes a dicho destino.

Por ello, se ha tomado en cuenta antecedentes que se comparan con la realidad estudiada:

Corsiglia Javier, Alejandro en su tesis de grado intitulado **EL TANGO COMO PRODUCTO TURÍSTICO DE BARRACAS, 2011, Buenos Aires-Argentina.**

El turismo, se ha convertido en uno de los pilares de la economía argentina y su importancia radica en que se considera como “una exportación no tradicional” siendo, además, una de las fuentes que le permiten al país obtener divisas.



La ciudad de Buenos Aires, al día de hoy, cuenta con una variada gama de atractivos turísticos entre los cuales se encuentra el tango, ocupando un lugar privilegiado entre estos.

Todos los años se realiza el mundial y el festival de tango en la ciudad de Buenos Aires y, en dichos eventos, asisten un importante número de turistas provenientes diferentes lugares.

Uno de esos rincones de Buenos Aires, aparte de los tradicionales como la Boca, San Telmo, Monserrat, San Nicolás, es el barrio de Barracas.

La demanda, es decir los turistas, cada vez cuentan con mayor información del destino que visitan por lo que, en el destino, se hace necesario ofrecerles sitios y eventos con un mayor grado de autenticidad a fin de evitar que el turista perciba que su experiencia turística sea insuficiente a sus expectativas.

De antemano se puede establecer que, a través de las diversas encuestas que posee el gobierno de la ciudad autónoma de Buenos Aires, que una de las motivaciones más importantes que tiene el turista que visita la ciudad de Buenos Aires, es apreciar todos los lugares donde se gesta el Tango.

El investigador arribó a las siguientes conclusiones:

La importancia histórica que tiene barracas hace que este barrio cuente con muchas posibilidades de desarrollar un circuito de Tango y, al mismo tiempo, pueda ofrecerse tanto al visitante extranjero como la residente, una nueva opción para familiarizarse con la cultura del tango.

Barracas por su ubicación, puede aprovechar el flujo turístico de los barrios de la Boca y San Telmo” e incluso diferenciarse potenciando así su propia oferta turística vinculada al producto del Tango para, de este modo, complementarse a la oferta que existe de este producto turístico en toda la ciudad autónoma de Buenos Aires.

Se utilizó la entrevista y la observación:

La entrevista, con el fin de poder recabar la mayor cantidad de información posible y, si es factible, poder obtener mayores datos de la bibliografía a ser utilizada.

La observación científica, con el fin de obtener información de los sitios donde hay shows de Tango.

Este antecedente es importante para la investigación debido a que el tango es un baile con mucha popularidad en el país de Argentina que alcanza índices de turismo interno



como externo, lo mismo puede pasar con la Marinera ya que es un baile que nos identifica como peruanos, en un futuro puede ser considerada como un recurso que atrae diversos turistas.

Asmat García, Julio César con su investigación **La Festividad Religiosa de San Isidro Labrador de Moche. 1996, Trujillo-Perú.**

Este autor nos describe el desarrollo de la festividad de San Isidro Labrador, patrono del pueblo de Moche, puntualizando al mencionado pueblo como eminentemente religioso sin embargo, hasta ahora no se ha aprovechado en su totalidad los beneficios que genera esta festividad en el Turismo. En suma, el propósito es describir la festividad y su contribución con el turismo.

El investigador concluyó en que:

La festividad de San Isidro Labrador refleja la tradición de un pueblo predominantemente religioso.

Las festividades religiosas del pueblo de Moche actúan como elementos de integración de las vivencias sociales, familiares y culturales de un pueblo sin embargo la intromisión de valores ajenos va deteriorando el sentimiento espiritual de esta religiosidad.

Nuestro país representa una sociedad heterogénea en el mundo religioso por su misma condición de país colonizado por una cultura externa, que impuso su religión, como mecanismo de subyugación y explotación, resultando como consecuencia de la fusión de dos sistemas religiosos diferentes, elementos o fenómenos muy particulares.

El proceso metodológico utilizado en esta investigación fue el Inductivo – Deductivo, para concluir como la festividad religiosa actúa, se relaciona e influye en el aspecto del comportamiento socio-cultural del poblador de Moche. El Etnográfico, para obtener información de límites, rituales festivos y nos permite hacer un reconocimiento y descripción detallados de la festividad.

Las festividades religiosas católicas que se iniciaron con el arribo de los conquistadores y sacerdotes españoles para introducir sus imágenes-santos, vírgenes o cristos y así la evangelización y extirpación de idolatrías, aprovecharon estos la fe y devoción de nuestros antepasados tenían a sus dioses para implantar el culto a un solo Dios.



Abanto, sostuvo que ***“Con la conquista vino la cruz y el evangelio, desde el primer momento predominó un espíritu de exaltada religiosidad, las ciudades fueron fundadas bajo el signo de la cruz y puesta bajo la protección de determinado santo. En la plaza principal de cada una de ellas se construyó la iglesia, la fe y la devoción más fanática reinaba en todas las clases sociales, hechos que se han ligado a los peruanos, como se podrá observar la iglesia de Moche, situada en la plaza de armas de Moche, situada en la Plaza de Armas y fue fundad en el año 1715-1724”.*** (Abanto, 1968, p.52-60).

Como podemos darnos cuenta, los españoles nos trajeron las imágenes y la religión católica por lo que hemos creído conveniente abocarnos a las festividades religiosas por ser actividades que estén ligadas a la tradición ancestral de nuestros pueblos, además, cuando pensamos en los beneficios que se podrán lograr turísticamente hablando para todo el distrito de Moche, sería a partir de estas celebraciones que van acompañadas de la gastronomía, danzas folklóricas, la vestimenta y la infalible generosidad, acogida y calor humano del poblador mochero; asimismo hay que recordar que los visitantes nacionales y extranjeros viene por ver lo típico, tradicional, por sentirse protagonistas de estas festividades y de confundirse con el desarrollo de las mismas para salir de la rutina, del estrés y de lo común, igual, mientras estas siguen su curso, en algunas de ellas(las principales, sobre todo) se llevan a cabo y en forma paralela, actividades sociales y deportivas al final, como mencionamos líneas arriba, se traducirían en beneficios y mejoras para la gente mochera.

Por lo antes expuesto se reconoce la importancia del Turismo en el ámbito de la provincia de Trujillo y los beneficios que esta actividad genera a la sociedad. A partir de las diversas definiciones de Turismo que plantean los autores permiten ubicar elementos que giran en torno a nuestro estudio.

Padilla, manifestó que ***"El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad***



lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural” (Padilla, 1980).

Para lograr una mejor comprensión de esta actividad, se tiene la siguiente definición: **OMT (1994, p.42)** especificó que ***“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos”.***

La cita anterior refiere que el Turismo es realizado por personas que se desplazan por un periodo de tiempo determinado y de las actividades que realizan las personas según sea su motivación de viaje.

Cabe resaltar la relación que tiene el tema en estudio con los recursos turísticos ya que estos son la parte primordial para que se realice la actividad turística en cualquier destino.

Por lo tanto, a continuación se define a los recursos turísticos:

MINCETUR (2006, p.6) afirmó que: ***“los recursos naturales, culturales, folklore, realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados que poseen una determinada zona o área, con un potencial que podría captar el interés de los visitantes”.***

Se entiende a los recursos turísticos como todo aquello que posee características particulares que posee un atractivo turístico, bien sea de carácter natural, de esparcimiento, recreación o histórico – cultural, que motivan el desplazamiento del turista desde su lugar de origen hacia un destino fuera de su entorno, encontrando en él, recursos diferentes al de su lugar de origen. Por ello los recursos turísticos vienen a ser:

Llata especificó que ***“Todo el material que precisa un organismo, una población o un ecosistema en cantidad suficiente para permitir elevar su tasa de conversión de energía”.*** (Llata, 2003, p. 30). Se suele denominar a recursos como los distintos componentes que contribuyen a la actividad económica, pero un recurso turístico es totalmente diferente ya que no son simples bienes y valores que se encuentran en la realidad con el fin de ser utilizados para un objetivo determinado, sino; bienes que requieren de un uso sostenible, es decir no deben sobrepasar la capacidad de carga en lo que concierne a visitas diarias a estos lugares, ellos al ser expuestos, trae como consecuencia a la desaparición de los mismos.



Los Recursos Turísticos son aquellos elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales que, mediante una adecuada y racionada actividad humana, pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar o perpetuar el desplazamiento turístico.

En tanto, un destino turístico es el ***“lugar donde se genera la oferta o el producto turístico”*** (OMT, 1998).

Es el espacio donde se encuentra la que se va a ofrecer al turista, es decir todo aquello que compran los turistas, bien de forma separada, transporte o alojamiento, o bien integrado como un paquete, pudiendo satisfacer una experiencia de viaje, respondiendo así a las motivaciones de un segmento de mercado determinado.

Otra de las definiciones que podemos encontrar sobre este importante término ***“Es el ámbito donde se desenvuelve la actividad turística, donde existe la presencia y distribución de atractivos turísticos, sumado a la planta y a la infraestructura turística”*** (Boullón, 1990).

Para ICC Destinos Turísticos empresa de Consultoría, Tecnología y Nuevos Mercados la Promoción del destino se refiere a ***“...comunicar a los potenciales-consumidores-turista que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y demandas; en definitiva, se trata de convencer al turista de que merece la pena ir a nuestro destino, visitarlo. Lo primero que hay que tener en cuenta cuando se plantea la promoción de un destino es que toda la oferta es intangible. Por eso, la clave del éxito para el marketing del destino consiste exactamente en hacer tangible su intangibilidad, es decir, en transformar en beneficios tangibles y concretos lo que en principio es solo una propuesta abstracta”***. (ICC, 2014)

Por tal razón para que un destino turístico que es poseedor de diversas manifestaciones se posicione de manera competitiva frente a los demás es necesario llevar a cabo una adecuada promoción turística del mismo. Tal es así que la promoción turística es:

Burnett (1996, p.5, 6) aseguró que: ***“La función de marketing relacionada con la comunicación persuasiva, hacia audiencias objetivo, de los componentes del programa de marketing para facilitar el intercambio entre el fabricante y el consumidor y ayudar a satisfacer los objetivos de ambos”***.



Por otro lado **Stanton, Etzel y Walker (2004, p. 597,598)** definen la promoción como:
“Todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo”.

“La promoción comprende todos los instrumentos de la combinación de marketing, cuya función principal es la comunicación persuasiva”. (Kotler, p.797)

Teniendo en cuenta las definiciones anteriores la promoción es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como las ya mencionadas.

Por lo tanto se puede inferir respecto a la promoción que es un elemento del marketing, que tiene como objetivo general influir en las actitudes y comportamiento del público o mercado meta a favor de los productos que la empresa ofrece. Entonces, conocer este objetivo general de la promoción nos ayuda a comprender mejor el alto valor que tiene éste elemento del marketing y la enorme responsabilidad que conlleva el planificarla e implementarla para hacer un buen uso de la promoción.

Por lo tanto la promoción no es una actividad aislada, sino que por el contrario, forma parte integral de la estrategia de marketing que permiten el logro de los objetivos propuestos, con relación al mercado y al producto ofrecido.

Por tanto, el baile de la marinera lo consideramos como recurso para la promoción turística por que informa y persuade a los visitantes a que visiten el destino Trujillo.

De acuerdo a Mincetur, los recursos turísticos se divide en cinco categorías como: Sitios naturales, Manifestaciones Culturales, Folklore, Realizaciones Técnicas Científicas o Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

Para efectos de la investigación tendremos en cuenta a la categoría Folklore, que agrupa diversos tipos de manifestaciones folklóricas que por sus atributos propios, son considerados, parte importante del potencial turístico.

En lo que se refiere a la Marinera, de acuerdo a la guía metodológica para el Inventario y Evaluación del patrimonio turístico nacional formulado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), la ubicamos en la categoría folklore; si bien no es un género matriz como el Huayno, tiene variantes claramente diferenciadas en la costa y



sierra; y gracias a su belleza musical y esplendorosa coreografía, ha alcanzado una gran difusión en el ámbito nacional e internacional inclusive.

Se entiende al folclore como:

Novoa (1999, p.25) manifestó que “como un forma de cultura popular, es el saber tradicional que sobrevive porque tiene valor funcional (es útil). Se caracteriza por ser: anónima, porque se desconoce su creador, hereditaria en cuanto se transmite de generación en generación, popular porque nace del pueblo y no es impuesta, masivo porque lo practica toda la etnia (pueblo), plástico porque puede sufrir modificaciones con el tiempo”.

Hablar de folclor implica tener conocimientos de las costumbres y expresiones culturales de un pueblo y valorarlas por ser herencia de nuestros antepasados, transmitidos de generación en generación que se deben conservar.

De igual manera Ismael Moya afirma: **“folclor es la disciplina que estudia las expresiones anónimas de la colectividad, objetivas y subjetivas, orales o escritas, con hondura de tiempo, vivencia tradicional, dispersión e irradiación geográfica manifiesto, que coexiste con la cultura más avanzada de la actualidad, con una función histórica social indeclinable” (Ismael Moya, S/F: 28).**

Del mismo modo hablar de folclor implica tener conocimientos de las costumbres y expresiones culturales de un pueblo y valorarlas por ser herencia de nuestros antepasados, transmitidos de generación en generación que se deben conservar.

Según lo investigado no se sabe precisamente cuando las festividades religiosas se iniciaron, esto tomando en cuenta la convivencia entre el culto religioso de nuestros antepasados y el cristianismo traído por los conquistadores españoles a través de los sacerdotes, surgiendo así lo que conocemos como “Sincretismo religioso o cultural”.

Es también necesario unir las festividades religiosas a la actividad turística, por este motivo debemos conceptualizar algunos términos, así tenemos ***“la palabra “religión” que viene del latín “religio” y esto significa “religar”, “reunir”. Es la re-uniión con otras personas, la re-uniión con el contexto social y ambiental, es decir, la re-uniión con la naturaleza, con el universo y, por consiguiente, la re-uniión con la vida”.*** (Urbano, 1993, p.24).



Luego, refiriéndonos a las festividades religiosas podemos decir que son las diferentes actividades de tipo económico, social y religioso que se desarrollan en homenaje a una virgen o un santo patrón de un determinado lugar.

“Tratándose de festividades, santos patronos y rituales en vigencias, el dar nombre a los recién constituidos pueblos andinos fue una tarea delicada e importante para los colonizadores españoles. Los apelativos de santos que se colocan antes del nombre de la localidad, no sólo rebautizaron el sitio y a sus pobladores, sino que les crearon una identidad nueva haciéndolos parte de la cristiandad”. (Millones, 1998, p.23).

Las celebraciones de las festividades religiosas se remontan al siglo XVI, con la llegada de las imágenes traídas por los conquistadores españoles que llegaron a nuestro país en compañía de los religiosos, quienes fueron los encargados de enseñar la nueva religión a nuestros ancestros, para lo cual recurrieron a la evangelización y a la extirpación de idolatrías.

Abanto (1968, p.21) afirmó que “Como consecuencia de la violencia introducción de la religión en el Perú se genera un fenómeno aculturativo, denominado sincretismo religioso, en donde surge una religión con características propias en el cual coexisten elementos nativos y cristianos. El sincretismo se acentúa al pasar de las religiones, conserva a las religiones vivas, ya que la vida de un organismo consiste en asimilar lo que recibe de afuera”.

Gonzales manifestó que: “El sincretismo religioso es un hecho enraizado en el culto andino. La presencia clandestina o pública de cultos nativos o extranjeros unidos, complementados, es un fenómeno ideológico que refleja los avatares históricos del Perú y principalmente de los andes centrales.” (Gonzales, 1983, p.36).

Por el sincretismo religioso, destacan la presencia de elementos propios y foráneos, los cuales se entremezclan para dar lugar a celebraciones de arraigo popular y multitudinario, tomando en cuenta al grado de participación y devoción de los protagonistas en cada una de estas festividades, las mismas que resultan debido a la significación de los milagros y a la devoción que generan sobre la población.



Gillin (1945, p.146) destacan las siguientes *“fiestas religiosas católicas como las más celebradas: la Epifanía (6 de enero); Señor de Ramos (Semana Santa), San Isidro (15 de mayo), Corpus Christi (23 de mayo), San Pedro y San Pablo (29 de Junio), Santa Rosa de Lima (30 de agosto), la Exaltación de la Santísima Cruz (setiembre), Señor de la Misericordia (octubre), Fiesta del Cristo Rey (octubre), todos los santos todas las animas (noviembre 1y2), Santa Lucía de Moche, “La Mocherita”, patrona de Moche (13 de Diciembre); la Pascua de Navidad (24 y 25 de Diciembre)”*.

Del análisis de esta información como festividades principales figuran Semana Santa, San Isidro, Señor de la Misericordia y Santa Lucía y no se celebraba la fiesta de la Virgen de la Puerta, pero si se realizaba la Epifanía, la exaltación de la Santísima Cruz, la Pascua de Navidad y la Fiesta de Cristo Rey, que hoy en día nos e hacen más.

Para referirse a la festividad religiosa en el campo del espíritu humano, es compenetrarse en el ambiente religioso católico para entender los aspectos más trascendentales por lo que ha pasado nuestra sociedad.

Así, tenemos algunas definiciones de religión:

Herswkovits (1969, p.43) *“La religión implica la respuesta emotiva a la fuerza que rige el universo, como quiere que pueda ser concebido.”*

Durkheim (1980, p.216) afirmó que *“La religión es un sistema unificado de creencias y prácticas religiosas que unen a una sola comunidad moral, llamada iglesia, a todas cuantos se adhieren a ella.”*

“La creencia en seres espirituales.” (Tylor 1969, p. 381)

La presente investigación pretende ser base y ayuda para tener un mayor entendimiento sobre el tema de condición y la promoción turística como un elemento clave para el desarrollo del turismo en un destino, por ende permitirá entender la importancia del baile de la marinera en la festividad religiosa de San Isidro Labrador, para la promoción del destino Trujillo.

En el marco de todo lo expuesto el documento muestra la importancia al poner en prueba la metodología de las Ciencias Sociales en el estudio del presente trabajo el cual



se espera servir como guía para futuras investigaciones referente al tema. Esta investigación tiene a fin no solo beneficiar a la ciudad de Trujillo sino también a la zona norte del país, diversificando sobre todo la oferta turística de la Región la Libertad, por ser esta predominantemente cultural.

Elementos que facilitaron el desarrollo de la investigación y hacer frente al problema científico planteado **¿Cuáles son las características del baile de la marinera en la fiesta patronal de San Isidro Labrador en Moche que contribuyen en la promoción del destino Trujillo?** ante este interrogante se planteó **la hipótesis general:**

Características del baile de la marinera en la festividad religiosa de San Isidro Labrador en Moche que contribuyen en la promoción del destino Trujillo.

Las hipótesis específicas son:

- a. El baile de la marinera contribuye a la promoción turística por practicarse espontáneamente en la fiesta patronal de San Isidro Labrador, reflejada en la actividad agrícola de la faena, en la procesión, en la vestimenta que llevan los participantes el día central de la festividad, motivo que complementa el arribo de visitantes a Trujillo.
- b. El baile de la marinera contribuye a la promoción turística por practicarse tradicionalmente en la fiesta patronal de San Isidro Labrador en Moche, reflejada en la actividad agrícola de la faena, en la procesión, en la vestimenta que llevan los participantes el día central de la festividad, motivo que complementa el arribo de visitantes a Trujillo.

Estas respuestas tentativas se confrontan con la realidad a lo largo del proceso de la investigación teniendo como **Objetivo General:**

Determinar lo espontáneo y lo tradicional del baile de la marinera en la festividad patronal de San Isidro Labrador en Moche que contribuye en la promoción turística del destino Trujillo.

De la misma manera se considera los **Objetivos Específicos:**

- a. Identificar lo espontáneo en la fiesta patrona de San Isidro Labrador en Moche.
- b. Describir lo tradicional en la fiesta patrona de San Isidro Labrador en Moche.
- c. Explicar la relación entre lo espontáneo y lo tradicional del baile de la marinera en la fiesta patronal y el Turismo.
- d. Identificar la contribución de lo espontáneo y lo tradicional del baile de la marinera en la fiesta patronal de San Isidro Labrador en Moche para la promoción del destino Trujillo.

Para el desarrollo del presente informe de tesis, se ha considerado cuatro capítulos:

Capítulo I: Denominado El Destino Turístico de Trujillo, en el cual se describe datos generales de Trujillo como: ubicación, límites, extensión, población, clima, relieve, orografía, hidrografía.

Capítulo II: Trata sobre la Festividad de San Isidro Labrador, organización y la forma como se vive dicha celebración.

Capítulo III: Se refiere al **Carácter Espontáneo y Tradicional** del Baile de la Marinera en la Festividad de San Isidro Labrador, en el cual se **relata** las principales características de este baile, reflejadas en la vestimenta, los momentos al bailar y los lugares y/o personas que son parte de estas particularidades **con las que se identifica** este baile.

El Capítulo IV: Especifica el baile de la Marinera de la Festividad de San Isidro Labrador en Moche en la Promoción Turística de Trujillo, en cual se **explica** la promoción turística, sus medios publicitarios y finalmente la propuesta que se ha tomado en cuenta para contribuir en la promoción.

I. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Entre los materiales utilizados tenemos a Tesis, libros y revistas relacionados al hecho folklórico y la realidad turística tanto de nuestro país como el extranjero. Asimismo programa de actividades de la festividad de San Isidro Labrador, redes sociales con registro gráfico de la festividad, páginas webs del sector turístico.

MÉTODOS

Se utilizaron los métodos inductivos – deductivo y etnográfico con sus respectivas técnicas e instrumentos, que pasamos a detallar:

- MÉTODO INDUCTIVO-DEDUCTIVO

Este método se utilizó en la investigación para conocer las características del baile de la marinera como lo tradicional y espontáneo reflejada en los altareros, en la actividad agrícola de la faena, en la procesión, en la vestimenta así como a los actores directos: pobladores del pueblo de Moche y los turistas que asisten y participan en esta festividad religiosa.

Con la finalidad de tener una idea general del aporte de este baile a la promoción del destino Trujillo y las ventajas que posee con respecto al grado de competitividad frente a otros destinos turísticos.

- MÉTODO ETNOGRÁFICO

El método Etnográfico permitió describir y detallar las características del baile de la marinera en la festividad religiosa de San Isidro Labrador en el pueblo de Moche y de qué manera repercute en la promoción del destino Trujillo.

En la festividad religiosa de San Isidro Labrador se tomó nota de los momentos en que se bailó la marinera, específicamente en la procesión, para tener información de la vestimenta que usaban, quienes la bailaban, como lo hacían.

TÉCNICAS



a) Observación Directa No participante

Facilitó a identificar las formas de participación de la población y las actividades socio-culturales en la festividad de San Isidro Labrador.

Esta técnica permitió observar a los pobladores de Moche y su involucramiento en su fervor religioso, lleno de algarabía y devoción hacia el santo patrón de la agricultura San Isidro Labrador, como la señora María Cribilleros que estuvo vestida de bailarina de marinera durante todo el trayecto de la procesión, y la señora Isabel Calderón que se encontraba en peregrinación pero al momento de escuchar la notas del baile de la marinera no lo pensó un sólo segundo y salió a bailar mostrando en este hecho lo espontáneo de la marinera.

b) Encuesta

Esta técnica se aplicó a los turistas nacionales como extranjeros que visitaron el pueblo de Moche y huacas del Sol y la Luna, para conocer que recurso turístico los motivó a escoger tales destinos, su apreciación acerca del baile de la marinera, y su involucramiento en el mismo así como a la población residente de Moche. (**Ver Anexos N° 17 y 19**).

Para llevar a cabo esta acción, se sacó una muestra de los turistas que visitaron este complejo el año pasado en los meses de abril-mayo (**Ver Anexo N° 04**). Obteniendo el resultado del total de turistas a encuestar me trasladé hacia huacas del Sol y la Luna, ahí se abordó a los diferentes turistas tanto nacionales como extranjeros que visitaron este complejo en los meses de abril y mayo, los mismos que coinciden con la realización de la festividad de San Isidro Labrador en Moche; de la misma forma se hizo con los pobladores de Moche durante el mes de abril, los mismos que se mostraron dispuestos a brindar la información que se necesitaba como parte de la investigación.

c) Entrevista



Nos permitió conocer la opinión de los organizadores, y público en general sobre el sentido de las festividades religiosas y los motivos de su participación en estas.

Se entrevistó a los encargados del área económica y promoción turística de la Municipalidad Distrital de Moche, los mismos que siempre estuvieron dispuestos a brindarnos su apoyo en el desarrollo del trabajo de campo, también se entrevistó a los organizadores de la festividad de San Isidro Labrador, para obtener información detallada de los acontecimientos, actividades que se llevan a cabo en la festividad y saber cuál es su desempeño en la organización y tener una idea como ven ellos la festividad de San Isidro Labrador con la mano de turismo y la promoción. En todo momento los entrevistados se mostraron afables y con deseos de apoyar en la investigación, incluso brindaron información adicional que fue de mucha ayuda para complementar la investigación. (Ver Anexos N° 21 y 22).

INSTRUMENTOS

- Libreta de campo

Se utilizaron libretas para describir las observaciones directas durante la festividad religiosa del pueblo de Moche así mismo rescatar extractos de las entrevistas a los organizadores.

Se utilizó en el transcurso de la festividad de San Isidro Labrador, especialmente en los momentos en los que se bailó la marinera, tomando nota de cada uno de ellos y describiendo episodios importantes y particulares del baile como: las parejas que lo conformaban, que vestimenta usaban, etc. Del mismo modo en las entrevistas con los organizadores de la festividad se rescató parte de las entrevistas que se realizaron por citar algunas. La que se hizo al Sr. Pablo Alfonso Mendoza Siccha (Presidente de la hermandad de San Isidro Labrador), la entrevista al Sr. Wilmer Sánchez Rodríguez (Programador de la festividad de San Isidro Labrador), entre



otras. Siendo los antes mencionados las personas que más aportaron a la investigación con su predisposición y buen ánimo para cooperar en la misma.

- Guía de entrevista

Se elaboró una lista de preguntas, las cuales fueron aplicadas a los principales organizadores de la festividad religiosa de San Isidro Labrador en el pueblo de Moche.

Al inicio se presentaron algunos inconvenientes para realizarlas, debido a que los entrevistados no disponían de tiempo suficiente por estar dedicados a sus labores en la organización de la festividad, por ello se optó por coordinar previamente con los principales encargados de la organización de la festividad de San Isidro Labrador, los mismos que brindaron información importante para la elaboración del cuadro matriz de entrevistas y así trabajar los gráficos y tablas respectivas, fueron de ayuda para entender su punto de vista acerca de lo espontáneo y lo tradicional del baile de la marinera en la festividad religiosa de San Isidro Labrador y su opinión y/o punto de vista con respecto a la promoción del destino Trujillo, relacionada al baile de la marinera.

- Cuestionario de encuesta

Se diseñó un listado de preguntas sencillas y de fácil entendimiento dirigidas a los visitantes y a los pobladores de Moche para determinar si lo espontáneo y tradicional del baile de la marinera repercute en la promoción del turismo en Trujillo.

Con respecto a los visitantes el lugar donde fueron encuestados fue huaca del Sol y la Luna donde se aplicó la encuesta a los turistas tanto nacionales como extranjeros, conociendo así sus opiniones las que fueron importantes para la investigación; a los pobladores se los abordó en el distrito de Moche en la plaza mayor y alrededores, no se presentó ningún inconveniente respecto a estos, al contrario aportaron más



de los que se les preguntaba, siempre demostraban confianza al momento de ser encuestados. **(Ver Anexos 17 y 19).**

- Cámara fotográfica

Con la ayuda de este instrumento, se registraron imágenes que apoyen el desarrollo de la investigación capturando momentos o detalles importantes del recurso investigado, como danzas y actividades sociales realizadas en las festividad religiosa.

Se usó para registrar imágenes relacionadas al baile de la marinera espontánea y tradicional, la marinera academizada: como presentaciones coreográficas, o parejas que representan a alguna academia de baile, algunas danzas como la de los diablicos enmascarados y los negritos que acompañan a la virgen de la Puerta en el día central de la festividad. Todo el material archivado fue de ayuda en el desarrollo de la tesis, como referencia para elaborar la parte de resultados y discusión así mismo para obtener anexos en la investigación.

- Cámara filmadora

Se usó para registrar escenas de interés en la investigación como entrevistas a los organizadores de la festividad y el momento que se realiza el baile de la marinera aportando a lo tradicional y espontáneo.

Se filmó para archivar videos como el baile de la marinera como punto central, entre otras danzas los “negritos” y los “diablicos enmascarados”, que son parte de la festividad y conforman la parte artística y tradicional en la festividad de San Isidro Labrador. El material recopilado fue utilizado para complementar el desarrollo de la investigación.

- Grabadora digital de voz - Mp3



Se usó para conservar un historial de diálogos realizados en las entrevistas a los principales encargados de la organización de la festividad religiosa en mención.

En algunas entrevistas a los encargados de la organización de la festividad de San Isidro Labrador como la del Sr. Wilmer Sánchez Sachún (programador de la festividad de San Isidro Labrador), donde no fue posible tomar nota de todo lo que el entrevistado tenía que decir o el punto que quería dar a conocer, por ello se recurrió a este instrumento para recoger toda la información brindada y finalmente plasmarla en la tesis.





Capítulo I

EL DESTINO TURÍSTICO DE TRUJILLO



CAPITULO I



EL DESTINO TURÍSTICO DE TRUJILLO

Consideramos destino turístico Trujillo a la provincia del mismo nombre. En esta área geográfica se ubica Moche ámbito donde se desarrolla nuestro objeto de estudio.

1. ASPECTOS GEOGRÁFICOS

1.1 UBICACIÓN

Se encuentra ubicada en la franja costera de la Región La Libertad, al norte del litoral peruano, teniendo como capital de provincia al distrito de Trujillo, el cual se ubica en el antiguo valle de “Chimo”, hoy valle de Moche Santa Catalina, en este distrito se encuentra la antigua ciudad de Trujillo, actualmente conocida como centro histórico, que aún conserva la forma original con la que fue diseñada cuando fue fundada, en ella alberga los órganos de gobierno local y regional. (Ver Anexo 01).

Esta ubicación geográfica es ventajosa para el desarrollo del turismo, en tanto facilita la intervención de otros factores como accesibilidad, clima y locación respecto a otras ciudades, convirtiéndolo en el punto de articulación turística del circuito turístico norte. Al respecto, “...nuestra ciudad es la parte del eje norte que abarca Lambayeque, Cajamarca y Kuélap (Amazonas) que serían un gran paquete turístico” (Sánchez; 1999; B8).

1.2 LIMITES

Los límites del destino Trujillo son las siguientes: limita al Norte con la provincia de Ascope, al Este con la provincia de Otuzco, al Sur con la provincia de Virú y al Oeste con el océano Pacífico. (Ver anexo N° 01).

1.3 EXTENSIÓN

La provincia de Trujillo abarca una extensión de 1.768.65km² en la totalidad de la periferia de sus once distritos, correspondiéndole al distrito de Trujillo un área de 39.36km², del cual representa para el Centro Histórico una extensión de 25.962 km² siendo un 6% comparación con el área total de la provincia.

1.4 CLIMA



La provincia de Trujillo es de un clima benigno con una temperatura moderada que varía entre 14° y 30 °C debido a la corriente de Humboldt. Trujillo presenta un clima muy variado de temperaturas máximas 20° C y mínima de 17° C esto hace que el cielo se presente parcialmente nublado; se observa que Trujillo ya no tiene aquel clima templado y estable y soleado de poca variación térmica de estación a estación, por lo cual se le denominaba la Ciudad de la Eterna Primavera.

Por tanto, Trujillo como destino turístico, presenta un hecho que es favorable como motivador en la toma de decisión de viaje. Al respecto *“...el clima de Trujillo por las características mencionadas se constituye en una atracción para los turistas que proceden de lugares con climas extremos. Criterio que fue corroborado por los empresarios y funcionarios del sector turismo quienes reunidos en el Taller Regional de Competitividad de la Libertad en mayo 1999, concluyeron que el clima de Trujillo es benigno, considerándolo uno de los factores básicos para generar ventajas competitivas en el producto turístico de esta región”* (Hermenegildo, O. et al; 2000:16). Por otro lado, debemos acotar que este clima es propicio para el desarrollo de la agricultura, así lo entendieron los españoles que colonizaron estas tierras, para lo cual importaron a Trujillo mano de obra africana (esclavos negros) quienes a la postre darían un aporte importante en la creación del baile de la marinera.

2. ASPECTO SOCIOCULTURAL

La ciudad de Trujillo tiene un vasto desarrollo cultural y es muy rica en tradiciones por eso es considerada Capital de la Cultura, Capital Nacional de la Marinera y por su clima es llamada la ciudad de la Eterna Primavera su población actualmente está compuesta por una combinación cultural en donde existen pocos pobladores autóctonos del centro histórico ya que ellos prefirieron vender sus casas para dar paso al comercio y la modernidad dejando al Centro Histórico deshabitado sin residentes permanente.

La mayoría de pobladores del distrito de Trujillo son inmigrantes de otras ciudades de la misma región como Patate, Sánchez Carrión, Casca, Otuzco y algunas de otras regiones como Cajamarca.

Las principales actividades socioculturales son el Festival Internacional de la Primavera: que es considerado el festival representativo de la ciudad, se realiza entre setiembre y



octubre de cada año, su principal atractivo es un tradicional desfile de carros alegórico con reinas de belleza principalmente de los clubes de leones, el primer festival se realizó en 1950.

Otra de las actividades sociales de gran envergaduras realizadas en Trujillo es el Concurso Nacional de Marinera que es celebrada desde 20 de enero al 20 de febrero la marinera norteña es una danza muy dinámica, con movimientos elegantes y una compleja coreografía; las parejas demuestran enamoramiento cuando agitan su pañuelo blanco.

Como el Ballet, Bienal de Arte Contemporáneo, Festival Internacional de la Primavera.

3. ASPECTOS HISTÓRICOS

La ciudad de Trujillo, fue fundada el 6 de Diciembre de 1534 por Almagro, quien la denominó Villa de Trujillo en recuerdo a la tierra natal de Pizarro. Su primer gobernador fue Don Miguel de Estete quien fue encargado de trazar el plano trujillano. El 5 de marzo de 1535 Pizarro instaló el cabildo y distribuyó los solares a los vecinos afincados en la villa. El 23 de Noviembre de 1537 el rey Carlos V expide otra real cédula cediendo el escudo de armas de Trujillo con toda la descripción del escudo en la cual la letra K es la inicial de Karolus nombre del rey, el grifo animal fantástico con cuerpo de león y cabeza y alas de águila significa condiciones de dos seres: fuerza y audacia, rapidez y fiereza.

El primer plano de Trujillo con sus murallas fue levantado por don Fernando Saavedra en Panamá en 1689. El virrey Don Melchor de Navarra y Rocaful Duque de la Plata dispuso el amurallamiento en previsión de ataques de piratas y corsarios; cinco puertas se abrían conocido con los nombres de Mansiche, de la Sierra, de Huamán y de Miraflores; el área amurallada era de 3 millas comprendía 56 manzanas y más de mil casas. La obra costó 84 mil pesos.

El 24 de Diciembre de 1820 el intendente de Trujillo don José Bernardo de Tagle y Portocarrero convocó a cabildo a los notables provocando un cabildo abierto y decidieron proclamar si independencia. El 29 de diciembre de 1820 el pueblo trujillano se reunió en la plaza de armas y el Márquez de Torre Tagle proclamó la Independencia del Perú siendo aclamado como presidente del departamento quien moviendo el bicolor



patrio confeccionado por doña Micaela Cañete de Merino vitoreó a la patria y a la independencia del Perú. El alcalde del cabildo trujillano fue don Manuel Cavero y Muñoz Márquez de Bellavista.

El 12 de Febrero de 1821 San Martín convirtió a la intendencia de Trujillo en departamento de Trujillo; por D.S. el 31 de enero de 1822, Torre en su calidad de supremo delegado le dio el renombre a la ciudad de Trujillo de “Benemérita y fidelísima a la patria” a su cabildo le dio el tratamiento de “honorable”. El 30 de abril de 1824 por autorización del libertador Simón Bolívar, don José Faustino Sánchez Carrión, ministro de Bolívar estableció la Corte Superior de Justicia de Trujillo. Por D.S. del 10 de mayo de 1824 expedido a Huamachuco por Bolívar fue creada la Universidad de Santo Tomás y Santa Rosa de la Libertad, hoy Universidad Nacional de Trujillo. El congreso constituyente de 1825 le cambió el nombre del departamento de Trujillo a la Libertad y a su capital “Ciudad Bolívar”, por ley del 21 de julio de 1827 se restituyó a la capital su nombre Trujillo.

La capital de provincia es quien concentra la mayor cantidad de historia. Por tanto, la ciudad de Trujillo nació bajo el cristianismo y en la actualidad aunque existan otros grupos religiosos sigue siendo el catolicismo el que ha predominado, es por ello que en el centro historio se realizan diferentes actividades sociales de esta índole tales como las misas, la fiesta de san Valentín patrono de la ciudad celebrado el día 14 de febrero, una de las fechas relevantes de la ciudad de Trujillo es el 29 de diciembre que es el aniversario por la independencia de Trujillo esta actividad se realiza en la plaza de armas.

Desde la fundación de la ciudad en diciembre de 1534, hasta el terremoto de 1619, su arquitectura fue de estilo gótico isabelino; las casas de los primeros vecinos se construyeron de piedra, con muros altos y almenados, las ventanas exteriores eran pequeñas y la fachada poseía una gran portada con su escudo en la parte superior. (Neira et al; 2002: s/p).

Trujillo se ve de lo alto como una ciudad bien trazada que mantuvo hasta 1877 sus murallas, de las que resta muy poco. Sin lugar a dudas, las ciudades tuvieron sus calles



con nombres alusivos a un personaje importante o alguna actividad que se realizaba. También era costumbre nombrarlas de acuerdo a algo destacado y peculiar, es difícil saber cuáles habrían sido los nombres originales de las calles de Trujillo por aquellos años de su fundación, pero con el transcurrir del tiempo sus propios vecinos se encargaron de denominarlas con tal o cual nombre, hasta que las autoridades le dieron carta de ciudadanía con nombre propio y oficial. (Ibíd.: s/p)

Actualmente el Centro Histórico de Trujillo fue declarado Ciudad Monumental por decreto municipal del 23 de abril de 1971 y Zona Monumental por resolución suprema N° 2900-72-ED del 26 de diciembre de 1972; constituye también el núcleo urbano más importante y característico de la ciudad que mantiene su doble condición de centro histórico y centro activo del conglomerado metropolitano de Trujillo, según el rol que le otorga el Plan de Desarrollo Metropolitano de Trujillo.

4. ASPECTOS ECONÓMICOS

El destino Trujillo en los últimos años está atravesando cambios en su economía, como en su dinámica comercial, así lo informó el economista del Banco Central de Reserva, Alejandro Durango, que la región La Libertad desde el año 2002 hasta el 2011 ha logrado un crecimiento económico de 7.2%. (Diario La República; 2013: s/p).

Debido a dicho crecimiento, Trujillo se encuentra como un gran centro de atracción para los inversionistas, con grandes centros comerciales; este aspecto económico influye en el sector turismo que la ciudad debe aprovechar considerando el potencial como ciudad generadora de turismo interno.

Así lo evidencian los dos centros comerciales como el Mall Aventura Plaza y el Real Plaza (de propiedad del grupo Interbank), ambos inaugurados en los cuatro últimos años. Los Jardines Open Plaza (de propiedad de Falabella) y la multiplicación de supermercados, entre los que destacó Wong, tras la absorción que le hizo de la cadena local Merpisa. (Diario El Comercio; 2013: s/p)

Por otro lado este crecimiento económico ha generado una modernización obligatoria en el servicio de Trujillo en donde la actividad comercial es un sector importante, entre sus

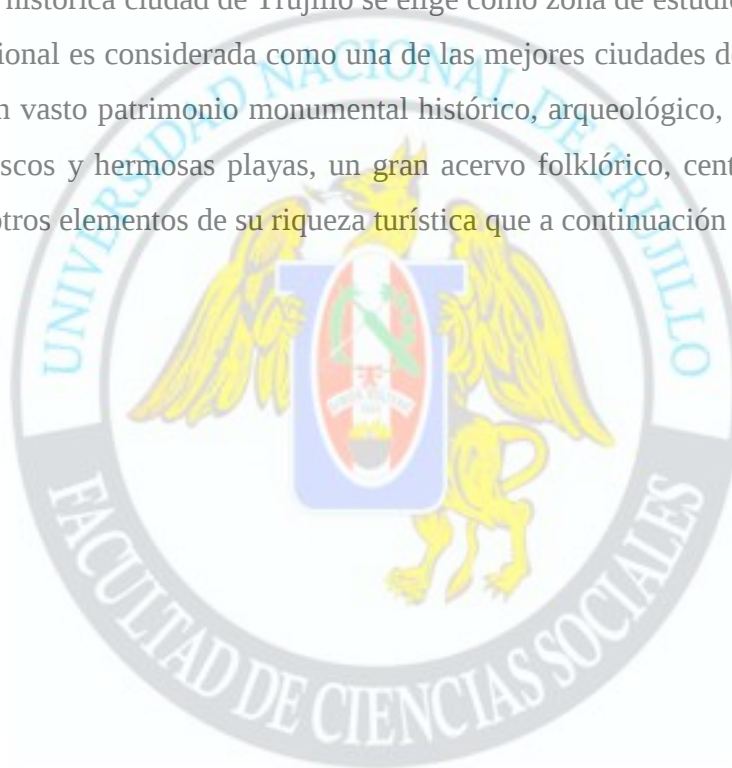


principales comercios tenemos al Mercado Central, el Virrey Centro Comercial Primavera, El Palacio del hierro estos establecimientos de este rubro cuentan con internet y otras herramientas electrónicas modernas como cajeros automáticos, ascensores, escaleras eléctricas, cámaras de vigilancias internas en sus locales sistemas informáticos o software etc. que buscan brindar una mejor atención a sus clientes y lograr estar a la vanguardia y estar acorde con este mundo global.

5. ASPECTOS TURÍSTICOS

5.1 Atractivos Turísticos

La honorable e histórica ciudad de Trujillo se elige como zona de estudio, porque dentro del ámbito nacional es considerada como una de las mejores ciudades después de Lima, portadora de un vasto patrimonio monumental histórico, arqueológico, exquisito clima, lugares pintorescos y hermosas playas, un gran acervo folklórico, centros culturales y sociales entre otros elementos de su riqueza turística que a continuación se bosqueja:



CUADRO N° 01



ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL DESTINO TRUJILLO

ATRATIVO TURÍSTICO	CATEGORIA	TIPOS
BALNEARIO DE HUANCHACO	Sitios Naturales	Costas
CENTRO HISTÓRICO DE TRUJILLO - CASAS: Casa de la Emancipación, Calonge o Urquiaga, Mariscal Orbegoso, Ganoza Chopitea, Urquiaga, Palacio Iturregui - IGLESIAS: La Basílica Menor de Trujillo (Catedral), San Francisco, Compañía de Jesús, La Merced, Monasterio El Carmen. - MUSEOS: Museo de Arqueología, Antropología e Historia de la Universidad Nacional de Trujillo, Museo Catedralicio, del Juguete, de Zoología - PLAZAS: Plaza Mayor de Trujillo, Plazuela El Recreo	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos
COMPLEJO ARQUEOLÓGICO HUACAS DEL SOL Y DE LA LUNA - Huaca de la Luna - Museo Huacas de Moche	Manifestaciones Culturales Manifestaciones culturales	Sitios Arqueológicos Museos
CAMPIÑA DE MOCHE	Manifestaciones Culturales	Sitios Arqueológicos



COMPLEJO ARQUEOLÓGICO CHAN-CHAN	Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos
- Palacio Nikán		
- Museo de sitio	Manifestaciones Culturales	Museos
- Huaca Arco Iris	Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos
COMPLEJO ARQUEOLÓGICO EL BRUJO:		
- Huaca Cao Viejo	Manifestaciones Culturales	Sitios Arqueológicos
- Museo de Cao	Manifestaciones Culturales	Museos
GASTRONOMIA:		
- Dulces: Alfajor,	Folclore	Gastronomía
- Platos típicos: Shambar, Seco de cabrito, ceviche, Arroz con pato		
FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA PRIMAVERA	Acontecimientos Programados	Eventos
CONCURSO NACIONAL DE MARINERA	Acontecimientos Programados	Eventos
CABALLOS DE PASO	Acontecimientos Programados	Artístico

Fuente: Promperú / Atractivos turísticos del destino Trujillo 2013.

5.2 Planta Turística



Dentro de la planta turística encontramos empresas que brindan servicios como hoteles, restaurantes, agencias de viajes, centros de esparcimientos que se encuentran dentro del Centro histórico de Trujillo.

En cuanto a la realidad hotelera, muestra una diversidad de oferta, ubicados en el Centro Histórico el cual cuenta con 29 establecimientos de hospedaje entre los cuales se encuentra 1 hotel de 4 estrellas, 16 hoteles de 3 estrellas, 7 hostales de 3 estrellas y 5 hostales de 2 estrellas; hoteles que pertenecen a inversiones locales, encontrando solo 1 hotel que pertenece a una reconocida cadena hotelera nacional.

Actualmente la capacidad entre habitaciones simples, dobles, matrimoniales y suites, es de 1499 camas, esta cifra es suficiente para cubrir la demanda del mercado, considerando que en los últimos años se ha incrementado el turismo en la ciudad de Trujillo, dichos hoteles se ubican en las principales avenidas como: Pizarro, Bolognesi, Almagro, San Martín, Bolívar, Junín, Independencia, Gamarra, siendo de gran accesibilidad para transportarse mediante la modalidad de auto particular o taxi, no distando en cuadras ni en tiempo, si se toma como referencia la plaza de armas de la ciudad.

Dentro de la planta turística también encontramos a los restaurantes que se encuentran en el Centro histórico de la ciudad y ofrecen platos tipos como lo son los platos criollos y diversos platos típicos del Perú.

Uno de los restaurantes que más resalta del centro histórico es el Mochica restaurante turístico por su trayectoria en la ciudad con más de 42 años en el rubro de restauración y cuenta con 3 locales en la provincia de Trujillo. También, cuenta con variedad de centros de esparcimiento nocturnos como Discotecas, Pub, Bares entre los cuales tenemos Bohemios Bar, Tributo bar, Nuestro bar, Chelsea Pub las cuales cuentan con una infraestructura moderna y un ambiente divertido. En la ciudad también se pueden encontrar casinos como Excalibur, Royal Casino, SolidGold, Keops, Gangas, y Moulin Rouse estos establecimientos están abiertos las 24 horas del día.

También encontramos a las agencias de viajes tanto minoristas como operadoras de turismo, quienes cumplen con la función de intermediación, organización y elaboración



y venta de productos turísticos, ellas prestan un servicio necesario e importante para la actividad turística.

Las agencias de viajes, que se encuentran en la ciudad de Trujillo, lo conforman un total de 114 agencias de viajes de turismo, entre los cuales tenemos 17 operadoras de turismo, y 37 minoristas que se encuentran en el centro histórico de Trujillo.

5.3 Demanda Turística

La demanda turística está *“constituida por los turistas, los individuos en sí, y por sus necesidades físicas y espirituales. La demanda turística, en relación con los individuos, está compuesta por los turistas residentes en el país y los residentes en el extranjero.”* (Molina, S.; 1996:39).

La principal demanda con la que contó la ciudad de Trujillo, en el 2012 fue de un total de 17,305 siendo 14,466 nacionales y 2,839 extranjeros que visitaron el museo de sitio Chan-Chan. Los turistas que visitaron el Complejo Arqueológico Huaca Arco Iris fueron 57,209 siendo 43,924 turistas nacionales y 13,285 extranjeros. La llegada de visitantes al complejo arqueológico Huacas del Sol y la Luna fue un total de 122,642 siendo 92,493 nacionales y 30,149 extranjeros.

Los turistas extranjeros que el Perú captó en el 2012, generaron divisas por 3 mil 229 millones de dólares, un avance de 11% respecto a los 2 mil 912 millones de dólares captados en el 2011, según estadísticas del sector.

CUADRO N° 02

ARRIVO DE TURISTAS AL DESTINO TRUJILLO.

ATRACTIVO	2011			2012			2013(*)		
	TOTAL	Nacional	Extranjero	TOTAL	Nacional	Extranjero	TOTAL	Nacional	Extranjero
CHAN CHAN	140,710	99,940	40,770	155,914	132,023	23,891	91,897	68,110	23,787
HUACAS DEL SOL Y DE LA LUNA	120.937	90.477	30.460	122.642	92.493	30.149	76.602	56.653	19.949
EL BRUJO	43.067	34.639	8.428	46.572	38.156	8.416	27.515	22.752	4763

Fuente: Datos estadísticos de arribo de turistas. Dirección Regional de Cultura - La Libertad
Ministerio de Cultura.



En cuanto a los turistas nacionales que visitaron La Libertad, son en su mayoría personas adultas con un 65% del total y el 35% son menores de edad y los meses que más visitan la ciudad son en Julio y Agosto coincidiendo con las fiestas patrias del Perú, fecha de vacaciones en centros laborales y colegios a nivel nacional siendo sus principales motivaciones la práctica de turismo cultural que busca visitar todas las manifestaciones y expresiones que las sociedades han ido desarrollando a lo largo de un proceso histórico que el turista observa y disfruta sincréticamente.

En el Departamento de La Libertad el número de arribos y pernoctaciones han crecido sostenidamente hasta alcanzar su nivel más alto, desde el año 2005 hasta el 2012 alcanzó un total de 8,010.631 siendo 7,682,468 los turistas nacionales y 328,163 los turistas extranjeros, en el 2012 con un índice de ocupación de 28.7 %, el más alto en los últimos años. Siendo los turistas nacionales la demanda principal que visita La Libertad.

Según el perfil del turista extranjero, la mayoría de turistas suele visitar el Perú sin adquirir un paquete turístico a una agencia de viajes (es decir, por cuenta propia). En el año 2011, 493 mil turistas extranjeros visitaron el Perú comprando paquetes turísticos, es decir, 26% más turistas que en el 2010 (392 mil turistas). El mayor uso de los paquetes turísticos se da entre los turistas mayores de 54 años de edad (35 %) y los turistas que asisten a seminarios y convenciones, negocios (28 %).

CUADRO N° 03

Perfil del Visitante que llega al Destino Trujillo

Sexo	%
Masculino	59
Femenino	41
Estado Civil	
Soltero	61
Parte de una pareja	39
Grado de Instrucción	
Primaria	*
Secundaria	14

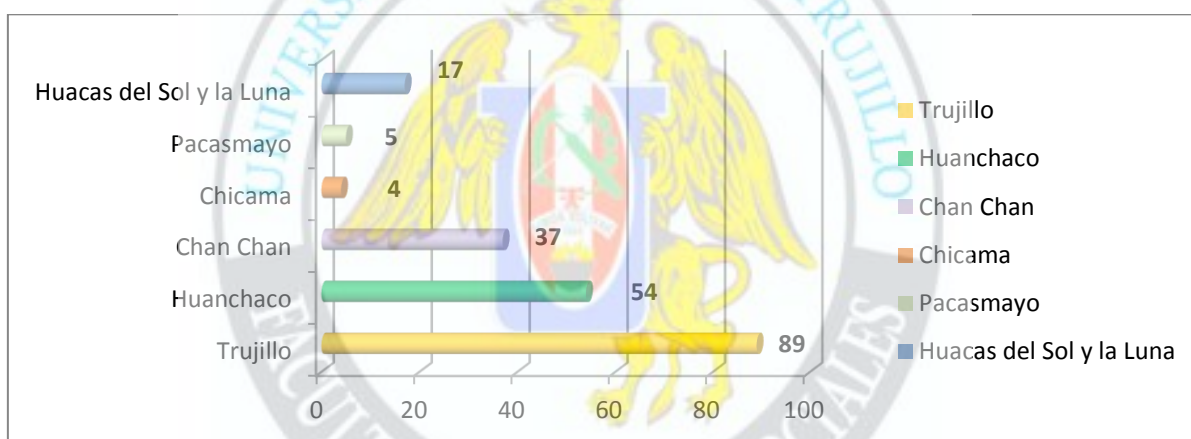


Técnica	23
Universitaria	42
Post Grado	8
Maestría	10
Doctorado	4

Fuente: Promperú / Perfil del Turista Extranjero 2013

CUADRO N° 04

Principales Atractivos Visitados en el Destino Trujillo.



Fuente: Promperú / Perfil del Turista Extranjero 2013.

En el cuadro N° 04 observamos que Trujillo con el 89% es el destino más visitado por los turistas, del mismo modo huacas del Sol y la Luna en Moche con el 17% de visitas siendo estos los lugares que forman parte en la investigación de la presente tesis, concluyendo que por ser ambos destinos concurridos sería conveniente articular a la festividad de San Isidro Labrador celebrada en Moche para desarrollar la promoción turística en Trujillo.



5.4 Comunidad Receptora

Al respecto, Hermenegildo y Hernández afirman “...*la población trujillana en términos se caracteriza por su amabilidad hacia el turista, siendo esta característica uno de los factores para generar ventajas turísticas en este destino.*” (2000). A este carácter amable del poblador trujillano se suma su carácter festivo, condición apropiada para el desarrollo de diversas manifestaciones culturales como lo es el caso del baile de marinera, que se ha constituido y se constituye en un recurso turístico importante a explotar en este distrito.

5.5 Accesibilidad

El destino turístico de Trujillo gracias a su localización y ubicación geográfica, está muy bien interconectado con otros puntos del país, a través de diferentes medios, como: el terrestre, aéreo y el marítimo. En el medio terrestre cuenta con vías de comunicación como son la carretera panamericana, que une este distrito con importantes ciudades de otros departamentos tanto al sur como al norte del departamento; asimismo cuenta con una carretera de penetración hacia el interior de la Libertad, que lo comunica con ciudades, como: Otuzco, Huamachuco, etc.; del mismo modo cuenta también con otras vías terrestres menores. En el medio aéreo el principal punto de comunicación es el aeropuerto Carlos Martínez Pinillos ubicado en el distrito de Huanchaco a través arriban



CAPÍTULO II

LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR EN MOCHE



CAPÍTULO II

LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR EN MOCHE

1. UBICACIÓN DE LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR.

La provincia de Trujillo como destino turístico, ubicada en la Región La Libertad, tiene al Distrito de Moche como uno de sus once distritos. Es allí donde se celebra la festividad de San Isidro Labrador.

El distrito de Moche se creó el 2 de enero del 1857, dada por el entonces Presidente Provisorio de la República del Perú Ramón Castilla y Marquesado. En él se encuentra el balneario Las Delicias, su campiña, así como las Huacas del Sol y de la Luna de la cultura Moche.

Según el censo del 2007 el distrito de Moche tiene una población de 29.727 habitantes, Para el año 2012 se tiene una población estimada de 33.187 habitantes según datos estadísticos del sitio web oficial del Instituto de Estadística e Informática (INEI).

El distrito de Moche se encuentra ubicado a 7 kilómetros al sur de la ciudad de Trujillo, provincia de Trujillo, región La Libertad. Su marco espacial comprende la parte baja del valle Santa Catalina, sector de riego al cual pertenece.

Moche limita por el Norte con los Distritos de Trujillo y Víctor Larco, por el Este: con el distrito de Laredo, por el Sur con el Distrito de Salaverry y por el Oeste con el Océano Pacífico. (Ver Anexo N° 02).

El Distrito posee diferentes microclimas, motivados por el río, su cercanía al mar y a la morfología del terreno, que también inciden en el clima. Los vientos, que son de sur oeste a noreste, aumentan su velocidad en Noviembre, conocidos por los lugareños, como “Los Vientos de San Andrés”.

El distrito es bordeado por el río del mismo nombre.



Las precipitaciones pluviales varían desde muy escasas a nulas durante el año, a excepción de los meses en que, como en toda la costas norte del Perú, se presenta el Fenómeno del Niño. La precipitación de Moche es de 4.5m³ promedio al año. Con respecto al clima, la Campiña de Moche presenta un clima que oscila entre cálido y templado, debido a la presencia de los cerros que modifican la dirección de los vientos, creando un microclima.

Calendario de Fechas importantes - Festividades Religiosas, las celebraciones de algunas festividades religiosas se remontan al siglo XVI, con la llegada de las imágenes traídas por los españoles. El sincretismo religioso produce que la religión posea características propias, en la cual coexisten elementos nativos y cristianos.

De acuerdo con el Calendario Litúrgico y con los Santos Patrones de los Centros Poblados, Caseríos y Anexos, en Moche se celebran las siguientes festividades, resaltando las más importantes:

CUADRO N° 03

❖ **Festividades Mayores y Menores en el Pueblo de Moche.**

FESTIVIDADES	DURACIÓN (Semanas y Días)
A) MAYORES	
1. Semana Santa	2
2. San Isidro Labrador	4
3. Señor de la Misericordia	4
4. San Martín de Porres	4
5. Santa Lucía	2
6. Virgen de la Puerta	2
B) MENORES	
1. Virgen de Fátima	13
2. Virgen del Carmen	16
3. San Juan	9
4. San Antonio	4
5. Santa Rosa de Lima	8



6. San Francisco de Asís	6
7. Corpus Christi	5
8. Cruz de Mayo	1
9. Reyes Magos	1
10. Nacimiento del Niño Jesús	1
11. San Pedro	9

Fuente: www.munimoche.gob.pe/

Como se observa, Moche como parte del destino turístico Trujillo presenta diversidad de atractivos turísticos que son motivo de visita de los turistas tal es caso de Huaca del Sol y La Luna, su gastronomía y sus festividades religiosas. Asimismo damos cuenta que la promoción turística del destino se concentra en los atractivos turísticos de la Huacas del Sol y la Luna, en mayor dimensión seguido por su gastronomía y mínimamente por las festividades, como la de San Isidro Labrador, la misma que se encuentra considerada en el calendario turístico de Trujillo. (Ver Anexo N° 03).

A continuación se pasará a detallar la organización y realización de la festividad religiosa de San Isidro Labrador, considerada dentro de las llamadas “mayores” en el distrito de Moche.

Según el libro titulado San Isidro Labrador y la agricultura en la campiña de Moche del Antrop. José Elías Minaya; nos describe el desarrollo de la festividad de la siguiente manera:

2. ASPECTOS HISTÓRICOS DE LA FESTIVIDAD

La imagen de Fray Toribio de Mogrovejo fue traída de España, llegando al valle de Moche en 1578 en su trayecto hacia Huaraz donde había sido destinada, pero al pasar por este valle y percibir el aire puro de sus campiñas, el religioso decidió dejarlo en el pueblo de Moche (Hermandad de San Isidro del 2000). Desde entonces hasta 1938 anualmente durante tres días (14, 15 y 16) de mayo, se celebran los rituales y fiesta en su honor, a partir de dicho año la imagen es paseada por las afueras del pueblo, extendiéndose después hacia diversos puntos de la campiña en peregrinaje hasta la actualidad. En 1950 se instaura la cofradía de San Isidro, cuya función, según lo instituido para dicha organización fue “mantener una parte importante del culto católico.



En las reducciones de indígenas, y en las ciudades y villas de españoles realizaban o auspiciaban muchas actividades religiosas y rituales como: la celebración y fiestas...” (Díaz Hurtado, A. 1994:148). Los miembros llamados cofrades, incorporados voluntariamente, elegían a quienes tenían que ejercer los cargos anualmente, el principal de ellos que en algunos casos se llamaba mayordomo y en otro prioste era el encargado de dirigir las actividades de la celebración de los rituales y la fiesta. Convocaba la colaboración de los morados que aportaban víveres y los mejores frutos de sus cosechas.

Desde los primeros años de 1900, la mayordomía adquiere mayor presencia en las celebraciones, pues el mayordomo contaba con la colaboración de los síndicos y esperadores. La memoria colectiva recuerda que su primer mayordomo fue don Fermín Pantoja. En 1970 se constituye la hermandad, siendo el primer presidente de la junta directa don Víctor Eleazar Vega Asmat (Hermandad de San Isidro Labrador, 2000).

En la festividad de San Isidro desde 1912 acompañan en la procesión y peregrinaje la banda de enmascarados, diablillos danzantes, dirigidos por su capataz don Manuel Asmat Ñique.

La propagación de los milagros por la narrativa popular, así como las promesas incumplimientos y castigos, tiende a mantener fresca y vital la santidad de San Isidro, al reafirmar la eficacia del santo se asegura también las convicciones personales como recurso para viabilizar éxitos individuales, familiares y de la hermandad. Los objetivos son potenciar las diversas opciones ocupacionales y alternativas de vida dentro o fuera de la comunidad a partir de la actividad agropecuaria que está dejando espacio a otras diversas actividades.



3. ORGANIZACIÓN Y REALIZACIÓN DE LA FIESTA DE SAN ISIDRO LABRADOR

3.1. La Hermandad de San Isidro labrador

La fiesta se realiza en dos niveles de organización: la Hermandad de San Isidro los devotos que actúan como “altareros” y “esperadores”. La Hermandad está conformada por 16 miembros (13 varones y 3 mujeres) que eligen cada dos años su Junta Directiva, integrada por 11 cargos: (Presidente, Vicepresidente, Secretario de actas, Tesorero, Fiscal, Secretario de organización, Secretario de altareros, Secretario guardador de prendas y alhajas del santo y tres Vocales) y anualmente conforman comisiones para actividades de la festividad. Estos directivos tienen la responsabilidad de organizar y coordinar con el párroco las actividades litúrgicas y festivas. Todos los miembros de la hermandad como devotos tienen la obligación de ser “altareros”, que significa el honor de recibir al santo en su domicilio o en su chacra, para su descanso por una noche de su peregrinaje, debiendo destinar un espacio para la instalación del altar de frutas. En torno a la hermandad se nuclean otros devotos que actúan como “esperadores” para un breve descanso y rituales en su trayecto hacia el siguiente altar.

La organización se complementa con un comité de damas conformado por ocho miembros, que sin tener la formalización orgánica como comité, actúan como tales, colaborando en diversas actividades referidas al cuidado y atenciones de San Isidro en los actos rituales en la iglesia y en el recorrido por la campiña. También desde 1997 se ha organizado una nueva “Banda de Enmascarados” (diablos), pues como se indicó anteriormente, desde 1912 acompañaba en la procesión y el viaje por la campiña una sola banda. Actualmente las Bandas de Enmascarados son: la Comparsa de Baltazar Anhuaman conducida por los herederos del más longevo capataz que falleció en 1994, la otra banda es la de San Isidro, conformada por danzantes que se separaron de la primera.



La hermandad hasta la década de los 80 realizaba el peregrinaje de San Isidro pasando por 20 altares, pero los últimos años de dicha década se va abriendo, ante la presión de otros devotos que solicitan ser admitidos como “altareros”. En 1993 hubo 27 altares, en 1995 se incrementa a 31 y en el año 2013 aumentó a 55 altares. Hay que destacar que tradicionalmente la hermandad ha sido una organización cuasi cerrada integrando familias nativas y en gran parte emparentadas. Entre los nuevos altareros se está permitiendo el ingreso de agricultores migrantes e incluso de agricultores vinculados al comercio y la industria. Tal es el caso de la familia Manucci que fue admitida en 1996 causando cierta “sorpresa” entre los campesinos mocheros. En el año 2000, incluyendo a esperadores, fueron 110 devotos que participaron activamente en la organización de los rituales y la fiesta. En cada caso se moviliza la concurrencia de familiares, parentela, compadres, amigos, casas y altares donde pernocta el Santo.

El inicio de la fiesta con los rituales para el “buen viaje” en la última semana del mes de marzo, y la víspera y la fecha central, el 15 de mayo, está a cargo de la Hermandad de San Isidro y la Parroquia de Moche. En estas fechas se concentra en Moche a miles de participantes de casi todo el pueblo y la campiña y visitantes de la ciudad de Trujillo y poblados vecinos.

3.2. ALTAREROS Y ESPERADORES

El segundo nivel de la fiesta de San Isidro Labrador es a nivel familiar bajo la responsabilidad de los “altareros” y “esperadores”. Los creyentes expresan su devoción a través de sus oraciones, plegarias y ofrendas. Pero en Moche la expresividad de la devoción alcanza mayores grados de entrega aspirando y convirtiéndose en esperador y altarero.

El esperador tiene el patrocinio y aval del altarero y la aprobación de la junta directiva de la hermandad. De igual forma, el altarero tiene que lograr que su solicitud, manifestada en diferentes formas, tenga que ser formalizada por escrito para ser admitido. Sin embargo, no necesariamente primero hay que ser esperador para ser altarero. La hermandad ha tenido cuidado de mantener no sólo el grupo de hermanos, sino el tiempo de duración de la fiesta. Durante muchos años el recorrido de la imagen del Santo por la campiña fue de 20 a 25 días, que significó la presencia de 20 altares familiares a parte de los altares institucionales.



La admisión de un nuevo altarero puede o no considerar la presencia de nuevos esperadores.

El altar de fruta levantado en la casa determina la condición de altarero. En dicho altar el santo pernoctará durante una noche realizándose en consecuencia actos litúrgicos y festivos el día de la llegada y el día de la partida, para lo cual la familia tiene que desarrollar actividades de preparación y atenciones a la comitiva de la hermandad y acompañantes. Los esperadores reciben a San Isidro, igualmente, en su casa o en la chacra, por el lapso de 15 a 30 minutos, en el pasaje al siguiente altar. Acondicionan una mesa con un cuadro ampliado de la imagen de San Isidro y ofrendas de flores para el “rezo” o misa que algunos esperadores mandan a oficiar luego se sirve un agasajo a la comitiva de la hermandad y asistentes.

3.3. EL ALTAR Y EL ARCO DE FRUTAS

Inicialmente el arco de frutas fue la ofrenda del agricultor de las cosechas de su propia chacra, esto es de su propio trabajo, efectivamente esto es lo que hace el altarero cuando se inicia como tal. Para el año siguiente busca tres parejas de padrinos, para los dos parantes verticales y el transversal superior del arco. Dichos padrinos son generalmente esposos, preferentemente familiares, parientes o amigos muy estimados. En lo sucesivo cada pareja de padrinos busca y compromete a sus sustitutos para el año siguiente. Los nuevos padrinos pueden ser desconocidos para el dueño del altar, sin embargo, a través del ceremonial y la fiesta se concreta y sustenta estas nuevas alianzas.

El altar se ubica en un lugar preferencial de la vivienda adquiriendo dicho espacio carácter sagrado, puesto que es asignado a San Isidro, por lo tanto es conservado con devoción aun cuando el resto del tiempo es usado con normalidad en otras funciones de la vida cotidiana.

La variedad de frutas que se colocan en el arco son dispuestas de forma artística para lo que hay especialista en la familia o en el entorno de parientes a quienes se les invita para que colaboren en su oficio. Las frutas son de la mejor calidad adquiridas en los mercados de Trujillo y destacan los siguientes productos: caña de azúcar, papayas, melones, sandias, paltas, plátanos, naranjas, limas, manzanas, guabos. También se adorna con botellas de champagne, vinos, objeto de artesanía de carrizo y juguetes que

son la tracción de los niños. Cada pareja de padrinos efectúa un gasto entre 90 y 100 dólares en dichas frutas. **Ver Anexo N° 11.**

Mientras San Isidro recorre la campiña con su anda y vestimenta de viaje llevando su palana, en el anda de fiesta luce la palana y el bastón de mando decorado armoniosamente con frutas y ajíes respectivamente.



Fuente: Archivo Fotográfico de la Oficina de Imagen Institucional-Municipalidad Distrital de Moche.

Esta es la imagen representa al santo patrón de la agricultura San Isidro Labrador, el día central de su festividad (15 de mayo), ubicado al centro del llamado “arco de fiesta” que está compuesto por diversas frutas de la región como: piñas, manzanas, naranjas, plátanos, uvas así como productos industrializados: gaseosas, frugos, vinos, yogurts, agua mineral, etc. el mismo que ha sido elaborado por los miembros de la hermandad de San Isidro Labrador, altareros, esperadores y población en general.



3.4. LA LITURGIA, EL AGASAJO Y LA FIESTA EN CASA DE LOS ALTAREROS Y ESPERADORES

Los caminantes hacen su ingreso a la casa del altarero y San Isidro es ubicado en su nuevo altar de frutas. Inmediatamente se inicia la paraliturgia o misa realizada por rezado o por un sacerdote según el acuerdo o petición del altarero. Este acto continúa con el baile de la marinera que danzan los padrinos ante la mirada de San Isidro al mismo tiempo que se queman los juegos artificiales al son de la banda de músicos. Simultáneamente se sirve el banquete a toda la concurrencia.

La noche es de vigilia y alternan rezos y canticos religiosos. Generalmente pasada la medianoche no quedan acompañantes, salvo el altarero o algún familiar que harán guardia hasta el amanecer.

Siempre la imagen estará acompañada por un altarero o miembro de la hermandad.

Mientras San Isidro se encuentra en el altar recibe ofrendas y limosnas de los visitantes y de modo especial la donación de dinero de los padrinos salientes y entrantes.

Los concurrentes son atendidos con desayuno y almuerzo, los padrinos del arco y sus reemplazantes elegidos generalmente por ellos, se apersonan en horas de la tarde y confraternizan con la familia y parientes del altarero, la comisión de damas de la hermandad, igualmente, hace su presencia para inventariar las ofrendas en especies y venderlas a bajo precio por ser donaciones al santo.

A partir de las 3pm la gente se va congregando en casa del altarero. Se apersonan los integrantes de la banda de músicos, las comparsas de diablillos danzantes al ritmo del toque monótono de una lata y golpes rítmicos en la quijada de burro. El ritual religioso empieza con la misa oficiada por el sacerdote o la paraliturgia a cargo de un rezador contratado por la hermandad.

Luego se inicia propiamente la “bajada del arco”, que consiste en la presentación de los nuevos padrinos quienes en dicho momento efectúan sus ofrendas en dinero que generalmente fluctúa entre 50 a 100 nuevos soles. En seguida proceden a desmontar las frutas del arco depositándolas en costales según el tipo de frutas, alternando su distribución entre los asistentes. La fiesta, ya sin presencia del santo, continúa



amenizando con música de equipo de sonido, en muchos casos hasta pasada la medianoche.

3.5. EL PEREGRINAJE

El peregrinaje de San Isidro empieza visitando los altares del sector oeste en dirección de los sub ramales Orcón, Orconcito, los ramales cadillar, Sacún, los Muertos y sub ramal la Cruz. Regresa al pueblo donde visita altares de las calles Sepúlveda, O'Donovan, Elías Aguirre y Leoncio Prado. Luego se dirige hacia el sur pasando por el ramal Huartaco, el sub ramal Chorobal, continuando hacia el asentamiento humano Miramar; regresa pasando por los sub ramales Huabalito y Palmera. Después se encamina hacia el oriente siguiendo el canal La General y pasando por el sub ramal Bitín, el ramal Choc Choc, la capilla San José, encaminándose después por el canal La General hasta la bocatoma Santa Lucía, principal toma de agua del río. Regresa a la ciudad visitando altares en la Curva de Sun y el ultimo altar a la altura del Cruce del Gallo. De este último altar, de la familia R. Ramos, ingresará en procesión apoteósica a la ciudad de Moche.

Aspectos significativos de la caminata son: el acompañamiento de las comparsas de diablicos danzantes, ofrendas de los productos agrícolas que los agricultores efectúan de su propia cosecha, el cultivo y cosecha de productos en la parcela destinada a San Isidro, las cosechas que efectúan libremente los diablicos en las chacras de cualquier agricultor, para ser vendidas a bajo precio el día 15 de mayo, y el ceremonial especial en la toma de Santa Lucía en alusión al rito del agua, fuente de vida y prosperidad en los trabajos agrícolas.

En su recorrido por la campiña los campesinos ofrendan productos cosechados de sus campos, los que son colocados en el anda, cualquier agricultor que sale al camino con sus ofrendas en espera del paso de la procesión, también son los esperadores y altareros que distinguen una muestra de cosecha para entregarla al santo.

Los productos que más frecuentemente se ofrendan son: guabos, paltas, guanábanas, plátanos y yuca. El comité de damas de la hermandad que acompaña todo el recorrido son las encargadas de registrar la cantidad y clase de productos y venderlos en cada altar



y llevarlos al mercado de Moche. La gente está atenta a estas ventas porque se trata de cosas sagradas del santo.

El ceremonial de la bocatoma de Santa Lucía es asumida por la hermandad, quienes realizan todas las funciones de altarero: contratan la presencia del sacerdote para la realización de la misa como ritual religioso correspondiente; acondicionan el espacio para el ritual y colocan el esqueleto del arco para ser vestido por los padrinos; procuran en coordinación con los padrinos salientes a quienes los reemplazan el año siguiente; y asumen el costo del agasajo que demanda la concurrencia.

En forma similar, pero con mayor magnificencia, la hermandad asume la responsabilidad de los rituales, agasajos y banquetes los días 14, 15 y 16 de mayo.

3.6. LOS RITUALES Y LA FIESTA DURANTE LOS DÍAS CENTRALES

El día de Mayo dos parejas de padrinos inicia el “vestido del Arco de Fiesta”, ubicado en el anda de procesión, con las mejores frutas. Allí también se colocan la palana y el bastón de autoridad que son igualmente adornados por una pareja de padrinos, respectivamente. Los directivos de la Hermandad dan la bienvenida y recepción a los síndicos que son los portadores del Inter durante el año.

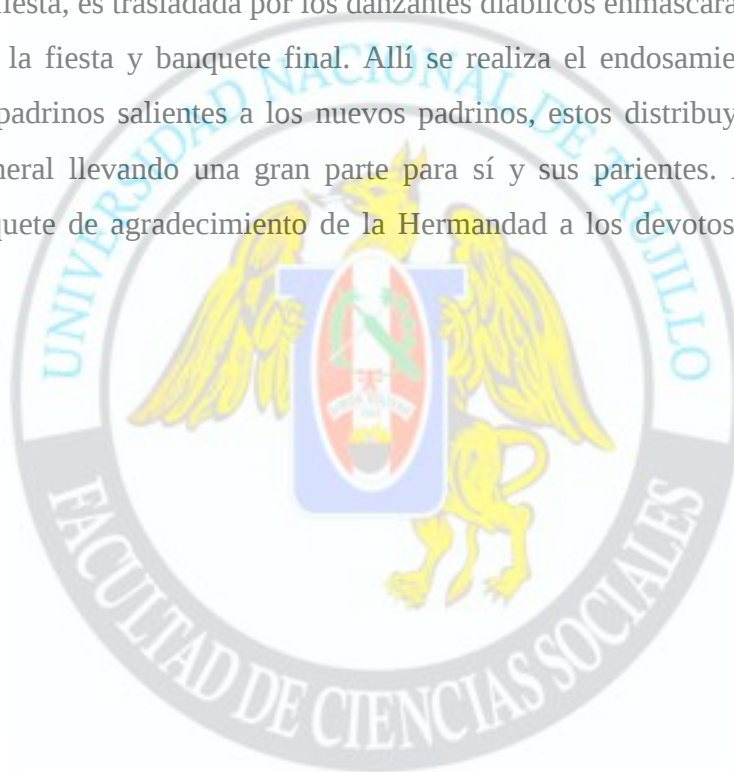
Mientras tanto se va preparando la comparsa de diablicos preparados para la entrada triunfal de San Isidro en la ciudad. En forma variable, en algunos años desfilan personajes luciendo la vestimenta tradicional de los mocheros en coreografía acompañando escenas costumbristas del labrador con sus yuntas engalanadas con frutas y productos agrícolas del lugar y jinetes en caballos de paso. La procesión de entrada de inicia después del medio día ingresando a la plaza de armas al atardecer bajo la algarabía celebrada con cohetes y bombardas. En la iglesia se celebra la misa mientras, también disfrutan del ambiente de fiesta los visitantes que discurren por las calles donde se han establecido puestos de venta de diversos tipos de comida, dulces traídos del norte y toda clase de golosinas que ofrecen vendedores ambulantes.

El día central, 15 de mayo continuará con la venta de productos agrícolas reunidos por los diablicos y de las ofrendas recibidas por el santo durante su peregrinaje por la campiña. Las comparsas de diablicos danzantes, el público y devotos en general dan el colorido religioso y festivo, como ritos de renovación de fe anualmente repite el pueblo.



Luego se servirá el banquete ofrecido por la hermandad a los devotos y auspiciadores que han realizado da nociones con los gastos que demanda la fiesta. En este agasajo destaca la “sopa teóloga” como comida ritual muy propia de las fiestas en Moche. En la tarde se alternan actividades deportivas y bailes sociales.

El último día de fiesta se inicia con la romería al cementerio llevando ofrendas, recuerdos y plegarias a los miembros de la hermandad fallecidos. Con la misa de veneración se concluye los ritos religiosos y finalmente se procede a la entronización de la santo a su altar en la iglesia hasta las efemérides del año siguiente. Después el anda con el arco de fiesta, es trasladada por los danzantes diablicos enmascarados al ambiente destinado para la fiesta y banquete final. Allí se realiza el endosamiento del arco de frutas por los padrinos salientes a los nuevos padrinos, estos distribuyen los frutos al público en general llevando una gran parte para sí y sus parientes. Allí también se servirá el banquete de agradecimiento de la Hermandad a los devotos altareros. **(Ver Anexo N° 13).**





CAPÍTULO III

EL CARÁCTER ESPONTÁNEO Y TRADICIONAL DEL BAILE DE LA MARINERA EN LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR.



CAPÍTULO III

EL CARÁCTER ESPONTÁNEO Y TRADICIONAL DEL BAILE DE LA MARINERA EN LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR.

Las manifestaciones culturales de un pueblo tiene características que lo consideran como folklóricas, tal precisión es el estudio del folklore como la afirma De Carvalho *“Folklore es el estudio científico, parte de la antropología cultural, que estudia al hecho cultural de cualquier pueblo, que se caracteriza principalmente por ser tradicional, funcional, anónimo, espontáneo y vulgar”*. (Milagros Yanac, 2011). Una de aquellas manifestaciones se observa en la campiña de Moche en la Festividad de San Isidro Labrador el cual reúne características que responden a creencias y hábitos compartidos entre los pueblos como nos afirma Blache *“ningún fenómeno social puede a priori categorizarse como folklórico. Adquirirá dicha condición luego de constatarse que es el resultado de un proceso en el que convergen todas las características...”* (Blache y otros 1985, 53-54). A su vez en dicha festividad se congregan celebraciones de índole religiosa y profana. Por el fervor religioso que caracteriza a este pueblo se desprenden ciertos ritos que se manifiestan de manera espontánea y tradicional como es el baile de la marinera que al identificarlo reúne las nueve características de un hecho folklórico, de las cuáles sólo trataremos de dos: lo espontaneo y lo tradicional.

1. EL CARÁCTER ESPONTÁNEO DE LA MARINERA

La marinera por ser un hecho cultural también tiene el carácter de espontáneo propio del Folklore. Por lo tanto lo espontáneo se define como: *“... aquello que se realiza de manera voluntaria, es decir, que no fue instado por la fuerza, por agentes exteriores, o por una orden, para concretarse”* (Definición ABC, 2014).

El hombre también genera y aprende comportamientos que no están regulados institucionalmente y éstos producen efectos de identidad en el grupo; por tanto es consciente cuando sabe que está haciendo algo que lo identifica con su grupo y por eso actúa así, por ejemplo participar de una fiesta religiosa. Estos comportamientos, según Iturria *“nacen, generalmente sin intención previa de perdurar o de ser creados”* (Iturria, 2006, p.12).



Por tanto se le reconoce como tal porque lo que se aprende, ha sido transmitido oralmente o por imitación como lo afirma el mismo autor “... **no solo se transmiten por la palabra, sino por el ejemplo que permite la imitación, como ocurre con algunos oficios, tareas o costumbres que integran la esencia misma de lo folklórico**” (Iturria, 2006, p.12).

Este baile es peculiar en diversas festividades religiosas de nuestro país que se da de manera espontánea y por otro lado de manera academizada, es así como se baila la marinera.

De manera general este carácter se identifica con las siguientes etapas del proceso que siguen las parejas al realizarlo espontáneamente: vestimenta y momentos donde se ve reflejado lo espontáneo del baile de la marinera.

1.1. La Vestimenta

Cuando las parejas de baile hacen demostración del carácter espontáneo de la marinera, no llevan una indumentaria fija, simulan el manejo de la vestimenta y el pañuelo.

El pañuelo que luce la mujer es bordado y alcanza diseños especiales cuando se realizan concursos importantes. Además, no podían faltar las alhajas de oro o plata, que son elaborados en su gran mayoría por artesanos.

En el caso de los varones, ellos lucen un impecable pantalón donde predominan los colores blanco o negro acompañado de un pocho de lino y una camisa que en la mayoría de los casos es de color blanco.

Utiliza siempre un sombrero como muestra de caballerosidad y también, es una herramienta para una mayor coquetería del caballero para con la dama y en algunas oportunidades viste un fajín, que de preferencia debe combinar con la camisa, el pantalón y saco.

Y a diferencia de la dama, el caballero lleva un pañuelo en mano pero sin ningún tipo de decoración, debe ser enteramente blanco.

Con respecto al calzado, la mujer no usa de ningún tipo, mientras que el varón sí.



1.2. Práctica de lo espontáneo en el baile de la marinera.

Los elementos que forman parte del baile de la marinera son los siguientes: La introducción, la altivez o arrogancia, rechazo, coqueteo y aceptación; lo que demuestra claramente las expresiones para llegar al enamoramiento: ***“La marinera, fluidez del cortejo y comunicación de la pareja...su manera propia de enamorar y halagar su esencia y las formas externas (movimientos, expresiones, pasos) son el complemento físico de esos sentimientos”*** (Colina; 1999:32).

Tomando en cuenta que en la festividad religiosa de San Isidro Labrador en Moche estos elementos son referenciales para los bailarines ya que cada pareja conoce los momentos que se debe seguir en un baile de marinera pero al momento de transmitirlos lo pueden hacer a su estilo o según sea su costumbre, demostrando que existe lo espontáneo en este baile.

1.2.1. Introducción

Según la Real Academia de la Lengua, define como Introducción a la ***“Parte inicial, generalmente breve, de una obra instrumental o de cualquiera de sus tiempos”***. (www.rae.es).

Identificando a la introducción como parte inicial de la marinera, donde ambas parejas empiezan mirándose fijamente y saludándose, dándose inicio a lo que se desarrollará en las siguientes etapas hasta que la dama se rinda ante el cortejo del caballero.

Según Sadith Matuk en su blog titulado: La Marinera y sus pasos principales, nos describe lo siguiente:

En la introducción, la marinera en forma espontánea baila de esta manera:

“Al redoble de los tambores, la pareja frente a frente, se mira intensamente. La dama con actitud sobrada y retadora, hondea el pañuelo acompañado de un delicado movimiento de caderas. El chalán, cortés y caballero, eleva el sombrero saludándola a lo lejos. Ya muestra ansiedad por iniciar el juego de la conquista. Ambos mantienen distancia pues el cortejo recién comienza.”



1.2.3. La altivez o arrogancia

Según la Real Academia de la Lengua define altivez como **“Orgulloso, soberbio.”** (RAE, s/a: s/p).

Según el diccionario de Lengua Española, define altivez como: **“Ufano, arrogante, presuntuoso, engreído.”** (Enríquez, Estévez y Martínez 2013, p.570).

La altivez o arrogancia se puede notar cuando Stefany Sadith Zambrano Matuk nos dice en su blog Marinera Norteña **“ambos mantienen distancia pues el cortejo recién comienza. Pañuelo al aire, la dama luce su belleza y garbo y salero con amplias vueltas y contra vueltas llevadas por un lateral, demostrando sentirse reina, y el joven se desplaza sobre su sitio con un paso más acentuado, quien al levantar su sombrero y pañuelo trata de captar su atención. Con un fuerte golpe del tambor, salen ambos de sus ubicaciones, con andar suave y elegante, tres a cuatro pasos bastan para dar armonía al baile”**.

1.2.4. Rechazo

Según la Real Academia de la Lengua, define a este término como **“Mostrar oposición o desprecio a una persona, grupo, comunidad, etc.”**

“Retroceso de un cuerpo al encontrarse con alguna resistencia.” (Diccionario Enciclopédico Lexus, 2002, p.783).

Este momento de la marinera se origina cuando el caballero desea acercarse a la dama y seguir conquistándola pero ella soberbia lo esquiva se aleja y sigue bailando para que al final ambos se rindan ante el amor.

Según Sadith Matuk en su blog titulado: La Marinera y sus pasos principales, nos indica:

“En el primer y segundo saludo con la figura en forma de ocho, se realiza la media luna juntando sus cuerpos, pañuelos arriba girando en un círculo cerrado, el hombre hace el primer intento de besar a la mujer; ella distante y recelosa, mueve el rostro de un lado para otro, escapando de cualquier contacto atrevido, se vuelven a separar,



siendo la mujer quien escapa presurosa, continuando con laterales, se abren paso para el empalme, donde ella pareciera que acepta el insistente cortejo del chalán.”

1.2.5. Coqueteo

Según la Real Academia de la Lengua, *“En el juego amoroso, dar señales sin comprometerse.”*

“Tratar de agradar con medios estudiados.” (Diccionario Enciclopédico Lexus, 2002, p.249).

Según Sadith Matuk en su blog titulado: La Marinera y sus pasos principales, nos explica:

“Ambos vuelven a juntarse en el centro, el hombre la cubre con el brazo, le ofrece el pecho y la dama se apoya para realizar una vuelta hacia la derecha. Los pañuelos parecen unirse simulando ser uno, los rostros se ocultan bajo el sombrero, como quien esconde un inocente beso. Ella escapa presurosa de sus brazos y nuevamente separados, pasean, ella acentuando las caderas busca el centro para adornarse con poses retadoras invitando al chalán, quien la rodea en señal de admiración.”

1.2.6. Aceptación

Según la Real Academia de la Lengua, es el *“Recibimiento de forma voluntaria de una cosa.”*

“Aprobación, aplauso, éxito.” (Diccionario Enciclopédico Lexus, 2002, p.8).

La parte final llamada el remate, el chalán y la mujer se unen frente a frente, en el centro de la pista, con los pañuelos arriba, y zapatean con mucha más energía y vigor. El fin de la melodía está por llegar y cada uno da una vuelta para terminar con la pose final. El hombre recibe la aceptación de la mujer, la acoge en sus brazos y ella termina el baile entregándose a él.

La pareja llena de júbilo, gozo y algarabía llegan con una vuelta a la pose final. La dama estirada con el pañuelo en alto, en señal de triunfo deja que el hombre caiga rendido a sus pies, arrodillándose para indicarle el camino. El cortejo ha terminado y el chalán consiguió la ansiada aceptación por parte de la mujer.



2. EL CARÁCTER ESPONTÁNEO DE LA MARINERA DURANTE LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR.

El distrito de Moche no es ajeno a esta práctica, pues la marinera se baila de manera espontánea en la Fiesta de San Isidro Labrador. Esta festividad dura aproximadamente dos meses, recorriendo toda la campiña hasta su llegada triunfal al pueblo el día 15 de mayo, su día central, en el que se realiza una concurrida procesión por las principales calles de Moche, partiendo desde el lugar denominado el “el arco” (entrada a Moche), acompañado de la hermandad, banda de músicos denominada “La Nueva Banda, Sachún a Todo Perú”, la agrupación de negros esclavos “Santísima Virgen de la Puerta”, la comparsa de enmascarados San Isidro Labrador y la banda de enmascarados rojo y azul “San Isidro Labrador”. En un anda vestida con flores y abundante frutas frescas se asienta a San Isidro con su indumentaria tradicional, compuesto de sombrero de paja, capa y palana.

El 15 de mayo, día central de la festividad después del mediodía, se inicia la procesión de entrada ingresando a la plaza de armas al atardecer bajo la algarabía celebrada con cohetes y bombardas.

2.1. En los Altareros

La marinera se realiza de manera espontánea en esta festividad en los recorridos que realiza para la visita a los altareros y en la procesión tal como lo menciona el señor: Pablo Alfonso Mendoza Siche, Presidente de la hermandad de San Isidro Labrador *“...efectivamente la danza de la marinera es acompañada por la banda de músicos y la bailan los altareros demostrando su estilo mochero.”*

En la imagen tomada en la campiña San José, se observa al señor Leonardo Asmat y la señora Soledad, altareros de la festividad de San Isidro Labrador año 2014, festejan el baile de la marinera de manera espontánea, como respuesta a la alegría y agradecimiento que ellos transmiten al recibir al santo patrón en sus hogares, donde lo reciben con honores y devoción. De modo que lo espontáneo de refleja en el momento que la pareja escucha el redoble de tambores, identifica la marinera y surge el deseo de salir a demostrar el baile, la pareja de baile no lleva el vestuario propio de la marinera tampoco se observa que representan alguna academia de baile o grupo organizado,



debido a que bailan como ellos los nace hacerlo entregando alegría, entusiasmo, confianza, devoción y agradecimiento a su santo patrón de la agricultura.



Foto N° 1:

Véase a los Altareros bailando espontáneamente la marinera.

Fuente: Archivo Fotográfico de la Oficina de Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Moche - 10 de agosto del 2014.

2.1.1 En la actividad agrícola de la faena.

Otra actividad resaltante en honor al santo es la faena agrícola que congrega a decenas de agricultores quienes durante el día sembrarán maíz en un terreno donado por un poblador.

Después se realizará la cosecha de los mejores sembríos que son propios de la zona, para entregarlos como ofenda al santo patrón ya que al él se le atribuye como creencia “la buena siembra” y otra pequeña ración será destinada para el almuerzo que se brindará a los asistentes. **(Ver Anexo N° 15).**

En este momento también se baila la marinera de manera espontánea una vez culminada la actividad, tal como lo muestra la siguiente imagen.



Foto N° 02:

En la imagen se observa cuatro pobladores bailando marinera, después de realizada la faena donde el carácter espontáneo de este baile, también se manifiesta.

Fuente: Archivo Fotográfico de la Oficina de Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Moche - 10 de agosto del 2014.

Los pobladores entre ellos los altareros, esperadores y visitantes son partícipes de esta celebración donde reflejan su gratitud con su santo patrón, por haber obtenido una año de buenas cosechas, al momento de ser partícipes de este baile de manera espontánea dado que no existe una coreografía determinada, simulan movimientos de manera voluntaria, donde cada pareja tiene un modo singular de transmitir el baile; como el coquetear, mirar fijamente a su pareja, buscando el modo de “llevarse bien”, la vestimenta no es la que se acostumbra a ver en las presentaciones de marinera moderna, sino que es lo que portan en el momento, que por voluntad propia deciden salir a demostrar el encanto, salero, su agradecimiento y devoción.



2.2. En la Procesión

Durante la procesión de San Isidro Labrador que se realiza el 15 de Mayo en Moche, se observa lo espontáneo del baile de la Marinera, teniendo como participantes a los mismos pobladores que deleitan con naturalidad el baile a propios y visitantes. La señora María Cribilleros, participante del baile de la marinera en la procesión nos manifiesta que ***“el baile de la marinera, es nuestra manera expresar el sentimiento de alegría y agradecimiento que tenemos hacia el patrón San Isidro Labrador”***. Demostrando el carácter espontáneo del baile al expresar identidad con su desempeño, como nos manifiesta William Douglas ***“...el hombre también genera y aprende comportamientos que no están regulados institucionalmente que producen efectos de identidad en el grupo; por tanto es consciente cuando sabe que está haciendo algo que lo identifica con su grupo y por eso actúa así”***.

2.3. La vestimenta

El carácter espontáneo del baile de la marinera en la festividad de San Isidro Labrador se presenta también al momento que los pobladores estuvieron participando de este baile llevando consigo su atuendo peculiar como se describe a continuación.



Foto N° 03

Se observa a las pobladoras de Moche, bailando marinera demostrando la espontaneidad en su vestimenta, ya que no presenta un modelo establecido, como se acostumbra a ver actualmente.

Fuente: Archivo Fotográfico de la investigadora, 15 mayo del 2014.



En la procesión dos señoras bailaban la marinera espontáneamente, debido a que una de ellas estaba vestida acorde a una bailarina de marinera, con falda color rosado, blusa rosada y pies descalzos presenta la vestimenta propia del baile de marinera en cambio su compañera tiene una indumentaria propia de las pobladoras de la zona; blusa, pantalón jeans y zapatillas, quien se encontraba peregrinando entre los devotos la imagen del santo Patrón; de manera voluntaria decidió ser parte del baile, demostrando de manera natural su alegría, entusiasmo y la entrega que expresa al momento de bailar la marinera en la festividad.

Además es espontánea debido a que ha sido bailada de forma natural, conservando su esencia, las parejas demostraron en todo momento coqueteo, salero y alegría.

3. CARÁCTER TRADICIONAL DEL BAILE DE LA MARINERA

El carácter tradicional de un hecho folklórico está referido a una manifestación que durante años ha ido penetrando en las sociedades de generación en generación y ha sido minuciosamente seleccionado y adaptado por el pueblo de acuerdo a su idiosincrasia. Lo Tradicional, según el diccionario de la Lengua Española es *“aquello que sigue las ideas, normas o costumbres del pasado”* (DRAE, 2014).

Es el tiempo juez infalible de la evolución humana, y su veredicto nos dice que hay cambios que perduran porque nacen del sentimiento de los pueblos, mientras que los usos de pequeños grupos o basados en modas pasajeras tienen poca permanencia en la memoria colectiva. Lo afirma de esta manera Raúl Urrutia cuando trata sobre el carácter tradicional del folklore *“...Proviene de generaciones anteriores de padres a hijos, de abuelos a nietos...y no solo se transmiten por la palabra, sino por el ejemplo que permite la imitación, como ocurre con algunos oficios, tareas o costumbres que integran la esencia misma de lo folklórico.”* (Iturria, 2006, p.12). En ese sentido, manifestamos que la marinera deviene desde tiempos atrás, tiene arraigo familiar y su difusión o propagación se hace de los mayores a los jóvenes.

A efectos de nuestro estudio, la marinera manifiesta su carácter tradicional en la fiesta de San Isidro Labrador en las que intervienen diversos elementos:



La Marinera es pues un legado antiguo que nace de nuestras raíces irrenunciables, hispana, india y negra, raíces culturales que le han dado cada una un poco de su sangre transformada en ritmo y sabor.

Asimismo el baile de la marinera por el carácter tradicional que manifiesta se transmite por imitación, hechos que observamos en la vestimenta como en la coreografía.

3.1. El vestuario de la Marinera

Viene de tiempos de antaño, al hacerse popular la marinera norteña, también se adopta toda la vestimenta y costumbres de la zona, y hay una suerte de tradición que se busca proteger para preservar la originalidad de la danza, como es el vestuario de origen hispano que indudablemente vistió y usó cotidianamente la población indígena y la criolla por épocas coloniales; pero acondicionadas para faenas propias del campo o hacienda, en el caso de los varones como es el vestuario para jinetes típico de las zonas rurales del norte del Perú, como la de los chalanes.

A continuación se detalla la vestimenta tanto del varón como de la mujer al momento de iniciarse el baile.

3.1.1 La vestimenta de la mujer

En la Marinera Norteña, la dama luce un vestido largo y con bordados de finos encajes. Cuenta con una gran cantidad de pliegues para que se luzca amplio cuando se abre.

Consta de una blusa y falda, ambas varían según la región geográfica en la que se practique, por eso hay tanta variedad en cuanto a colorido y diseño. Es un reflejo de la vestimenta de fiesta de la mujer peruana de época colonial. Muchos de los trajes son bordados a mano o tienen finos encajes. Para completar el vestuario, se acompaña de finísimas alhajas de oro o plata.

La vestimenta forma parte fundamental del esfuerzo peruanista que se expresa en la marinera como baile Nacional del Perú.

Indudablemente el vestuario femenino que dio origen al utilizarlo hoy, para bailar La Marinera, fue usado desde tiempos coloniales por las mujeres de los pueblos indígenas peruanos, la mayoría de éstos, producto de las reducciones de indios ordenadas por el

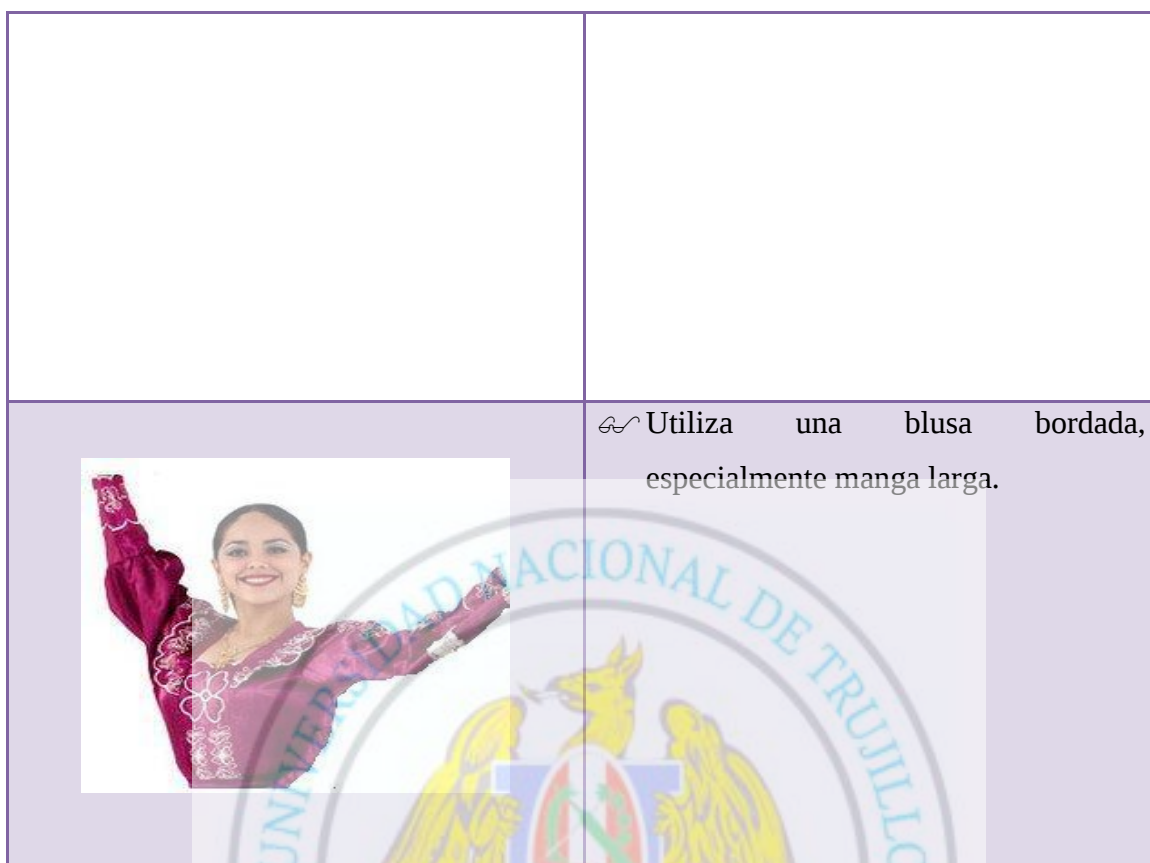
virrey Toledo en el siglo XVI, fue el traje que la gente vistió y usó cotidianamente por esas épocas.

Es una vestimenta criolla, con decidida influencia europea, que difiere mucho de la usada antes de la llegada de los españoles a estas tierras; en suma, un producto que la transculturización originó.

CUADRO N° 04

Vestimenta de marinera en la Mujer

	☞ La dama luce un vestido largo y con bordados de finos encajes, tiene una gran cantidad de pliegues de manera que al abrirlas impresiona su amplitud. El color de la falda utilizada en la marinera varía de acuerdo al gusto de cada persona.
	☞ El pañuelo utilizado por la mujer es bordado, especialmente para los concursos.
	☞ El vestuario va acompañado de finísimas alhajas de oro o plata, elaboradas en su gran mayoría por artesanos.



Fuente: La Marinera Peruana-2012 (De: Patricia Villareal Giraldo). En <http://lindamarinera.blogspot.com/>: Consultado el 15 de julio del 2014.

- Otra prenda utilizada es el fuste, éste es esencial, porque al momento de alzar la falda éste no permitirá que se vean las prendas íntimas. Al igual que el pañuelo, el fuste va bordado esencialmente en la parte final.
- Se comenta en la tradición de la marinera que cuando la mujer se peina con las trenzas largas por delante del hombro, significa que es mujer soltera. Si el peinado es con las trenzas hacia atrás, significa que es mujer casada.
- Al observar el peinado de la mujer con las trenzas hacia arriba como corona en la cabeza, significa que es una mujer viuda y de mucho respeto.
- Pero si las trenzas de la mujer están caídas sobre el hombro, significa mujer soltera y busca novio.

3.1.2 La vestimenta del varón

En cuanto a la vestimenta del varón, es mucho más sencilla:

Vistiendo traje blanco con faja, poncho liviano de lino como para la costa y sombreros de paja de ala grande. En la actualidad el vestuario masculino es de cualquier tono, con o sin poncho pero inconfundiblemente elegante.

CUADRO N° 05

Vestimenta de marinera en el Varón

	✎ El varón viste un pantalón impecable donde predomina el color blanco o negro.
	✎ Va acompañado en algunas oportunidades por un poncho de lino.
	✎ Siempre se utiliza el sombrero, muestra de elegancia y caballerosidad. Éste es esencial porque es la mayor herramienta de coqueteo del hombre.

	✎ El varón en algunas oportunidades viste con un fajín, de preferencia tiene que combinar con la blusa, el pantalón y el saco.
	✎ En el caso de los varones utilizan simplemente un pañuelo blanco
	✎ La camisa, es otra de las prendas utilizadas por el varón, que especialmente es de color blanco.



	✎ La imagen que traduce el varón es la de un hacendado con ropas de gala.
---	--

Fuente: La Marinera Peruana-2012 (De: Patricia Villareal Giraldo). En <http://lindamarinera.blogspot.com/>: Consultado el 15 de julio del 2014.

3.2. Práctica de lo tradicional en el baile de la marinera.

Las partes de la marinera que se mantienen desde su inicio y que se mantienen hasta la actualidad son:

- La Salida:** La pareja conduce del brazo a la dama a su sitio, elegantemente, regresando él al suyo (lado opuesto).
- Espera:** *“Se ubican frente a frente guardando espacio necesario para el desplazamiento del baile. Se inicia con el taroleo, si es el caso de bailarse con banda y con el bordoneo de la guitarra y el repique del cajón, si fuese un conjunto musical”* (Burmester; 2000:142).
- **Movimiento del Pañuelo:** *“La dama y su pareja empiezan a mover el pañuelo en el sitio, ella con movimiento suave y elegante del cuerpo, él la mano izquierda en el bolsillo y la derecha el pañuelo, lo levanta con gallardía”* (Joy; 1978:29), el movimiento del pañuelo en forma de ocho (8).



-Introducción: Está formada por los siguientes pasos.

- ***“La dama empieza a mover los pies en el sitio a la vez que se mueve el pañuelo, la pareja hará pasitos cortos de avance en el sitio con movimiento de pañuelo” (Joy; 1978:29).***
- Se comienza el desplazamiento de los laterales (cojeritas), se coloca el pié plano, y con la punta del otro se arrastra. Cuatro pasos a la izquierda, cuatro pasos a la derecha y otros cuatro a la izquierda.
- **Vuelta a la derecha**, se hace un giro con movimiento de pies y levantando el pañuelo en forma de ocho.

-Saludo: *“Cambiano de sitio él y ella salen al mismo tiempo, cada uno por su lado izquierdo, dan tres pasos, hacen tres laterales (cojerita), en el intervalo se saludan, él con reverencia de cabeza y pañuelo, ella con leve movimiento de cabeza y pañuelo, dan tres pasos y caminan” (Joy; 1978:30). (Ver Anexo N° 05)*

-Coqueteo: Consta de los siguientes pasos.

- **Avance:** *“Con tres pasos de avanzada, saliendo él y ella con el pié izquierdo, llegan al centro frente a frente” (Joy; 1978:30).*
- **Media Luna:** *“los dos a la vez y cada uno por su derecha con cuatro pasos de laterales (cojeritas) hacen la media luna, quedando cada uno en el sitio del otro. Cambian de pié y regresan por su mismo sitio con cuatro laterales (cojerita), para completar la media luna quedando cada uno en su sitio” (Joy; 1978:30). (Ver Anexo N° 06)*
- **Primera Huida:** Ella da media vuelta por la derecha quedando de espaldas a su pareja. Él la sigue, ambos se van por el lado derecho con tres pasos de avanzada, ella da media vuelta quedando nuevamente frente a su pareja, hacen tres pasos de avanzada. **(Ver Anexo N° 07)**
- **Movimiento de pies:** ambos a la vez hacen dos movimientos en su sitio hacia la derecha o izquierda, es el giro sobre la punta de los pies.
- **Vuelta:** Cada uno hacia su derecha.

-Zapateo o Fuga: En esta parte tanto el varón como la dama hacen gala de sus habilidades, la dama con manos firmes recoge la falda, separando los codos y llevándolos hacia los costados dejándose ver los pies.



- **Cepillado:** Presenta los siguientes pasos.
 - **Cepillado Cruzado:** El pié izquierdo suelto se pasa al pié derecho, por delante del izquierdo en forma diagonal.
 - **Cepillado Simple:** *“Es acariciar el piso con la punta del pié. “harán ocho frente a frente y siete ambos al mismo nivel” (Joy, 1978: 31).*
 - **Vuelta derecha (Ver Anexo N° 08).**
 - **Punta y Taco:** estando en posición de firmes, se coloca el talón del pié derecho a la altura de la punta del izquierdo, se levanta el pié izquierdo y al bajar apoya la punta.
 - **Remate o fase Final:** conformada por:
 - **Segunda Huida:** *“Ella da media vuelta por la izquierda quedando de espaldas a su pareja. Él la sigue, ambos se van por el lado izquierdo con tres pasos de avanzada; ella da media vuelta quedando nuevamente frente a su pareja, hacen tres pasos de avanzada” (Joy; 1978:30).* (Ver Anexo N° 09).
 - **Movimiento de Pies:** El giro sobre las puntas de los pies cada uno a su derecha, hacen movimientos derecha a izquierda.

Zapateo: Los dos empiezan a ejecutar zapateos doce veces frente a frente y termina la marinera con una vuelta cada uno por el lado derecho, quedando al final muy junto y con el pañuelo en alto. (Ver Anexo N° 10).

4. EL CARÁCTER TRADICIONAL DE LA MARINERA DURANTE LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR

A efectos de nuestro estudio, el baile de la marinera manifiesta su carácter tradicional en la fiesta de San Isidro Labrador por ser transmitida de generación en generación, como lo manifiesta Iturria “...Proviene de generaciones anteriores de padres a hijos, de abuelos a nietos...y no solo se transmiten por la palabra, sino por el ejemplo que permite la imitación, como ocurre con algunos oficios, tareas o costumbres que integran la esencia misma de lo folklórico”. La marinera bailada en la festividad religiosa de San Isidro Labrador tiene el carácter tradicional debido a que: las marineras que se bailan son propias de la región, entonadas por la banda de músicos de Moche, las mismas que son bailadas en bautismos, matrimonios, cumpleaños, etc. Además no han sido preparadas con anterioridad ni practicadas, se han bailado en el momento, con los pasos y movimientos propios que los bailarines heredaron de sus antepasados

transmitidos por imitación al verlos bailar o participar en alguna reunión social o evento, los participantes no se han encontrado antes de su presentación en alguna academia para aprender a bailar marinera.

4.1. En los Altareros

La marinera se realiza de manera tradicional en la festividad de San Isidro Labrador, en los recorridos que realiza para la visita a los altareros y en la procesión tal como lo menciona el señor: Pablo Alfonso Mendoza Siche, Presidente de la hermandad de San Isidro Labrador *“los movimientos que se observan son naturales, mis padres me los enseñaron.”*

Esto ocurre en la campiña San José, donde el señor Leonardo Asmat y la señora Soledad, altareros de la festividad de San Isidro Labrador año 2014, también participan del baile de la marinera de manera tradicional, como respuesta a la bienvenida que se le brinda al santo patrón que se encuentra de visita en casa de los altareros. Demostrando así el legado que les dejaron sus antepasados, donde se acostumbraba a bailar marinera, mientras los concurrentes disfrutaban de un almuerzo ofrecido por los dueños de casa.



Foto N° 04

La fotografía se muestra a los altareros bailando marinera en la festividad de San Isidro Labrador, mostrando lo tradicional como particularidad de este baile, por lo que los pasos, y la costumbre de bailarla en estas circunstancias fueron aprendidas por sus antepasados.

Fuente: Archivo Fotográfico de la Oficina de Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Moche - 15 de mayo del 2014



4.1.1 En la actividad agrícola de la faena.

Al finalizar esta actividad también se lleva a cabo la marinera en su aspecto tradicional, debido a que este baile ha sido aprendido de sus antecesores, y como tal lo imitan, en sus pasos, gestos, coqueteo, movimientos, etc. **(Ver Anexo N° 16).**



Foto N° 05

En la fotografía N° 05 nos muestra a un grupo de pobladores bailando marinera después de terminar la “faena” en la Festividad de San Isidro Labrador, reflejando lo tradicional en este baile.

Fuente: Archivo Fotográfico de la Oficina de Imagen Institucional-10 de agosto del 2014

4.2 En la Procesión

La procesión de San Isidro Labrador, se realiza el día central (15 mayo) en Moche, donde se observa el baile de Marinera de manera tradicional, por lo que todos los años en el día central San Isidro Labrador, se dirige hacia el pueblo exactamente a la plaza mayor de Moche, donde es recibido por sus fieles devotos con castillos, cohetes, etc. Los mismos que también lo acompañan en un concurrido recorrido, en el trayecto se detienen para descansar y en ese momento la banda de músicos la “Primerísima Nueva Banda Sachún” fundada el 31 de Enero de 1995, entona las marineras “Concheperla” y “Así baila mi Trujillana”, en ese momento los mismos pobladores que se encuentran peregrinando se acercan y empiezan a bailar, engalanando la festividad con sus pasos llenos de tradición a propios y visitantes. Los participantes en mención: el señor Juan



Custodio y La señora María Cribilleros, la que nos manifiesta “...**el baile de la marinera, es heredado de mis padres, ellos también participaban de esta festividad.**”

Demostrando que el carácter tradicional se encuentra presente en el baile de marinera en la festividad religiosa de San Isidro Labrador en Moche.

El espectáculo de este baile tiene una duración de aproximadamente 15 minutos.

4.3 La vestimenta

El carácter tradicional del baile de la marinera en la festividad de San Isidro Labrador se presenta también en la forma como llevan la vestimenta los pobladores que participan del baile de la marinera en la festividad de San Isidro Labrador tal como se describe a continuación.



Foto N° 06

Esta fotografía nos muestra a los pobladores de Moche, bailando marinera demostrando la tradición que denota la vestimenta, por perdurar en el tiempo y ser transmitida de generación en generación.

Fuente: Archivo Fotográfico de la Investigadora -15 de mayo del 2014

La marinera en la festividad de San Isidro Labrador se baila en pareja, esta vez conformada por un mujer que lleva el atuendo propio de la marinera, y su compañero es un poblador que lleva la indumentaria representa a los antiguos mochicas; compuesta por un traje con la iconografía de la cultura moche donde se aprecian las olas del mar y calza ojotas, por lo descrito los participantes están resaltado la tradición que han adquirido de sus padres, o que han observado desde la forma de vestir hasta la forma como ejecutan los pasos, llegando a formar su propia coreografía, donde ambos se compenetrar y entienden al momento de bailar por el conocimiento que ellos ya presentan de este baile.



CAPITULO IV

EL BAILE DE LA MARINERA EN LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR EN MOCHE PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO TRUJILLO.



CAPITULO IV

EL BAILE DE LA MARINERA DE LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR EN MOCHE PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO TRUJILLO.

1. LA PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TRUJILLO

La promoción es un factor muy importante en el éxito de las empresas, se puede decir que es una actividad de apoyo para crear una ventaja sobre la competencia, ya que con esta herramienta la empresa puede lograr un posicionamiento en el mercado meta. Sin embargo la promoción no es una herramienta para manipular a las personas, sino que su función es coadyuvar en la satisfacción de necesidades y deseos mediante la información, persuasión y recordación.

Para Kerin, Hartley y Rudelius *“la promoción representa el cuarto elemento en la mezcla de marketing. El elemento promocional consta de herramientas de comunicación, entre ellas, la publicidad, las ventas personales la promoción de ventas, las relaciones públicas y el marketing directo. La combinación de una o más de éstas herramientas de comunicación recibe el nombre de mezcla promocional”* (Rudelius, J; 2008: 14).

Por lo cual entendemos que la promoción es un término genérico que comprende a todas aquellas actividades cuyos objetivos específicos, son la información, la persuasión y la influencia, así también la promoción posee herramientas para ayudar a lograr estos objetivos teniendo a la publicidad, las relaciones públicas, ventas personales.

Las herramientas de la promoción se deben fusionar cuidadosamente para formar una mezcla de promoción coordinada, por lo que se debe entender sus características para seleccionar las herramientas adecuadas.

La publicidad, como herramienta de promoción, es entendida por Acerenza como: *“...las actividades emprendidas con objeto de presentar a un grupo a un mensaje impersonal, oral o visual, con respecto a un producto, servicio o idea, patrocinado y diseminado por medios masivos de difusión.”* (Acerenza, M; 1990:11).



Y puede llegar a masas dispersas geográficamente con un costo bajo por exposición. Ya que por sus múltiples formas contribuyen de manera única a la mezcla de promoción. Otra de las herramientas de la promoción es la *Venta Personal*, y se considera como “la herramienta más eficaz en ciertas etapas del proceso de compra, especialmente en lo que se refiere a la formación de preferencias de compra”. Su acción conlleva interacción personal, entre dos o más personas, permitiendo que cada uno observe las necesidades y características del otro y reaccione rápidamente. También permite que surjan todo tipo de relaciones, desde la relación profesional estrictamente comercial, a una buena amistad entre el comprador y el vendedor. Las Relaciones Públicas son importantes como estrategia promocional en “la creación de una buena relación con los distintos públicos de la empresa”. Estas herramientas de promoción buscan dar a conocer e incrementar las ventas de algo.

La idea de promoción turística, por lo tanto, hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística.

En la última década, el turismo a través de los medios de comunicación de masas, ha percibido la necesidad de crear herramientas estratégicas de promoción y difusión, para la sobrevivencia de sus productos en el mercado turístico, teniendo en cuenta que éste es un sector sensible a cambios y desafíos ambientales, con una enorme complejidad interdisciplinaria.

Sin embargo, pese a la importancia que tiene la promoción turística, en la provincia de Trujillo es deficiente debido a que no existe una eficiente gestión de los gobiernos locales para el aprovechamiento y promoción de los recursos y atractivos de sus respectivas jurisdicciones. Otro factor primordial de esta problemática es el desinterés existente por parte de la institución rectora en materia de promoción, Promperú; cuya principal función es promocionar el patrimonio turístico de nuestro país, sin embargo, es ineficiente, pues observamos que existe una marcada centralización; prueba de ello es que solo se promociona atractivos posicionados en el mercado turístico sureño, incrementarían el flujo de turistas tanto nacionales como internacionales.



Además la situación se agrava debido a la escasa coordinación intersectorial a nivel regional y nacional, donde las Direcciones Regionales de Turismo y el Instituto Nacional De Cultura; no establecen normatividad para re potencializar los atractivos. Por otro lado pocas comunidades situadas alrededor de atractivos turísticos en el Perú, han desarrollado organizaciones empresariales con óptimas condiciones de rentabilidad, adecuando y sirviéndose de la infraestructura y superestructura existentes, para su desarrollo, ejemplo de ello es la comunidad campesina de Porcón Alto en la provincia de Cajamarca; sus habitantes que profesan la religión evangélica norman su estilo de vida con los recursos naturales, folklóricos, productivos y místicos de su historia y tradición, implementando a su entorno, un conjunto empresarial ordenado; en concordancia con su patrimonio cultural.

La promoción turística es una actividad compuesta de varias acciones e instrumentos que tienen la función de ayudar a estimular al aumento y desarrollo de está, es decir forjar estructuras turísticas con inversiones, uso de equipos y técnicas de administración, activar el sector usando los mejores medios de difusión.

Los instrumentos en los cuales la promoción turística se basa para impulsar el turismo son: La publicidad y las relaciones públicas, ambos son factores muy importantes, los cuales necesitan ser sostenidos de una manera agresiva por las autoridades y así conseguir que turistas visiten Trujillo.

La Publicidad es una técnica en la cual la difusión significa hacer que las atracciones turísticas sean mucho mejor conocidas.

Estos medios de difusión son: la prensa, periódicos, revistas, folletos, libros, carteles (posters), radio, televisión, correo, puestos o estaciones en ferias y exposiciones. Estos medios pueden ser permanentes o no. El grado de combinación de ellas y su uso dependen de la clase de campaña propagandística y su magnitud, así mismo todo esto es derivado y depende del grupo social que dirige la promoción.



Relaciones Públicas son las acciones ejecutivas impuestas por las organizaciones estatales o privadas de carácter permanente y que nos permiten a través de la información personal, ya sea oral o escrita una buena comunicación a fin de conseguir:

- Difusión de los servicios y atracciones turísticas.
- Colaboración entre la gente que da servicios turísticos y entre estos y las autoridades.

Es importante señalar la acción afectiva que las técnicas motivacionales hacen sobre la promoción, a fin de que se hagan mejores imágenes de cada promoción turística.

Por la tanto es de esperar que las organizaciones encargadas del turismo en nuestra ciudad, puedan aceptar estas ideas, sobre todo las de publicidad y relaciones públicas, dándoles un debido tratamiento.

Por el momento el certamen más importante en nuestra ciudad es el Festival Internacional de la Primavera, a la cual un número importante turistas nos visitan. Además, cuando hablamos acerca de nuestros certámenes turísticos, pensamos en aquellos como el de la tabla hawaiana, festivales de música y danza, etc. Todo esto unido al certamen nacional de marinera; atraerá más turistas en la temporada de verano.

Por su parte, la policía de turismo (POLTUR), se encarga de la promoción y ejecución de esta clase de acciones y campañas. Por dedicarse a salvaguardar una adecuada promoción turística, evitando la presencia de los llamados “jaladores” que trabajan para algunas agencias de viajes, su puesto en esta labor podría ser más efectiva si los policías fueran ayudados por la agencias de viajes que no practican este tipo de informalidades.

Porque dada la importancia de la propaganda indirecta hecha por los turistas que nos han visitado, es de entenderse la necesidad de desarrollar la educación de la cual estamos hablando es obvio que el aspecto educativo realizará mejor función que la publicidad en carteles (posters) que se coloque en cualquier parte de la ciudad, la educación de nuestra gente llamará la atención de los viajeros.

Finalmente, cada ciudadano debería ser protector de sus monumentos, de su cultura, su historia, cuidando y velando por su integridad, ya que estos legados históricos de incalculable valor, y es así como apoyamos al turismo y en especial a los turistas.



1.1.La Publicidad Turística

Inicialmente la publicidad tiene la finalidad de dar a conocer el producto o servicio que se presenta por primera vez en el mercado, o dentro de un segmento del mismo. El valor y la función de la publicidad son en este momento esenciales. El público habrá de familiarizarse con el producto o servicio conocer sus ventajas y diferencias en relación con otros, antes de tomar una decisión de compra.

En esta fase se combinan la publicidad de introducción llamada también para la demanda pionera o primaria, con la promoción de ventas, con el objeto de que las personas se interesen en consumir lo que se ofrece. Aquí, tanto la una como la otra, son básicamente una inversión, que aportará dividendos en cuanto se empiece a percibir resultados de todos los esfuerzos realizados.

Tal es el caso de nuevos destinos turísticos que, por falta de nombre o imagen en el mercado, requieren de un gran despliegue informativo para darse a conocer y consolidarse. Se tiene que anunciar su situación geográfica, los servicios con los que cuenta, las características que los hacen diferentes de los otros centros de turismo, etc.

En cuanto a las actividades promocionales por parte de los organismos competentes; tenemos que, en los últimos años PROMPERU ha venido desarrollando algunas ferias tales como “Perú mucho gusto” “entre otras, circuitos turísticos, work-shop y eventos de índole turística a nivel nacional como internacional, pero es en estos último año que una campaña denominada “Marca Perú” ha logrado difundir nuestra cultura obteniendo una gran aceptación entre nacionales y foráneos. Es con esta última campaña, que se ha realizado una mirada a los diferentes destinos turísticos con los que cuenta el Perú, pretendiendo diversificar la oferta turística concentrada anteriormente en el Sur dejando de lado el Norte y/o el oriente, quienes también cuentan con un potencial turístico como: es el caso de La Libertad con su famosa Ciudadela de adobe más grande de América Latina y la segunda más grande del mundo, Chan-Chan, declarada patrimonio cultural de la humanidad, La Huaca del Sol y la luna, la Señora de Cao, El Brujo, Balneario de Huanchaco entre otros.



Estos organismos del estado emplean herramientas promocionales importantes que se aplican principalmente a productos complejos como destinos turísticos y sirven de un soporte importante para las pequeñas empresas que actúan en estos destinos. Estas instituciones utilizan la promoción especializada a través de publicidad televisada, publicidad radial y electrónica, folletería y canales de distribución de impresos a nivel nacional como diarios revistas, paneles y el desarrollo de eventos con fuertes inversiones que buscan aproximar y relacionar los agentes turísticos a través de ferias turísticas, eventos que congregan expositores de diferentes sectores de la industria turística, como work shops, Cada cierto tiempo se realizan Workshops, este evento está dirigido a tour operadores y agencias de viajes que estén interesados en conocer las actividades y productos de turismo este evento congrega expositores sobre un mismo país o destino turístico, con el fin de brindar información de los servicios, tours, tarifas, forma de reserva, entre otros; famtrips, son viajes de trabajo enfocados a actores del turismo, agencias de viajes, se dan a sus empleados o distribuidores para dar a conocer un producto o un destino en concreto, generalmente por gentileza de los propios mayoristas u oficinas de turismo, y en la gran mayoría de los casos, con la participación de oficinas receptoras, hoteleros y compañías aéreas. Sirve de formación, profesional y personal y, press tours que se usa para invitar a la prensa especializada con la finalidad que se encargue de difundirlo.

1.2.Comercialización, Promoción e Información

Los paquetes turísticos existentes en el destino Trujillo se basan en los atractivos anclas: Huaca del Sol y La Luna, Chan Chan, Huanchaco, Huaca Dragón, El Brujo, el city tour y museos. Adicionalmente, se oferta exhibiciones de Caballo Peruano de Paso y como circuitos alternativo: gourmet, pintura, canto lírico y marinera.

Asimismo, se brindan otros servicios de acuerdo al requerimiento del turista, sobre todo jóvenes en busca de aventura: rutas en bicicleta, sunboard, playas. Cabe destacar que estos lugares son poco ofertados debido a la baja calidad de los servicios e infraestructura en la zona, especialmente en la sierra liberteña, donde no existe mucha facilidad para el acceso y pernocte.



Por lo general, en cuanto extranjeros, son tres tipos de turistas que visitan La Libertad: (A) el cultural, de nivel socioeconómico intermedio, con gasto promedio por día de 170 dólares, que suele contratar agencias de viajes, (B) el corporativo (turismo de negocios) y (C) el mochilero, que busca alojamientos baratos.

Según indican las agencias de viaje, los turistas extranjeros buscan en general la Huaca de la Luna y Chan-Chan; y el Brujo se vende por asociación. No se logra concluir la venta hacia Cajamarca y Chachapoyas por la distancia y el poco tiempo del que dispone el turista.

En temporada alta, la percepción de los agentes indica arribos los 60% extranjeros y 40% nacionales, aproximadamente. Sin embargo, los flujos hoteleros señalan siempre una preponderancia del turista nacional. En el caso de enero, por la marinera, el porcentaje cambia a 70% nacional y 30% extranjeros, según apreciación de los agentes y ocupabilidad registrada.

Las agencias de viajes y operadores turísticos atienden aproximadamente 30 personas para tours por día en temporada alta y fin de semana largo. Los costos fluctúan radicalmente de 30 a 100 soles por persona full Day, sin incluir la entrada a cada atractivo.

Por lo general, los turistas nacionales adicionalmente buscan tours hacia la selva, playas del norte y Chiclayo.

El turista corporativo mueve a lo largo del año el turismo de la región, compensando el bajo nivel de turismo receptivo, consumiendo prioritariamente servicios de alojamiento y alimentación.

Los tours para el mercado nacional se promocionan con material gráfico (banners, folletos) páginas web; y para el mercado internacional en Work shops, ferias e internet. Por su parte, Promperú usa como medio emails, web, redes sociales y folletería.

La campaña masiva que se ha promovido El Norte Pone, estrategia de promoción a las ciudades del norte dirigido al mercado nacional y peruanos jóvenes.



En relación a la estrategia que viene desarrollando PROMPERÚ en el exterior, en una entrevista realizada a la entonces Vice Ministra de Turismo Mara Seminario dijo que la estrategia ha cambiado de empujar la oferta a jalar la demanda “Tenemos que vender, antes que el lugar, el concepto nuestro enfoque no es para ir al turista de nivel A, sino al más informado. Pero, claro, éste resulta teniendo también una buena economía, porque el Perú no es un destino cercano ni barato.” Con ello, el objetivo apunta a cubrir la diversidad natural del país. Rescatables emprendimientos como el Festival Gastronómico Mistura, que apunta a situarnos como sabroso destino, van ayudando también al posicionamiento deseado. Finalmente, manifestó que desde el 2009 se establecieron ocho movilizadores turísticos segmentados, de acuerdo al público, país de procedencia y lugar de destino, exponiendo a Perú como: Paraíso Gastronómico con cebiche, ollquito y juane, cada cual con su historia y evolución, Andes Mágicos misticismo diferenciado según piso ecológico, Amazonía Inexplorada, Civilizaciones Ancestrales, Experiencias Extremas Pasando de los Caminos del Inca al canotaje en Lunahuaná, Desierto Misterioso las líneas de Nazca, pero exceptuando del libreto a los extraterrestres, Celebración de la Vida con los carnavales en febrero o las multitudes moradas de octubre y Playas Exóticas.

Es importante tener en cuenta la estrategia de PROMPERU, en tanto que, no solo prepara productos dirigidos diversos, sino que los empaca en una propuesta de venta basada en el concepto (imágenes y sensaciones que desea producir en el turista).

Asimismo, las instituciones vinculadas al sector también hacen esfuerzos independientes. Tenemos, por ejemplo que:

AHORA (Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y Afines), cuenta con una agenda donde promocionan los lugares turísticos y que se entrega a los asociados, entidades públicas y clientes Premium. También, han creado la revista publicitaria Trujillo Señorial.

REPTUR (Plan Estratégico Regional de Turismo), cuenta con un blog institucional con proyecciones a ser un periódico virtual. Hasta octubre del 2010 contaron con el programa regional “Vive lo nuestro en Radio La Grande.”



La Dirección Regional de Cultura utiliza documentación oficial para difundir actividades con entidades públicas y empresas privadas. Para el público en general usa email, notas de prensa, banners y redes sociales.

El Patronato de las Huacas del Valle de Moche informa a las agencias de viaje a través de correo electrónico, y elabora material informativo que lo reparte a operadores, hoteles, restaurantes y en iPerú.

La División de Turismo y Protección del Ambiente-Trujillo de la Policía Nacional del Perú, utiliza videos y folletería. Además hace campañas dirigidas a la población con la finalidad de que conozcan y cuiden su patrimonio cultural, estas campañas las difunden a través de afiches y un muñeco en la Plaza de Armas. Como parte de su gestión, la Policía ha desarrollado videos de prevención (seguridad) para transmitir en los buses, y han repartido 10 copias a cada empresa de transporte, sin embargo dichas empresas no los pasan en sus rutas.

Otra experiencia útil a destacar a nivel local fue un tour especializado para los socios de ADAVIT (Asociación Departamental de Agencias de Viajes y Turismo), con la finalidad de promocionar los recursos y los servicios, organizado por el Municipio distrital de Chepén en el año 2010.

Por su parte la GERCETUR (Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo) patrocina la participación de los gremios privados en las ferias nacionales más importantes como Perú Travel Mart.

Por tanto Trujillo, a pesar de poseer un potencial turístico de valor incalculable, no ha explotado debidamente sus recursos en beneficio del conjunto de su población.

La falta de proyectos de desarrollo, de políticas gubernamentales idóneas y de dirigentes con capacidad emprendedora y visión de futuro, han sido determinantes en el estancamiento del sector.

Por otro lado la carencia de compromiso de muchos agentes y operadores turísticos que no invierten en su promoción y desarrollo, ha contribuido a mantener esta situación que debe ser superada en beneficio de todos.

Como se sabe Trujillo cuentan con un patrimonio turístico de primera magnitud; consecuentemente, el Turismo está llamado a ser un factor decisivo en la lucha contra la pobreza y la escasas de empleo.

2. LA MARINERA EN LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR DE MOCHE PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO TRUJILLO.

Trujillo es considerado como la: “Capital de la Marinera Nacional del Perú” y como tal la marinera se expresa tanto de manera academizada, por tanto se caracteriza por su elegancia, atrevida, coqueta y diálogo sensual del amor, donde la pareja en sí, es el centro de atención y precisamente es la mujer quien toma la iniciativa en el cortejo. Las posturas en el baile son erguidas, con miradas penetrantes e insinuaciones afectivas. El varón pareciera limpiar el piso o abrir camino para que la dama la siga, el varón en determinados momentos trata de cubrirla con sus brazos utilizando su sombrero sin tocarla, pareciera besarla, ella sale airosa y con elegancia se aleja.

Declarada “Patrimonio cultural de la nación” y considerada por muchos como “La reina y señora de todos los bailes del Perú” en sus diversas variedades regionales. La marinera norteña es un baile de pareja mixta, en el cual la elegancia y la sensualidad se pone expreso, donde el hombre conquista a la mujer en medio del galanteo, acechando con su mirada y el paso cepillado, mientras que la dama coqueta la admite con picardía expresando su sensibilidad.

La marinera es ágil, elegante, libre, alegre y espontánea, mostrando durante todo el baile un coloquio amoroso en el cual la dama coquetea con picardía, astucia e inteligencia expresando su afectividad, mientras el varón galantea, acompaña, acecha y conquista a su pareja.

Por tanto, al conocer el carácter espontáneo de la marinera, tenemos que según la encuesta realizada a la población de un total de 70 personas, 24 (32%) de los encuestados afirmaron que la característica de lo espontáneo de la marinera en la festividad religiosa de San Isidro Labrador sí puede originar la promoción de un destino turístico, tal es así también afirman que esta característica es importante para tal efecto. (Ver Tabla y Gráfico N° 09).



Por lo que se expone anteriormente y deduciendo que a los turistas encuestados se trasladarían desde su lugar de origen por el motivo de las festividades religiosas así mismo les llama la atención la cultura y el sentir de un pueblo, sería una buena opción insertar a este baile como parte del recorrido común que se viene realizando en el destino Trujillo, como es Centro Histórico, Huacas del Sol y la Luna, Chan Chan y Huanchaco. Partiendo que Huacas del Sol y la Luna atrae diversidad de Turistas tanto nacionales como extranjeros, dado que la afluencia turística en este atractivo crece cada día más.

Siendo Moche un pueblo religioso que conserva su conciencia histórica y la identidad cultural de modo que las fiestas religiosas como la de San Isidro Labrador aún perduran sus bailes típicos como el de la marinera, el mismo que hasta hoy no ha sido academizado en esta festividad, por lo que permitirlo sería renunciar al legado cultura que llevan consigo.

Esto es de mucha importancia para la promoción turística ya que el aspecto cultural es por lo que más se desplazan los turistas tanto nacionales como extranjeros, en este caso por la festividad religiosa y la tradición y espontaneidad que se vive en ella, pero que lamentablemente en el destino de origen la modernidad ha sustituido más o menos la satisfacción que proporcionan eventos de esa naturaleza arquetípica con entretenimientos y aficiones que representan más o menos lo mismo, como la fascinación por las estrellas del deporte, el cine y la televisión, y sus dramas dentro y fuera de las pantallas, sumado esto a la existencia de diversas religiones. Es por estas razones quizás por lo que no se lo promociona como en realidad debería ser ya que tanto los pobladores como los turistas están dispuestos a mostrar su cultura al mundo y a desplazarse respectivamente.

Teniendo conocimiento que la promoción turística del destino Trujillo difunde la oferta turística que siempre se ofrece, encontramos una alternativa como complemento a la realización de la promoción turística del destino mencionado. Pues nos referimos al baile de la marinera expresada en forma espontánea y tradicional, por ejemplo esta manifestación se puede apreciar en la festividad religiosa de San Isidro Labrador en Moche de modo que daría paso a una promoción estacionaria por celebrarse durante dos meses (abril y mayo) de todos los años.



Tomando como referencia para esta propuesta, las encuestas realizadas a los turistas que visitaron la Huaca del Sol y la Luna en los meses de abril y mayo, afirmaron en un 98.6% del total que sí viajarían desde su lugar de origen para conocer y/o participar de la festividad religiosa. **(Ver Tabla y Gráfico N° 02).**

Cada lugar a visitar tiene una historia que contar, raíces, características peculiares que hay que saber transmitir a través de una promoción turística, dado que la marinera se baila de forma tradicional en la festividad de San Isidro Labrador en el pueblo de Moche, constituyéndose así como un elemento que impulsaría la promoción turística del destino Trujillo, logrando diversificar su oferta turística, el aumento de visitas y la mejora en el nivel de vida de los pobladores.

Contribuye en la promoción turística del destino Trujillo, teniendo como objetivos: atraer visitantes, convertirlo en un cliente fiel, o incluso en un referenciado de nuestro producto y/o servicio, asimismo incrementando la intención de viaje del visitante. Tomando en cuenta que el marketing turístico se basa en experiencias y emociones por ello se puede incluir:

- Publicidad en canales de televisión a nivel nacional, con imágenes del baile de la marinera de manera espontánea y tradicional, imágenes audiovisuales en las capitales de todo el mundo en paneles publicitarios.
- Avisos en las emisoras radiales más conocidas con música de la marinera de fondo.
- La creación de un blog o portal turístico como por ejemplo Tripadvisor como portal de opinión, donde se vayan actualizando todo lo que tenga relación con el destino desde un punto de vista cultural, de ocio, gastronómico y en especial sobre la marinera que se baila en la festividad de San Isidro Labrador.
- Redes Sociales como Facebook (invitar a amigos, clientes, empleados, concursos y ofertas para que los usuarios se conviertan en seguidores, publicar contenidos de calidad y de valor añadido en nuestro sector) y Twitter (identificar usuarios que hablen de nuestra marca, atención al cliente, como sala de prensa, eventos, difusión, narración, hashtags) pueden ser muy útiles en este aspecto, pero no debemos olvidar la importancia del contenido gráfico y audiovisual, por lo que deberemos apoyarnos en YouTube (videos creativos con participaciones, lipdubs, flashmobs)



donde se puede publicar pequeños vídeos que muestren las ventajas del baile de la marinera, y plataformas como Pinterest o Instagram para fotografías.

- La mejor manera de evolucionar es innovar y aprovechar las ventajas del nuevo contexto, utilizando nuevas herramientas como la tecnología para promocionar el baile de la marinera, se podría crear una cuenta en el blog de minube Quality programme (innovación en el marketing de los destinos turísticos), ya que se ha convertido en un elemento esencial y en una decisión estratégica para los destinos turísticos. Una apuesta por el marketing online, por la nueva publicidad basada en experiencias, una apuesta por el cambio. www.minube.com/quality-programme/
- La Geo localización, con el uso de Smartphone o tablets que usan servicios relacionados con la geo localización, aquí tenemos el uso de algunas aplicaciones como Foursquare, teniendo en cuenta que al consumidor le encanta utilizar su Smartphone para descubrir que tiene cerca. Con la presencia del atractivo turístico complementario que es el baile de la marinera en San Isidro Labrador contribuye positivamente en la promoción turística elevando la presencia de visitantes porque va a formar parte de la visita a la campaña de moche diversificando en diversificación de la oferta en la campaña de moche que actualmente está dada por su atractivo central que es huaca de la luna, seguida de su gastronomía.

Identidad de la comunidad receptora con los bailes dentro de sus fiestas patronales sin perder el rastro de la comunidad receptora en cuanto a su identificación con la marinera un elemento más para la oferta turística en la campaña de moche teniendo como elemento complementario de visita a la Huaca de la Luna durante el tiempo en que se celebra la en las fechas del 14 y 15 de mayo de todos los años; Las huacas del Sol y de la Luna, están separadas por medio kilómetro.

La llegada de turistas nacionales y extranjeros a Huacas del Sol y la Luna en los meses en que se celebra la fiesta religiosa de San Isidro Labrador en Moche, se aprecia en el siguiente cuadro.

Llegada de turistas nacionales y extranjeros a Huaca del Sol y la Luna en los meses de Abril y Mayo del 2014.

Tabla N° 01

2014			
Mes	Nacional	Extranjero	Total
Abril	4,896	2,449	7,345
Mayo	3,870	2,056	5,926

Fuente: Ministerio de Cultura - Dirección Regional de Cultura - La Libertad-Junio 2014.

Si el visitante se encuentra en Trujillo, y desea desplazarse hacia Huaca del Sol lo debe hacer en transporte público, se puede tomar las combis que pasan por la Avenida los Incas, que corre a unas cinco cuadras del centro histórico. Allí se tiene que buscar unas combis que digan “Moche”. El pasaje cuesta 1,50 céntimos y la combi termina junto a las huacas.

Desde Lima, para ir a las huacas del Sol y de la Luna se debe llegar a Trujillo. El viaje en bus tarda 8 horas aproximadamente. En avión se arriba en 50 minutos. Los mencionados recintos están 8 Km. al sur de la ‘Ciudad de la eterna primavera’. En auto se llega en 15 minutos.

2.1 Difusión de la marinera por los diversos instrumentos de la comunicación.

Actualmente la marinera en el aspecto tradicional como espontáneo no tiene promoción alguna, salvo la que se da en la fiesta patronal de San Isidro Labrador pero que tampoco es la adecuada.

En el destino Trujillo los paquetes turísticos que se ofrecen en la mayoría de Agencias de Viajes no toman en cuenta a la marinera en sus características de espontánea y tradicional sólo incluyen en sus tours turísticos la visita a la Asociación de Criadores de Caballos de Paso donde se presenta números artísticos de marinera con parejas de baile que representan a alguna academia de Trujillo o ex campeones de marinera en los

concursos internacionales que se dan en Trujillo, en las radios locales tampoco se toma en cuenta la marinera, en publicidad escrita del mismo modo.

Por la tanto si hablamos de la marinera academizada como la que se presenta en el Concurso Internacional de Marinera en Trujillo si existe publicidad conocida.

Entonces quedaría claro que Trujillo necesita de un valor agregado para que diversifique la oferta pues los turistas así lo manifiestan en un 98.6 % que se incluya marinera tradicional y espontánea en Moche, ya que ellos si viajarían desde su lugar de origen para participar y conocer el baile de la marinera en la festividad religiosa de San Isidro Labrador. (Ver Tabla y Gráfico N° 02).

A continuación se muestran ejemplos de promoción sobre marinera academizada:

IX Congreso Nacional de Estudiantes de Turismo (CONETUR) 2014.



IX Congreso Nacional de Estudiantes de Turismo (CONETUR) 2014.



Afiche de publicidad de la marinera para la compañía móvil: Movistar





Las Agencias de Viajes en Trujillo, tienen un tours establecido y la mayoría de estas coinciden en ofrecer lo mismo al turista, por citar algunas de estas:

❖ **Travelers Tours Perú (Tour Operador)**

- **Tour Huacas del Sol y la Luna**
 - * Campiña de Moche
 - * Museo Huacas de Moche
 - * Huaca de la Luna
 - * Huaca del Sol
 - * Zona urbana mochica.
- **Tour Chan Chan**
 - * Huaca Arco Iris
 - * Museo de Sitio de Chan-Chan
 - * Palacio Nikan (Ex Palacio Tschudi)
 - * Balneario de Huanchaco.
- **Tour el Brujo y la Dama de Cao**
- **Tour Caballo de Paso Peruano**
 - * Baile de Marinera Norteña (pareja de campeones).
 - * Marinera con Caballo Peruano de Paso.
 - * Coreografía serpentín con público.
 - * Demostración de baile, el tondero.
 - * Invitación a la sesión de fotos con préstamos de ponchos y sombreros.
 - * Paseo en Caballo de Paso Peruano.
- **City Tour**

❖ **Mega Tours**

- **Tours Huacas del Sol y la Luna**
 - Campiña de Moche
 - Zona Artesanal de Cerámica
 - Huacas del Sol (avistamiento)
 - Huaca de la Luna
 - Museo de la Huaca de la Luna
- **Tours Chan Chan**
 - Huaca Arco Iris o Dragón
 - Museo de Chan Chan
 - Palacio de Nik - An (Chan Chan)
 - Huanchaco (Caballitos de Totorá)
- **Tours Arqueológico el Brujo**
- **Tours Chiclayo (Full Day)**



❖ **Colonial Tours Trujillo**

- **Tour Full Day (7 horas)**
 - ✓ Museo de Chan-Chan
 - ✓ Chan-Chan
 - ✓ Huanchaco (almuerzo y opcional paseo en caballitos de totora)
 - ✓ Campiña de Moche / zona urbana
 - ✓ Centro recreacional "Tambo de Muchik"
 - ✓ Exhibición de caballos de paso, show de marinera y bailes típicos
 - ✓ Zona artesanal de ceramistas
 - ✓ Huaca del Sol (avistamiento)
 - ✓ Huaca de la Luna
- **Tour Chan-Chan**
 - ✓ Museo de sitio de Chan-Chan
 - ✓ Chan-chan
 - ✓ Huanchaco
- **Tour Huaca de la Luna**
 - ✓ Campiña de Moche zona urbana
 - ✓ Centro recreacional "Tambo de Muchik" exhibición de caballos de paso, show de marinera, bailes típicos y zona artesanal de cerámicas
 - ✓ Huaca del Sol (avistamiento)
 - ✓ Huaca de la Luna
- **Tour Full Day Tradicional**
 - ✓ Campiña de moche
 - ✓ Museo Huaca de la Luna
 - ✓ Huaca de la Luna
 - ✓ Chan-Chan
 - ✓ Huaca Dragón
 - ✓ Museo Chan-Chan
 - ✓ Huanchaco
- **Tour Arqueológico El Brujo**



❖ **Ayni Explorers (Tour Operador)**
Agencia de Viajes y Ecoturismo.

- **Tour Huacas Sol y Luna**
 - ✓ Campiña de Moche
 - ✓ Taller de ceramistas
 - ✓ Huaca del Sol (vista panorámica)
 - ✓ Huaca de la Luna
- **Tour Chan-Chan**
 - ✓ Huaca Arco Iris o Dragón
 - ✓ Museo de sitio de Chan-Chan
 - ✓ Palacio de Nik-an (ex Tshudi)
 - ✓ Balneario de Huanchaco
- **City Tour Trujillo**
 - ✓ Plaza de armas
 - ✓ Catedral
 - ✓ La Merced
 - ✓ Casonas
 - ✓ Museo del Juguete
 - ✓ Museo de Arqueología
- **Tour Caballos de Paso**
 - ✓ Exhibición de caballos de paso peruano, caballerizas, show de marinera, chalanes y casa hacienda.
- **Tour el Brujo**

Como se ha descrito antes las agencias de viaje toman en cuenta la marinera academizada, tomando en sus tours la visita a la Asociación de Caballos de Paso, donde bailan actuales participantes en el concurso de Marinera que se da en Trujillo y ex campeones en el mismo. Del mismo modo la publicidad escrita no toman en cuenta la marinera espontánea y tradicional, no existe fuerza promocional ni afiches, tampoco volantes que muestren la marinera como tal en el destino Trujillo; por lo tanto se propone dar mayor realce a los paquetes turísticos que ofrecen las Agencias de Viaje así como la creación de un circuito estacionario diferente, articulando los ya conocidos atractivos turísticos que han elegido las Agencias de Viajes para promocionar sus paquetes turísticos, de modo que contribuya a la promoción del destino Trujillo.



2.2 Contribución de la marinera que se baila en la Festividad de San Isidro Labrador desde el punto de vista de los visitantes.

Los visitantes potenciales al respecto, manifiestan que sí se desplazarían desde su lugar de origen, por conocer en forma espontánea y tradicional el baile de la marinera en la festividad de San Isidro Labrador, lo que refleja su interés en las festividades religiosas, bailes típicos, costumbres y la cultura de un pueblo, lo que sería tomado en favor de la promoción turística del destino Trujillo.

Se entiende en el resultado que nos muestra en la **Tabla N° 02** donde 146 turistas encuestados de un total de 148 (98.6 % del total) mencionaron que ellos si viajarían desde su país de residencia para ser partícipes del baile de la marinera en las festividades religiosas, mientras que solo 2 de ellos (1.4 % del total) afirmaron que no lo harían por razones de religión, dato que demuestra que ellos si se sienten motivados por conocer este baile y/o involucrarse en éste, participando en las festividades religiosas hecho que también los ocasiona a desplazarse.

TABLA N° 02

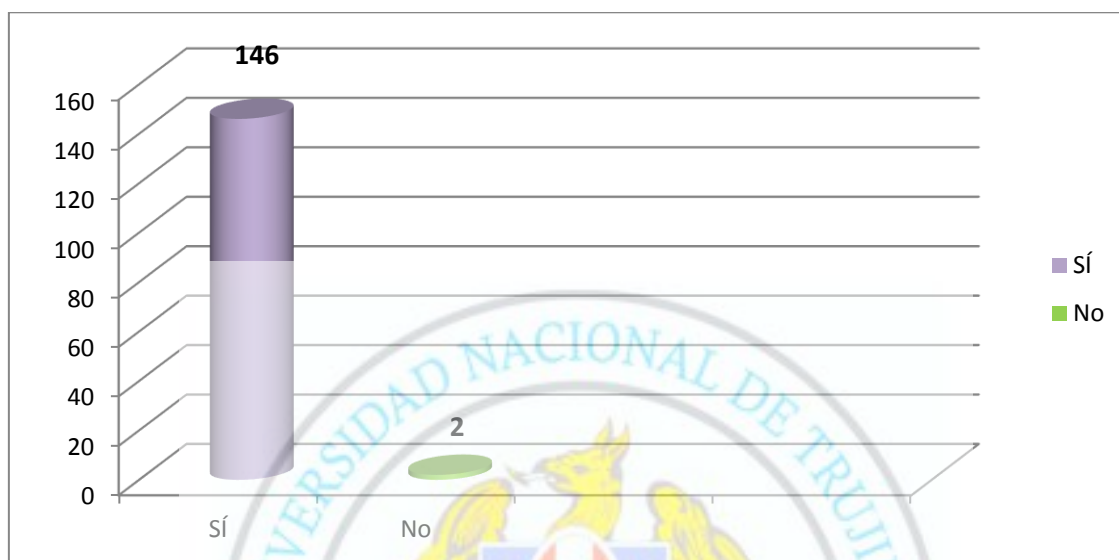
El baile de la marinera en forma espontánea y tradicional en las festividades religiosas como motivo de desplazamiento, según visitantes.

<i>Viajaría desde su país para participar y/o conocer en forma espontánea y tradicional el baile de la marinera.</i>	N°
Sí	146
No	2
Total	148

FUENTE: Cuadro matriz de encuestas a visitantes al Complejo Arqueológico Huacas del Sol y la Luna.

GRÁFICO N° 02

El baile de la marinera en forma espontánea y tradicional en las festividades religiosas como motivo de desplazamiento, según visitantes.



Fuente: Tabla N° 02

Encontramos la voluntad de los turistas para trasladarse y visitar un destino que representa las características de espontáneo y tradicional en sus fiestas patronales como el pueblo de Moche siendo esta disposición de gran ayuda para la promoción de un destino turístico de modo que tanto políticos del sector como empresarios deben poner más énfasis en crear un ambiente agradable, creando buenas comunicaciones, sin dejar de mencionar que Moche es un pueblo que es conocido por la amabilidad de su gente y el buen clima que posee razones necesarias al momento de elegir un destino y mantener la permanencia de los turistas.

TABLA N° 03

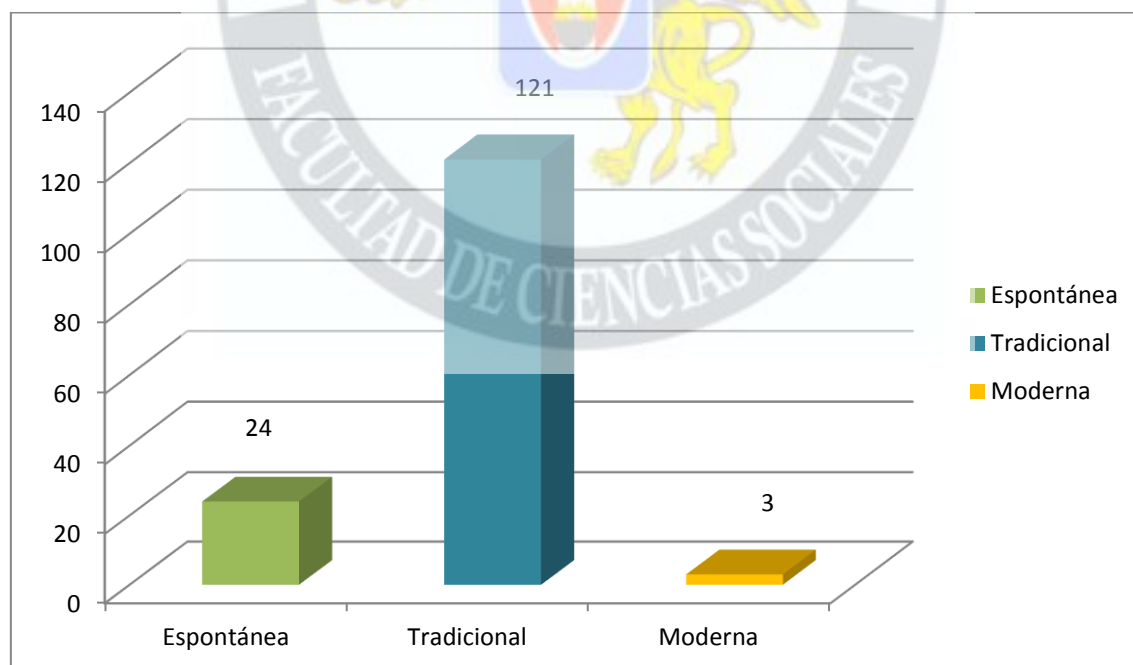
Características por las que se difundiría el baile de la marinera, según visitantes.

Características	N°
Espontánea	24
Tradicional	121
Moderna	3
Total	148

FUENTE: Cuadro matriz de encuestas a visitantes al Complejo Arqueológico Huacas del Sol y la Luna.

GRÁFICO N° 03

Características por las que se difundiría el baile de la marinera, según visitantes.



Fuente: Tabla N° 03

En el gráfico N° 03 se observa que 121 de 148 turistas encuestados (lo que pertenece al 81.8%) menciona que por poseer la característica Tradicional, siendo esta la más



importante para ellos, un grupo de 24 turistas afirman (16.2%) que es por lo espontáneo, por último una cantidad minoritaria de 3 turistas afirmaron que por poseer la característica moderna (2%).

Se deduce por lo antes analizado que en su mayoría los turistas como los pobladores de Moche mencionaron que el baile de la marinera sería difundida por poseer la característica Tradicional aporte importante para promocionar el turismo en el destino Trujillo.

Estos datos muestran que a los turistas les atrae el aspecto tradicional de un pueblo, aspecto importante para la promoción turística de un destino debido a que la característica tradicional está inmersa en la cultura de un pueblo, siendo esta una de las motivaciones que atrae a los turistas tanto extranjeros como nacionales.

Para referirse a la característica de lo Tradicional se pone de manifiesto que tanto la festividad religiosa de San Isidro Labrador en Moche como la festividad de la Santísima Cruz de Motupe celebrada en el distrito del mismo nombre, que tiene como protagonista a una cruz que según la tradición fue confeccionada y ocultada por un padre franciscano, para que posteriormente sea hallada y venerada. Las celebraciones se inician el día 3 de agosto cuando la cruz es bajada por una multitud de fieles. La procesión es efusiva y la llegada al pueblo el 4 de agosto, apoteósica.

El día principal es el 5 de agosto, la cruz recorre en procesión por todo el pueblo, terminando en la plaza con una fiesta acompañada con fuegos artificiales.

El día 6 la cruz es devuelta al cerro Chalpón.

Ambas realidades presentan similitudes dado que es uno de los símbolos religiosos más importantes del departamento de Lambayeque. Con una vasta historia y una creciente tradición.

Sin dejar de mencionar que Motupe es un pueblo lleno de tradición y religiosidad, que a partir de su fiesta religiosa comparten el apego por el baile de la marinera, que también es practicada en esta celebración, el día 5 de agosto que es el día principal de la festividad, otro dato a tomar en cuenta es la existencia de una marinera llamada “Cruz de Chalpón” en homenaje a esta sagrada imagen del compositor Héctor Torres Becerra.

TABLA N° 04

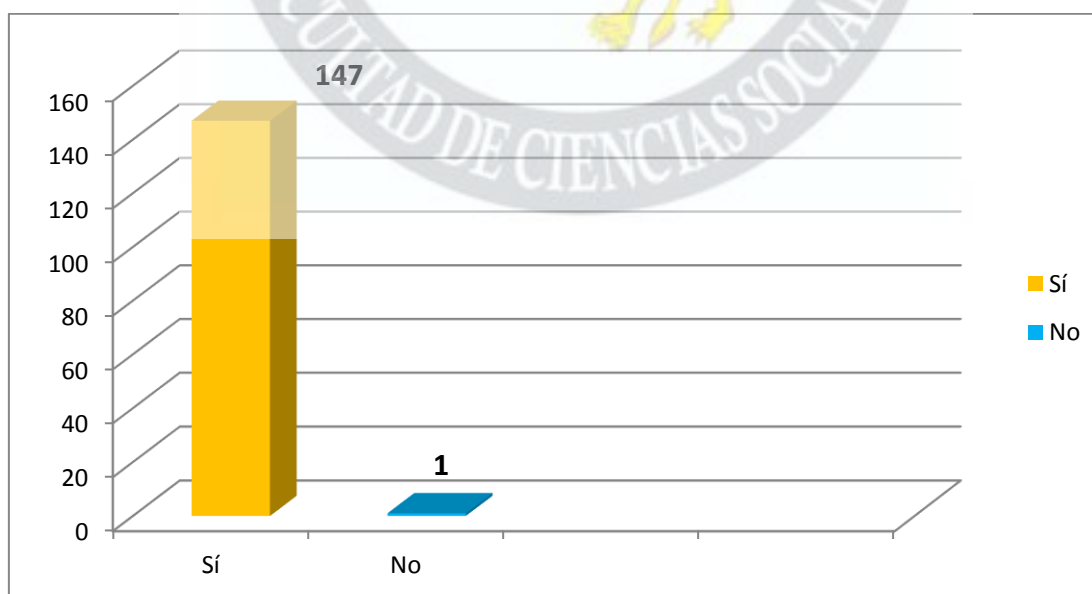
Contribución de la marinera como baile tradicional a la promoción del Turismo en Trujillo, según visitantes.

La marinera como baile tradicional contribuye a la promoción del Turismo en Trujillo.	N°
Sí	147
No	1
Total	148

Fuente: Cuadro matriz de encuestas a visitantes al Complejo Arqueológico Huacas del Sol y la Luna.

GRÁFICO N° 04

Contribución de la marinera como baile tradicional a la promoción del Turismo en Trujillo, según visitantes.



Fuente: Tabla N° 04



En el gráfico N° 04 se observa que 147 turistas de un total de 148 encuestados (99.3%) mencionaron que la marinera en lo tradicional sí contribuye a la promoción del turismo en el destino Trujillo, solo 1(0.7%) de ellos afirmó que esta característica no era importante.

Esto reafirma que para los turistas tanto nacionales como extranjeros lo tradicional puede originar desplazamientos, siendo esta una característica valorada por ellos.

Según el Perfil del Vacacionista Nacional 2013

Turismo Interno

En el rubro: Actividades Realizadas durante su visita a Trujillo, tenemos la siguiente Tabla:

TABLA N° 05

Actividades Realizadas durante su visita a Trujillo.

ACTIVIDADES REALIZADAS	TOTAL %
Turismo de Cultura	80
Visitar iglesias, conventos y catedrales.	53
Visitar sitios arqueológicos.	37
Visitar museos	28
Visitar inmuebles históricos y monumentos.	21
Participar en festividades locales.	10
Participar en festividades religiosas.	8
City tour guiado	2
Visitar comunidades nativas, andinas y campesinas.	2

Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2013.



TABLA N° 06

Meses que vistan Trujillo.

MESES DEL AÑO DONDE ACOSTUMBRAN VIAJAR POR VACACIONES, RECREACIÓN U OCIO	% TOTAL
Enero	21
Febrero	22
Marzo	12
Abril	4
Mayo	4
Junio	5
Julio	23
Agosto	11
Setiembre	4
Octubre	7
Noviembre	5
Diciembre	11
Cualquier mes	38

Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2013.



TABLA N° 07

Actividades realizadas en Trujillo

ACTIVIDADES REALIZADAS	TOTAL %
Turismo de Cultura	91
Visitar iglesias, conventos y catedrales.	67
Visitar sitios arqueológicos.	55
Visitar museos	53
Visitar inmuebles históricos y monumentos.	50
Participar en festividades locales.	43
Participar en festividades religiosas.	37
City tour guiado	23
Visitar comunidades nativas, andinas y campesinas.	22

Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2013.

2.3 Contribución de la marinera que se baila en la Festividad de San Isidro Labrador desde el punto de vista de los pobladores.

Lo tradicional es la característica, por la que ha manifestado la población encuestada en Moche tiene importancia en la promoción de un destino turístico debido a que los pobladores son conocedores de su realidad turística que poseen, la tienen presente y se sienten identificados con esta. El gráfico N° 04 se observa que 46 de un total de 70 pobladores encuestados (65.7 %) afirmaron que por poseer la marinera la particularidad de lo Tradicional sí se difundiría, 24 (34.3% del total) de ellos optaron por la característica espontánea y ninguno de ellos mencionó a la característica Moderna.



TABLA N° 08

El baile de la marinera practicado de forma espontánea y tradicional en la festividad de San Isidro Labrador en Moche atrae a turistas, según pobladores.

Los pobladores de Moche sostienen que el baile de la marinera practicado en forma espontánea y tradicional en la festividad religiosa de San Isidro Labrador atrae a visitantes, dato que es considerado importante debido a que estos son conscientes de la realidad turística que poseen, por la misma que están dispuestos a mejorar, desde el momento que se realiza una investigación contribuyen con su tiempo, incentivando el avance de la misma.

El baile de la marinera practicado de forma espontánea y tradicional en la festividad de San Isidro Labrador en Moche atrae a turistas.	N°
Sí	69
No	1
Total	70

Fuente: Cuadro Matriz de encuestas a Pobladores en Moche Abril 2014.

GRÁFICO N° 08

El baile de la marinera practicado de forma espontánea y tradicional en la festividad de San Isidro Labrador en Moche atrae a turistas.



Fuente: Tabla N° 08

En el gráfico N° 08 de un total de 70 encuestados, 69 (98.6% del total) de ellos afirmaron que sí atrae a turistas la marinera practicada en forma espontánea y tradicional, solo uno de ellos menciona que no, debido a que para el encuestado este baile con el paso del tiempo ha sido academizado según nos informó.

Por lo descrito anteriormente nos podemos dar cuenta que lo espontaneo y lo tradicional del baile de la marinera sí contribuye a la promoción del destino Trujillo, según los resultados que se obtuvo de la encuesta, este dato es importante ya que mejoraría contenidos de difusión en cuanto a que no solamente tendrían en cuenta lo tradicional que se viene difundiendo por ejemplo: Centro Histórico, Chan-Chan, Huanchaco, Huaca del Sol y la Luna; si no también incluiría este baile se practica y está vigente en la Festividad de San Isidro Labrador con sus respectivas características.



TABLA N° 09

Presentadas las características por las que se puede observar el baile de la marinera en la festividad religiosa de San Isidro Labrador, Los pobladores manifiestan que lo espontáneo y tradicional, como parte de este baile, sí pueden ser aspectos a tomar en cuenta para su difusión y como aporte a la promoción del destino Trujillo, tomando en cuenta que ellos aprecian más la característica de lo tradicional reflejada en el baile de la marinera.

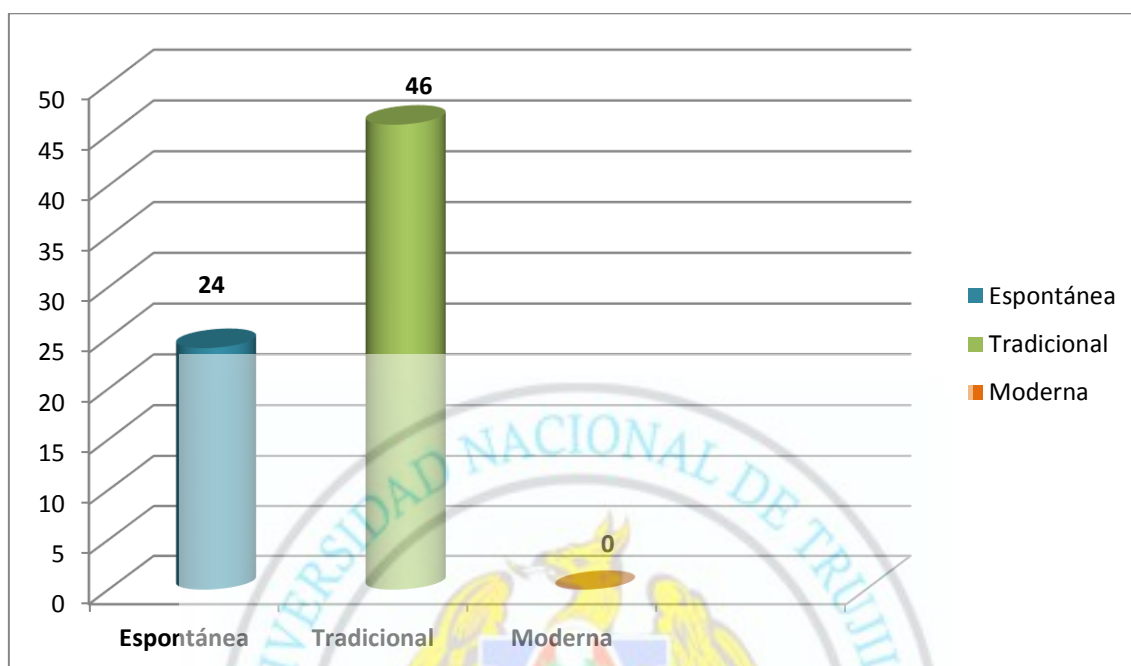
Características por las que se difundiría el baile de la marinera, según pobladores.

Características:	N°
Espontánea	24
Tradicional	46
Moderna	0
Total	70

Fuente: Cuadro Matriz de encuestas a Pobladores en Moche Abril 2014.

Características por las que se difundiría el baile de la marinera, según pobladores.

CUADRO N° 09



Fuente: Tabla N° 09

En el gráfico N° 09 se observa que 46 de un total de 70 pobladores encuestados (lo que pertenece al 65.7%) mencionan que por poseer la característica Tradicional, siendo esta la más importante para ellos, un grupo de 24 (34.3%) pobladores afirman que es por lo espontáneo, por último ninguno de ellos se refiere a la característica moderna (0%).

Se deduce que en su mayoría los turistas como los pobladores de Moche mencionan que es la característica Tradicional por lo que la marinera se difundiría como baile para promocionar el turismo en el destino Trujillo.

Característica por la cual ellos se sienten identificados, debido al legado histórico y cultural que han heredado de sus antepasados ya sea, gastronomía, fiestas religiosas, bailes típicos: marinera, los diabólicos, los negritos, etc.



3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA A PARTIR DE LA BAILE DE LA MARINERA QUE SE MANIFIESTA EN LA FIESTA DE SAN ISIDRO LABRADOR

1. OBJETIVO GENERAL

La promoción turística del baile de la marinera espontánea y tradicional en la festividad de San Isidro Labrador.

1.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Crear medios de publicidad para impulsar la promoción turística de la marinera espontánea y tradicional.
- Coordinar con las autoridades encargadas, empresas públicas y privadas para el desarrollo de la promoción turística con los medios de publicidad elegidos.

Objetivos Específicos	Actividades	3	4	5	6
• Crear medios de publicidad .	Indagación y selección de los medios de publicidad de acuerdo a la promoción que se desee realizar.	x			

Entregar la publicidad a instituciones y/o personal encargados de su divulgación.	x			
Coordinación previa con instituciones	x	x	x	



el proyecto de promoción turística.																			
 Divulgación de la publicidad para la promoción turística del baile de la marinera espontánea y tradicional.					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Publicidad: Inserción de anuncios en diversos medios de comunicación de masas: televisión, prensa, revistas, radio, publicidad exterior, inclusión de anuncios en libros y guías turísticas, folletos y páginas Web de otras instituciones u operadores turísticos.

Ferias Turísticas: Encuentros anuales de corta duración que tienen lugar en la misma fecha y lugar; sirven para presentar y promocionar la oferta comercial de las empresas y destinos a intermediarios, proscriptores y público en general. Su máxima utilidad consiste en el establecimiento o mantenimiento de contactos personales entre los distintos operadores del sector.

Promoción de ventas: Conjunto de acciones que mediante de diversos estímulos, tratan de incrementar la demanda a corto plazo. Pueden ir dirigidas a los intermediarios, vendedores propios, consumidores o proscriptores.



Relaciones Públicas: Conjunto de acciones tendentes a conseguir la difusión a través de los distintos medios de comunicación, de buena propaganda, es decir de informaciones favorables para la empresa o destinos y sus productos o servicios de forma gratuita. Conjunto de acciones tendentes a mantener buenas relaciones o tratar de influir sobre las decisiones de determinado público o colectivo.

Patrocinio: financiación u otro tipo de ayuda material a determinadas actividades y eventos, con la finalidad de obtener positivos sobre la imagen y/o estimular la demanda entre públicos, objetivos seleccionados.

Marketing Directo: Conjunto de actividades que se dirigen directamente a un público objetivo mediante sistemas personalizados e interactivos, que facilitan la obtención de una respuesta del cliente.

TRIPTICO

Los trípticos destacan por ser los folletos comúnmente más utilizados por parte de un buen número de empresas, puesto que al contener una hoja, dos plisados y 6 caras, nos brindan la posibilidad de poder añadir una mayor cantidad de textos, imágenes y gráficos, gracias precisamente a su mayor extensión. **(Ver Anexo N° 14).**

Son mucho más completos y extensos que el díptico, de manera que es una opción adecuada a la hora de anunciar un negocio o empresa, porque contamos con mayor tamaño.

Para la elaboración del tríptico que usaremos se han tomado en cuenta las siguientes medidas:

En papel A4 de 21 x 29.7 cm

En letra lucida calligraphy

El material será ofrecido a la Municipalidad Distrital de Moche (Oficina de Imagen Institucional), a las principales agencias de viajes en Moche, que deseen colaborar con la propuesta, previa coordinación en Huacas del Sol y la Luna, Chan-Chan, Complejo Arqueológico del Brujo y algunas casonas del centro histórico, donde existe concurrencia de turistas.



PROGRAMA TURISTICO DISEÑADO PARA AGENCIAS DE VIAJES

Este programa está diseñado para las agencias de viajes que aprueben la propuesta que se plantea insertar a la festividad de San Isidro Labrador de Moche con su baile de la marinera en sus características espontánea y tradicional. Los meses de Abril y mayo de todos los años.

Donde se describe el recorrido que se realizará en 2 días y 1 Noche, empezando por Trujillo (centro histórico), balneario de Huanchaco, visita a Huacas del Sol y la Luna terminando en la festividad religiosa de San Isidro Labrador con el espectáculo del baile de marinera espontánea y tradicional.

El programa está elaborado en papel A4 de 21 x 29.7 cm.

Escrito en letra Arial 11 con 1.5 de espacio.

Este material será entregado a las principales agencias de viajes previa coordinación con la Municipalidad Distrital de Moche, APAVIT y Municipalidad Provincial de Trujillo.

AFICHE

Los afiches publicitarios son una herramienta muy importante e indispensable ya que al contemplar una imagen que nos interesa buscamos cómo puede atraer nuestros sentidos y de qué forma nos puede agradar. Cuando se encuentra la relación entre el receptor y el contenido de la imagen, el mensaje se percibe con claridad, y por lo tanto se suscita entre los dos un nivel de identificación.

En primera instancia no podemos identificar que elementos tuvieron mayor impacto en el nivel de perceptibilidad si fue la forma de la imagen, el color, o el mensaje escrito que capturó nuestros sentidos. Para esto es necesario que el comunicador construya el mensaje mediante la imagen, de tal manera que el receptor se sienta reflejado en este.

Elaboración del Afiche

- ✎ Título sobresaliente y que resalte de los demás componentes.
- ✎ Gráficos de acuerdo al título a presentar.
- ✎ Texto claro, corto y conciso.
- ✎ símbolo o logotipo.



- ✎ gama de colores dependiendo del Mensaje a trasmitirse.
- ✎ Papel de alta calidad de 200 y 90 gramos.
- ✎ Medidas: 41 x 29 cm. o 29 x 20 cm.
- ✎ Impresión digital en cuatricromía (a todo color).

Este será colocado desde el mes de marzo hasta junio, en los principales atractivos que se visitan como Huacas del Sol y la Luna, Chan-Chan y Complejo Arqueológico el Brujo, en la Municipalidad Distrital de Moche (Oficina de Imagen Institucional), en Agencias de viajes de Moche y Trujillo. Previa coordinación. Tomando en cuenta que en marzo se celebra semana santa y nos visitan diversos turistas.

PROGRAMA TURÍSTICO

Tours Trujillo y Moche unidos por la Tradición

Trujillo ciudad + Huaca de la luna + Moche

(2 Días, 1 Noche)

DIA 1

Trujillo cuidad

10:30 AM Iniciaremos nuestro recorrido por los monumentos Coloniales civiles y religiosos. Visitaremos la Casa del Mayorazgo de Facalá, la mansión que cobijó la confección de la primera Bandera Nacional, usada en Trujillo en la primera proclamación de independencia el 29 de diciembre de 1820, luego visitaremos la Plazuela Santo Domingo, la Casa Urquiaga, continuaremos con Plaza Mayor, y el Monumento de la Libertad. Casa del Mariscal de Orbegoso, Iglesia La Merced, Casa de la Emancipación. Continúa la visita al Palacio Iturregui que presenta dos plantas, cuya influencia neoclásica muestra amplios patios y galerías. Plaza El Recreo, plaza de Armas, así mismo se encuentra la Caja de Agua (Sistema de distribución de agua en la época colonial). Finalizamos con el recorrido de la ciudad con la visita a la Muralla de Trujillo y el Baluarte Herrera, que protegió desde el siglo XVII a la ciudad de ataques de los bucaneros y corsarios.

1:30 PM Almuerzo.



Excursión a Chan chan-Huanchaco

Inicio de la excursión Chimú, con rumbo a la Huaca Arco Iris (Huaca Dragón), el cual fue usado como adoratorio por los antiguos chimús, quienes decoraron este templo con figuras representativas a la fertilidad de la tierra. Salida al Museo de Sitio de Chan Chan, que cuenta con tres salas permanentes y una temporal. Aquí aprenderemos sobre la forma de vida del poblador chimú, ceramios y piezas de orfebrería. Al finalizar veremos la declaración de Chan Chan como Patrimonio Mundial de la Humanidad UNESCO. Luego visitaremos uno de los 9 Palacios de la Ciudadela de Chan Chan, el Palacio Ni kan (ex Palacio Tshudi), que posee ambientes decorados con frisos de diversos motivos marinos, entre ellos la: Plaza ceremonial, Corredor de peces y aves, la sala del altarcillo, templete o audiencias, Huachaque o pozo ceremonial, la sala de las 24 hornacinas, segunda plaza y plataforma funeraria. Finalmente nos dirigiremos al Balneario de Huanchaco, aquí cuenta la leyenda que Takaynamo, el primer rey de los chimús, desembarco junto a su corte. Aquí podremos hacer compra de artesanía, pasear por el tradicional muelle, y divisar a los surfistas y los famosos caballitos de totora, antiguas embarcaciones usadas por los moches y chimús, las que aún son usadas por nuestros pescadores hoy en día. Retorno a Trujillo.

06:30 PM Llegada a Trujillo



DÍA 2

Huacas del Sol y la Luna.

10:30 AM Recojo de su hotel e inicio del tour.

EXCURSIÓN HUACAS DEL SOL Y LA LUNA

Salida a la Campiña de Moche e inicio de la excursión a Huaca de la Luna. Llegada al Museo Huacas de Moche, que cuenta con piezas de cerámica que muestran la iconografía y actividades del pueblo Moche. Luego visita a la Huaca de la Luna, centro religioso Moche, el que recorreremos a través de sus habitaciones llenas de murales en alto relieve con la representación de su dios AIAPAEC o El Decapitador o Degollador, guerreros, prisioneros desnudos, danzantes, animales, arañas gigantes, el sol, las estrellas, motivos abstractos, etc. Desde Huaca de la Luna apreciaremos la Huaca del Sol, pirámide de 43 metros de alto, construida con fines administrativos. También divisaremos La Zona Urbana Mochica, que era el área donde vivía la alta sociedad de los moches. Finalmente en el área de Artesanos, apreciaremos piezas de cerámica hechas con el estilo, colores, formas que usaban los antiguos moches y que los artesanos mantienen hasta nuestros días.

Además disfrutaremos de la gastronomía local a la hora del almuerzo.

01:30 PM Almuerzo

MOCHE-Festividad Religiosa de San Isidro Labrador.

3.00 pm Inicio de la excursión, con rumbo a Moche, para participar de la festividad religiosa de San Isidro Labrador, especialmente del baile de la marinera espontánea y tradicional. Visitaremos el arco de entrada a Moche y nos dirigiremos a la casa de preparación donde se encuentra San Isidro Labrador donde será vestido para ser recibido en Moche por toda su feligresía, con su palana, sombrero y su capa, asimismo donde observaremos a los altareros, esperadores y junta directiva en general adornando el arco de fiesta con frutas de la zona y artículos de primera necesidad como: vinos, panetones, gaseosas, frugos, etc.; donde al centro de este será ubicado el santo patrón hasta llegar a la plaza de Moche. Luego realizaremos un pequeño recorrido en procesión para ser partícipe de la religiosidad y devoción de los pobladores, antes de llegar a la plaza



seremos testigos de un espectáculo de marinera en sus características de espontánea y tradicional, con una duración de 15 minutos donde observaremos a pobladores participar de este baile los mismos que invitan al público y visitantes que en ese momento se encuentren participando de la festividad a unirse a este baile. Finalmente nos dirigimos a la plaza donde nos espera otro espectáculo de danzas propias de la región y baile de marinera para dar la bienvenida a San Isidro al pueblo que lo acoge.

7.00 pm Retorno a Trujillo.

Incluye:

- 01 noche de alojamiento, 01 desayuno, tickets de ingreso a los lugares a visitar, transporte turístico, guía de turismo, los tours mencionados arriba, Traslado In Out

No Incluye:

- Almuerzos, cenas, cualquier otro gasto no especificado en el párrafo "Incluye"

¿Qué Traer?

- Mochila pequeña para el día, zapatos cómodos, ropa cómoda, agua, bloqueador solar, cámara, dinero en efectivo para extras y compras.

AFICHE PUBLICITARIO DEL BAILE DE LA MARINERA EN SAN ISIDRO LABRADOR





CONCLUSIONES

1. Las características de lo espontáneo y lo tradicional de la marinera, como la vestimenta de este baile y los momentos en que se ve reflejados en la festividad religiosa de San Isidro Labrador, van a permitir la promoción del destino Trujillo.
2. Lo espontaneo y lo tradicional del baile de la marinera que se practica en la festividad de San Isidro Labrador proviene de generación en generación y su aprendizaje se realiza por imitación y tradición oral; características que serían motivo para la promoción del destino Trujillo y como consecuencia de la promoción del destino Trujillo generarían desplazamientos hacia el pueblo de Moche.
3. De los 148 turistas encuestados, 147 de ellos reflejando un porcentaje del (99.3%) afirman que el baile de la marinera como baile tradicional contribuye a la promoción del Turismo en Trujillo. (Ver Tabla N° 04)
4. Los momentos en que se manifiesta lo espontáneo y tradicional de la marinera en la festividad religiosa de San Isidro Labrador se ven reflejados en la forma de bailar, el tipo de vestimenta que se porta, dentro de la actividad agrícola denominada: La Faena, que se lleva a cabo en la festividad y en algunas ocasiones en los agasajos que brindan los altareros.
5. La promoción turística del destino Trujillo requiere de una alternativa como lo espontáneo y lo tradicional del baile de la marinera para que puede surgir efecto en el público objetivo.
6. La marinera que se baila en la festividad religiosa de San Isidro Labrador, tiene como originalidad su forma de bailar, y la peculiaridad de su vestimenta agrícola, y



como legado cultural la raíz e historia de esta danza que es rural y nace como el ofrecimiento de la madre tierra, evidenciando lo espontáneo y tradicional de este baile.

7. El baile de la marinera viene evolucionando en forma paulatina, como producto de un proceso natural, por factores de tiempo asimismo por influencia de otros bailes.
8. El baile de la marinera es un recurso y a la vez atractivo turístico. Como parte de la esencia cultural del pueblo capaz de generar importantes flujos turísticos tanto nacionales como extranjeros.





RECOMENDACIONES

- ✎ Las manifestaciones folclóricas de Moche como el baile de la marinera en la festividad de San Isidro Labrador, deben ser difundidas principalmente por la Municipalidad Distrital y a través de los diversos medios de comunicación existentes (radio, televisión, internet, periódicos, folletos, etc.) en cualquier evento programado.
- ✎ La espontaneidad y legado cultural de las manifestaciones folclóricas de Moche se presentan en el baile de la marinera, por eso es necesario reconocer la cultura de un pueblo antiguo que a pesar de los años mantiene viva su esencia.
- ✎ Lo espontáneo y lo tradicional del baile de la marinera en la festividad religiosa de San Isidro Labrador en Moche puede ayudar a las Agencias de Viajes a ofrecer un producto completo e innovador en sus tours, logrando así un mayor interés en los turistas que visitan el destino Trujillo, ya que no sólo encontrarán lo arqueológico, playas y ciudad sino que serán partícipes de la cultura viva de un pueblo que quiere contar su historia.
- ✎ Incentivar a las futuras generaciones a identificarse con su cultura, por medio de charlar informativas, eventos culturales a la población y a las Instituciones educativas que estén interesadas en tal iniciativa, para que más adelante se trabaje por mejorar y explotar de manera racional todo lo que puede ofrecer Moche.
- ✎ Tomar en cuenta lo espontáneo y tradicional del baile de la marinera que se presenta en las festividades religiosas en Moche, y hacer de este un atractivo turístico con una promoción adecuada, en coordinación con la municipalidad distrital de Moche y representantes de la organización de cada festividad, con la



finalidad que sea reconocido, aceptado y se convierta en la principal motivación para los turistas.

- ✎ Propiciar un ambiente favorable en el distrito de Moche entre los pobladores y la Municipalidad para la consecución de metas y objetivos turísticos comunes, consolidando la unión entre las festividades religiosas y la actividad turística.
- ✎ El motivo principal de mi investigación es motivar a los estudiantes y público en general para que sigan difundiendo la promoción del baile de la marinera en sus diferentes aspectos y particularidades, ya sea en el distrito de Moche, en la provincia de Trujillo o en cualquier región del Perú, por ser esta un recurso que se tiene que explotar de manera racional y sacarle el mayor provecho en temas turísticos, que esta investigación sirva como referencia para complementar las que realizarán en un futuro.
- ✎ Recomiendo a los estudiantes y público en general que requieran hacer alguna investigación a fin al baile de la marinera en Moche, la realicen ya que es un pueblo acogedor, que siempre están dispuestos a colaborar en la investigación.
- ✎ Al personal que labora en la oficina de Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Moche, se les reconoce su labor sin embargo se les recomienda hacer pasantías tanto nacionales como internacionales para mejorar la promoción turística que coadyuve al desarrollo del destino Trujillo.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ACERENZA, Miguel Ángel (1993) **Promoción Turística, un enfoque metodológico**. Editorial Trillas-México.
2. AGUILAR, Carlos (1989) **La Marinera Baile Nacional de Perú**. Editorial Impa Color. Lima- Perú.
3. ASMAT, Julio César (1996) **La Festividad Religiosa de San Isidro Labrador de Moche**. Trujillo-Perú.
4. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ (1988) **La Marinera: Danza Nacional del Perú (Signo e Imagen)**. Edición Banco de Crédito del Perú. Lima-Perú
5. BOULLÓN C. Roberto (1990) **Planificación del Espacio Turístico – 2ª** edición México Trillas.
6. BURNETT, John (1996) **Promoción: Conceptos y Estrategias**. Editorial. McGraw-Hill Interamericana.
7. CENTRO CULTURAL (1997).
8. CLUB LIBERTAD (2001) **Revista del XLI Concurso Nacional de Marinera**. Editorial Club Libertad y Pilsen Trujillo.
9. CORSIGLIA, Javier (2011) **El Tango Como Producto Turístico de Barracas**. Buenos Aires-Argentina.
10. DE LA TORRE, Francisco (1996) **Introducción al Estudio del Turismo**. Editorial Continental S.A., México DF, México.
11. DE LA TORRE PADILLA, Oscar (1980) **Turismo Fenómeno Social-2º** edición- España, Madrid.
12. DE ORBEGOZO, Karina (1993) **El Baile Nacional**. Edición Banco de Crédito del Perú.



13. ELIAS MINAYA, José (1998) **San Isidro Labrador y la agricultura en la campiña de Moche**. Trujillo-Perú.
14. GAMARRA, Abelardo (1988) **El Baile Nacional**. Edición Banco de Crédito del Perú.
15. GURRIA DI-BELLA, Manuel (1994) **Introducción al Turismo**. Editorial. Trillas S.A. México. D.F.
Consultado el 02 de Marzo del 2014.
- KOTLER, Philip (2004) **Marketing Cap. 14 Promoción del producto**. Editorial Pearson Educación, S.A. España.
16. LLATA LOYOLA, María D. (2003) **Ecología y Medio Ambiente**.
<http://ecologiaymedioambiente/books?isbn=9706414576>
Consultado el 03 de Marzo del 2014.
17. MANTERO, Juan Carlos (1997) **Estudios y perspectivas en turismo**. CPC ediciones, Buenos Aires – Argentina.
18. MINCETUR (2004) **Decreto supremo de establecimientos de hospedaje n° 029-2004** Lima- Perú.
19. MINCETUR (2006)
20. NOVOA ORTIGAS, Salomón (1999) **Marinera, Hecho Folklórico, serie de divulgación antropológica N° 02** Trujillo-Perú.
21. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Lima – Perú
22. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1994) **Concepto de Turismo**.
23. **Revista Cultural Tradiciones Peruanas**. 2° edición- Los Ángeles, Estados Unidos.



ANEXOS

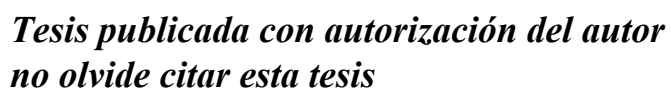
ANEXO N° 01

MAPA PROVINCIAL DE TRUJILLO.



Fuente: <http://www.perutoptours.com>

MAPA POLÍTICO DE MOCHE



ANEXO N° 03

CALENDARIO TURÍSTICO DE TRUJILLO

Fecha:	Festividad:
12 - 27 de Enero:	Concurso Nacional de Marinera. Pasacalle de las academias de marinera del país. Fiesta del Perol. Concursos del caballo de paso.
19 de Marzo:	Fiesta de San Isidro El Labrador.
Marzo/Abril (fecha movable)	Semana Santa en Trujillo. Festividad tradicional de mayor fervor popular en el Perú, desde años inmemoriales, se realizan procesiones diversas que recuerdan a la Pasión y Muerte de Jesucristo durante 08 días.
24 de Abril:	Fiesta de Santo Toribio de Mogrovejo de Tayabamba en Pataz.
05 - 15 Mayo:	Fiesta Patronal en honor a San Isidro Labrador - Moche.
29 de Junio :	Fiesta Patronal en honor a San Pedro y San Pablo. Huanchaco - Salaverry
13 de Julio:	Fiesta de Santiago de Chuco.
28 y 29 Julio :	Fiestas Patrias: Aniversario patrio, en todo el Perú, se realizan actividades cívico-militares; desfile en todo el territorio patrio, además son populares las ferias regionales y locales, los conciertos folklóricos (andinos y criollos) con presentación de grupos de rock. Durante estas fechas son muy usuales también observar los circos instalados en diferentes regiones del Perú.
29 de Julio:	Fiesta del Señor de Caña en Chiclín.
15 de Agosto:	Fiesta de la Alta Gracia en Huamachuco.
20 de Septiembre:	Festival Internacional de la Primavera, elección y coronación de reinas, exposición de artesanías y productos agropecuarios, presentación de artistas nacionales e internacionales, además concursos de caballos de paso, peleas de gallo, etc.
24 de Septiembre:	Festividad patronal de la virgen de las mercedes de Salpo en Otuzco.
03 de Diciembre:	Fiesta de la Virgen de Guadalupe.
08 de Diciembre:	Festividad de la Inmaculada Concepción. En las provincias del Perú se realizan novenas, misas y procesiones.
15 de Diciembre:	Fiesta en honor a la virgen de la Puerta.
25 de Diciembre:	Navidad del niño Dios.
29 de Diciembre:	Aniversario de la independencia de Trujillo - Trujillo.

ANEXO N° 04

Muestra de visitantes a Huaca del Sol Y la Luna en el mes de Mayo del 2014

Fuente: Ministerio de Cultura - Dirección Regional de
Cultura - La Libertad-
Junio 2014

n= tamaño de la muestra que queremos calcular
N= 5926
Z= nivel de confianza (1.96)
p= proporción que esperamos encontrar (50%= 0.5)
e = (8% = 0.08)

Población

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

$$n = \frac{5926 (1.96)^2 (0.5) (1-0.5)}{(5926-1)(0.08)^2 + (1.96)^2 (0.5) (1-0.5)}$$

$$n = \frac{5926 (3.8416) (0.5) (0.5)}{(5925) (0.0064) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{5926 (3.8416) (0.25)}{37.92 + 0.49}$$

$$n = \frac{5926 (0.9604)}{38.41}$$

$$n = \frac{5691.3304}{38.41}$$

$$n = 148.2$$

ANEXO N° 05

Foto N° 01

La Introducción al baile de la Marinera (El saludo)



Fuente: Archivo fotográfico de la investigadora

Esta es la primera etapa del baile de la Marinera, donde ambas parejas ubican frente a frente y se intentan conocer, para que luego se puedan cortejar en el desarrollo del baile.

En esta imagen se visualiza a una pareja haciendo efecto del baile de Marinera; ambos están pañuelos al aire, al momento que el santo patrón descansa antes de llegar a la plaza de Moche, el 15 de Mayo, día central de la festividad; la mujer está usando la vestimenta propia de este baile: blusa y falda rosada, con un sombrero típico de los pobladores en Moche, por otro lado el varón que la está acompañando está usando un traje que personifica a los antiguos Moches, siendo este un legado que heredó de sus antepasados.

ANEXO N° 06

Media Luna (coqueteo)



Fuente: Archivo fotográfico de la investigadora

En la fotografía muestra a una pareja bailando Marinera en la Festividad de San Isidro Labrador el 15 de Mayo, día central de la festividad, al momento que el santo patrón se detiene a descansar antes de llegar a la plaza de Moche donde se lo recibe con honores, esta es una forma que los pobladores tienen como agradecimiento hacia él por el buen año de cosecha, por los milagros concedidos, o porque el año siguiente sea fructífero para ellos.

Esta es la parte del coqueteo, donde la dama hace uso de movimientos sensuales con su falda, los quiebres de cadera, con el pañuelo y los gestos que hace para captar la mirada de su pareja.

La dama lleva puesta la vestimenta con la que se baila la Marinera; una falda con vuelo color rosado y la blusa rosada con blondas blancas, lleva también un sombrero de paja que acostumbran a llevar las pobladoras de Moche. Mientras tanto el varón que la acompaña lleva la vestimenta de un antiguo moche, conservando la tradición que heredó de sus antepasados.

ANEXO N° 07**Primera Huida**

Fuente: Archivo fotográfico de la investigadora.

En esta fotografía se aprecia una pareja demostrando el baile de la marinera, en la festividad de San Isidro Labrador, la mujer lleva puesta la vestimenta propia de este baile, el varón refleja la espontaneidad como característica de este baile ya que se involucró en este sin antes haberse preparado, sólo pasó a ser parte de este porque quería transmitir su alegría, compromiso, fervor religioso con su santo patrón, la vestimenta que lleva puesta no es propia de la marinera, es un claro caso que fue parte de otra representación.

ANEXO N° 08

Vuelta a la derecha



Fuente: Archivo fotográfico de la investigadora.

ANEXO N° 09

Segunda Huida



Fuente: Archivo fotográfico de la investigadora

En esta imagen se observa una pareja de damas bailando marinera en la festividad de San Isidro Labrador, haciendo énfasis en el carácter espontáneo de la marinera se aprecia que una de las bailarinas lleva la vestimenta propia de la marinera por el contrario la otra señora lleva puesta ropa común: pantalón jeans, blusa, zapatos, lo que demuestra que esta pobladora no estaba preparada para participar pero por el motivo de su fervor religioso, algarabía, en el momento del baile decidió de forma espontánea y natural ser parte de este.

ANEXO N° 10

Zapateo (Remate o fase final)



Fuente: Archivo fotográfico de la investigadora

Es la última etapa del baile de la marinera, donde la pareja de baile se rinde ante el amor y juntos deciden dar por finalizado el romance vivido.

En el día central de la Festividad de San Isidro Labrador, se observa a una pareja de bailarines compenetrados, mirándose a los ojos, demostrando que existe cierta complicidad entre ellos, dando por terminada la lucha entre el amor de un varón que no se cansa de cortejar a su amada y la dama que al inicio se muestra coqueta y esquiva para después corresponder al galante enamorado.

ANEXO N° 11

San Isidro Labrador-Moche



Fuente: Archivo Fotográfico de la Oficina de Imagen Institucional-Municipalidad Distrital de Moche.

Esta es la imagen representa al santo patrón de la agricultura San Isidro Labrador, el día central de su festividad (15 de mayo), ubicado al centro del llamado “arco de fiesta” que está compuesto por diversas frutas de la región como: piñas, manzanas, naranjas, plátanos, uvas así como productos industrializados: gaseosas, frugos, vinos, yogurts, agua mineral, etc. el mismo que ha sido elaborado por los miembros de la hermandad de San Isidro Labrador, altareros, esperadores y población en general.

ANEXO N° 12

Espectáculo Coreográfico de Marinera en la Festividad de San Isidro Labrador.



Fuente: Archivo Fotográfico de la Oficina de Imagen Institucional-Municipalidad Distrital de Moche.

Esta imagen refleja el baile de marinera de manera academizada, la que presenta coreografías, una vestimenta de baile establecida, con pasos estilizados y trabajados, algunos de los bailarines son campeones de marinera o pertenecen a alguna academia de baile.

ANEXO N° 13

Clausura de la Festividad de San Isidro Labrador en Moche-2014



Fuente: Archivo Fotográfico de la Oficina de Imagen Institucional-Municipalidad Distrital de Moche.

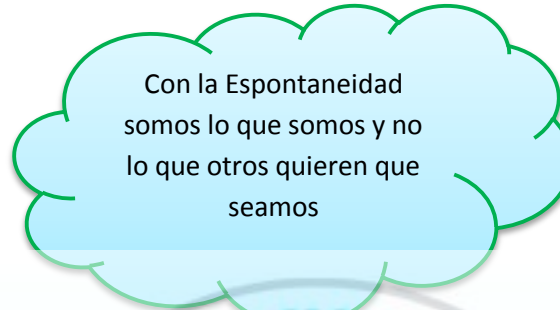
Se observa en esta fotografía a representantes de la hermandad de San Isidro Labrador-Moche 2014, con su presidente el Sr. Pablo Alonso Mendoza Siche, el R.P. Guillermo José Tamara Rodríguez y público en general, en la ceremonia de clausura de la festividad de San Isidro Labrador.

ANEXO N° 14

**TRÍPTICO DEL BAILE DE LA
MARINERA EN LA FESTIVIDAD DE SAN
ISIDRO LABRADOR.**



En Moche ubicado en la provincia de Trujillo, se celebra la festividad religiosa de San Isidro Labrador donde los esperadores también son parte de esta conmemoración, demostrando su devoción, la espontaneidad y la tradición en el baile de marinera del cual están participando, como se aprecia es la imagen.



Moche: La Marinera: Espontánea y Tradicional



*La tradición te recuerda de
dónde vienes y a dónde vas*

¿Qué es marinera espontánea?

Esta danza es peculiar en diversas festividades religiosas de nuestro país que se da de manera espontánea y por otro lado de manera academizada, es así como se baila la marinera.

El hombre también genera y aprende comportamientos que no están regulados institucionalmente y éstos producen efectos de identidad en el grupo; por tanto es consciente cuando sabe que está haciendo algo que lo identifica con su grupo y por eso actúa así, por ejemplo participar de una fiesta religiosa.

Festividad de San Isidro Labrador en Moche.

Moche ubicado al sur de Trujillo a una distancia de 10 minutos, pueblo católico y de arreglo tradicional, cada año le rinde homenaje al Santo Patrón de la Agricultura.

Por medio de quien le piden a Dios la gracia y bendiciones celestiales para los campos agrarios de la campiña.



Esta festividad dura aproximadamente dos meses, el día 15 de mayo, su día central, es acompañado de la hermandad, banda de músicos y de los grupos de “Diablos” danzantes. En un anda vestida con flores y abundante frutas frescas se asienta a San Isidro con su indumentaria tradicional, compuesto de sombrero de paja, capa y palana.

¿Qué es marinera tradicional?

El tiempo es juez infalible de la evolución humana, y su veredicto nos dice que hay cambios que perduran porque nacen del sentimiento de los pueblos, mientras que los usos de pequeños grupos o basados en modas pasajeras tienen poca permanencia en la memoria colectiva.

La Marinera es pues un legado antiguo que nace de nuestras raíces irrenunciables, hispana, india y negra, raíces culturales que le han dado cada una un poco de su sangre transformada en ritmo y sabor.

ANEXO N° 15

Actividad agrícola: La Faena

Festividad Religiosa de San Isidro Labrador-Moche



La actividad agrícola de la faena, se lleva a cabo en la festividad de San Isidro Labrador en Moche, donde se congregan pobladores y visitantes, en el campo de cultivo donado por un poblador, altarero o esperador que por voluntad decide otorgar parte de su cosecha como agradecimiento al santo patrón por el “buen año” en la agricultura y para que el siguiente también le sea propicio.

ANEXO N° 16

Culminación de la actividad agrícola: La Faena

Cosecha de camote.



En esta fotografía la “faena” ha sido terminada, y la cosecha en este caso de camotes, que han sido extraídos por algunos pobladores que participaron en esta actividad agrícola, que representa el agradecimiento y devoción al santo patrón de la agricultura San Isidro Labrador en Moche.

**ENCUESTA
A
POBLADORES DE MOCHE**

ANEXO N° 18

**CUADRO MATRIZ DE
ENCUESTAS A POBLADORES**



N°	Edad	Género		5					6			7					8					9			10			11			12			13			14			15			16			17			18			
		M	F	A	B	C	D	A	B	C	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	D										
E-1	56	1				1															1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-2	30	1				1				1											1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-3	43		1		1					1											1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-4	45		1		1					1											1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-5	19		1				1			1											1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-6	21		1				1			1											1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-7	67	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-8	50		1			1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-9	18	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-10	32	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-11	25		1			1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-12	48	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-13	39		1				1		1												1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-14	66	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-15	20	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-16	18	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-17	76		1		1			1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-18	37		1			1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-19	33	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-20	26	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-21	77		1			1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-22	49		1			1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-23	53		1		1			1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-24	28	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-25	85		1			1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-26	24	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-27	36		1			1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-28	47	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-29	85	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1									
E-30	70		1		1			1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-31	84	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-32	23		1			1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-33	83	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-34	27	1			1			1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-35	22	1			1			1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-36	58	1			1			1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-37	57	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-38	29	1			1			1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-39	50		1		1			1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-40	19	1			1			1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-41	25	1			1			1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-42	22		1		1			1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-43	57		1		1			1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-44	48		1		1			1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-45	30		1		1			1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-46	32		1			1		1													1	1		1			1	1		1	1		1			1	1		1	1		1	1			1						
E-47	84	1				1		1													1	1		1			1	1		1	1		1																			

ANEXO N° 19

ENCUESTA

A

TURISTAS



ANEXO N° 20



N°	Edad	Género M F	Nacionalidad	5			6				7				8					9		10			11		12			13			14		
				A	B	C	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	C	D	E	A	B	A	B	C	A	B	A	B	A	B	A	B	C		
T-1	22	1	Lima	1			1				1				1					1		1		1		1		1			1				
T-2	20	1	Lima		1		1				1				1					1		1		1		1		1			1				
T-3	29	1	Italia	1			1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-4	22	1	Lima	1			1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-5	58	1	Chiclayo			1	1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-6	25	1	EE.UU	1			1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-7	30	1	EE.UU	1			1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-8	48	1	Francia		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-9	59	1	Francia		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-10	62	1	Francia		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-11	21	1	Italia	1			1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-12	33	1	Italia	1			1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-13	37	1	EE.UU	1			1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-14	26	1	EE.UU	1			1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-15	35	1	EE.UU			1	1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-16	19	1	Lima		1				1		1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-17	58	1	Chiclayo			1			1		1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-18	34	1	Canadá	1			1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-19	30	1	Canadá	1			1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-20	25	1	Lima		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-21	23	1	Lima		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-22	22	1	Lima		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-23	28	1	Argentina	1			1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-24	32	1	Argentina	1			1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-25	26	1	Lima				1							1				1			1		1		1		1			1		1			
T-26	42	1	EE.UU	1			1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-27	44	1	EE.UU	1			1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-28	55	1	Lima		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-29	60	1	Lima		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-30	51	1	Chiclayo			1			1		1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-31	26	1	Piura		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-32	18	1	Lima		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-33	30	1	Lima		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-34	44	1	Lima		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-35	61	1	Lima		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-36	78	1	Italia		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-37	20	1	Italia		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-38	19	1	EE.UU		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-39	63	1	EE.UU		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-40	72	1	EE.UU		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-41	47	1	EE.UU		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-42	22	1	Chiclayo			1			1		1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-43	83	1	Chiclayo			1			1		1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-44	28	1	Nueva Zelanda		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-45	47	1	Nueva Zelanda		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-46	58	1	Argentina		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-47	62	1	Argentina		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-48	47	1	San Martin			1			1		1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-49	59	1	San Martin			1			1		1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-50	60	1	Lima		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-51	38	1	Lima		1				1		1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-52	22	1	Lima			1			1		1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-53	55	1	EE.UU		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-54	49	1	EE.UU		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-55	37	1	EE.UU		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-56	24	1	Argentina		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-57	79	1	Argentina		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-58	82	1	Argentina		1		1				1				1			1			1		1		1		1			1		1			
T-59	47	1	Argentina		1		1				1				1			1			1		1		1										

T-85	30	1	Francia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-86	43	1	Francia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-87	55	1	Francia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-88	62	1	Francia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-89	76	1	EE.UU	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-90	78	1	EE.UU	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-91	41	1	EE.UU	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-92	51	1	EE.UU	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-93	67	1	EE.UU	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-94	47	1	EE.UU	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-95	53	1	EE.UU	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-96	55	1	Canadá	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-97	66	1	Canadá	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-98	32	1	Canadá	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-99	24	1	Canadá	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-100	27	1	Canadá	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-101	45	1	Argentina	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-102	68	1	Argentina	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-103	81	1	Argentina	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-104	73	1	Argentina	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-105	46	1	Argentina	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-106	44	1	Chile	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-107	22	1	Chile	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-108	49	1	Ecuador	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-109	39	1	Ecuador	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-110	50	1	Ecuador	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-111	61	1	Canadá	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-112	80	1	Canadá	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-113	39	1	Canadá	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-114	28	1	Amazonas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-115	47	1	Amazonas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-116	52	1	Amazonas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-117	49	1	Amazonas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-118	57	1	Chiclayo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-119	21	1	Chiclayo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-120	28	1	Francia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-121	29	1	Francia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-122	35	1	Francia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-123	32	1	Francia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-124	33	1	EE.UU	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-125	55	1	EE.UU	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-126	62	1	EE.UU	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-127	77	1	Italia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-128	89	1	Italia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-129	52	1	Italia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-130	44	1	España	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-131	39	1	España	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-132	72	1	España	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-133	80	1	España	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-134	35	1	España	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-135	27	1	España	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-136	40	1	Colombia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-137	51	1	Colombia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-138	67	1	Colombia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-139	44	1	Tumbes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-140	26	1	Tumbes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-141	20	1	Chimbote	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-142	82	1	Chimbote	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-143	58	1	Chimbote	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-144	57	1	España	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-145	50	1	España	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-146	51	1	Piura	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-147	66	1	Francia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
T-148	64	1	Francia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															
TOTAL	75	73		84	37	27	130	3	15	0	15	1	122	10	49	5	34	0	60	133	15	24	121	3	146	2	146	2	147	1	18	117	13

FUENTE: REGISTRO DE ENCUESTAS PARA TURISTAS EN MOCHE ABRIL-MAYO 2014

ANEXO N° 21

**CUADRO MATRIZ DE
ENTREVISTAS A ENCARGADOS DE LA
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MOCHE**



CUADRO MATRIZ DE ENTREVISTAS A LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MOCHE

CODIGO	NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	PREGUNTA N° 01	PREGUNTA N° 02	PREGUNTA N° 03	PREGUNTA N° 04	PREGUNTA N° 05	PREGUNTA N° 06
01-M	Bach. Josue León	Apoyo en el Área de Desarrollo Económico y Promoción Turística	Difundir tradición, costumbres, identidad.	Con la programación de actividades (anual) como fiestas religiosas, fiestas de aniversario, etc.	La Marinera Mochera, se incluye en las de actividades dentro de un plan estratégico impulsado por el área de desarrollo local.	Sí, porque en las festividades religiosas promocionamos nuestras costumbres.	Por medio de campañas que impulsen este baile (marinera Mochera), como una costumbre típica, como la participación en el Record Guinness realizado en Trujillo.	Que la marinera sea parte de la identidad de Moche, que se difunda en el Proyecto Huaca del Sol y la Luna y se muestre la danza de Moche como un emblema, para que el turista que se encuentre en Moche distinga la marinera Mochera como una danza que tiene tradición.
02-M	Ing. Alonso Martin Asmat Kong	Encargado del Área de Desarrollo Económico y Promoción Turística	La actividad que impulsa en el distrito las ferias turísticas que se vienen desarrollando.	A través de programas de identidad cultural, charlas dentro y fuera del distrito.	Actualmente se cuenta con talleres para niños gratuitos donde se les enseña el origen de la marinera y la forma como se baila, la municipalidad al finalizar les entrega un reconocimiento por su participación.	Sí porque se práctica en el momento del ofertorio en la festividad de San Isidro Labrador, en este momento se observa que los turistas se involucran y forman parte de ella.	En la actualidad se realiza una campaña denominada: Identidad Muchic, donde se visita a las I.E. para invitar a los alumnos a ser partícipes de esta.	Actualmente contamos con la creación de cuatro concursos de marinera llevados a cabo en el aniversario de Moche (Octubre), en el mes de Diciembre, para el 01 de Setiembre y finalmente el 01 de Noviembre, cuando se inaugura alguna obra civil siempre contamos con la presencia de bailarines de marinera.

FUENTE: REGISTRO DE ENTREVISTAS A LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MOCHE ABRIL 2014

- 1 ¿Qué entiende Ud. por promoción turística?
- 2 ¿De qué manera trabajan la promoción turística de un destino?
- 3 Cuenta entre sus políticas culturales o lineamientos al baile de la marinera practicado en forma espontánea y tradicional? ¿Cuáles son?
- 4 ¿Cree Ud. que el baile de la marinera practicado en forma espontánea y tradicional en las festividades religiosas atrae a los turistas? ¿Por qué?
- 5 ¿Cómo impulsan el baile de la marinera como un recurso importante para promocionar el turismo de un destino?
- 6 ¿Cuáles son sus perspectivas para que el baile de marinera contribuya a la promoción turística de Trujillo?

ANEXO N° 22

**CUADRO MATRIZ DE ENTREVISTAS A
ORGANIZADORES DE LA FESTIVIDAD DE SAN
ISIDRO LABRADOR
EN MOCHE.**

CUADRO MATRIZ DE ENTREVISTAS A ORGANIZADORES DE LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR EN MOCHE										PREGUNTA N° 07					
CODIGO	NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	PREGUNTA N° 01	PREGUNTA N° 02	PREGUNTA N° 03	PREGUNTA N° 04	PREGUNTA N° 05	PREGUNTA N° 06	PREGUNTA N° 07	PREGUNTA N° 08					
01-O	Sr. Pablo Alfonso Mendoza Siche	Presidente de la hermandad de San Isidro Labrador	La visita de personas que desean conocer y admirar el arte, la cultura de las ciudades y pueblos.	Sí, la festividad de San Isidro Labrador abarca 45 días de visita a nuestros altarcillos, esperadores y efectivamente la danza de la marinera es acompañada por la banda de músicos y la bailan los altarcillos demostrando su estilo moche.	El día central del patrón de la agricultura San Isidro Labrador es el 14 y 15 de Mayo siendo estos los días que recibimos más turistas.	Cumple la función de Bienvenida y despedida al patrón en el altar a cargo.	Considero que sí, porque es un baile que les llama la atención y alguno de ellos siempre desea ser participe, pero sólo recibimos turistas los días centrales de la festividad.	No se recibe apoyo de ninguna institución en lo que respecta a el baile de la marinera y su organización.	Sí los invitaría a conocer nuestro legado, nuestra tradición.	Debido a que se encuentra dentro de una programación como por ejemplo en el calendario turístico del distrito de Moche.					
02-O	Sr. Wilmer Sánchez Sachún	Programador de la festividad de San Isidro Labrador	Mostrar las bondades, cualidades y todo lo que tenga que ver con la identidad y la cultura de un pueblo.	Sí, la fiesta se celebra durante muchos años, porque el pueblo es creyente al Dios Sol, a la Luna y a la tierra, de este modo el fervor se volca a los santos y a la iglesia católica.	La relación existente es que integra, line donde las familias llegan, turistas también juntos oran en un altar, se brinda calidez.	La función de expresión la alegría, de saber que el Santo Patrón San Isidro derrama sus bendiciones sobre el pueblo en especial a los agricultores y de agradecimiento por el año que se va.	Sí, porque es un baile nacional conocido en todo el Perú y el mundo reconoce la marinera como baile que identifica al País.	No, si hablamos de la marinera Mochera no necesita ningún apoyo porque esta tiene su propio espacio, tiene su propio estilo e identidad.	Sí, porque de esta manera fomentaría el que ellos quieran conocer más este baile y se interesen por participar en el y vivir esa experiencia inolvidable que nos transmite la marinera.	Sí, cada año ha crecido más los visitantes que han venido han hecho un trabajo de difusión, el pueblo esta lleno de turistas los días 14, 15 y 16 de mayo vienen y comparten la fiesta de modo que peregrinan al santo patrón, donde cada día se pone de manifiesto potajes típicos de Moche, todo esto engloba el interés para crear más Turismo.					
03-O	Prof. Antonio Hermógenes Sachún	Ex Presidente de la festividad de San Isidro Labrador	Tratar de conocer de forma oral y escrita la historia de un pueblo.	No, porque está academizada.	Ninguna, no la promocionan como debería ser.	Expresa alegría, no existe relación para mi punto de vista.	No, porque no es una presentación natural.	Ningún tipo de apoyo se recibe.	Los turistas no participan de este baile porque no tienen conocimiento de este, como se originó, cuales son sus raíces, etc.	si, es natural y espontánea si hay diferencia y si atrae a turistas, pero si academizada no atrae.					

FUENTE: REGISTRO DE ENTREVISTAS A LOS ORGANIZADORES DE LA FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR ABRIL 2014

Preguntas de la entrevista a los organizadores de la festividad de San Isidro Labrador.

- 1 ¿Qué entiende usted por turismo?
- 2 ¿Para usted se practica en forma espontánea y tradicional el baile de la marinera durante la festividad religiosa de san Isidro Labrador? ¿En qué momento?
- 3 ¿Qué relación tiene el Turismo con la festividad de San Isidro Labrador?
- 4 ¿Qué función cumple el baile de la marinera que se observa en la festividad de San Isidro Labrador?
- 5 ¿Considera Ud. que el baile de la marinera practicado en la festividad de San Isidro Labrador atrae a turistas? ¿Por qué?
- 6 Recibe apoyo de las instituciones de turismo para la celebración del baile de la marinera. ¿De quién?
- 7 ¿Invitaría a participar a los turistas en el baile de la marinera durante la fiesta de San Isidro Labrador?
- 8 ¿Considera Ud. que el baile de la marinera practicado en la festividad religiosa de San Isidro Labrador impulsaría el turismo en Trujillo? ¿Por qué?