



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y
NEGOCIOS**

TESIS

**PLAN DE PROMOCIÓN PARA EL DESARROLLO
TURÍSTICO DEL CARNAVAL COSTEÑO
PACORANO DEL DISTRITO DE PACORA,
LAMBAYEQUE**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN TURISMO Y NEGOCIOS**

Autor:

Bach. Peña García Estefanny Tahis

<https://orcid.org/0000-0003-3165-7905>

Asesor:

Lic. Ponte López Ulises Harvey

<https://orcid.org/0000-0002-0587-1628>

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

2020

**PLAN DE PROMOCIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL
CARNAVAL PACORANO DEL DISTRITO DE PACORA, LAMBAYEQUE**

Aprobación de Jurado

Mg. Solano Cavero Jessica Karin

Presidente de Jurado de Tesis

Mg. Reyes Arroyo Carlos André

Secretario de Jurado de Tesis

Mg. Espinoza Requejo Cinthy Catheryne

Vocal de Jurado de Tesis

DEDICATORIA

Al padre celestial, por brindarme la verdad cada día y hacer realidad lo que me he propuesto.

A mis padres por otorgarme la vida, por su esmerado esfuerzo y soporte absoluto a lo extenso de mi carrera profesional, enseñándome a aprovechar las oportunidades que se me presentan, por su respaldo y contribución para el logro de mis objetivos.

Estefanny Tahis.

AGRADECIMIENTO

Al padre celestial, por guiarme y proporcionarme el suficiente ímpetu para seguir progresivamente.

A los pobladores del distrito de Pacora y en especial para el Sr. Víctor Becerra Murillo por ayudarme con la información para mi investigación.

A mis docentes el Mg. Vásquez Vásquez Álvaro Wladimir, Mg. Ponte López Ulises Harvey, Mg. Paz Perinango José Antonio y en especial a la Autoridad máxima de la carrera profesional de Turismo y Negocios, Mg. Espinoza Requejo Cinthy Catheryne.

Estefanny Tahis.

RESUMEN

La presente investigación, denominado: **PLAN DE PROMOCIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CARNAVAL PACORANO DEL DISTRITO DE PACORA, LAMBAYEQUE.**

El objetivo principal de la presente investigación fue proponer un plan de promoción para el desarrollo turístico del Carnaval Costeño Pacorano, del distrito de Pacora.

Los principales métodos que se utilizaron en la investigación son: analítico, sistemático, siendo el tipo de investigación descriptiva proyectiva no experimental. Las principales técnicas utilizadas en la investigación son: encuestas, entrevistas y fichas de observación.

Se ha concluido que la buena promoción para el carnaval ayudaría a que este sea conocido a nivel Regional como Nacional, además del apoyo por parte de la provincia de Lambayeque, para el desarrollo de las actividades del Carnaval. A su vez se ha diseñado una propuesta con el fin de lograr una mejor promoción hacia el carnaval logrando así un desarrollo turístico del distrito de Pacora.

PALABRAS CLAVE: Plan de promoción, desarrollo turístico, carnaval pacorano, actividades.

ABSTRAC

This present investigation called: **PROMOTION PLAN FOR THE TOURISTIC DEVELOPMENT OF THE PACORANO CARNIVAL OF THE DISTRICT OF PACORA, LAMBAYEQUE.**

The main objective os this research was to purpose a promotion plan for the tourist development of the Pacorano Costeño Carnival, in the Pacora district.

The main methods used in the research are: analytical, systematic, being the non-experimental projective descriptive type of research. The main techniques used in the research are: surveys, interviews and observation files.

It has been concluded that good promotion for the carnival would help it to be know at the Regional level as National, in addition to the support from the provincie of Lambayeque, for the development of the Carnival activities. It turn, a proposal has been designed in order to achieve a better promotion towards the carnival, achieving so a tourist development of the Pacora district.

KEYWOORD: Promotion plan, touristic development, pacorano carnival, activities.

INDICE

DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
RESUMEN.....	V
ABSTRAC	VI
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. Realidad Problemática.....	11
1.2. Trabajos previos.....	18
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	27
1.4. Formulación del Problema.....	48
1.5. Justificación e importancia del estudio.....	48
1.6. Hipótesis.....	50
1.7. Objetivos.....	50
1.7.1. Objetivo General	50
1.7.2. Objetivos específicos.....	50
II. MATERIAL Y MÉTODO	51
2.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	51
2.2. Población y muestra.....	52
2.3. Variables, Operacionalización.....	54
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos y validez.....	56
2.5. Procedimiento de análisis de datos.....	59
2.6. Aspectos éticos.....	59
2.7. Criterios de Rigor científico.....	60
III. RESULTADOS.....	62
3.1. Tablas y Figuras.....	62
3.2. Discusión de resultados.....	107
3.3. Aporte científico.....	109
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	145
4.1. Conclusiones.....	145
4.2. Recomendaciones.....	146
REFERENCIAS.....	147
ANEXOS.....	151

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	36
Tabla 2	38
Tabla 3	41
Tabla 4	53
Tabla 5	55
Tabla 6	55
Tabla 7	57
Tabla 8	58
Tabla 9	62
Tabla 10	63
Tabla 11	64
Tabla 12	65
Tabla 13	66
Tabla 14	67
Tabla 15	68
Tabla 16	69
Tabla 17	70
Tabla 18	71
Tabla 19	72
Tabla 20	73
Tabla 21	74
Tabla 22	75
Tabla 23	76
Tabla 24	77
Tabla 25	78
Tabla 26	79
Tabla 27	80
Tabla 28	81
Tabla 29	82
Tabla 30	83
Tabla 31	84
Tabla 32	85

Tabla 33	86
Tabla 34	87
Tabla 35	88
Tabla 36	89
Tabla 37	90
Tabla 38	91

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	35
Figura 2	62
Figura 3	63
Figura 4	64
Figura 5	65
Figura 6	66
Figura 7	67
Figura 8	68
Figura 9	69
Figura 10	70
Figura 11	71
Figura 12	72
Figura 13	73
Figura 14	74
Figura 15	75
Figura 16	76
Figura 17	77
Figura 18	78
Figura 19	79
Figura 20	80
Figura 21	81
Figura 22	82
Figura 23	83
Figura 24	84
Figura 25	85
Figura 26	86
Figura 27	87
Figura 28	88
Figura 29	89
Figura 30	90
Figura 31	91

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática.

El turismo es una de las fracciones de mayor laboriosidad de la economía universal, y en la actualidad se ha transmutado en un movimiento con un rol muy significativo para el desarrollo monetario de numerosas naciones cuyos, beneficios son la generación de nuevos puestos de trabajo, nuevas oportunidades en las zonas rurales, las cuales ayudan a optimizar el atributo de existencia de los habitantes. Cada día y con mayor fuerza se hace evidente la necesidad de preservar la biodiversidad y la pertenencia cultural, reservando aun las costumbres, tradicionales y creencias.

La presente investigación se denominado: Plan de promoción para el desarrollo turístico del Carnaval Costeño Pacorano en el distrito de Pacora, Lambayeque, habiendo identificando como variables, plan de promoción y desarrollo turístico. La primera variable, se dice que es un instrumento escrito que es una representación constituida, se particularizan las destrezas y labores que se van a irrumpir para merecerlos en un plazo concluyente, logrando así que el producto al que se quiera promocionar logre ser conocido en el mercado obteniendo que el plan de promoción consiste en impulsar o difundir un producto, mediante estrategias y acciones. (Mayorga & Araujo, 2007)

En este caso se buscó promocionar al Carnaval Costeño Pacorano, se sabe que esté acontecimiento programado forma parte de su patrimonio cultural, pues es celebrado desde tiempos pasados derrochando de esta manera, costumbres y tradiciones.

Así mismo, la variable que corresponde al desarrollo turístico, se define como el aumento del flujo turístico de un destino, teniendo siempre en cuenta el abasto y el progreso de las infraestructuras, servicios, siendo estos capaces para compensar las

penurias del paseante. Para lograr un buen desarrollo turístico tenemos que encontrar un equilibrio en lo económico, social y cultural. (Acerenza, 2007)

La superficie de disertación en el cual se desarrolló dicha exploración es el Distrito de Pacora estacionado a 42 Km de Chiclayo, con una extensión territorial de 224.35 Km², según el Censo del año 2007 existen un total de 6.795 habitantes aproximadamente. Ubicada entre los ríos Motúpe y La Leche y a 53 m.s.n.m, sus demarcaciones son: por el Norte con Jayana, por el Sur con Íllimo, Túcume y Mórrope, por el este con Pítipo y Jayanca, por el Oeste con Olmos. Fue fundado en la colonia por un sacerdote de nombre Pacora, de quién adoptó el nombre. Ciudad con hermosas costumbres, y pobladores muy amables, anualmente celebran dos fiestas muy importantes para los pobladores, como son las fiestas de Carnaval Costeño Pacorano y la Fiestas Patronales de San Pablo.

En el área de estudio, existen diferentes problemas científicos, principalmente en el desarrollo de la celebración de su carnaval, tomando en cuenta desde la escasez de información del carnaval en general, la estacionalidad de este acontecimiento por ser celebrado una vez al año, débil promoción turística e incluso el poco conocimiento de la existencia del carnaval a nivel regional y nacional, problemas que han generado poca afluencia de visitantes, por lo que se ha tomado como tema central la débil promoción hacia el Carnaval Costeño Pacorano. Evidenciando a la vez esta investigación en tres ámbitos internacional, nacional y regional.

A nivel internacional

Se han evidenciado diversos estudios relacionados a la actividad de los carnavales como es el caso de Ecuador donde existe un pueblo llamado Guaranga en el cual todos los años se celebra la Fiesta Mayor de Guaranda “el Carnaval”, fiesta en la que se realizan, canto de coplas y estribillos, con una música propia, el baile, los juegos con

agua, serpentina, y los pobladores lo acompañan tomando tragos tradicionales de la zona, y el deguste de platos típicos, estos se divierten y bailan gustosamente. Los cantores populares, los carnavales, crean coplas con naturalidad, dentro de este carnaval se desglosa muchas de sus costumbres, tradiciones e interpretan sus leyendas. Buscando una manera de que este carnaval se difunda, las bondades que ofrece como es su cultura, tradición y costumbres de convivencia como así también sus lugares naturales que embellecen el entorno geográfico, un mapa gastronómico provincial, información detallada de vías de accesibilidad, hospedaje y recreación que contribuyan a convocar masivamente un turismo dinamizador de la economía local. (Vasco & Ulloa, 2010)

Una de las más grandes de América del Sur es el carnaval de Río de Janeiro pues tiene un gran énfase íntimamente y superficialmente carioca. La transparencia del acontecimiento adquiere hoy por hoy horizontes universales, mostrando la personalización e individualización del pueblo y de la cultura brasilera. Este Regocijo de Río tiene una continuación de cuatro jornadas en las cuales las academias de Samba se dan cita para rivalizar, y en donde la urbe acoge invitados de todo el orbe, para el año 2016 tuvo un aproximado de 75,000 turistas, disfrazándose de un solo matiz y el júbilo. La urbe en si misma anuncia de la conmemoración, implicando a individuos de todas las edades y variedades generales, lo que forja que sea un suceso que siembra la inserción.

Carnaval de Río rueda en modo al papel que interactúan las academias de Samba en la comparsa. Estas le estampan una pujanza que vigoriza las costumbres. El Samba florece por originariamente en Bahía conclusivamente en el lapso XIX, era un estilo de bailoteo trillado por los cautivos tropicales y que se bailoteaba a compás del Candombe. Las escuelas, se proponen todo el año a tomar medidas para el desfile. Cada una de las academias debe destacar una trama que las personificará, en muchas cuestiones estas

cuestiones son nominadas con gran hondura, dimitiendo en el concurrente una gran meditación.

El Carnaval fluctúa entre el semblante libertino de la festividad y un perímetro mucho más retocado, que promete el gran bosquejo de un monumental artista, o productores, ya que cada uno de los reformadores juega un rol imprescindible en la transformación de tan fastuoso entretenimiento. Al mismo tiempo es sustancial recalcar que no rueda en consecuencia a ideas triviales, sino que interactúa un rol de amplitud, porque el ampara exista la costumbre, es un recurso para traer y cooperar la reminiscencia auténtica del estado y forjar a partir de una orientación atrayente y formativa. Anualmente se observa por transferencia televisiva y la cobertura de la prensa preliminar y ulterior al suceso, en específica en la región de São Paulo y Rio de Janeiro, que embelesa a diversos amparadores que localizan en los desfiles constituyendo un impulso y anunciación de sus valores y servicios. Este carnaval es considerado uno de los tres eventos mejores programado a nivel mundial. (Borrero, 2015)

En España se celebra anualmente la fiesta de carnaval de Tenerife, esta celebración tiene una duración de diez días, que recibe anualmente una gran cantidad de turistas, pues estos son atraídos por el importe de diligencias que se efectúan, a modo que el concurso de disfraces en tres categorías, infantiles, jóvenes y adultas, concurso de agrupaciones compuestas por un coral, los músicos y un director, se realiza también la elección de la reina del carnaval, considerada ella una de las matronas más encantadoras de la localidad además de contar con un buen conocimiento intelectual. Al llegar a la mitad del evento se realiza un concurso de carros o coches engalanados, y culmina el evento realizándose un concurso de baile, este carnaval es esperado por todos los pobladores además de turistas. Un caso singular encontramos en Colombia con el Regocijo de Azabaches y Cándidos de San Juan de Pasto, este carnaval es considerado

como Patrimonio vivaz y con una progreso inmutable, patrimonio que corresponde a cualesquiera sean los acarreadores de su identificación y que así equivalentemente se debe preservar. El jolgorio de Pasto, con el inacabable ensueño de sus artífices, labra unos valores en los que se exteriorizan los talentos de la existencia particular, arraiga la particularidad de la coincidencia territorial, reanima la sapiencia, sustenta términos creativos, respalda conductas lúdicas, pule habilidades, despliega cualidades, pormenoriza un saber - hacer manejable, procura delectación y complacencia, origina la cooperación, estimula el subconsciente fusionado y endurece el ánimo bienhechor, con peana en el adiestramiento de la autonomía, la infracción de medidas, el estrago de impedimentos y la recepción de exuberancias, en el argumento de un protocolar en el que surge la particularidad equivalente de la subsistencia. Es en aquel momento, que durante la posterior septenaria de diciembre y cubierta toda la naciente de enero el Holgorio de Azabaches y Cándidos toma sus ilustres locuciones, en exclusivo las jornadas 4, 5 y 6 de enero. Este holgorio, es una exposición cultural real, que se sustenta de las usanzas que continuamente le agracian inseparables sus figurantes y multitudes, pero así semejante, emprende los desafíos de un desconocido hábitat y las provocaciones de un adelantamiento invariable. (Bustamante, 2010)

Otra celebración de una fiesta Patronal de Ecuador – Guayaquil, denominada Fiesta de San Jacinto de Yugandi, que son festejadas cada año con vehemente adhesión Cristiana, desde el 14 al 16 de Agosto, en el que se fructifica miramiento al Santo Polaco Andariego desde el siglo XVI. Debido a que Cantón está atiborrado de tradición y folklore, esta celebración enclaustra un contiguo de revelaciones y usanzas de la sociedad, ya que no solo se homenajea al patrón sino igualmente se obtiene regocijarse del inapreciable legado cultural, fidedigno y turístico, en el que el turismo adorador ocasiona estereotipados de procesión, recibiendo cada año centenas de infrecuentes y

devotos místicos oriundos e cosmopolitas a deleitarse de los festejos. (Palonaque & Piedra, 2009)

A nivel nacional

Las fiestas de los carnavales se relacionan muchos con la identidad de los pueblos andinos y costeños como parte de sus costumbres lo cual en el Norte del Perú uno de los más celebrados es el Comparsa de Cajamarca, festejo cotidiano que se aclama todos los tiempos en las círculos urbanas y rurales, con su solemnidad se agasaja el júbilo y la coalición entre cajamarquinos. Por hipotético que sea, ha obtenido una individual aplicación en la metrópoli de Cajamarca. La conmemoración es ensalzada en torno a los períodos de febrero y marzo significativamente. En esta festividad homenajean con cuantioso enardecimiento los oportunos habitantes y trotamundos que visitan el suburbio. Esta dedicación es apreciada como la más trascendental de Cajamarca, cognición por la que todos los cajamarquinos perennemente constan estar comedidos a cómo se desdobra, llena de alegría y diversión con distintas actividades que llaman la atención del turista. En este carnaval se caracterizan el despliegue de actividades costumbristas, como son el recital de coplas, que tienen siempre un carácter tradicional y de identidad cultural, acompañado siempre por guitarristas, la caracterización de comparsas en las cuales los participantes se visten con disfraces coloridos. El Ño`carnavalon, o Rey “mono” es el personaje que siempre acompaña a una entusiasta y enfervorizada multitud.

En el año 2014 dicho carnaval reunió a una gran cantidad de visitantes siendo un aproximado de 50,000 personas, visitantes tanto nacionales como extranjeros. La ciudad de Cajamarca se prepara a lo largo del año en cuanto a la prevención de atención médica, seguridad y limpieza. Pues trabajan en conjunto con Defensa civil, la Policía Nacional, tienen apoyo del Ejército Peruano que garantizan el orden y la seguridad se este evento.

Año tras año, el tema de promoción para este acontecimiento programado es trabajado de la misma manera mediante medios de comunicación como la televisión, radio, páginas web, medios escritos como; afiches, trípticos, volante, boletines.

Reciben auspicios de empresas como Backus, Movistar, D'Onofrio, Universidad Alas Peruanas, Tours Perú Travel, Yanacocha. (Balcázar, 2012)

A su vez una de las fiestas más reconocidas es el Carnaval Riojano celebrado todos los años, las primeras semanas de febrero en la ciudad de Rioja, región San Martín, ciudad que ha logrado fundir en una fiesta todo su esplendor que se manifiesta a través de sus coloridas comparsas, disfraces, máscaras, pandillas, umshas, pintorescas danzas, sabrosas comidas y exóticos licores regionales arrancados de las raíces, hojas y frutos del tupido bosque que adornan el pueblo. En esta fiesta se expresan transparentemente la amistad compartida por los barrios y la creatividad colectiva en cada una de los disfraces mostrados. (Águila, 2013)

A nivel regional

En la demarcación de Oriunda, en el distrito de Íllimo se celebra todos los años el carnaval rojo y verde el pueblo se divide en dos partes, el equipo rojo y el verde en el cual todos sus pobladores festejan con las distintas actividades que se realizan a modo que es la deliberación de la emperadora del holgorio, los bailes populares, desfiles, concurso de comparsas, juegos con agua, fiesta de carnaval que manifiesta costumbres y tradiciones del pueblo, este acontecimiento programado aun no es reconocido a nivel nacional a pesar de atraer gran cantidad de visitantes y contar con un gran potencial turístico. (Revista Costumbres, 2016)

1.2. Trabajos previos.

A nivel internacional

León & Zhizhpón (2019) en su labor de titulación para la preparación del título profesional, se propuso examinar el permisible progreso del holgorio de la Asociación en un país. Para ello, desarrolló un estudio cualitativo desde una visión descriptiva e interpretativa. Como resultado principal se evidenció que la mayor porción de los invitados que asistieron al holgorio se informaron a través de camaradas y conocidos, esto aspira señalar que el potencial turístico se promociona con más facilidad a través de estos medios. Dentro de las conclusiones más relevantes, la organización de un carnaval es un componente compendio para transportar a cabo la conmemoración en este caso la Feligresía Luis Cordero se recalca en ostentar una superior ordenación de convenio a sus efectos, a su vez, la acogida turística de la Asociación de las Rectorías Asiáticas es significativa para integrar las perspectivas de los trotamundos. La congregación Luis Cordero promete dominantes servicios para la celebración. En permutación, los semejantes de las demás congregaciones son incorrectas, yaciendo ausentes competentes para la solemnidad del holgorio.

Palma & Zambrano (2017) en su teoría para la preparación del título profesional, se elaboró una impulso turístico fundamentado en un espacio virtual para el progreso turístico de un determinado país. Para ello, desarrolló un estudio mixto que utilizó el enfoque cuantitativo desde una mirada descriptiva y un enfoque cualitativo desde una visión interpretativa, cuya muestro estuvo conformada por 130 habitantes. Como resultado principal se halló que el 67% de los participantes ostentaron que conocen poco los recursos turísticos existentes, seguidos de un 18% que desconoce los recursos turísticos. Dentro de las conclusiones más relevantes, se delineó un método de

organización turística mediante el automatismo del espacio virtual, constituido de tal condición que obtenga consumir los imparciales del procedimiento estando el de: fascinar las oportunidades de venta turística concluyente, involucrase con los beneficiarios, ensanchar la inquisición, adquirir que los compradores se conforten a hacer antesala al cantón interviniendo al progreso turístico de Bolívar, fundando patrocinios socioeconómicos optimando la característica de existencia de sus habitantes y se confeccionó el desarrollo turístico con el designio de obtener y absorber la aplicación de los turistas aleatorios, ya que; las maniobras quedan esbozadas con el fin de asentar al Cantón Bolívar como destino turístico de predilección de los consumidores de los espacios virtuales que desean indagación turística.

Tonko (2017) en su artículo científico sobre el holgorio de estación de Punta Arenas desde una apariencia arcaica. Para ello, el autor argumentó que el holgorio de estación en Punta Arenas es una de las celebraciones de mayor aglomeración de público; aquí gran parte de las vecindades acuden a la Avenida Bories a hallarse en las paradas de carrozas, comparsas y batucadas. El sendero del holgorio se da de norte a sur, siendo el punto de inauguración la calle Pedro Sarmiento de Gamboa. Dentro de las conclusiones más relevantes, la descripciones e interpretaciones presentadas en el Holgorio de Estación, parten del juicio de una reflexión donde se sitúan como subyugados exteriores, ya que se examina una situación compuesta por una conmemoración en la que hay actores que están en la mira y cuya obra se relata, pero al mismo tiempo se dilucida lo que nos pretenden expresar a través de estas realizaciones. La performance, con sus caracteres en el sentido de simbolizarse (al presentarse como otro) y al adjudicarse roles de existencias, subordinados desiguales “narran” ficciones que pretenden simbolizar. En cierto sentido, la performance varia circunstancias que se sobreponen y se fusionan, pero por tener un precepto rectilíneo no son anárquicas. Se incorporan en el sentido que aquellos espacios

que relatan una invención de origen (el componente europeo de la sociedad magallánica, el chilote, el indígena) son un mismo mito: el origen; se fusionan porque son mecanismos de una gran representación que es el holgorio, pero transitoriamente están espaciados porque la representación tiene una sucesión de atmósferas que franquean al frente del concurrente.

Barrio (2016) en su publicación científica de la cultura popular en un carnaval. Para ello, el autor En el argumento de los que bailotean en los cortejos, danza, ropajes y plenos son recapitulaciones que se estiman desde una ornamental a perseguir. Las tendencias coreográficas y la transformación de los ropajes de los que zapatean, están mancomunados a una representación de revelar una entidad que debe ser “femenil” y a la vez semejar a lo que Alabarces alude como “sensualidad agitada”. Desde los espacios-tiempos íntimamente y por externamente del festejo, coexiste un carácter fidedigno, no controvertible, “corriente” de hacer género. Desde la preceptiva de la heterosexualidad, un individuo nominado como “personaje” no consigue danzar en un cortejo, efectuando inclinaciones “exquisitas” de omóplatos y extremidades, ni tampoco logra envolver con el ropaje distintivo de los que bailotean en comitiva. Lo sugestivo de ello, es que los que se emprenden a apostar su organismo en una pantomima de compañía, ingresan en una riña, tracción, entre la potestad de la preceptiva de la heterosexualidad y la autoridad desde el cual se oponer resistencia, con otras destrezas, otras mundologías y sentimentalismos posibles en la petición ocurrente. Dentro de las conclusiones más relevantes, se manifestó que en el moldura de los altercados en torno a las diplomacias alegóricas y materiales efectivas entre lo multitudinario y lo absoluto, cabe explicitar que en esta proposición se ha preferido por abordar lo multitudinario desde las diplomacias de “expropiación” que en la pretensión salerosa los sometidos emprenden con lo absoluto

(existente intrínsecamente y extrínsecamente de las demarcaciones espacio-temporales de la festividad).

Castedo (2015) en su tesis para la obtención de maestro en escritura y alfabetización, se realizó un estudio en los carnavales, en las lecturas y escrituras en las ciencias sociales. En esta teoría se bosqueja la alocución de un argumento y su consumación en el hilo preciso de un conjunto de 6to año de la enseñanza básica en una academia gubernamental de autoridad oriunda. Dentro de las conclusiones más relevantes, se manifestó que en correlación a los comprendidos mutuos, los educandos franquearon de saber de buena tinta los semblantes corrientes del holgorio a concebir la multiplicidad de holgorios, la complejidad de urbanidades de agasajo o de habilidades culturales, a esclarecer las situaciones y a estacionarse ante el contenido. Los infantes estuvieron reverenciados a fin de que los arquitectos de sapiencias generales pero igualmente como actores de la enmarañada situación social. Por otro lado, la contingencia que apalearon los discípulos de ingresar al universo de la comparsa a través de los léxicos de los murguistas guarda correlación con los escenarios pedagógicos. Las circunstancias que profirieron repaso particular, lección intervenida y cuestión sobre lo letrado son pujantes para la edificación del discernimiento sociológico.

González (2015) en su teoría para la preparación del título profesional, se propuso un inventario de reuniones, usanzas, rutinas y tradiciones de México. Para ello, desarrolló un estudio cualitativo desde una visión descriptiva e interpretativa. Dentro de las conclusiones más relevantes, se evidenció que las conmemoraciones, usanzas y tradiciones, de San Salvador Atenco se siguen llevando acabo, sin embargo, se detectó que la problemática en la comunidad es la falta de información sobre dichas tradiciones, ya que la falta de interés, la transmisión de conocimientos de los abuelos a las personas más jóvenes no es la adecuada, los jóvenes no escuchan los consejos de los abuelos, el

cambio y las nuevas adaptaciones del entorno, contribuyen para que las tradiciones no se lleven a cabo tal y como son, se concluyó que los habitantes han realizados cambios al desconocer el significado de cada acción que se lleva a cabo en las tradiciones, todo esto contribuye a que se vaya perdiendo el interés por preservar y llevar acabo las festividades, tradiciones, usos y costumbres.

A nivel nacional

Monteza (2019) en su teoría para la preparación de maestro en gestión pública, se desarrolló un ofrecimiento de régimen de progreso turístico encaminado a incitar el turismo. Para ello, desarrolló un estudio mixto que utilizó el enfoque cuantitativo desde una mirada descriptiva y un enfoque cualitativo desde una visión interpretativa, cuya muestra estuvo conformada por 14,240 personas en la fase cuantitativa, de los cuales 95 fueron seleccionadas por la fase cualitativa. Como resultado principal se encontró que el 89.5% de la urbe participante de su jurisdicción, discurren que si se incrementa las instalaciones, calzadas, hospedajes y restaurants ayudará a incitar la concurrencia de excursionistas. Dentro de las conclusiones más relevantes, se manifestó que la ayuntamiento de la jurisdicción de Jesús no le ha suministrado jerarquía a la subsistencia de los Ejes Turísticos y a la transmisión de los semejantes, esto se demuestra en en las deducciones de las indagaciones en que se halla un 84.2% que exterioriza pues no preexiste averiguación de los ejes turísticos tajes como modelos, panfletos, publicaciones, entre otros así como conductores de turismo; igualmente se halla un 89.5% que discurre que no coexisten fundaciones, medios de impulso y corporaciones que estimulen y difundan el turismo que se efectúa en su misma jurisdicción.

Puma & Loaiza (2018) en su teoría para la preparación del título profesional, se desarrolló un turismo campero urbano en una colectividad lugareña ubicada en la jurisdicción de Cusco. Para ello, desarrolló un estudio mixto que utilizó el enfoque cuantitativo desde una mirada descriptiva y un enfoque cualitativo desde una visión interpretativa, cuya muestra estuvo conformada por 83 pobladores. Como resultado principal se encontró que el 54.22% de encuestados manifestaron que para desarrollar un turismo rural comunitario es necesario el apoyo de autoridades, seguido de un 20.48% la falta de promoción. Dentro de las conclusiones más relevantes, se evidenció que el dictamen situacional de la labor de exploración en la agrupación pueblerina de Ccachin, se ha obtenido aclarar que la trascendental diligencia financiera de la metrópoli es esencialmente la agronómica, en su colectividad como impar sostén popular pero que no alcanza a resguardar sus penurias elementales, no obstante posee atractivos oriundos y culturales que por intermedio de la pertinente sistematización y jerarquización, se acredita el permisible progreso de la colectividad lugareña de Ccachin y los individuos están instituidos, que conciben un viable adelanto del turismo pastoral urbano y la transformación del mercado turístico.

Llanos (2017) en su teoría para la preparación de experto en letras, se planteó un régimen para enunciar procedimientos de progreso turístico en una provincia. Para ello, desarrolló un estudio cualitativo desde una visión descriptiva e interpretativa. Como resultado principal se encontró que la competitividad turística que presenta la provincia de Tambopata es un sitio con alta riqueza cultural por poseer toda una gama de identidades culturales. Dentro de las conclusiones más relevantes, se expuso un régimen para exponer métodos de perfeccionamiento turístico con la consumación de acrecentar la idoneidad turística en la demarcación de Tambopata, territorio de Madre de Dios, a su

vez, como consecuencia de elaborar un plan de desarrollo turístico incrementa la competitividad turística en un espacio determinado.

Tapia (2017) en su teoría para la preparación del título profesional, se determinó los constituyentes para la instauración de una pinacoteca constituyente en una ciudad de Perú. Para ello, desarrolló un estudio mixto que utilizó el enfoque cuantitativo desde una mirada descriptiva y un enfoque cualitativo desde una visión interpretativa. Como resultado principal se manifestó que las costumbres tradicionales, de antaño se tenían las visitas de grupos de amigos o familiares de casa en casa, entonando las coplas del carnaval. En donde también se saboreaba la comida típica, acompañada de la tradicional chicha de jora, y donde muchas veces al encontrarse con otros grupos se suscitaba el contrapunto, que por la fuerza de los versos, se hacía más entretenida la celebración, porque muchas veces se exaltaban los ánimos, para terminar la visita con la tradicional copla. Dentro de las conclusiones más relevantes, se evidenció que el carnaval de Cajamarca, se define por sus características culturales, al revelar sus locuciones atractivas tanto retóricas como armoniosas en la composición y entonación de las coplas. Otras locuciones puras son ostensibles en la transformación de los disfraces de las escuadras y séquitos que circulan por las vías de la urbe durante el festejo. La representación combinada del anómalo chispeante, sin supresiones de ninguna variedad. Su carácter adhesivo y popular, ya que la festividad contempla los compendios más híbridos y desemejantes juegos, danzas, ritos, música. Su gastronomía, artesanía, lugares turísticos, dentro de una sola celebración.

Villanueva (2017) en su teoría para la preparación de maestro en administración estratégica, se analizó la acogida turística y las habilidades de progreso verosímil en un departamento de Perú. Para ello, desarrolló un estudio mixto que utilizó el enfoque cuantitativo desde una mirada descriptiva y un enfoque cualitativo desde una visión

interpretativa, cuya muestra estuvo conformada por 134,540 turistas en la fase cuantitativa, de los cuales 156 fueron seleccionadas por la fase cualitativa. Como resultado principal se evidenció que el medio de transportes pudo satisfacer sus expectativas en tiempo y servicio, los turistas manifestaron que un 88% si estuvo conforme con el servicio y tiempo, un 5% no estuvo conforme y un 8% no opinó. Dentro de las conclusiones más relevantes, se argumenta que la oferta turística, le falta aprovechar las congruencias efectivas y minimizar los instrumentos de las inminencias exteriores, porque la ciudad de Cajamarca si podría vivir económicamente de este sector.

Bazalar & Vargas (2015) en su teoría para la preparación del título profesional, se propuso un plan para la institucionalidad en base a la revalorización y sostenibilidad de un festejo de holgorio en un departamento. Para ello, desarrolló un estudio mixto que utilizó el enfoque cuantitativo desde una mirada descriptiva y un enfoque cualitativo desde una visión interpretativa, cuya muestra estuvo conformada por 150,603 pobladores en la fase cuantitativa, de los cuales 384 fueron seleccionadas por la fase cualitativa. Como resultado principal se encontró que el 77.1% se involucra vivamente del festejo holgorio, continuo de un 14.8% que lo conciben de carácter arbitrario. Dentro de las conclusiones más relevantes, se evidenció que la importancia de la fiesta del carnaval señala que debe ser solidificada como un acontecimiento de mayor preeminencia a nivel oriundo, sin embargo al interpretar la percepción de que es ineludible de un procedimiento de institucionalización para la revaloración y sostenibilidad.

A nivel regional

Bazán (2019) en su teoría para la preparación del título profesional, se propuso un turismo cultural como eje de progreso verosímil en una jurisdicción de Lambayeque. Hacia ello, desarrolló un estudio mixto que utilizó el enfoque cuantitativo desde una

mirada descriptiva y un enfoque cualitativo desde una visión interpretativa, cuya muestra estuvo conformada por 25,267 pobladores en la fase cuantitativa, de los cuales 117 fueron seleccionadas por la fase cualitativa. Como resultado principal se encontró que el 89% de participantes enjuiciaron que si es significativo el progreso sostenible del turismo para su demarcación y el 11% argumentó lo contrario. Dentro de las conclusiones más relevantes, se evidenció que la demarcación de Pomalca es uno de los epicentros que exhibe recursos turísticos de idiosincrasia cultural trascendentes como son los enmarañados primitivos denominados Ventarrón y Collud, que por su jerarquía los visitantes asisten a dichos territorios para ejercer un turismo cultural, acrecentando la parte del paladeo de varia gastronomía oriunda, por ello al existir este arquetipo de efusión turístico se logra señalar que si es una disyuntiva para el progreso de la circunscripción pero aún lacra un compromiso más metódico por la parte de su ente gestor.

Quesquén (2018) en su teoría para la preparación del título profesional, se realizó una supuesta unidad de erudición territorial. Para ello, desarrolló un estudio cualitativo desde una visión descriptiva e interpretativa. Dentro de las conclusiones más relevantes, se evidenció que la proposición de un mecanismo de cultura territorial para el periódico “La Industria” de Chiclayo emergió con la finalidad de divulgar la identificación lambayecana por ello es que se bosquejó que el implícito de la indagación rescatando aquellas usanzas y tradiciones desdeñadas en el período; pero sobre todo, exhiba las revelaciones culturales reales fraguándolas hacia el correr del tiempo. Por otra parte, el contenido cultural adaptado por los lectores está concerniente con indagación alusiva al resguardo de tradiciones, ceremonias y epicentros turísticos específicos que condescienden atesorar la tradición viva. Conjuntamente, dichas notas incumben estar graduadas con veredictos de especialistas sobre faenas flexibles, percibidas y poéticas; y,

darle afectación a la divulgación sobre terrenos turísticos de la urbe, de las operaciones hacendosas y de cualesquiera sean semblanzas estimulantes de lambayecanos célebres.

Puga (2017) en su teoría para la preparación doctor en adiestramiento, se propuso un programa para vigorizar la equivalencia cultural en una institución educativa en el departamento de Lambayeque. Para ello, desarrolló un estudio cualitativo desde una visión descriptiva e interpretativa. Como resultado principal se encontró que preexiste dependencia auténtica y suficiente explicativa entre el mecanismo de coincidencia y el mecanismo ilustrado ($r=0,80$) como lo ratifica el factor de osadía al revelar que en 64% la superficie cultural que vislumbra la sapiencia popular, la sabiduría de la jurisdicción o vecindad, la erudición particular y territorial está en ocupación de la extensión paralelismo concerniente al contenido de considerarse constituido a una colectividad; apreciación de la usanza – inmodestia y coyuntura de las usanzas territoriales, orientación renacentista de la coincidencia en el transcurso instructivo y la pedertería en la trascendencia de su proporcionada erudición. Dentro de las conclusiones más relevantes, se evidenció que el esquema de turismo colegial se compone en una proposición pedagogía que desde la orientación sociocultural compone la academia y la colectividad fortificando la equivalencia cultural territorial, característicamente en prosopopeya en pinacotecas, espacios nativos salvaguardadas, torrentes y edificaciones en relación con los puntos comedidos condescendiendo desenvolver desplazamientos con sistemáticas vivenciales durante un lapso educacional.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

Plan de marketing

Es una herramienta práctica, equilibrada y operante que consiga transbordar a cabo de acuerdo con una suposición traspasada y un estado de lapso explícito. Este pavimento

ser un instrumento que se desarrolla con una regularidad periódica para cada lapso turístico y obtiene individual preeminencia a la hora de encajar ajenos valores y en el atrevimiento de ignorados mercados y asociaciones.

Tiene como objetivo, instaurar una ocupación de desemejantes arquetipos de estudios, busca que la compañía prevea las acciones de esta ante sus competidores, proporcionando numerosas disyuntivas validas sin precedentes, lo cual aprueba a la agrupación perfeccionar los recursos que instala y concertarse considerablemente en sus convenientes restricciones y a las circunstancias de su hábitat. (Iglesias, Talón & García, 2007)

Fases de un Plan de Marketing

Este pretende un estudio antepuesto del escenario y de la circunstancia interna y externa que envuelven a la agrupación y el beneficio para, a partir de ahí, usurpar los arbitrajes aparentes para efectuar las maniobras de mercantilización de la condición más procedente y permisible. Para esto es ineludible poseer las consecutivas cinco etapas esenciales:

- **Fase de análisis:** posee la intención de la confección y la disertación de antecedentes para que una asociación obtenga examinar disposiciones con sucesión. Intrínsecamente de este grado se alcanzan distinguir dos magnas fases: la de indagación prioritariamente y la determinación.

Análisis interno: el objetivo es diferenciar con la máxima profundidad viable al curso real de la misma sociedad o producto, es decir su colocación, su organización y todos aquellos antecedentes que asientan conocer su porte competitiva a partir de los recursos que esta ostenta. Tomando en cuenta, el análisis básico de la asociación, el estudio de los recursos, ya sean técnicos, económicos- financieros y comerciales, y por último el diagnostico interno.

Análisis externo: el comercio turístico desenvuelve sus acciones en un mercado en el que cohabitan desiguales componentes que estipulan optimismos actividades se realiza este análisis con el fin de conocer y proveer en qué contextos compensará compartir, que proveedores trascienden y son más encantadores o que compendios del hábitat logran afligirla, positiva o negativamente, realizando una indagación del hábitat, esto condescenderá efectuar suposiciones en relación a la evolución de desemejantes semblantes que sobresaltan de forma ordinaria a la empresa, entre los distintos aspectos que hay que evaluar tenemos que tener en cuenta, el marco legal, nuevas tecnologías, situación laboral, entorno cultural. El estudio del mercado, es el medio más cercano de una asociación, y que es el intermedio en el que existe y se desentraña, por tanto hay que conocer con puntualidad las peculiaridades del mismo, considerando unos semblantes que forjan crónica a la oferta y los que forjan crónica a la demanda. El estudio exterior, es la disertación del fragmento ajeno, a partir de las filiaciones acumuladas, establecen que la situación podría ser propicia para la asociación y que otros podrían ser perjudiciales.

Análisis DAFO: la penuria de ser competidores constriñe a que, como consumación a los estudios intrínsecos y extrínsecos, se perpetre un diagnóstico rezagado en el que se correspondan las variables recluyes y exteriores, esto significa el estudio contiguo de parajes enclenques (D), amenazas (A), puntos enérgicos (F), y oportunidades (O).

- **Fase estratégica:** aquí se toman los arbitrajes, asentados en los estudios preliminares. En la delineación de una pericia se debe poseer los siguientes resúmenes.

Público objetivo: son inseparables fragmentos o nichos optados por la compañía la cual estarán en el foco de sus operaciones y, por tanto, debe preexistir un recóndito discernimiento de los semejantes. A este o estos fragmentos escogidos por la organización se les designa prójimos gubernamentales.

Preeminencias competitivas: la asociación no debe condescenderse con hacer adecuadamente sus procesos, sino que debe frecuentar de ser sobresaliente con sus contendientes. Por lo que debe indagar aquellos componentes en los que verdaderamente sea enérgico y preferente a sus contrincantes para dinamizarlos y así salvaguardar una superioridad competitiva sobre otros.

Posicionamiento: solventar sobre el enfoque que se anhela sojuzgar en el mercado e intervenir en cuál es el discernimiento sobre la oferta que se aspira crear entre los interesados.

- **Fase operativa:** el procedimiento de mercantilización debe de ser un instrumento práctico y obrante que concrete en acciones reales las estrategias de marketing, estas deben estar adaptadas al segmento de mercado que se ha definido como público objetivo.

Producto y servicio: centra las indivisibles providencias, por tanto, demandan un insondable esclarecimiento en todo lo que a sus implícitos y particularidades representan.

Precios.- punto con gran jerarquía, ya que es uno de los factores elucidario para las providencias de los derrochadores y asumen una gran autoridad en la rentabilidad de la compañía.

Comercialización: centralmente de este remoto y significativa gestionar se aciertan dos semblantes esenciales: las comercializaciones y la repartición.

Comunicación: este circunscribe todas aquellas diligencias que incumbirán ser perpetradas, como son las actividades de publicidad, las relaciones públicas.

- **Valoración económica:** el procedimiento de comercialización es un aparejo obrante cuya eficiencia debe ser medida en métodos monetarios, se debe presagiar tanto el importe de las acciones que se desarrollaran como las consecuencias y la rentabilidad que se prorroga tras la concentración de las labores entendidas.
- **Fase de control:** es imprescindible instaurar las equilibradas inspecciones oportunas para contrastar si preexisten traspiés en la diligencia del procedimiento para así poder establecer las medidas correctoras que sean oportunas.

Para Serra (2007) el plan de marketing es la guía para la adquisición de disposiciones fructuosas, estos se han transformado en una técnica exhaustiva de los métodos de proyección transcendental, este tiene como designio pronosticar y reconocer a los permutas del hábitat. La organización transcendental es un asunto perenne, ya que así lo requiere la indeleble conciliación a un hábitat que transmuta tenazmente. La organización productiva es una parte de la proyección vital de la compañía que tiene por objeto el perfeccionamiento de programas. El plan de comercialización es por lo tanto, la secuela de la organización fructífera, que se perfecciona y compone de la programación transcendental de la organización.

Pasos a seguir para la elaboración de un plan de marketing

Análisis de la situación: Una considerada proyección debe estar fundamentada en un conocimiento recóndito y cabal del escenario vigente, así como de su factible evaluación expectante. Debe llevarse a cabo un estudio intrínseco y externo de la conveniente compañía o de la plaza.

- ***Análisis exterior:*** se centraliza sobre aquellos componentes del ecosistema de la organización que consigan edificar inminencias para su expectante o al inverso, personificar congruencias del mercado. Una moneda es un desafío trazado por una predisposición pernicioso en el medio que, de no despojarse de las mediciones acertadas, originará un desperfecto en la perspectiva competitiva de la organización. Una coyuntura es todo aquello que logre conjeturar una preeminencia competitiva para la organización o personifique una contingencia de optimar la rentabilidad o el espesor de la dependencia.
- ***Análisis del mercado y los compradores:*** envuelve comprobar semblantes como, su volumen, potencial de progresión, los incomparables fragmentos que se suplen, la prosperidad de la demanda y la individualización de los constituyentes que intervienen en ella, el actuar de interesados, compradores y beneficiarios.
- ***Análisis de la idoneidad y de la división:*** admite la caracterización de los competidores vigentes y aleatorios. De cada contrincante se han de examinar sus objetivos, deducciones, destrezas retrospectivas y presentes, distribución, recursos monetarios, es decir todos los semblantes que obtengan componer puntos enérgicos o enclenques lo cual nos auxiliará a vislumbrar mejor su escenario competitivo.
- ***Análisis del macro entorno:*** para determinar, el análisis del macro entorno es ineludible para decretar cuál es el escenario, como pueden desplegarse sus mecanismos (financiero, demográfico, especializado, gubernamental – reglamentario, sociocultural, medio ambiental).
- ***Análisis interno:*** este suministra indagación sobre los semblantes de la organización que tiene jerarquía desde el puesto de vista transcendental. Este

estudio accederá asemejar los tanteos enérgicos y enclenques de la organización, que compondrá proporcionalmente principios de prelación competitiva entre los puntos que se han de explorar, análisis de las derivaciones, ordenación organizativa, disponibilidad de recursos financieros.

Diagnóstico: la indagación obtenida de los estudios preliminares obtiene sintetizarse en lo que se designa análisis DAFO, que no es más que la automatización de los puntos enérgicos y frágiles de la comercialización, así como las congruencias y inminencias más notables con las que se afronta, esto permite determinar cuál es la situación competitiva de la empresa.

Definición de los objetivos: una vez realizado el estudio y prescripción del entorno, se reside en la situación de determinar o precisar los objetivos que se aspira merecer en el futuro. Estos pueden ser muy numerosos, y no estarán puntualmente los similares si se tratan exactamente del procedimiento de mercantilización de una organización individual o de un destino turístico.

Selección de líneas estratégicas de actuación: para adquirir los objetivos formulados, la organización ha de exponer habilidades delimitadas, si el objetivo es el destino al que se anhela conseguir, la destreza es el trayecto o travesía que nos acarreará a él. Estas habilidades pueden ser muy diversas, pues las mismas estrategias no proporcionan siempre los mismos resultados.

- **Habilidad de líder de costes:** la organización o destino ansía alcanzar los valores más bajos mediante la elaboración en gran sucesión de una oferta congruentemente monótona. Esto les permite beneficiarse de considerables economías de escala.

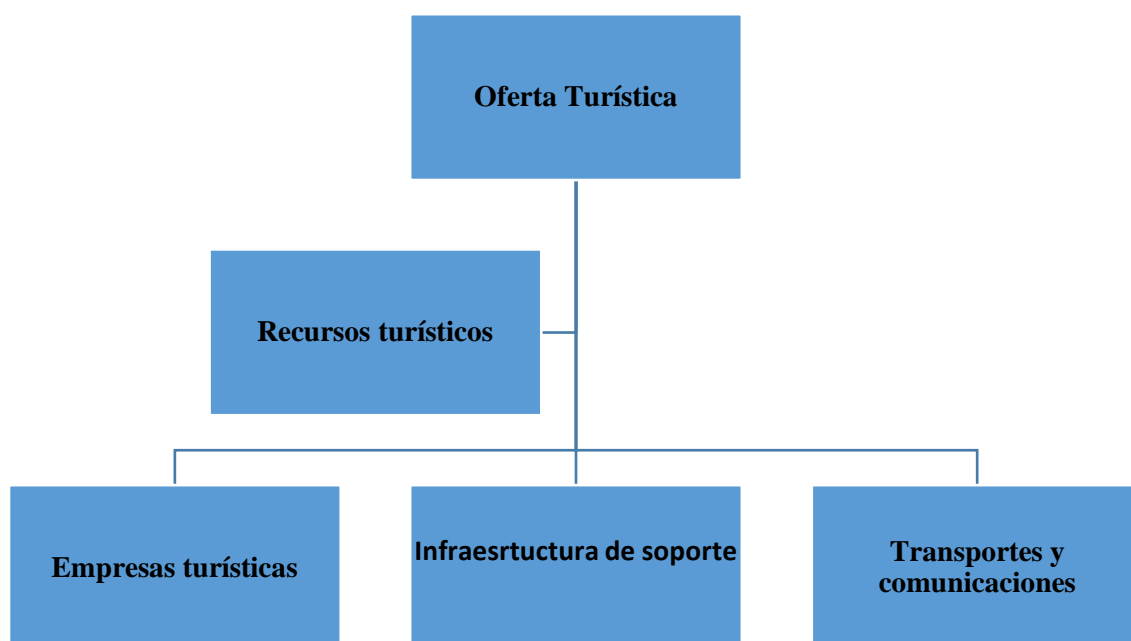
- ***Estrategias de diferenciación:*** la organización o destino trata de calcular sus atrevimientos en el desarrollo de determinados aspectos o atributos de su oferta, que son apreciados por el mercado y que asisten a que esta sea divisada por los consumidores como congruentemente magnífica, no exactamente confrontable a lo que pueden prometer otros contendientes.
- ***Estrategias de especialización:*** la organización se encuentra en un o unos segmentos de mercado concretos, en los cuales tienen, o pueden tener, cierto arquetipo de superioridad competitiva. Es la astucia más procedente para la organización turística de limitadas extensiones.

Oferta turística

La oferta es el incorporado de recursos, bienes y servicios que se concentran metódicos y distribuidos en el mercado de forma que estén utilizables para su manejo y agotamiento por parte de los interesados permisibles. La oferta está concertada por diversos constituyentes que intervienen y acarrear a los trotamundos a tomar las decisiones de transitar a un explícito destino. (Iglesias, Talón & García, 2007)

A continuación, se detallan los mecanismos de la oferta turística:

Figura 1. Componentes de la Oferta turística



Fuente: Elaboración propia.

Demanda turística

Está concertada, en sintonía con la conceptualización con la definición que forma la OMT del anómalo turístico, por cualesquiera sean los individuos que, de representación particular o fusionada, se transportan extrínsecamente de su morada usual por un espacio sucesivo mínimo de un año, con fines de desocupación, por negocio u otras mociones. (Iglesias, Talón & García, 2007)

La manera de calcular a los viajeros que se deslizan de otras patrias según la OMT:

- **Turismo receptor:** contempla los traslados que efectúan los individuos que concurren una nación.
- **Turismo emisor:** contempla los traslados que efectúan los individuos que viajan desde una nación.

- **Turismo interno:** contempla los traslados que cometen los habitantes de una nación intrínsecamente de sus confines.
Estas sistematizaciones de desplazamientos y turistas viabilizan distintas mixturas que forjan otras cualidades de paseantes igualmente registradas.
- **Turista nacional:** contempla a los habitantes de una nación y que se dispone, por tanto, del emisor y el interno.
- **Turista internacional:** contempla cualquier paradigma de desplazamiento que trasgrede las fronteras de un espacio y se dispondría, por tanto, del turismo emisor y receptor.
- **Turismo interior:** se contempla adentro de los confines de una nación y que comprendería, por tanto, al receptor y al interno.

Planta turística

Los servicios que se transfieren a los turistas son esmerados por los subsistemas que denominan “planta turística”, que está compuesta por dos compendios:

El equipamiento y las instalaciones, circunscribe todas las corporaciones gobernadas por la actividad gubernamental o particular que se consagran a suministrar los servicios primordiales. En vista a su variedad en el siguiente cuadro se muestra un sistema sencillo de clasificación.

Tabla 1. Naturalezas del equipamiento turístico

Categoría	Tipo
Alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> * Hoteles. * Moteles. * Hosterías y posadas. * Pensiones. * Apartoteles. * Condominios (unidades o conjuntos) * Casas (unidades o conjuntos). * Cabañas.

	<ul style="list-style-type: none"> * Albergues. * Tráiler parks. * Camping. * Camas en casas de familias.
Alimentación	<ul style="list-style-type: none"> * Restaurantes. * Cafeterías. * Quioscos. * Comedores típicos.
Esparcimiento	<ul style="list-style-type: none"> * Night clubs. * Discotecas. * Bares. * Casinos y otros juegos de azar. * Cines y teatros. * Otros espectáculos públicos (toros, pelea de gallos). * Clubes deportivos. * Parques temáticos.
Otros servicios	<ul style="list-style-type: none"> * Agencias de viajes. * Guías. * Comercio. * Cambios de moneda. * Dotación para congresos y convenios. * Transporte turístico. * Primeros auxilios. * Guarderías. * Estacionamiento.

Fuente: Elaboración propia.

Infraestructura

Es la dotación de bienes y servicios que posee una determinada nación para sustentar sus ordenaciones generales y lucrativas. Constituyen parte del mismo adiestramiento, los servicios de salud, la morada, los transportes, las comunicaciones y la energía, también se consideran: receptores, calzadas, vías férreas, acueductos, domicilios, academias, sanatorios, diques, etc.

La otra representación de fragmentar a la infraestructura es externamente o internamente. La primera puesto que es frecuente ya que recurre a todos las secciones sin

corresponder sustancialmente a cualquiera de ellas. La segunda igualmente asume dos conveniencias: concierne a la dotación que se da así mismo en un fragmento y que se manipula en una instalación sostenida. (Iglesias, Talón & García, 2007)

Tabla 2. Sistematización de la infraestructura

Categoría	Tipos	Subtipo
Trasporte	Terrestre Aéreo Acuático	* Red de carretera * Servicio para el automotor * Servicio para el turista * Señalización * Servicio de transporte * Terminales de autobuses * Red ferroviaria * Red de calles * Servicios aéreos * Terminales * Servicio de transporte, fluvial y lacustre
Comunicaciones	Postales Telegráficas Télex Telefónicas	
Sanidad	Red de agua Red de desagües Recolección de basura Salud	* Aguas negras * Pluvial * Primeros auxilios * Hospitalización
Energía	Red eléctrica Combustible	* Alumbrado público * Servicios domiciliarios * Gasolina * Gas

Fuente: Elaboración propia.

La comunicación

Se origina con la transmisión de mensajes catalogado entre el emisor y el receptor. Ese envío va a través de un conducto que es el medio. En el marketing el emisor es la organización y el receptor el público objetivo y la intención es influir a este público a obtener un concluyente bien o servicio. La comunicación es una de los instrumentos más significativos con que cuenta la empresa turística y esta debe ser proyectada y formalizada

según unos discernimientos racionales, escudriñando una conexión dominante con los proyectos transcendentales de la organización. (Iglesias, Talón & García, 2007)

La publicidad

Es uno de los instrumentos de la comunicación, es un objeto de socialización externo e impersonal que procura dar a conocer un producto, servicio, suplencia o instauración a través de diferentes medios de comunicación de abundancia, con el desenlace de influir en su adquisición o admisión. Las transcendentales peculiaridades de la publicidad son:

- Perenemente es pagada, ya que si no se encuadra centralmente de distintas diligencias de comunicación, por ejemplo las relaciones gubernamentales.
- Su objetivo imprescindible es desplegar una atribución sobre los interesados/beneficiarios, incitando la pretensión de obtención.
- Se destina a compradores masivos, aunque se reflexiona que los posibles recibidores asuman peculiaridades indistintas.

En la transformación de una recomendación promocional totalmente interceden los subsiguientes agentes:

- La organización: anhela dar a conocer sus productos y servicios pactará a una sucursal de propagación, a la cual costeará por sus servicios, la organización comprometerá aportar inquisición a la agencia de publicidad donde exhibirá sus objetivos y sus habilidades de comunicación.
- La agencia de publicidad: esta será la comisionada de crear las novedades y las estrategias impulsadoras necesarias para adquirir los objetivos sobredichos por el interesado. La oficina de publicidad se encomendará tanto de la fabricación

de las novedades como en la mayoría de los casos, de la negociación de los medios puntuales.

- Los medios: son las conducciones a través de los cuales se divulgan las novedades instituidas: televisión, radio, prensa.

Los medios publicitarios

Los diarios/periódicos: prueban manipular un sinnúmero de disyuntivas de espacio y componentes. Los anuncios de prensa pueden efectuarse mediante notificados, menciones, comerciales, clasificados. Estos permiten dilatados recados, tienen una gran elasticidad territorial, el importe de estos suele ser depreciado, proporciona la aceptación de los recados, dado que preexiste la peregrinación de lectura en cualquier momento, es un buen medio para los notificados vertiginosos.

Las revistas: son publicaciones de carácter periódico, mensuales, quincenales y que suelen ser obtenidas en el mismo punto de comercialización. Suelen tener una vida más prolongada que las publicidades de prensa cotidiana, su elasticidad territorial es minúscula que la de los diarios, ya que la generalidad de publicaciones es de representación oriunda, éstas condescienden un mejor procedimiento de la imagen, con la utilización de rubores y una mayor calidad de producciones.

La televisión: es el medio más pujante y con más posibilidad de progreso expectante por la posibilidad de interactuar con este medio, es un medio muy monopolizado por las personas turísticas, algo que resulta nomológico por el dominante importe que la televisión presume, las primordiales particularidades de la televisión son, es una representación audiovisual, que permite ver y escuchar la funcionalidad de los productos o servicios, pues ya que para algunos destinos puede ser más firme que

montones de texto. La sublime audiencia y la gran capacidad de perspicacia, coste absolutamente eminente, aunque alcanza a más individuos.

La radio: es uno de los medios que condesciende mayor elasticidad territorial (nacional, regional, local, frecuencias de sector). Las principales características son; resistencia en el espacio y en el tiempo lo que consiente su uso de forma expedita, además hoy por hoy con la tecnología móvil y MP3, suficiente veracidad de los diálogos a explícitas frecuencias o presentaciones, en la cual se evidencia un nivel de entrevista extrínsecamente del domicilio muy importante.

Internet: este medio se ha transformado en uno de los vitales medios de notificación, entre sus principales barreras encontramos, no alcanza a todos los públicos objetivos, complejidad del soporte, medio relativamente nuevo, exceso de publicidad no deseada. Como sus principales ventajas tenemos, que permite la segmentación de audiencias, mide los resultados a tiempo real, interactúa con los usuarios, los costes son más baratos.

Tabla 3. Principales instrumentos y técnicas de comunicación

Publicidad	Inclusión de novedades en numerosos medios de comunicación de masas: televisión, prensa, revistas, radio, cine, páginas web.
Relaciones publicas	Conjunto de labores tendentes a adquirir la expansión, a través de los desiguales medios de comunicación, la bienhechora divulgación de sus productos o servicios del destino.
Promociones de ventas	Conjunto de operaciones que mediante incitaciones tratan de acrecentar la demanda a corto plazo.
Venta personal	Conjunto de acciones promocionales y de estímulos llevadas a cabo por equipos de vendedores.

Ferias turísticas	Encuentros anuales de corta duración, valen para ostentar y promocionar la oferta productiva de la organización o destino, a terciarios o público ordinario.
Patrocinio	Financiamiento, o algún tipo de asistencia material, a explícitas diligencias y acontecimientos, con el fin de agenciar efectos auténticos de la imagen.
Mailings y distribución directa domiciliaria	Envío de material propagandístico, por correo personal. O en forma directa a domicilios.
Folletos y catálogos	Material impreso de representación publicitario.
Merchandising	Conjunto de materiales como posters display, que ayudan a contribuir a realizar publicidad, en el destino.
Viajes de familiarización	Viajes gratuito, para tratar de influir efectivamente sobre mediadores líderes de opinión.

Fuente: Elaboración propia.

Promoción

“El marketing es promoción, puesto que la promoción es una circunstancia más perceptible de la comercialización, sin embargo, el fomento instituye, tan solo una porción de la mercantilización”. Serra (2008)

La promoción en el Sector Turismo: el desarrollo presume, sólidamente, una comunicación, transmisión de información del comerciante al permisible interesado cuyo implícito se describe al producto o a la organización que lo mercadea. Esta cesión puede efectuarse a través de destinos, medios, tanto propios como interpersonales y tiene como objeto convencer a los potenciales consumidores la adquisición o utilización de los productos o servicios de una explícita estructura. Encontramos distintas técnicas de comunicación entre las principales, radiodifusión, relaciones gubernamentales, comercialización propia y promociones de ventas. Mostraremos con mayor detalle las acciones o instrumentos que se usan con mayor profusión en el sector turismo.

El importante papel de los folletos turísticos y otros instrumentos promocionales impresos: el material impreso como folletos, catálogos y similares, son una de las principales características distintivas de la promoción en el turismo del mundo. Para muchas ordenaciones del sector turismo la repartición de este material propagandístico compone el éxodo más significativo de sus suposiciones de comercialización.

Objetivos de la promoción: los objetivos concretos que se pueden requerir a una promoción pueden ser.

- Acrecentar la asiduidad de agotamiento entre los existentes interesados.
- Amplificar el volumen de dispendio entre los reales compradores.
- Custodiar la veracidad a la marca o producto entre los efectivos consumidores de un punto de venta o cadena de establecimiento.
- Cautivar desconocidos interesados.
- Contra atacar rápidamente a la competencia.
- Acrecentar o reducir el stock en poder de los mercantes.
- Facilitar y conseguir que se proporcionen nuevas usanzas al producto.
- Adquirir la prueba del producto por parte del negociador que aún no lo había hecho.

Estrategias Promocionales: existen dos estrategias que son:

- Estrategia **Push**, las acciones promocionales estaba centradas es los intermediarios, en el canal de distribución. El oferente da un empujoncito al intermediario para que este se dirija al cliente. En este caso los instrumentos promocionales, utilizados prioritariamente serán las actuaciones de la fuerza de

ventas sobre los intermediarios de las promociones de ventas que estimulen a estos a promocionar y vender nuestros productos.

- La estrategia **Pull**, la propia empresa realiza un esfuerzo promocional dirigido al consumidor final con la intención de que este reserve directamente o acuda a los puntos de distribución minorista, agencias de viaje. Esta es predominante en el sector turístico vacacional.

Desarrollo turístico

El desarrollo turístico se logra con la proyección y encargo de las riquezas turísticas, de forma tal que los beneficios económicos que se logren de ella se dosifiquen tan largamente como sea viable por toda la colectividad del destino. De esta representación los patrocinios se mejorarán en los moradores, suministrarán su sostén al turismo local. Los proyectos turísticos de base urbana son una cualidad significativa para hacer llegar las mercedes a los vecindarios del sitio. (Organización Mundial del Turismo, 1999)

Según la Agenda para Planificadores locales en su edición turismo sostenible y gestión municipal para América Latina y el Caribe (1999), estableció preeminencias de la planificación indispensable laboriosa al progreso turístico en perímetros precisos. En este documento sostiene que la planificación estratégica, como método racionalizado de los problemas de sectores o sociedades concretas, presentan una serie de compendios diferenciados que la hacen principalmente conveniente para enfrentar métodos de impulso turístico, sostiene en el marco real de las compañías precisas sudamericanas, entre tales rasgos favorecedores, sintéticamente expresados, destacarían dos puntos:

Su adaptación al nuevo argumento socioeconómico reinante en la mayor parte de las naciones sudamericanas, en los que la generalización del proceso de ajustes

organizado y modificación del estado hace necesaria la exploración de nuevas condiciones de organización más dúctil e interactiva.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) en el manuscrito reconocido como *Tourismtheyear 2000 and beyond qualitative aspects* puntualizó la concepción de Turismo Sostenible: manifestó que el turismo sostenible atiende a las insuficiencias de los turistas existentes y de los territorios receptores y al mismo tiempo resguarda y anima las congruencias para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que logren integrarse las penurias monetarias, generales y ornamentales, reverenciando al mismo tiempo la rectitud cultural, los métodos ecológicos primarios, la multiplicidad orgánica y los procedimientos que sustentan la vida.

Alojamiento turístico

Es toda empresa de alojamiento a la que se consagra de carácter usual o profesional a facilitar una habitación o residencia a individuos, junto o no con otros servicios de carácter suplementario. Son alojamientos turísticos los albergues, campamentos, bungalows, apartamentos o establecimientos equivalentes, consignados a proveer una habitación o residencia a las personas, en épocas, zonas o similares turísticas. No perturbará la naturaleza del alojamiento el que la actividad se efectúe de modo estacional o permanente. Existe una inmensidad de cualidades y simbolizaciones de los subsectores que constituyen la hotelería, pero no existe un procedimiento de sistematización reconocido internacionalmente. Estos están caracterizados para ofrecer alojamiento, es considerado como servicios complementarios, es una unidad económica.

Es considerada como una parte desvinculada, un inmueble que reúne una sucesión de requerimientos técnicos y de equipamiento para brindar una estadía con

confort al cliente. La Organización Mundial de Turismo (OMT) planteó la conceptualización de Desarrollo Sostenible del turismo, en base a las consecutivas indicaciones:

- Otorgar un uso insuperable a los recursos ambientales, que son un mecanismo primordial del desarrollo turístico, amparando los procesos ecológicos fundamentales y salvaguardando a almacenar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las asociaciones huéspedes, atesorar sus activos culturales vivos y sus valores habituales, así como favorecer al entendimiento y a la pasividad intercultural.
- Aseverar unas diligencias económicas factibles a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos suficientes bien comercializados.

Beneficios del turismo sostenible

El turismo sostenible concentra una nueva ética del turismo y del turista, la sensibilidad hacia el hábitat, la cultura y las formas de vida de las urbes receptoras. A la vez que tolera nutridos beneficios para todos los agentes concernientes con el sector, entre ellas tenemos:

- Proporciona la perspicacia de los impactos que forja el turismo en el medio oriundo, cultural y humano.
- Atestigua una apropiada proporción entre beneficios y costos.
- Genera ocupación local de carácter continuo en el sector servicios.
- Incita la rentabilidad de las manufacturas domésticas locales.
- Compone el ingreso de divisas en el país e inversiones en la economía oriunda.

- Diversifica la economía oriunda, particularmente en espacios campestres donde el empleo agrario puede ser ocasional e insuficiente.
- Procura el entendimiento y la toma de disposiciones entre todos los colectivos sociales para su coexistencia con otros recursos.
- Concentra una programación que afirma un progreso turístico conveniente a la capacidad de carga del hábitat.
- Estimula la mejora de los transportes oriundos, las comunicaciones y las infraestructuras primordiales.

Carnaval Costeño Pacorano

Con muchas algarabías y entusiasmo se ha dado inicio al tradicional Carnaval Costeño Pacorano Antiguo en su edición XV en el distrito de Pacora, Lambayeque. Este año cuenta con una atracción especial, se trata de la preparación del almuerzo más grande del mundo, dando a degustas más de 20 mil platos totalmente gratis, este evento se perpetra en el mes de febrero teniendo una duración de 9 días tiene como escenario el parque principal del pueblo. Pacora es considerada la Capital del Carnaval Costeño Pacorano en la Región de Lambayeque, título otorgado por la INC Lambayeque. En este Festival se puede disfrutar de toda la hospitalidad y calor humano que caracteriza a los pobladores, podrán asistir a las actividad que van desde la solemnidad de majestades infantiles, juvenil y desarrollada de los Bando Rojo y Verde el tan esperado almuerzo más grande del mundo, el pasacalle tradicional el corzo y muchas más actividades sociales y culturales y ofrece su rica y refrescante chicha de jora. Considerando como el carnaval costeño más antiguo del norte peruano, reúne a todos los Pacorano salen las calles para dejarse llevar por la alegría que se vive durante los 9 días que dura la celebración alegría del 13 al 22 de febrero .pacora se llena de la exposición con las marchas de los bandos

“verdes” y “rojos”, en de decenas y coplistas. Se aprecian desfiles de reinas, peleas de gallos, concursos artísticos, y degustación de comidas típicas, con el cebiche de caballa. Durante el día juega con agua, generalmente en equipo, una familia contra la otra. AL atardecer terminado el juego, los pobladores se preparan para la fiesta. El último día del carnaval hay un corso donde desfilan las candidatas a “reinado la ciudad”, en el campo se estila tener Yunzas, mientras una orquesta acompaña el andar.

1.4. Formulación del Problema.

Problema General

Esta investigación, se ha completado sobre la ejecución de dos variables como es la elaboración de un Plan de Promoción para las fiestas del Carnaval Costeño Pacorano y el logro de su Desarrollo Turístico, por lo consiguiente el punto de éxodo de la actual exploración consiste en ¿La elaboración de un Plan de Promoción permitirá el desarrollo turístico del Carnaval Costeño Pacorano?

Problemas Específicos

P1. ¿Cuál es la situación actual del carnaval costeño Pacorano en cuanto a planificación, infraestructura y planta turística?

P2. ¿Cuál es la percepción del mercado, ante el Carnaval Costeño Pacorano?

P3. ¿Cómo diseñar un plan de promoción para el Carnaval Costeño Pacorano

1.5. Justificación e importancia del estudio.

Pacora, posee un gran potencial turístico en cuanto al Folklore, una de sus grandes fiestas es el Carnaval Costeño Pacorano capaz de atraer grandes grupos, sin embargo al no contar con una promoción adecuada que permita su difusión a nivel regional y nacional,

no se lograra el desarrollo turístico al cien por ciento de este acontecimiento. Esta investigación consiste en proponer un Plan de Promoción para el Desarrollo Turístico del Carnaval Costeño Pacorano. Es muy importante investigar de qué manera se está difundiendo el carnaval, ya que es una fiesta de tradición en la cual los turistas buscan vivir junto a los pobladores una gran experiencia. El carnaval Costeño Pacorano es la expresión de interculturalidad, es decir es la oportunidad que pretende acercarse a la búsqueda y a la defensa de las costumbres, mostrando sus formas de festejo, sus bailes, su música, sus comidas, sus bebidas típicas y su vestimenta. Esta es una tradición eminentemente popular que se constituye en nuestro patrimonio cultural. A demás de ser un espacio socio cultural, intangible en el que se evidencian las interacciones culturales, entre los diferentes grupos sociales que se dan cita de varios lugares. Cabe sobresalir que mientras mayor y mejor sea la propagación se obtendrá un mejor posicionamiento dentro del mercado turístico nacional e internacional. Todo englobado en mantener la revalorización y protección de la cultura local.

Es por ello que se propone estrategias de persuasión e instrumentos de promoción siendo este el primer paso para lograr el reconocimiento del “El Carnaval Costeño Pacorano” a nivel nacional e internacional, estableciendo estrategias de promoción se buscará lograr un desarrollo turístico de la ciudad contribuyendo así con su desarrollo económico, social y cultural.

El propósito del presente trabajo es comunicar y difundir la fiesta del Carnaval Costeño Pacorano, estableciendo diferentes estrategias de promoción y publicidad claras ya acorde a la realidad de nuestro entorno, que permita inyectar en la mente del turista su participación de este gran acontecimiento programado.

1.6. Hipótesis.

Si se propone un plan de promoción, entonces se logrará que este contribuya con el desarrollo turístico del Carnaval Costeño Pacorano y a la vez con el desarrollo de la demarcación de Pacora.

1.7. Objetivos.

1.7.1. Objetivo General

Proponer un plan de promoción para el carnaval costeño Pacorano que permita el desarrollo turístico del distrito de Pacora, Lambayeque.

1.7.2. Objetivos específicos

Analizar la situación actual del Carnaval Costeño Pacorano, en cuanto a su planificación, infraestructura y Planta Turística.

Conocer la percepción del mercado, sobre el Carnaval Costeño Pacorano.

Diseñar un plan de promoción que condesienda incrementar el desarrollo turístico del Carnaval Costeño Pacorano.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de Investigación.

Tipo de investigación

Corresponde a una exploración Descriptiva - Proyectiva.

Descriptivo porque asume como ecuánime describir las propensiones de un conjunto o localidad, en este caso la jurisdicción de Pacora.

Mientras que proyectiva porque reside en la elaboración de un procedimiento de desarrollo como medida a una contrariedad o escasez de tipo versado ya sea de un conjunto general o de un espacio territorial. Se examinan las deducciones obtenidas de la valoración se concretarán estrategias de promoción que condesciendan el desarrollo del Turístico del carnaval Costeño Pacorano.

Diseño de investigación

Se manipulará para el vigente proyecto de exploración un diseño: no empírico, colateral o transaccional.

No experimental, a causa de que no se maniobrarán premeditadamente las variables, ni poseerá transformaciones en su escenario.

Transaccional o transversal, puesto que los antecedentes se recogerán en un solo instante, en tiempo notable y su intención será examinar su acontecimiento o interrelación en un período dado en una metrópoli específica.

El diagrama del diseño de investigación será el siguiente:

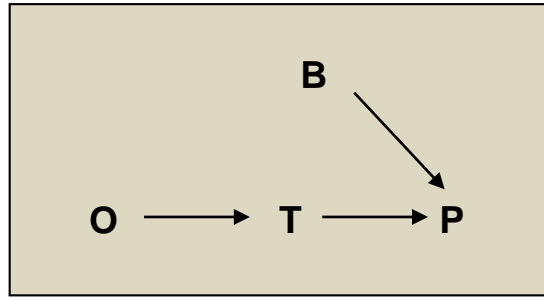
En donde:

TC= Trabajo de campo

O = Observación

P = Propuestas

BT = Base Teoría



2.2. Población y muestra.

Población

La población universal de disertación se presentó por la urbe de la jurisdicción de Pacora según el último censo ejecutado en el año 2007, tomando en balance a los pobladores de 15 a 50 años siendo un total de 3421 pobladores.

Criterios de inclusión

Pobladores del Distrito de Pacora cuyas edades son desde los 15 a 50 años, ya que estos son los más aptos para brindar su opinión.

Tomaremos en cuenta solo a los pobladores que viven en la ciudad de Pacora, ya que son los principales actores del Carnaval.

Criterios de exclusión

Pobladores menores de 15 años y mayores de 50 años, al mismo tiempo habitantes que no soporten de variaciones cerebrales y que puedan dar opiniones concretas del acontecimiento investigado.

Se excluye a los pobladores que vivan en los distintos caseríos o centros poblados del distrito de Pacora, pues estos se encuentran sin accesibilidad, además no todos estos participan del evento.

Tabla 4. Población del Distrito de Pacora

DISTRITO	Total	GRUPOS QUINQUENALES DE EDAD						
		15 - 19	20 -24	25 - 30	31 - 34	35 - 40	41 - 44	45 - 50
PACORA	7,195	709	569	465	445	412	418	406

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática 2007 - (INEI)

Muestra

Se han tomado en cuenta los pobladores del Distrito de Pacora, como estudiantes, profesores, funcionarios públicos, además se tomaran en cuenta los distintos hoteles, restaurantes.

Actores públicos: en este caso estará dirigida al alcalde de la Municipalidad distrital de Pacora, y algunos funcionarios.

Pobladores: el muestreo es probabilístico de tipo aleatorio simple.

El volumen de espécimen se ejecutará con un horizonte de familiaridad del 95% y con un lado de desliz colosal de apreciación del 10%.

Turistas: que visitan la Región Lambayeque, los cuales ascienden en el 2013 a un total de 188, 307; según registros de DIRCETUR.

Por lo tanto se manipulará la subsiguiente fórmula para extraer el espécimen que será detallada:

Muestra 1: pobladores del distrito de Pacora.

Tamaño de Muestra:

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

Dónde:

N: tamaño del universo

Z: Nivel de confianza 1.96

E: margen de Error 0,1

P: probabilidad de que el evento ocurra (50%)

Q: probabilidad de que el evento no ocurra (50%)

Entonces:

n= 3421 pobladores

Z: 1.96

E: 10% = 0.1

p: 50% = 0.5

q: 50% = 0.5

$$N = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 3421}{0.1^2(3421 - 1) + 1.96 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$N = \frac{3285.5284}{34.69}$$

$$N = 94,71110983$$

$$N = 94$$

Finalmente tenemos una muestra de 94 pobladores.

Muestra 2: se tomara una muestra de 50 personas al azar, que sean circulantes de la ciudad de Chiclayo, para saber cuánto conocen del Carnaval Costeño Pacorano.

2.3. Variables, Operacionalización.

Variable Independiente: Plan de promoción.

Variable Dependiente: Desarrollo Turístico.

Tabla 5. Sistemas de Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional
Variable independiente: Plan de promoción	Instrumento escrito en el que de una representación estructurada, se puntualizan las habilidades y operaciones que se van a arremeter para alcanzarlos en un término determinado, denominados objetivos productivos a lograr en un tiempo determinado, logrando así que el producto al que se quiera promocionar logre ser conocido en el mercado.	Proceso que permite una correcta promoción para producir impactos que mejoren el turismo en el carnaval.
Variable dependiente: Desarrollo Turístico	Se define como el aumento del flujo turístico en nuestro destino, teniendo siempre en cuenta el abastecimiento y el progreso de las subestructuras, servicios habilidosos para compensar las parvedades del turismo e inconfundible de un carácter integral, puede igualmente circunscribir los efectos agrupados. Para lograr un buen desarrollo turístico tenemos que encontrar un equilibrio en los económico, social y cultural.	El carnaval costeño Pacorano alcanzará el desarrollo turístico, al integrarse los diversos ámbitos sectoriales (turísticos y otros sectores de la economía) en la priorización de planes que fortalezcan la actividad turística del distrito.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTOS
Variable Independiente: Plan de Promoción	Análisis de Mercado	Oferta Turística	Encuestas - Entrevistas
		Demanda Turística	
		Planta Turística	
	Diagnóstico FODA	Fortalezas	Encuesta- Entrevistas- Fichas de observación
		Debilidades	
		Oportunidades	

		Amenazas	
	Estrategias de promoción	Estrategias de comunicación	Encuestas - Entrevistas
		Campaña Publicitaria	
		Promoción Turística	
Variable Dependiente: Desarrollo Turístico	Social	Concienciación de la comunidad	Encuestas - Entrevistas
		Identidad Cultural	Fichas de observación
		Percepción del Poblador	
	Económico	Generación de Empleo a través de la intervención de la colectividad particular en la actividad turística	Encuestas - Entrevistas
		Optimizar la disposición de existencia	
		Desarrollo económico para el distrito de Pacora	
	Ambiental.	Resguardo del medio ambiente	Encuestas - Entrevistas
		Cuidado de los recursos adecuadamente	
		Manejo adecuado del agua	

Fuente: Elaboración propia.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos y validez.

Técnicas de recolección de datos

Para la vigente exploración se utilizó, la encuesta y entrevista, para recolectar información sobre la organización, realización, ejecución y participación de los pobladores y funcionarios ante el Carnaval costeño Pacorano.

Encuesta: se diseñó un incorporado de interrogaciones encaminadas a una muestra específica de la población de la jurisdicción de Pacora, la cual se transbordará a cabo de

forma interactiva; ya que me involucrare durante su perfeccionamiento a fin de solventar incertidumbres y elucidaciones desacertadas de la indagación, además se encuestará a distintos turistas de la región Lambayeque, conquistando así la elaboración de deducciones confidenciales, puntuales y evidentes.

Entrevistas: previamente se presentó un cuestionario donde se encontrarán plasmadas las interrogantes referentes a la problemática de mi tema a realizar, el cual estará dirigido a los actores públicos, como el alcalde de la municipalidad de Pacora, algunos funcionarios Públicos y los organizadores del Carnaval Costeño Pacorano.

Fichas de observación: en esta investigación se aplicará la observación directa a la infraestructura, planta turística y recursos turísticos, existentes en el área de estudio, para evaluar el estado en que se encuentran, y analizar lo que le hace falta para lograr el desarrollo turístico del distrito de Pacora.

Descripción de las herramientas a utilizar:

Encuesta: su avance condescenderá la recaudación de fundamentos acertados a los semblantes de las variables independiente y dependiente.

Tabla 7. Ficha técnica 01

FICHA TÉCNICA 01	
Autor	Peña García Estefanny Tahis
Año de Transformación	2014
Contorno de Aplicación	Pobladores de la jurisdicción de Pacora – Lambayeque de 15 a 50 años.
Forma de Administración	Individual
Área que Explora	Sociocultural, económico y medio ambiental.

Representación del Instrumento	La indagación está compuesta por 15 ítems, con un máximo de 5 contestaciones disyuntivas.
Pautas de Urbanidad	El resultado que se conseguirá en las indagaciones, será transpuesto a los cuadros y gráficos detallados, demostrándose con mayor preeminencia la proporción colosal e inapreciable.

Fuente: Elaboración propia.

Guía de Entrevista: la realización de dicho elemento consentirá la recaudación de fundamentos oportunos a los semblantes de las variables independiente y dependiente, consiguiendo emprender una correspondencia inmediata con los actores gubernamentales.

Tabla 8. Ficha técnica 02

FICHA TÉCNICA	
Autor	Peña García Estefanny Tahis
Año de Elaboración	2014
Número de Entrevistas	6 entrevistas
Ámbito de Aplicación	Municipalidad de Pacora, 3 funcionarios Públicos y el encargado de la organización del Carnaval costeño Pacorano.
Forma de Administración	Particular
Descripción del Instrumento	Las entrevistas están compuestas por un mínimo de 6 interrogaciones.

Fuente: Elaboración propia.

2.5. Procedimiento de análisis de datos.

Para la recaudación de fundamentos para la investigación, se tomará en cuenta las desemejantes técnicas de recolección de antecedentes para los cual se ha seguido el subsiguiente procedimiento:

Se elaboró un estudio de los objetivos que posee la exploración, el tiempo de diligencia de las técnicas e instrumentos, las empresas e individuos copartícipes en la indagación. Se delinearán instrumentos de acuerdo a las técnicas, para aplicar las herramientas según se identifica la población a la cual la aplicamos. Se decretará los testimonios recogidos según las hipótesis de la exploración perfiladas de acuerdo a los discernimientos trazados en el esquema. Inmediatamente se pasará la inquisición en una portátil de carácter constituida, para ir alcanzando los convenientes cuadros solidificados o la selección de la indagación. En definitiva, se realizó el estudio de la averiguación distinguida para poder traducir en información los datos conseguidos de la recopilación de datos.

2.6. Aspectos éticos.

Los discernimientos éticos que se han reverenciado para la exploración son:

Responsabilidad: posee un encargo o necesidad de tipo íntegro concerniente con consecuencias límpidas.

Objetividad: no se condescendió que las predilecciones, apremios de ventaja o la autoridad inmundada de terceros excluyan la prudencia profesional.

Confidencialidad: se admiró la privacidad de la indagación emanada como consecuencia de la compilación de testimonios, y no se revelará dicha averiguación a

intercesores, salvo que coexista un deber nomotético, profesional o la permisión de las fracciones partícipes.

Integridad: la exploración será perpetrada a conciencia íntegra, rectitud, franqueza, imparcialidad y ecuanimidad afirmados en el derecho auténtico.

Respeto y Observancia de las disposiciones normativas y reglamentarias: se apreció a los empresarios partícipes de esta exploración, obedeciendo su potestad y reflexionando su modestia.

Competencia y actualización profesional: se evaluó, ordeno, analizamos e interpretaron los datos obtenidos aplicando criterios técnicos reconocidos y validados durante nuestra formación profesional.

Difusión y colaboración: se contribuyó de acuerdo a las contingencias particulares, al perfeccionamiento, distinción y ennoblecimiento de la función.

2.7. Criterios de Rigor científico.

Para la presente exploración, los discernimientos de inflexibilidad irrefutables que como investigador se planteó las subsecuentes:

Duplicación de las deducciones: cuando se efectúan exploraciones con los semejantes subyugados e equivalentes contextos.

Neutralidad: evicción de que las derivaciones de una exploración no están transversales por exaltaciones, beneficios, y representaciones del Tesista.

Validez interna o Valor de verdad: isomorfismo entre la situación y los antecedentes almacenados.

Transferibilidad: se averiguó suministrar el discernimiento sobre el argumento que condescenderán transportar las terminaciones a contextos equivalentes. No indaga emplear sin circunstancias.

Fiabilidad: Grado en que los instrumentos repiten las mismas medidas en las mismas circunstancias.

Objetividad: Grado en que la investigación está exenta de la influencia de la perspectiva de los investigadores.

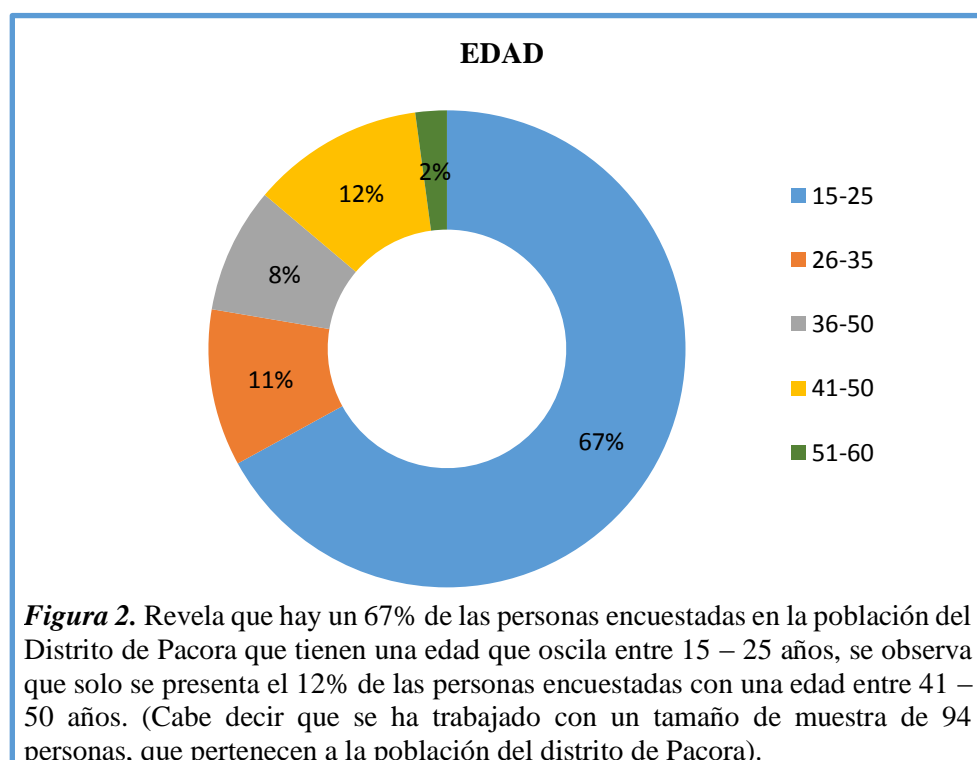
III. RESULTADOS

3.1. Tablas y Figuras.

RESULTADOS DE ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN

Tabla 9
Edad promedio de la población del Distrito de PACORA

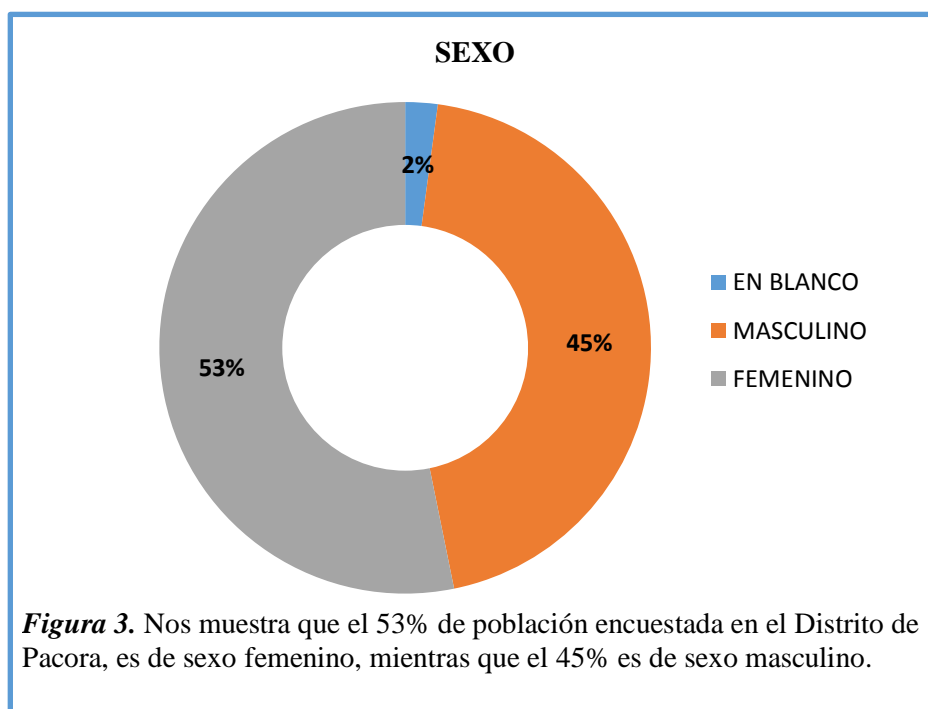
EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-25	63	67%
26-35	10	11%
36-50	8	9%
41-50	11	12%
51-60	2	2%
TOTAL	94	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 10
Sexo del Poblador Encuestado

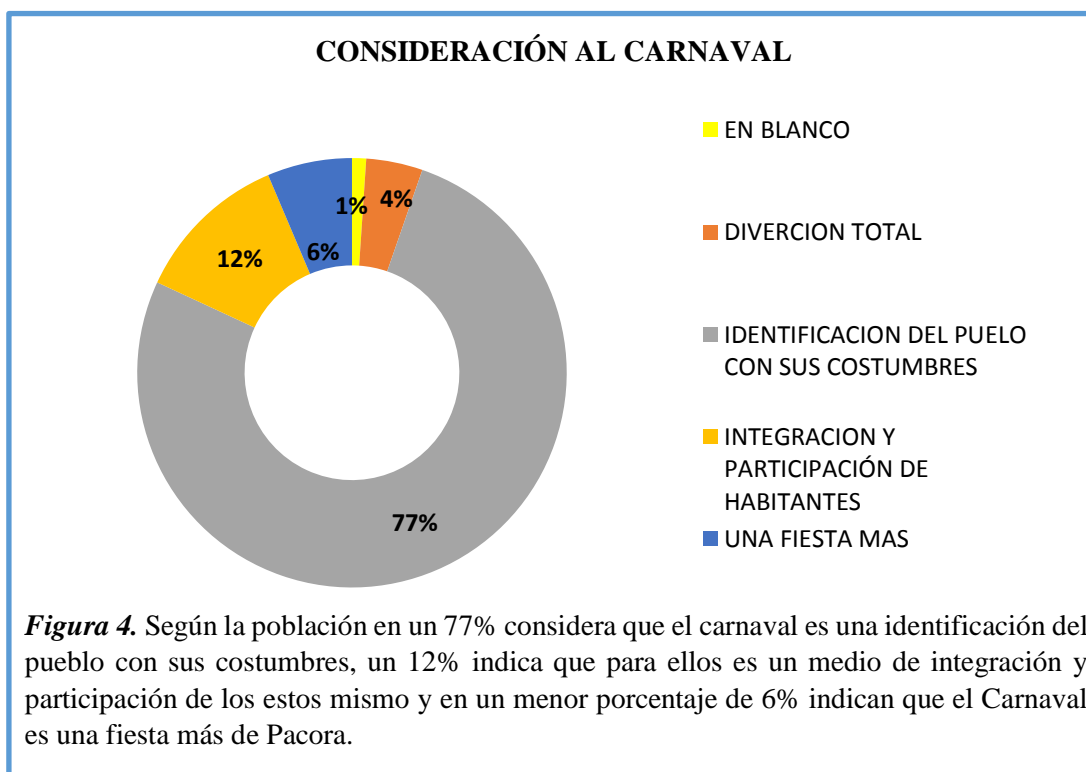
SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	2	2%
MASCULINO	42	45%
FEMENINO	50	53%
TOTAL	94	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 11
Percepción del poblador respecto al Carnaval Pacorano

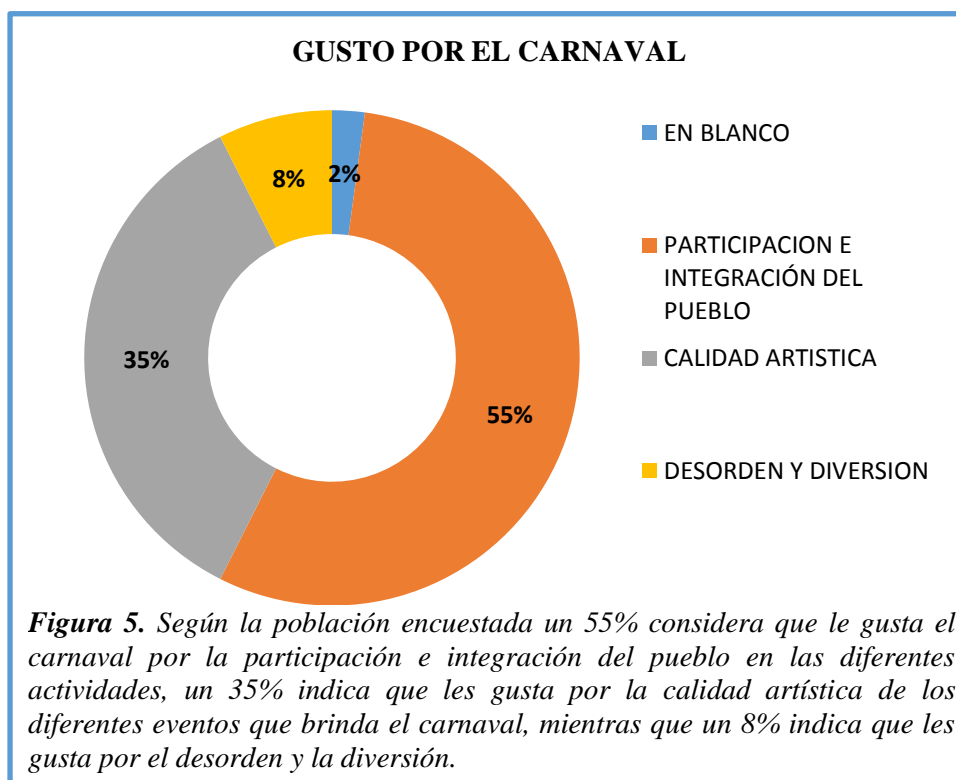
¿USTED CONSIDERA, AL CARNAVAL PACORANO CÓMO?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	1	1%
DIVERSION TOTAL	4	4%
IDENTIFICACION DEL PUELO CON SUS COSTUMBRES	72	77%
INTEGRACION Y PARTICIPACIÓN DE HABITANTES	11	12%
UNA FIESTA MAS	6	6%
TOTAL	94	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 12
Gusto por el carnaval costeño Pacorano

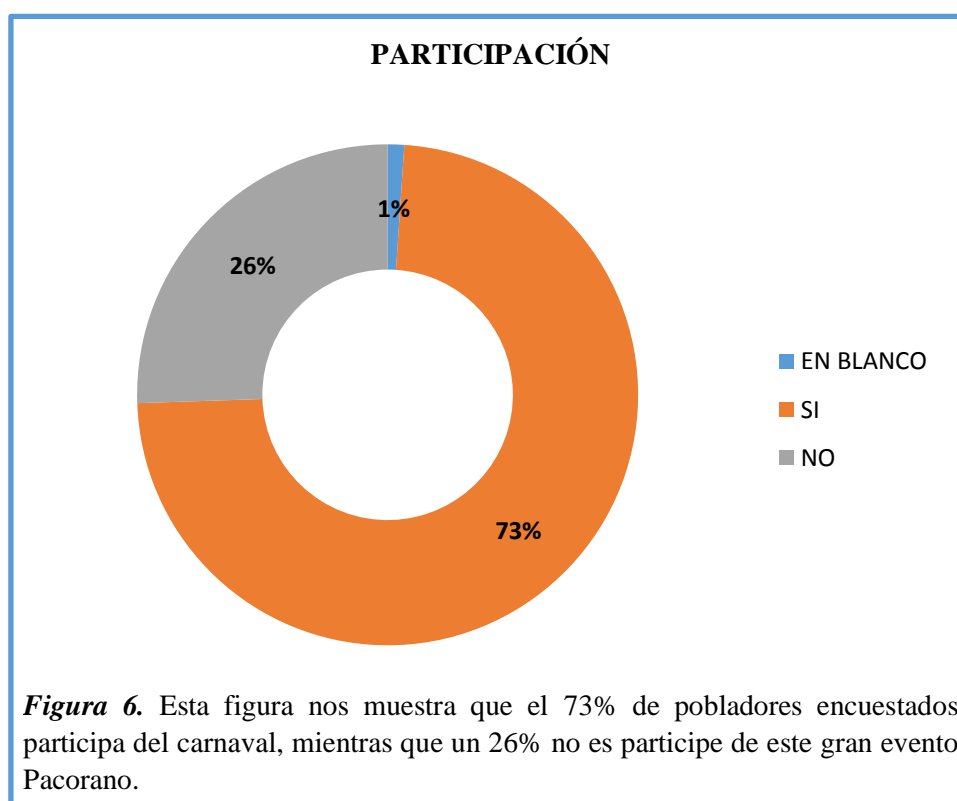
¿QUE LE GUSTA DEL CARNAVAL COSTEÑO PACORANO?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	2	2%
PARTICIPACION E INTEGRACIÓN DEL PUEBLO	52	55%
CALIDAD ARTISTICA	33	35%
DESORDEN Y DIVERSION	7	7%
TOTAL	94	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 13
Participación del Poblador en el Carnaval Costeño Pacorano

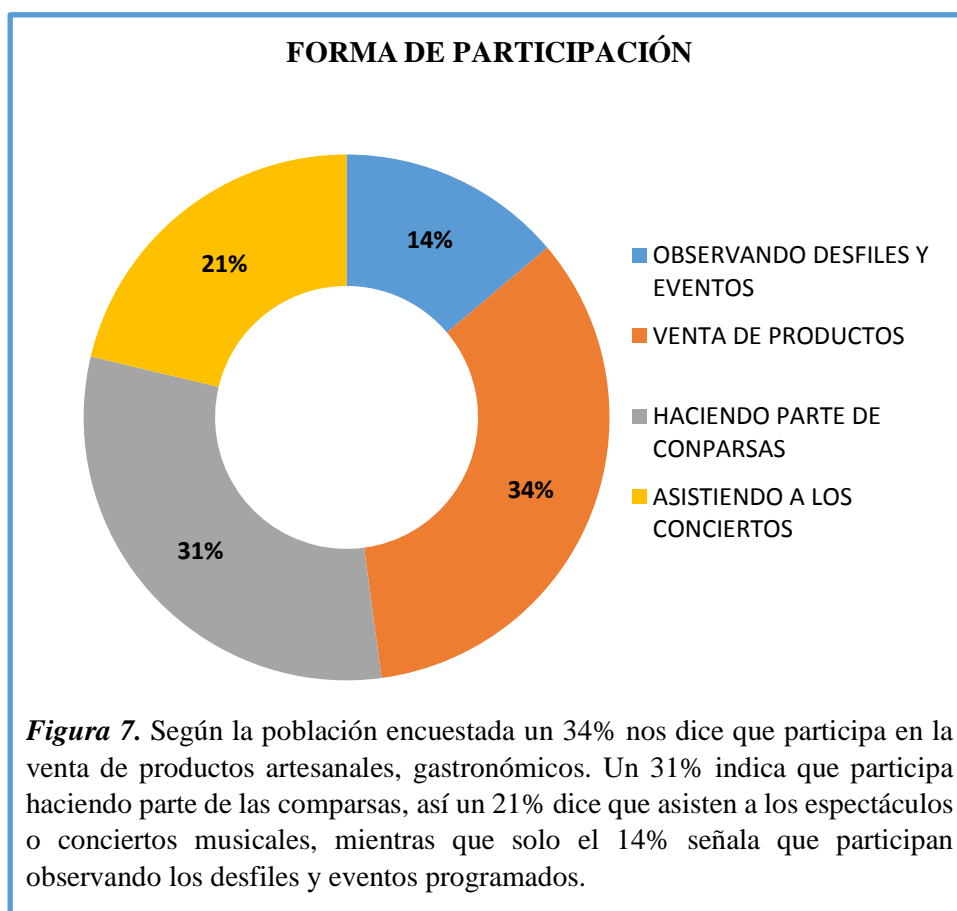
¿PARTICIPA USTED DEL CARNAVAL DE PACORA?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	1	1%
SI	69	73%
NO	24	26%
TOTAL	94	100%



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14
Forma de Participación del Poblador en el Carnaval Costeño Pacorano

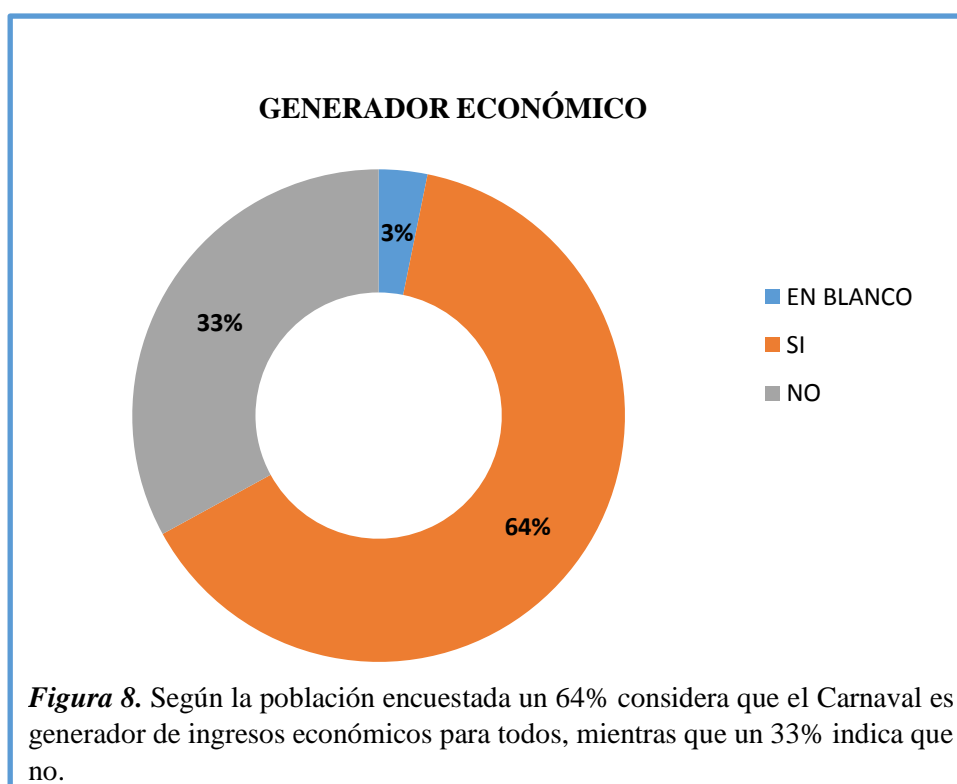
SI RESPONDIO AFIRMATIVO LA PREGUNTA TRES, DE QUE FORMA PARTICIPA PRINCIPALMENTE USTED EN EL CARNAVAL DE PACORA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
OBSERVANDO DESFILES Y EVENTOS	13	14%
VENTA DE PRODUCTOS	32	34%
HACIENDO PARTE DE CONPARSAS	29	31%
ASISTIENDO A LOS CONCIERTOS	20	21%
TOTAL	94	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 15
Apreciación económica del Poblador Pacorano

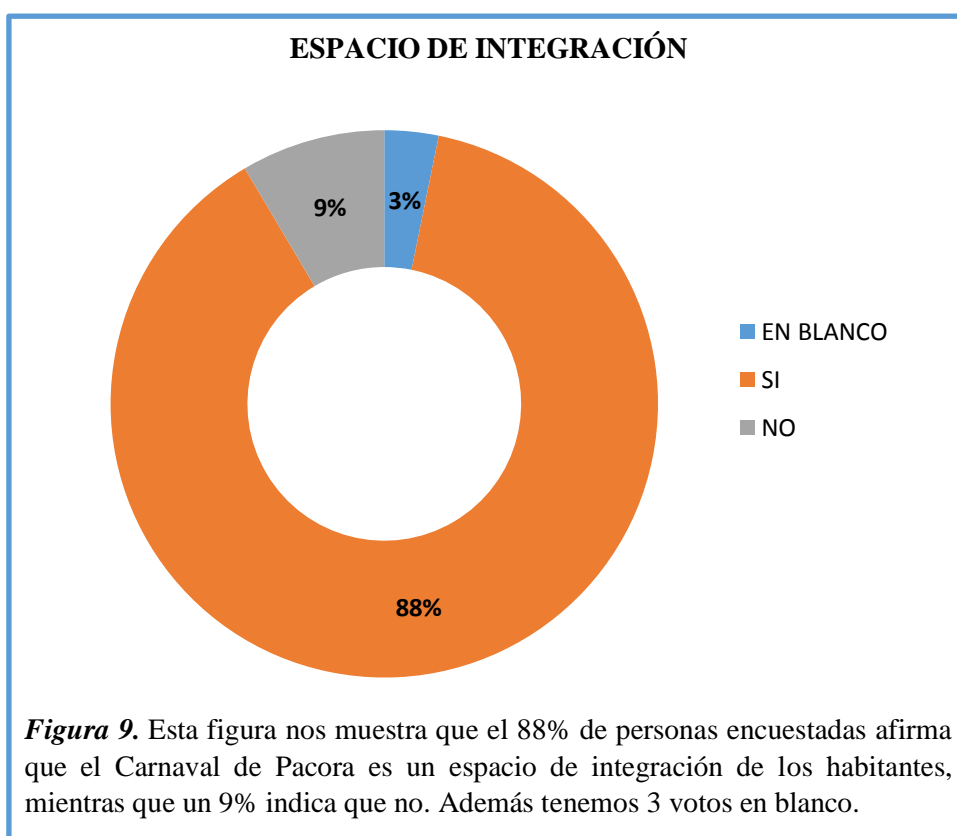
CONSIDERA QUE EL CARNAVAL DE PACORA GENERA INGRESOS ECONÓMICOS PARA TODOS.	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	3	3%
SI	60	64%
NO	31	33%
TOTAL	94	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 16
Opinión de integración del Poblador Pacorano

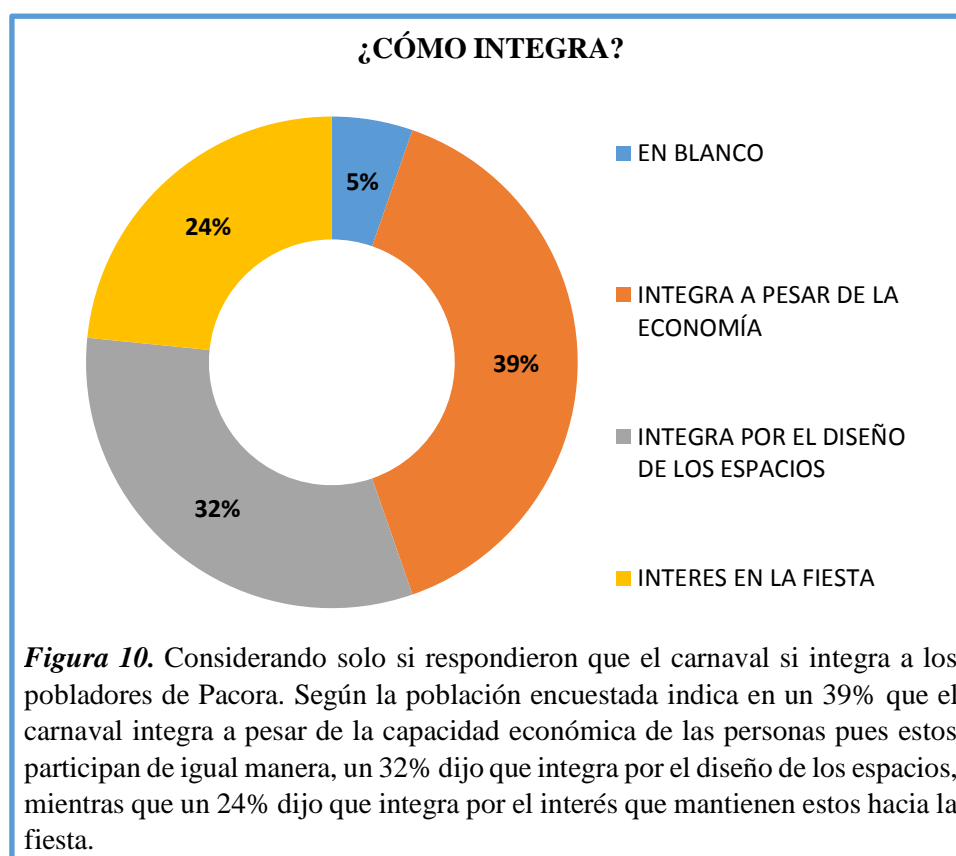
CONSIDERA USTED QUE EL CARNAVAL DE PACORA ES ACTULMENTE UN ESPACIO DE INTEGRACIÓN DE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	3	3%
SI	83	88%
NO	8	9%
TOTAL	94	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 17
Apreciación del Poblador Pacorano ante la forma de integración en el Carnaval Costeño Pacorano

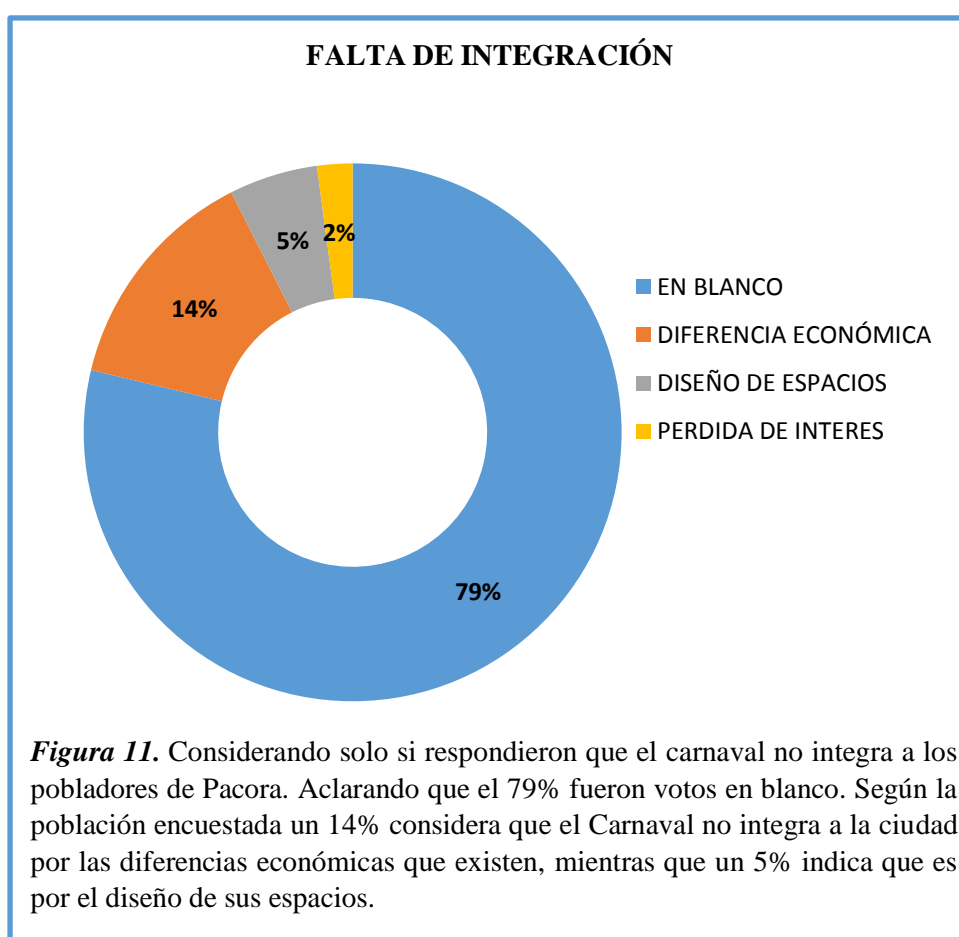
COMO INTEGRA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	5	5%
INTEGRA A PESAR DE LA ECONOMÍA	37	39%
INTEGRA POR EL DISEÑO DE LOS ESPACIOS	30	32%
INTERES EN LA FIESTA	22	23%
TOTAL	94	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 18
Apreciación del Pacorano ante la no integración del Carnaval Costeño Pacorano

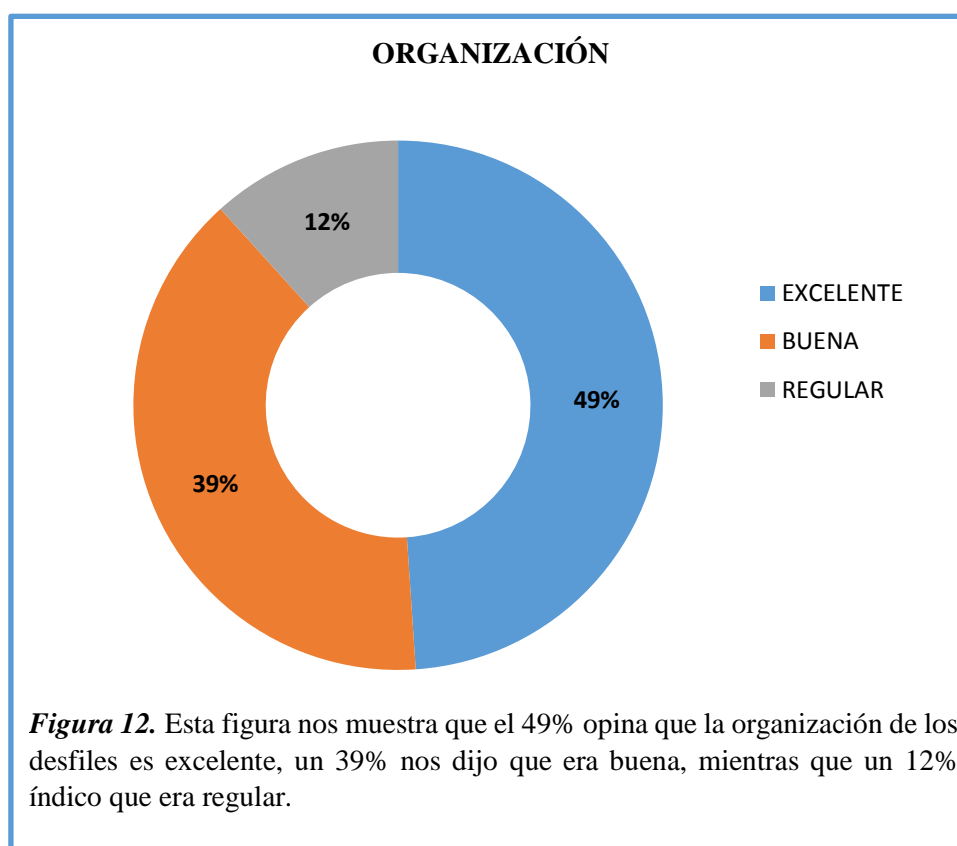
POR QUE NO INTEGRA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	74	79%
DIFERENCIA ECONÓMICA	13	14%
DISEÑO DE ESPACIOS	5	5%
PERDIDA DE INTERES	2	2%
TOTAL	94	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 19
Opinión de la organización de los desfiles en el Carnaval Costeño Pacorano

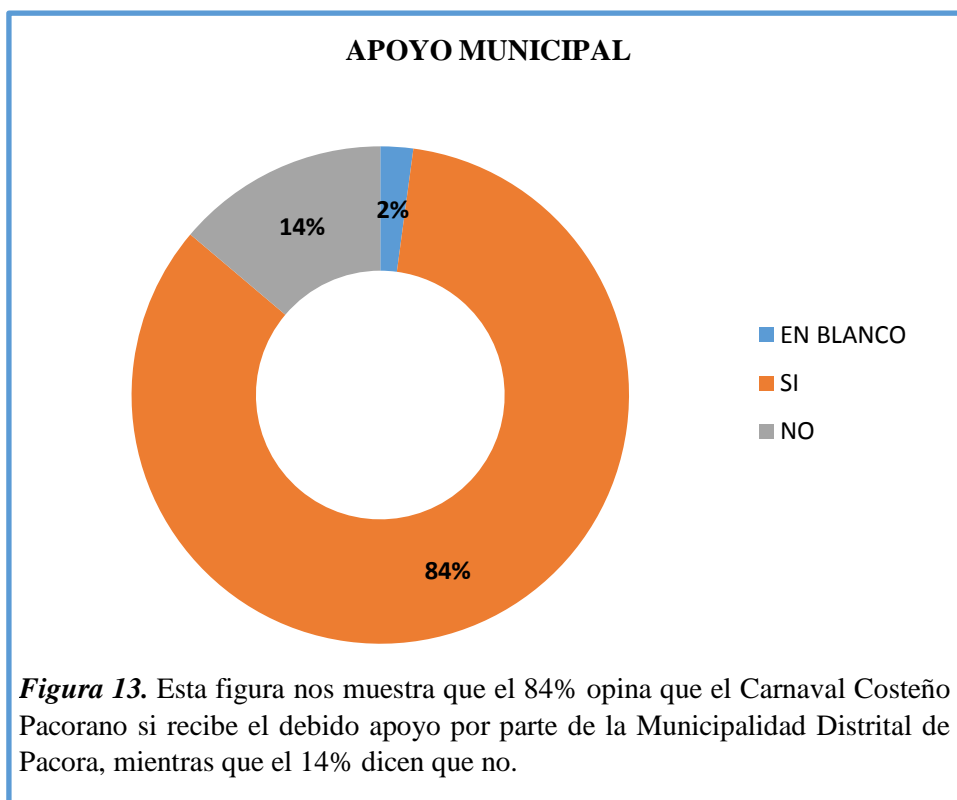
COMO CONSIDERA LA ORGANIZACIÓN DE LOS DESFILES Y EVENTOS DEL CARNAVAO DE PACORA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	46	49%
BUENA	37	39%
REGULAR	11	12%
TOTAL	94	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 20
Opinión sobre el apoyo de la municipalidad

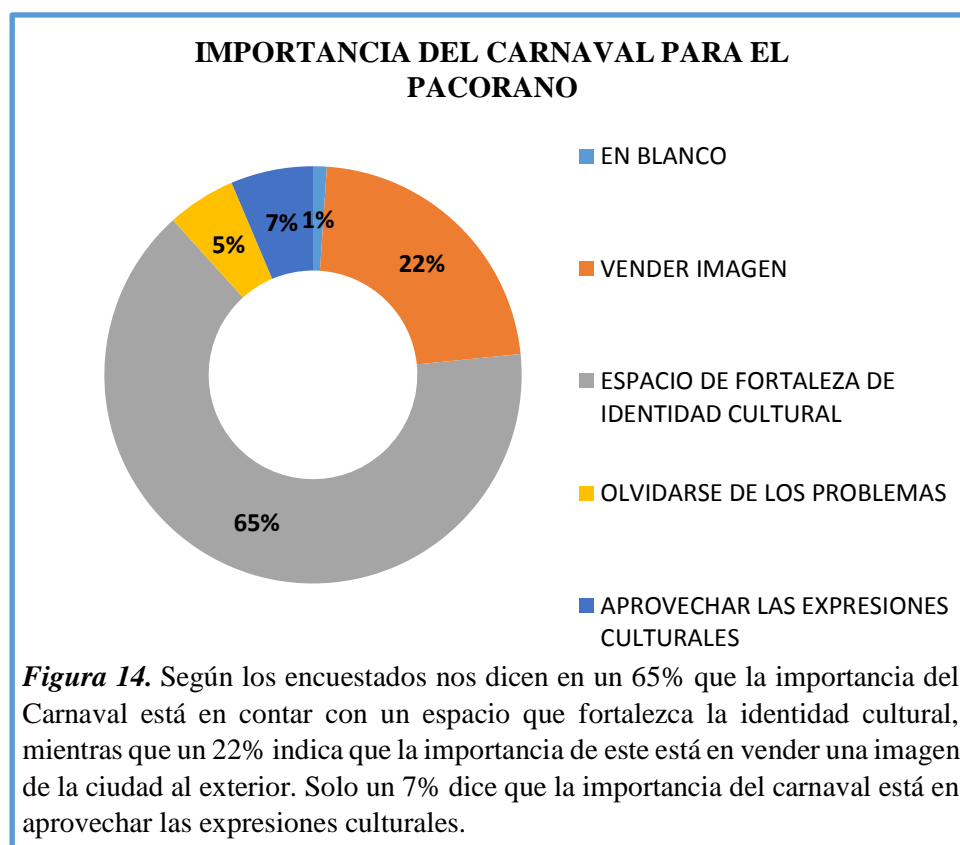
EL CARNAVAL PACORANO CUENTA CON APOYO DE LA MUNICIPALIDAD PARA SU REALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	2	2%
SI	79	84%
NO	13	14%
TOTAL	94	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 21
Opinión del Pacorano sobre la importancia del Carnaval Costeño

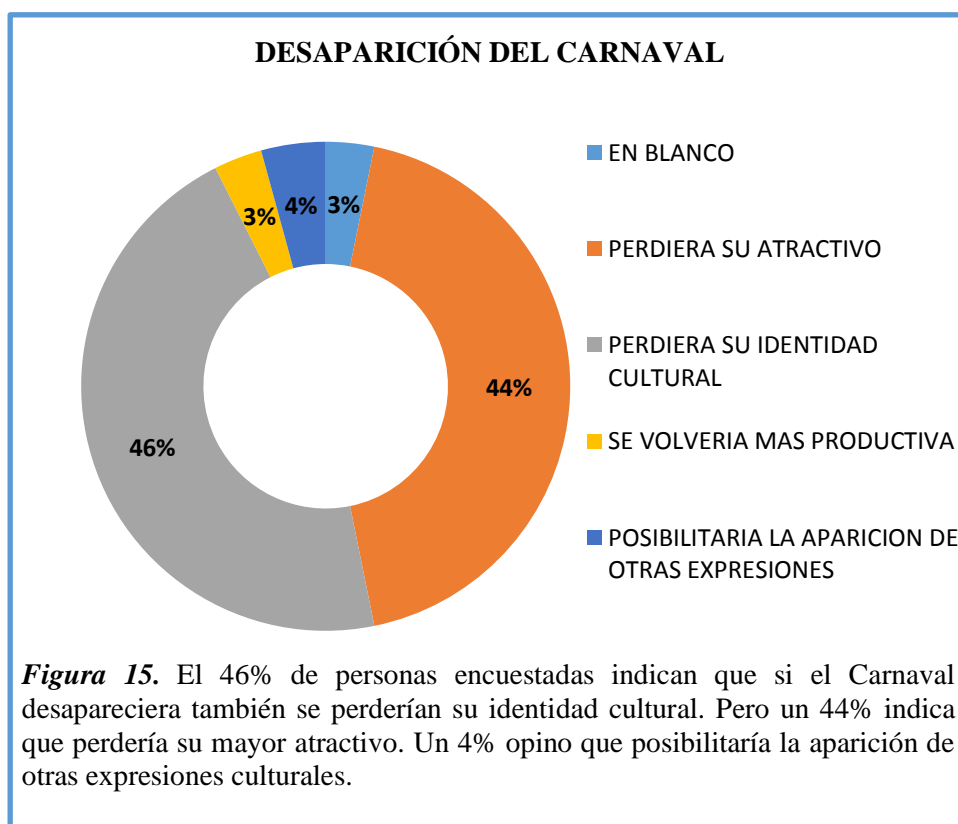
LA MAYOR IMPORTANCIA DEL CARNAVAL DE PACORA PARA EL PACORANO ESTÁ EN:	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	1	1%
VENDER IMAGEN	21	22%
ESPACIO DE FORTALEZA DE IDENTIDAD CULTURAL	61	65%
OLVIDARSE DE LOS PROBLEMAS	5	5%
APROVECHAR LAS EXPRESIONES CULTURALES	6	6%
TOTAL	94	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 22
Percepción sobre la desaparición del Carnaval Costeño Pacorano

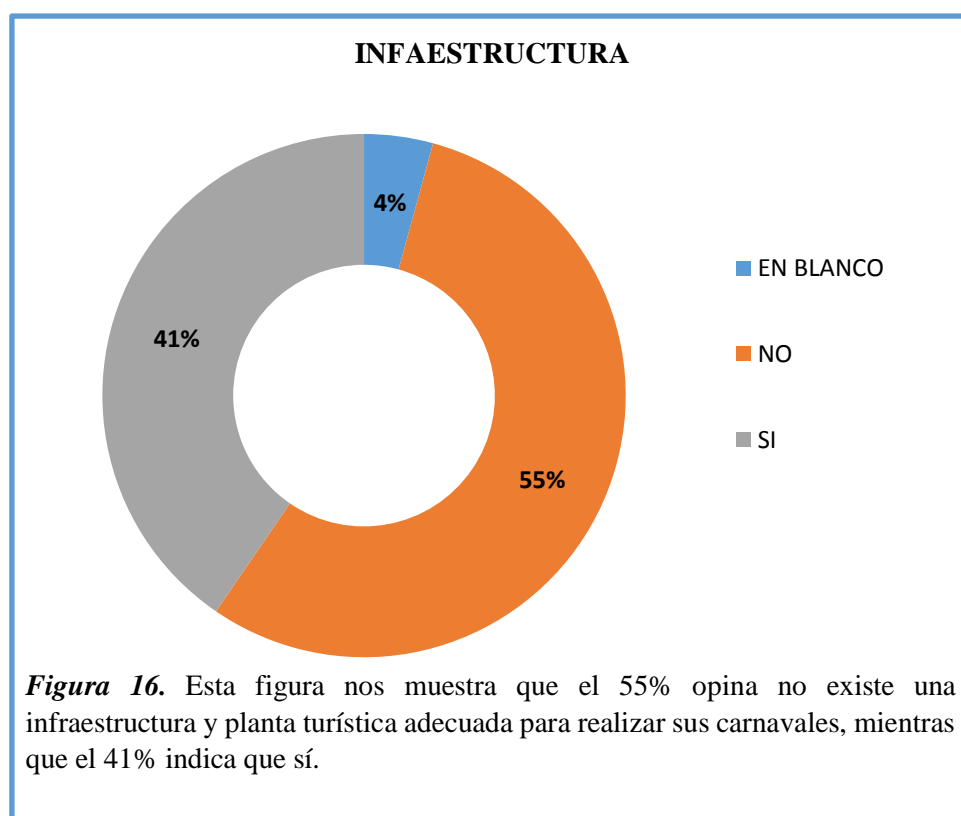
SI DESAPARECIERA EL CARNAVAL USTED CONSIDERA QUE LA CIUDAD:	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	3	3%
PERDIERA SU ATRACTIVO	41	44%
PERDIERA SU IDENTIDAD CULTURAL	43	46%
SE VOLVERIA MAS PRODUCTIVA	3	3%
POSIBILITARIA LA APARICION DE OTRAS EXPRESIONES	4	4%
TOTAL	94	100%



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 23
Opinión sobre la infraestructura y planta turística de Pacora

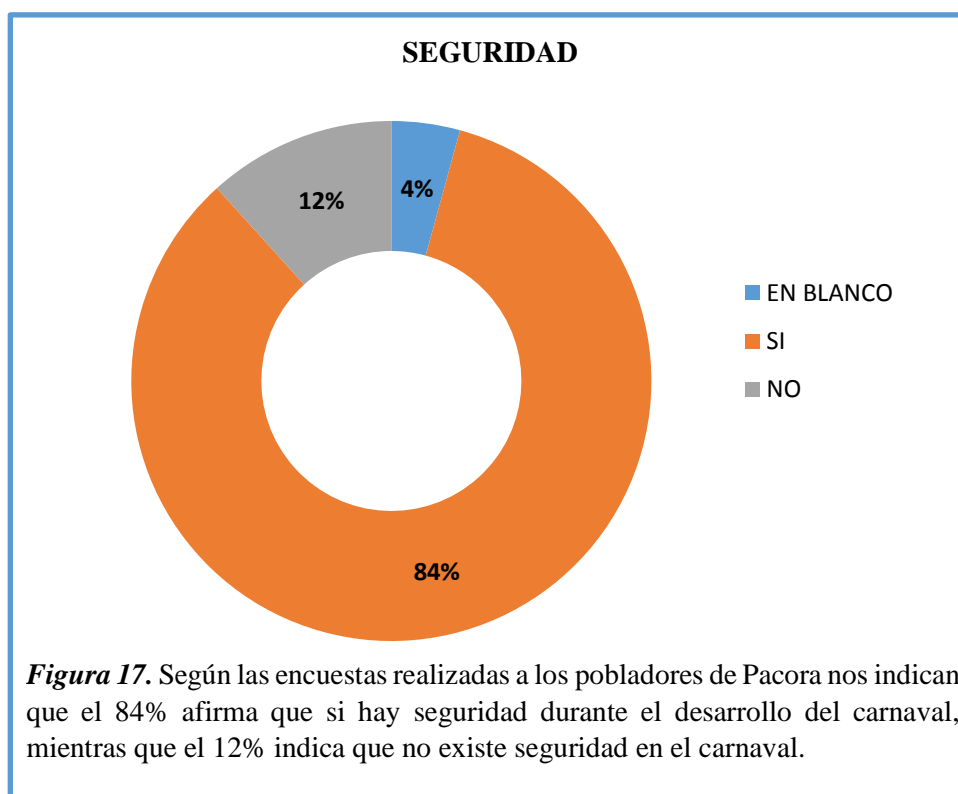
CONSIDERA USTED QUE PACORA TIENE LA INFRAESTRUCTURA Y PLANTA TURISTICA ADECUADA PARA REALIZAR SUS CARNAVALES.	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	5	5%
NO	63	67%
SI	26	28%
TOTAL	94	100%



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 24
Opinión sobre la seguridad en el Carnaval Costeño Pacorano

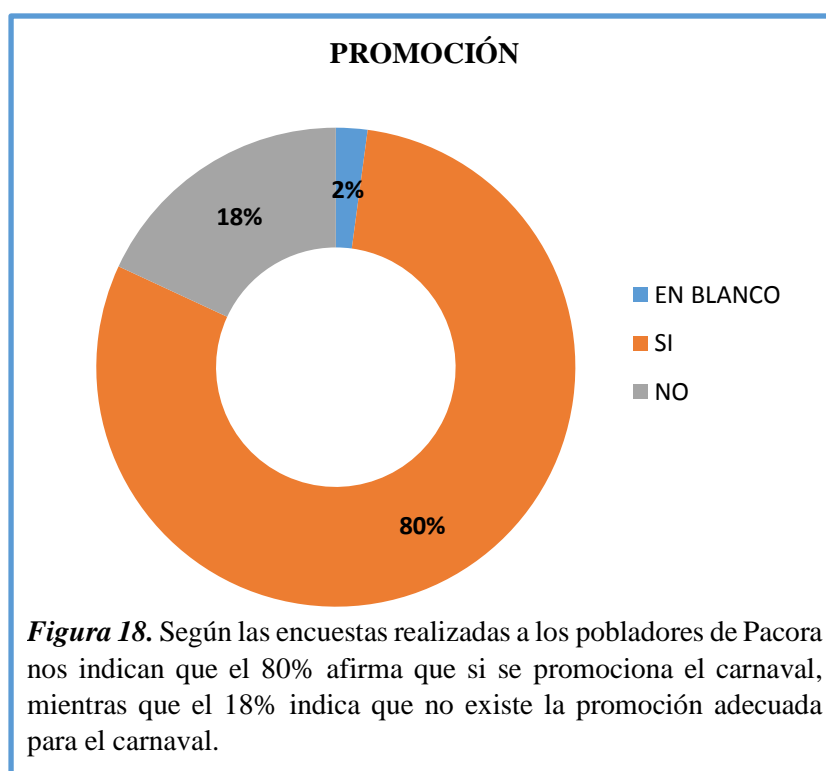
EL CARNAVAL PACORANO CUENTA CON SEGURIDAD DURANTE SU REALIZACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	4	4%
SI	79	84%
NO	11	12%
TOTAL	94	100%



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25
Apreciación del Pacorano sobre la promoción del carnaval

CONSIDERA QUE EL CARNAVAL PACORANO SE PROMOCIONA CORRECTAMENTE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	2	2%
SI	75	80%
NO	17	18%
TOTAL	94	100%

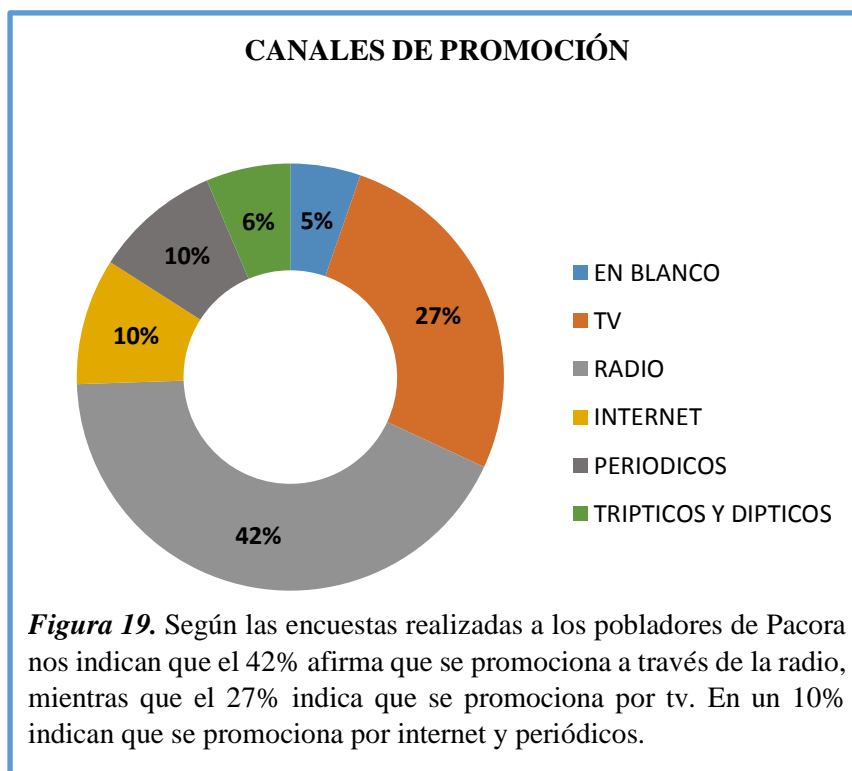


Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 26

Canales más frecuentes para la promoción del Carnaval Costeño Pacorano

CUALES LOS MEDIOS O CANALES MÁS FRECUENTES CON QUE SE PROMOCIONA EL CARNAVAL.	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	5	5%
TV	25	27%
RADIO	40	43%
INTERNET	9	10%
PERIODICOS	9	10%
TRIPTICOS Y DIPTICOS	6	6%
TOTAL	94	100%

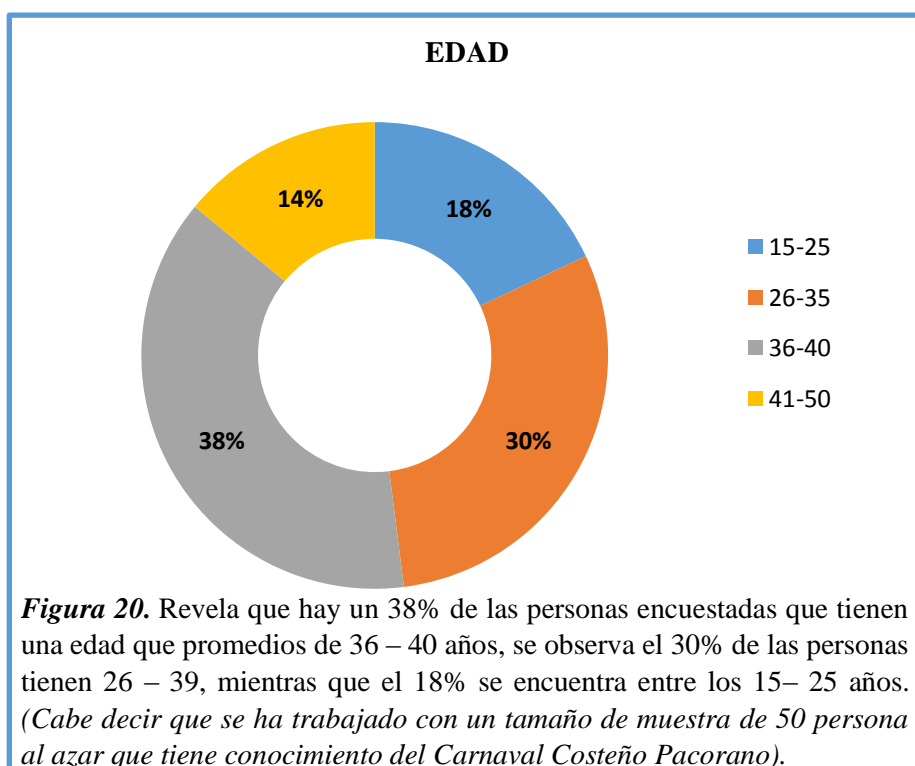


Fuente: *Elaboración propia.*

RESULTADOS DE DATOS DE LAS 50 PERSONAS AL AZAR CIRCULANTES EN LA CIUDAD DE CHICLAYO

Tabla 27
Edad promedio de la población del encuestado

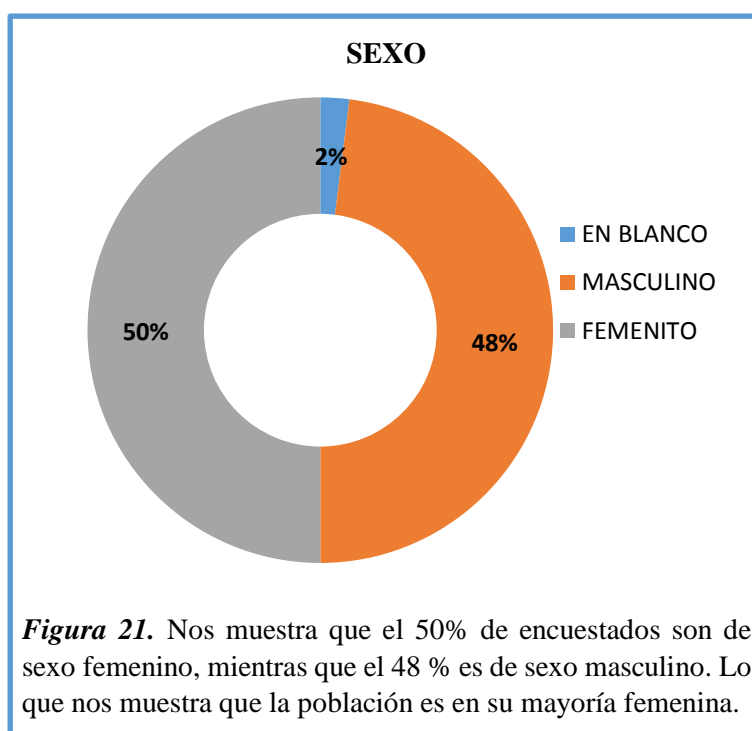
EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-25	9	18%
26-35	15	30%
36-40	19	38%
41-50	7	14%
TOTAL	50	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 28
Tabla sexo del encuestado

SEXO		FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO		1	2%
MASCULINO		24	48%
FEMENITO	25	50%	
TOTAL	50	100%	

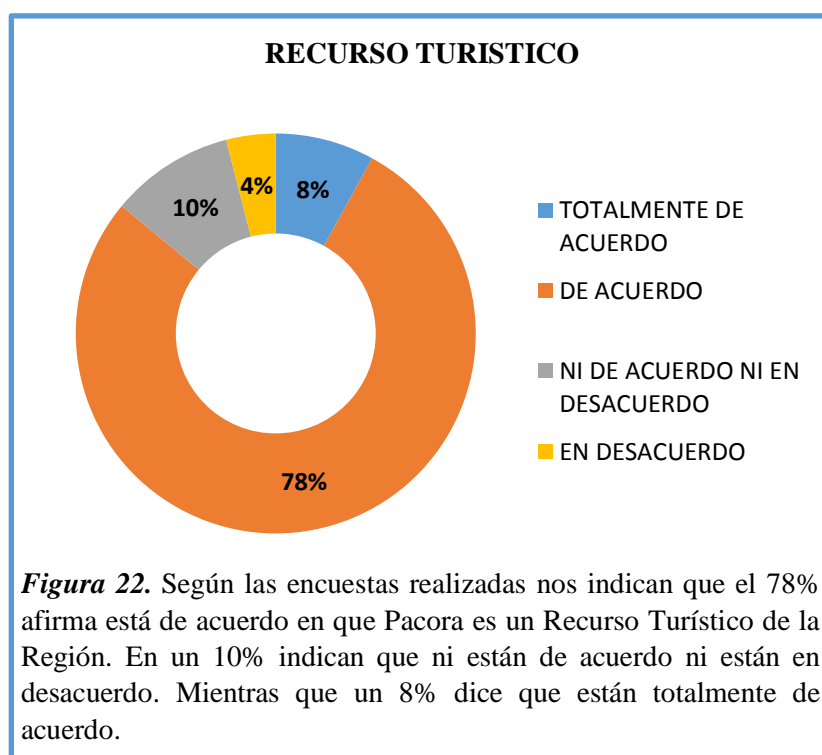


Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 29

Consideración del encuestado a Pacora, como recurso Turístico

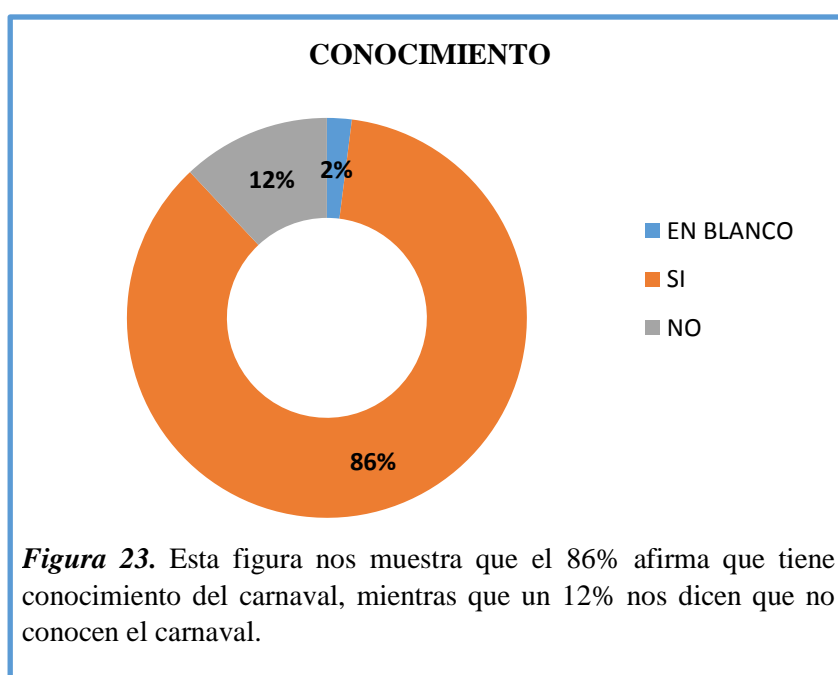
CONSIDERA USTED QUE PACORA ES UN RECURSO TURÍSTICO DE LA REGIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	8%
DE ACUERDO	39	78%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	5	10%
EN DESACUERDO	2	4%
TOTAL	50	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 30
Conocimiento del encuestado hacia el Carnaval Costeño Pacorano

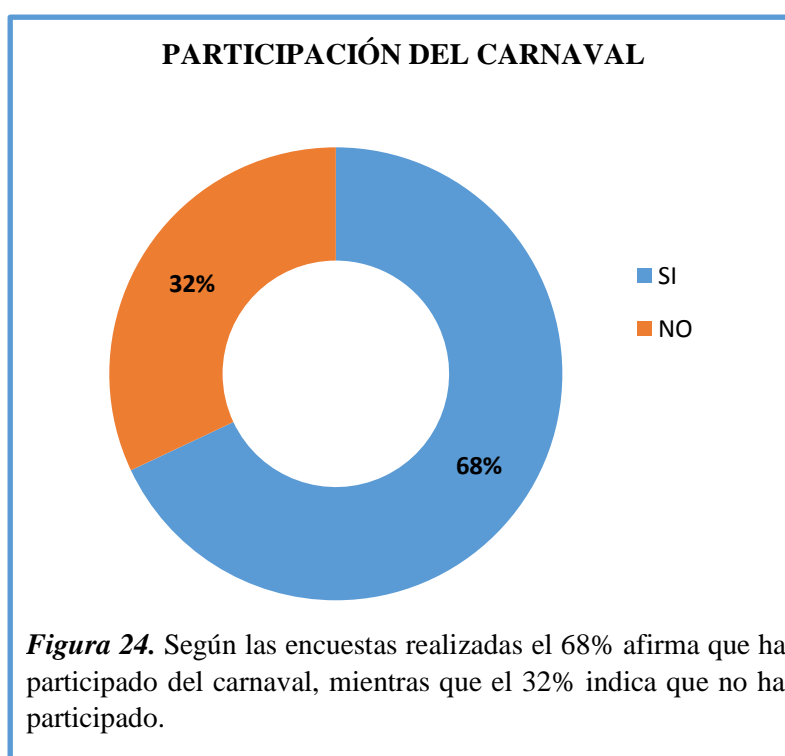
TIENE CONOCIMIENTO USTED DEL CARNAVAL COSTEÑO PACORANO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	1	2%
SI	43	86%
NO	6	12%
TOTAL	50	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 31
Participación del encuestado en el Carnaval Costeño Pacorano

HA PARTICIPADO EN LAS ACTIVIDADES DEL CARNAVAL COSTEÑO PACORANO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	34	68%
NO	16	32%
TOTAL	50	100%

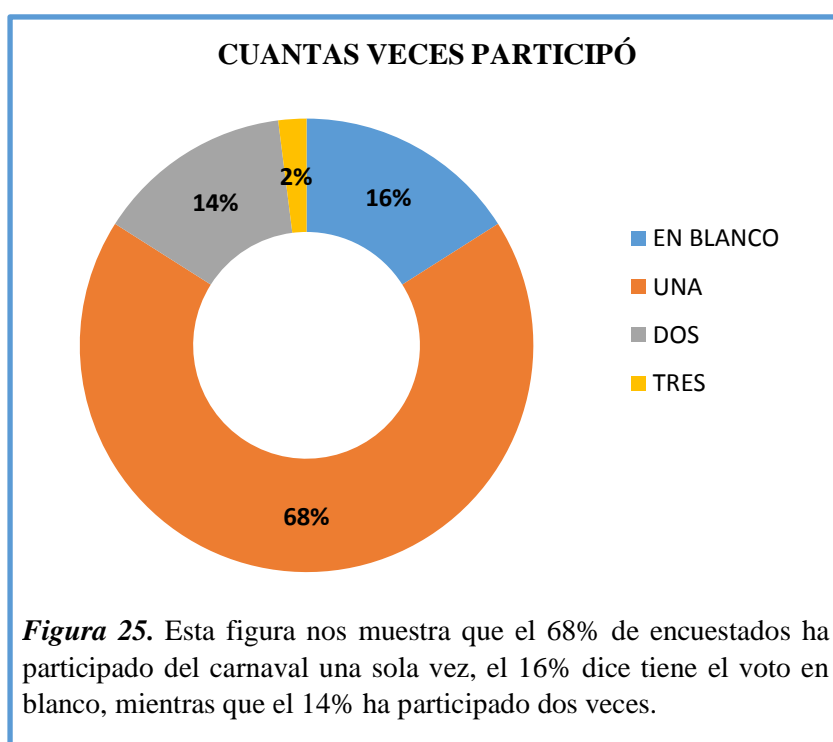


Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32

Participación del encuestado al Carnaval Costeño Pacorano en números

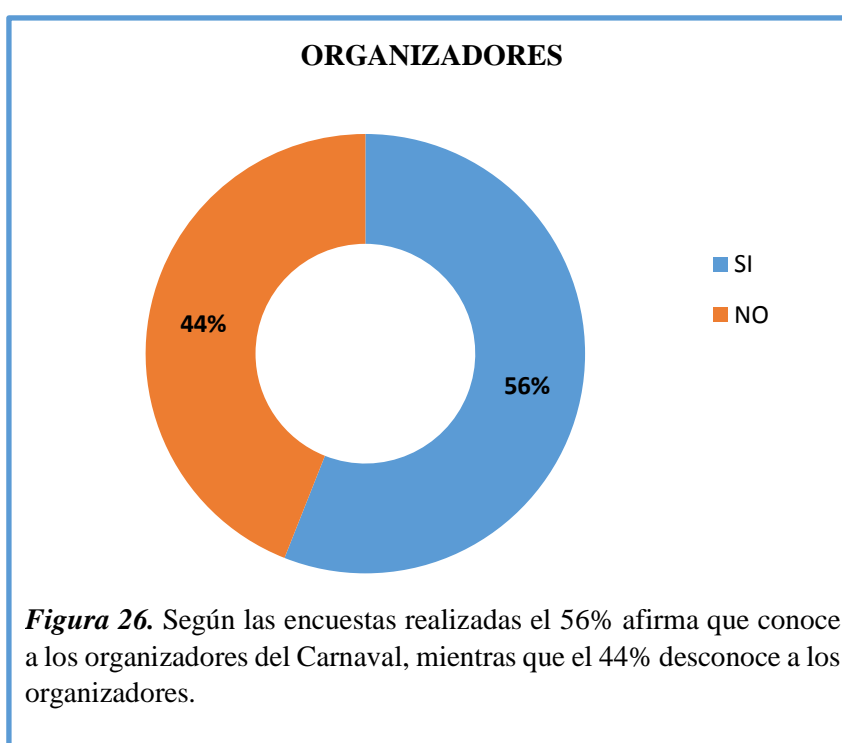
CUANTAS VECES PARTICIPÓ	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	8	16%
UNA	34	68%
DOS	7	14%
TRES	1	2%
TOTAL	50	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 33
Conocimiento del encuestado por los organizadores del Carnaval Costeño Pacorano

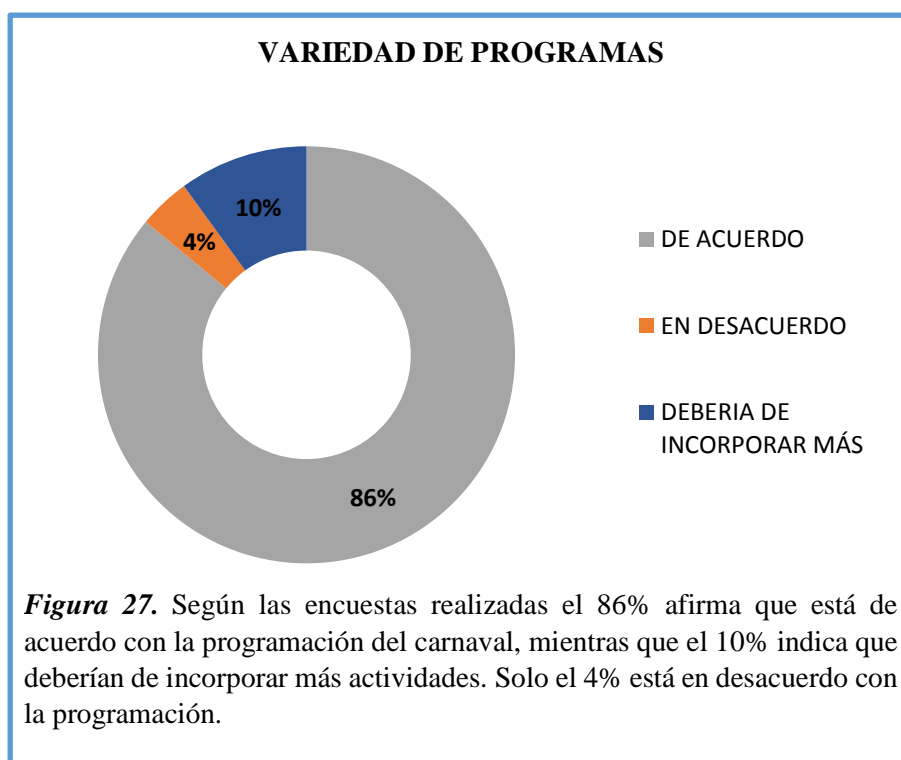
CONOCE USTED QUIENES SON LOS ORGANIZADORES DEL CARNAVAL COSTEÑO PACORANO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	28	56%
NO	22	44%
TOTAL	50	100%



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 34
Percepción del encuestado hacia la programación del Carnaval Costeño Pacorano

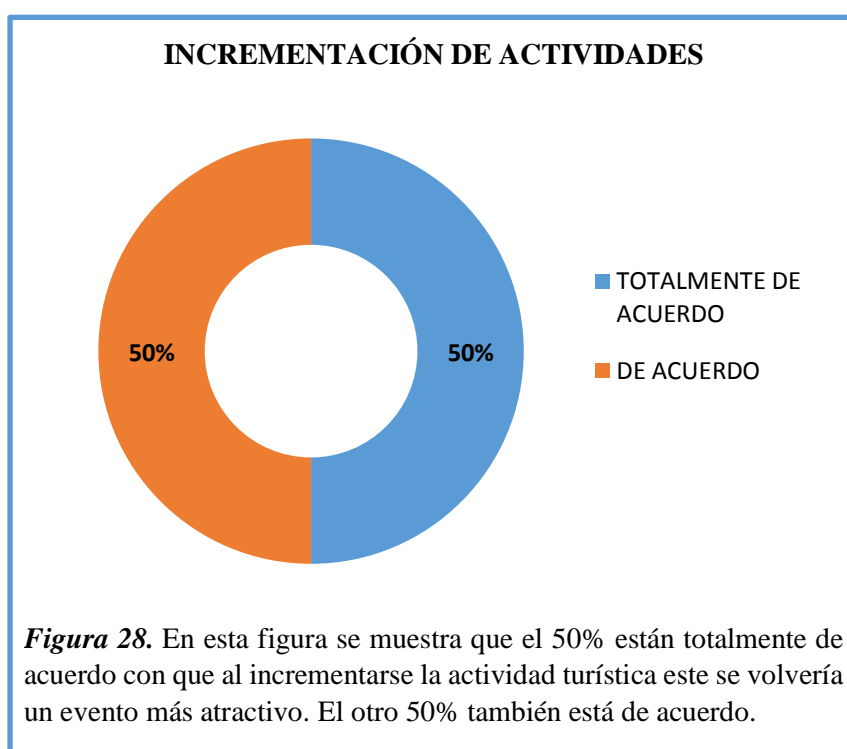
ESTA DE ACUERDO CON LA VARIEDAD DE PROGRAMACION QUE CADA AÑO SE ESTRUCTURA EN EL CARNAVAL COSTEÑO PACORANO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE ACUERDO	43	86%
EN DESACUERDO	2	4%
DEBERIA DE INCORPORAR MÁS	5	10%
TOTAL	50	100%



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 35
Opinión del encuestado para incrementar la actividad turística

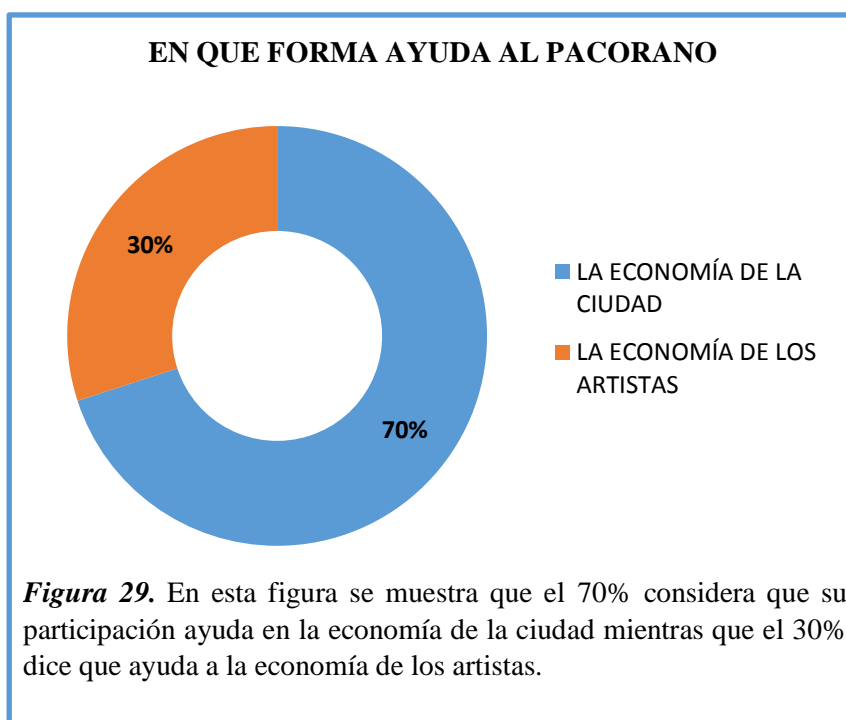
¿CREE USTED QUE DE INCREMENTARSE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA SE VOLVERÍA UN EVENTO MÁS ATRACTIVO?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE DE ACUERDO	25	50%
DE ACUERDO	25	50%
TOTAL	50	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 36
Contribución del encuestado para el Carnaval Costeño Pacorano

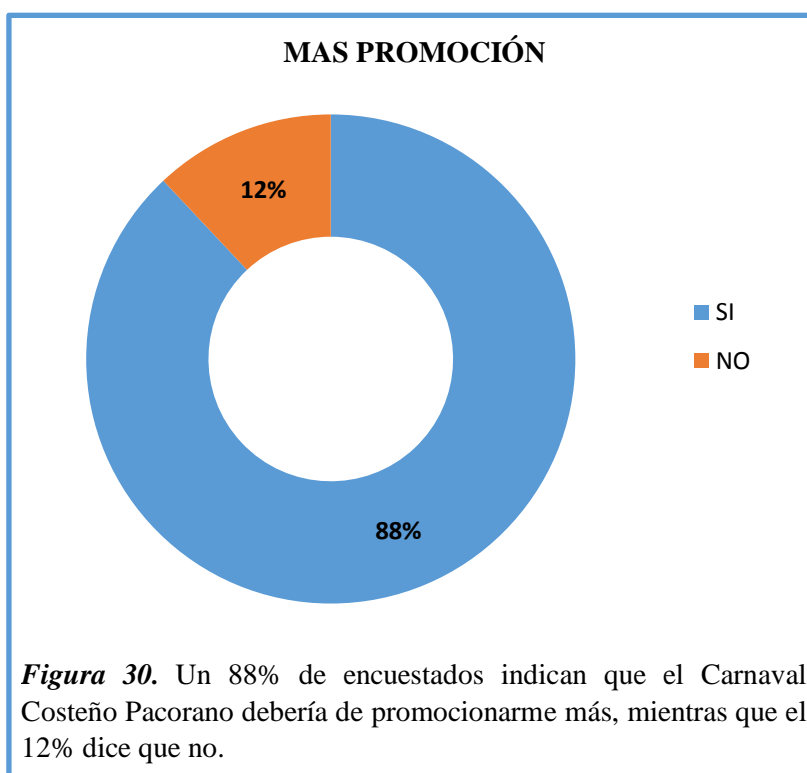
CONSIDERA USTED QUE EL PARTICIPAR EN LOS EVENTOS Y DESFILES QUE SE PROGRAMAN PARA EL CARNAVAL DE PACORA, USTED CONTRIBUYE A:	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LA ECONOMÍA DE LA CIUDAD	35	70%
LA ECONOMÍA DE LOS ARTISTAS	15	30%
TOTAL	50	100%



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 37
Percepción del encuestado ante la promoción del Carnaval Costeño Pacorano

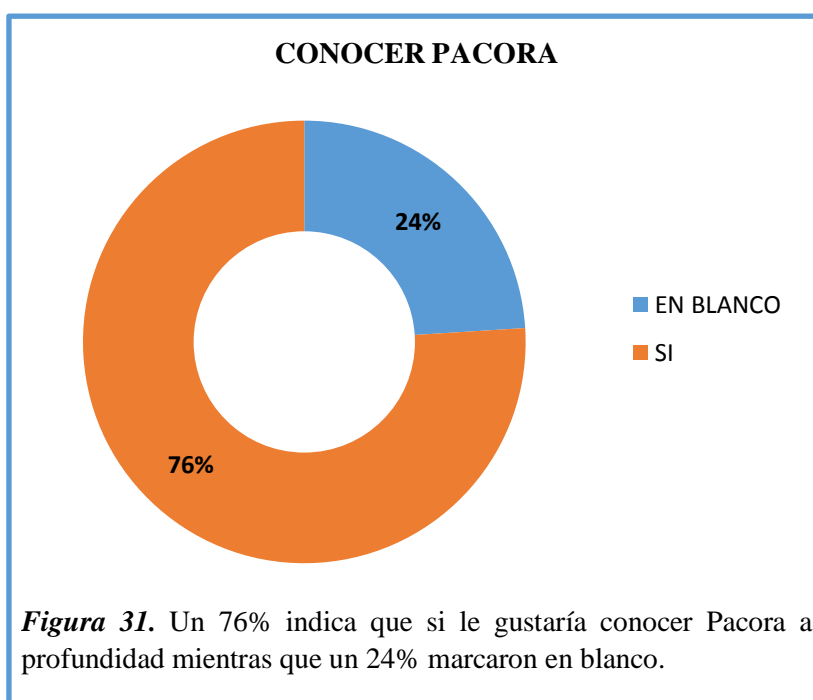
CONSIDERA USTED QUE EL CARNAVAL DE PACORA DEBERÍA SER MAS PROMOCIONADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	44	88%
NO	6	12%
TOTAL	50	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 38
Opinión del encuestado que sabe de Pacora pero aun no la ha visitado

LE GUSTARÍA CONOCER A PROFUNDIDAD PACORA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN BLANCO	12	24%
SI	38	76%
Total general	50	100%



Fuente: *Elaboración propia.*

RESULTADO DE LAS ENTREVISTAS

La entrevista fue realizada tres personas, las cuales se fundamentaron en tres argumentos habituales: perfección del carnaval, diagnóstico y promoción.

En la Tabla N°27 Se indica la institución a la que pertenece la persona entrevistada, así como el número de entrevistas efectuadas.

INSTITUCIONES, ENTIDADES	CANTIDAD DE PERSONAS
Casa de la Cultura Pacora	2
Municipalidades Distrital de Pacora	2
Organizadores del Carnaval Costeño Pacorano	2

En la tabla N°28 que se ostenta a continuación se puntualizan las impugnaciones conseguidas de las entrevistas a representantes de establecimientos anticipadamente insinuadas, en relación a cada argumento.

TEMAS GENERALES	INSTITUCIONES, EMPRESAS, ENTIDAD
	CASA DE LA CULTURA PACORA
PERSECCION DEL CARNAVAL ¿Qué es para usted el carnaval? ¿Cuál ha sido su mayor experiencia en el carnaval?	El carnaval significa recoger una tradición a nivel Regional como en el mismo pueblo. El Carnaval no solo es bailar y divertirse, sino también un derroche de costumbres. Esté carnaval es único a nivel regional.

<p align="center">DIAGNOSTICO DEL CRNAVAL</p> <p>Brindar un Pequeño diagnóstico del Carnaval.</p> <p>¿Usted cree que el carnaval es una fuente de desarrollo económico?</p>	<p>Fortaleza: el Pueblo de pacora participa.</p> <p>Debilidad: falta de apoyo de las entidades públicas.</p> <p>Amenaza: falta de empeño de los pobladores.</p> <p>Oportunidad: todo el que quiera participar, puede hacerlo.</p> <p>Este es una fuente de desarrollo económico para todos los comerciantes.</p>
<p align="center">PROMOCION DEL CARNAVAL</p> <p>¿Qué medios de comunicación toman para difundir el carnaval?</p> <p>De qué manera cree usted que un plan de promoción para el carnaval ayudaría al distrito</p>	<p>Lo difundimos a través del boca a boca.</p> <p>Ayudaría a que más turistas nos visiten.</p>
	<p align="center">MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PACORA</p>
<p align="center">PERSECCION DEL CARNAVAL</p> <p>¿Qué es para usted el carnaval?</p> <p>¿Cuál ha sido su mayor experiencia en el carnaval?</p>	<p>Con este carnaval se busca derrocar la indiferencia de los pobladores.</p> <p>Esta es una experiencia auto regionaria primera en la región.</p>
<p align="center">DIAGNOSTICO DEL CRNAVAL</p> <p>Brindar un Pequeño diagnóstico del Carnaval.</p> <p>¿Usted cree que el carnaval es una fuente de desarrollo económico?</p>	<p>Fortaleza: la unión de los pobladores en el desarrollo del carnaval. A demás de que la gente goza del carnaval.</p> <p>Debilidad: falta de apoyo de las entidades privadas, dentro de Pacora.</p> <p>Amenaza: que las nuevas generaciones no participen de la organización del evento.</p>


	<p>Oportunidad: recibir más turistas.</p> <p>El carnaval es el turismo una industria sin chimenea.</p>
<p>PROMOCION DEL CARNAVAL</p> <p>¿Qué medios de comunicación toman para difundir el carnaval?</p> <p>De qué manera cree usted que un plan de promoción para el carnaval ayudaría al distrito</p>	<p>Lo difundimos a través las radios locales.</p> <p>Se difunde por algunos canales locales y de la región.</p> <p>Se podría atraer más turistas a la vez incrementar la actividad económica.</p>
	ORGANIZADORES DEL CARNAVAL
<p>PERSECCION DEL CARNAVAL</p> <p>¿Qué es para usted el carnaval?</p> <p>¿Cuál ha sido su mayor experiencia en el carnaval?</p>	<p>Es un evento que se está promoviendo, las tradiciones de los Pacoranos.</p> <p>Es una fiesta turística.</p> <p>Cada año se hace más conocido, pues hace años era muy olvidado.</p>
<p>DIAGNOSTICO DEL CRNAVAL</p> <p>Brindar un Pequeño diagnóstico del Carnaval.</p> <p>¿Usted cree que el carnaval es una fuente de desarrollo económico?</p>	<p>Fortaleza: el trabajo en equipo.</p> <p>Debilidad: no contamos con los servicios higiénicos para la cantidad de turisteadas que recibimos.</p> <p>Amenaza: no contar con el apoyo de las autoridades como la policía nacional,</p> <p>Oportunidad: da muchos ingresos económicos.</p>
<p>PROMOCION DEL CARNAVAL</p> <p>¿Qué medios de comunicación toman para difundir el carnaval?</p> <p>De qué manera cree usted que un plan de promoción para el carnaval ayudaría al distrito</p>	<p>Se difunde a través de radios local, afiches, periódicos.</p> <p>Promover más el turismo y a la vez generar más ingresos económicos.</p>

RESULTADOS DE LOS DATOS DE CAMPO

Resultados del inventario de recursos turísticos

En la tabla 29 y 30, que se presenta a continuación, se da a conocer de manera histórica, metódica y sistemática los recursos turísticos de la zona.

Inventario de la Feria de San Pablo

FERIA DE SAN PABLO PACORA		Ficha N° 01
	DEPARTAMENTO	Lambayeque
	PROVINCIA:	Lambayeque
	DISTRITO	Pacora
	CATEGORÍA	Acontecimientos programados
	TIPO:	Eventos
	SUBTIPO:	Festivales
	DESCRIPCIÓN:	<p>Esta es la feria más antigua de América y del mundo, la tradición se manifiesta haberlo traído en el año 1534, desde Italia por los españoles. Su día central en el 30 de junio pues ha cumplido 458 años, la ciudad de Pacora lo celebra todos los años del 21 al 29 de Julio de todos los años como muestra de su veneración cristiana, hace muestra de su espíritu religioso. Durante la festividad, los visitantes y peregrinos, pueden disfrutar de comida típica en los stands instalados en el Parque Principal.</p>

Medios de acceso:		Vía de acceso terrestre		
Como llegar		Por la carretera Fernando Belaunde Terry, rumbo a Olmos.		
Centros urbanos cercanos:				
Íllimo	Lambayeque	Chiclayo		
5 km de Pacora	35 km de Pacora	46 km de Pacora		
10 minutos en auto	40 minutos en auto	1 hora en auto		
INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO				
Tipo		Subtipo		Estado de vías
				Bueno Regular Malo
Terrestre		Asfaltado		X
		Empedrado		X
		Sendero		X
Observaciones		Es muy importante esta fiesta ya que es una de las más importantes de la ciudad de Pacora, y es un derroche de cultura.		
TIPO DE VISITANTE	Tipo de visitante	Grado Afluencia	ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO	(X) Actividades Culturales
	Nacional	2		(X) Compras de Artesanía
	Regional	3		(X) Realización de Eventos
	Local	4		(X) Toma de Fotografías y filmaciones
DATOS COMPLEMENTARIOS:				
FUENTE BIBLIOGRÁFICA	Trabajo de campo		MATERIAL VISUAL	Fotografías
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA	Peña García Estefanny Tahis Estudiante de la Universidad Señor de Sipán		FECHA:	12, de Octubre del 2016

Fuente: Elaboración propia.

Inventario del Carnaval Costeño Pacorano

FERIA DE SAN PABLO PACORA		Ficha N° 02												
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">DEPARTAMENTO</td> <td style="padding: 5px;">Lambayeque</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">PROVINCIA:</td> <td style="padding: 5px;">Lambayeque</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">DISTRITO</td> <td style="padding: 5px;">Pacora</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">CATEGORÍA</td> <td style="padding: 5px;">Acontecimientos programados</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">TIPO:</td> <td style="padding: 5px;">Eventos</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">SUBTIPO:</td> <td style="padding: 5px;">Festivales</td> </tr> </table>	DEPARTAMENTO	Lambayeque	PROVINCIA:	Lambayeque	DISTRITO	Pacora	CATEGORÍA	Acontecimientos programados	TIPO:	Eventos	SUBTIPO:	Festivales	
DEPARTAMENTO	Lambayeque													
PROVINCIA:	Lambayeque													
DISTRITO	Pacora													
CATEGORÍA	Acontecimientos programados													
TIPO:	Eventos													
SUBTIPO:	Festivales													
	<p>DESCRIPCIÓN:</p> <p>Pacora es considerado la capital del Carnaval costeño en la Región de Lambayeque, título otorgado por la INC de Lambayeque. Aquí se puede disfrutar de la hospitalidad y calor que caracteriza a los pobladores de Pacora, se desarrollan actividades como la coronación de reinas infantil, juvenil y adulta, de los bandos verde y encarnado. Además se brinda totalmente gratis el almuerzo más grande del Perú, pasacalle tradicional, el corzo de muchas actividades sociales y culturales. En el último día se desarrolla un desfile de carros alegóricos con la reina de la ciudad, además de la yunza.</p>													
Medios de acceso:	Vía de acceso terrestre													
Como llegar	Por la carretera Fernando Belaunde Terry, rumbo a Olmos.													
Centros urbanos cercanos:														

Íllimo		Lambayeque	Chiclayo			
5 km de Pacora		35 km de Pacora	46 km de Pacora			
10 minutos en auto		40 minutos en auto	1 hora en auto			
INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO						
Tipo		Subtipo		Estado de vías		
				Bueno	Regular	Malo
Terrestre		Asfaltado		X		
		Empedrado			X	
		Sendero			X	
Observaciones		Es una de los más importantes acontecimientos programados del Distrito de Pacora, en la que puede conocer sus costumbres, tradiciones, música y danzas además de degustar de su excelente gastronomía.				
TIPO DE VISITANTE	Tipo de visitante	Grado Afluencia	ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO	(X) Actividades Culturales		
	Nacional	2		(X) Compras de Artesanía		
	Regional	3		(X) Realización de Eventos		
	Local	4		(X) Toma de Fotografías y filmaciones		
DATOS COMPLEMENTARIOS:						
FUENTE BIBLIOGRÁFICA		Trabajo de campo		MATERIAL VISUAL	Fotografías	
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA		Peña García Estefanny Tahis Estudiante de la Universidad Señor de Sipán		FECHA:	12, de Octubre del 2016	

Fuente: Elaboración propia.






Resultados de las inspecciones oculares en la ciudad de Pacora




Aquí analizaremos lo observado en el la ciudad de Pacora con respecto a la infraestructura y la planta turística.

Infraestructura.

En la taba N° 31 mostraremos lo resultados obtenidos por la inspección ocular de la infraestructura de la ciudad de Pacora.

Ficha de observación de la infraestructura de Pacora

Campo	Descripción
	La ciudad cuenta con agua potable en toda la zona, además se están realizando proyectos para terminas de conectar agua a los distintos caseríos. Teniendo un costo mensual de 30.00 nuevos soles.
	Dentro de la ciudad de Pacora 128 viviendas cuentan con servicio de telefonía fija. Existen 3 locutorios.
	Cuenta con un grifo localizado en la panamericana norte, este es el que abastece a todos los autos, motas, camiones, etc.
	Existen 6 cabinas de internet localizadas en el área urbana, estas no se abastecen para la cantidad de pobladores pues la mayoría de familias no cuenta con el servicio de internet en su casa.
	Pacora cuenta con 01 Centro de Salud, 01 Consultorio Particular y 05 Boticas en el centro urbano.


	<p>I.EP. “EL REMANENTE”</p> <p>I.E. “SAN PABLO”</p> <p>1 LIBRERÍA “Mi estrellita”</p>
	<p>Cuenta con alumbrado gubernamental, en el eje de la urbe y en sus caseríos el 70 %, siendo la empresa que brinda este servicio Electronorte, pagando los Pacoranos un promedio de S/. 35.00 mensuales.</p>
	<p>Si bien la avenida principal de la ciudad de Pacora es la carretera Fernando Belaunde Terry, esta y sus calles principales por donde hace el recorrido del Carnaval, se encuentran completamente asfaltadas.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Planta turística

En la tabla N° 32,33 y 34 mostraremos los resultados de la inspección ocular sobre la planta turística existente en la ciudad de Pacora.


Fichas de Observación de los Establecimientos de Hospedaje de Pacora

ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
HOSPEDAJE LA LUZ	ALOJAMIENTO	HOTELERO	HOSPEDAJE
			
Ubicación: Calle 28 de Julio N° 298			
Propietario: Jiménez Cajusol Arnulfo			
Alojamiento			
<p>Descripción: Edificación de cuatro plantas, en el primer nivel es habitada por la familia dueña del establecimiento, a partir del segundo al cuarto nivel es para brindar servicio de alojamiento, cuenta con 15 habitaciones entre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 7 simples → (S/.20.00) - 4 matrimoniales → (S/. 30.00) - 2 dobles → (S/.45.00) - 2 triples → (S/.75.00) <p>Cuenta con una capacidad para 30 personas</p>			
Servicios:			
<ul style="list-style-type: none"> - Agua caliente, solo en las habitaciones matrimoniales - Cable 			

Fuente: Elaboración propia.

ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
HOSPEDAJE NAYLAMP	ALOJAMIENTO	HOTELERO	HOSPEDAJE
			
Ubicación: Calle 28 de Julio N° 117			
Propietario: Juan Carlos Murillo Díaz			
Alojamiento			
Descripción: Edificación de dos plantas, cuenta con 16 habitaciones entre: <ul style="list-style-type: none"> - 5 simples → (S/.25.00) - 5 matrimoniales → (S/.35.00) - 4 dobles → (S/.50.00) - 2 triples → (S/.80.00) Cuenta con una capacidad para 30 personas			
Servicios: <ul style="list-style-type: none"> - Agua caliente - Cable - Piscina 			

Fuente: Elaboración propia.

ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
HOSPEDAJE BOSQUE DE POMAC	ALOJAMIENTO	HOTELERO	HOSPEDAJE
			
Calle corazón de Jesús cdra. 4 N°402			
Propietario: Wilson Llauce Coronado			
<p>Descripción: Edificación de dos plantas, este establecimiento de hospedaje está a cargo de la señora Elisa Alcántara Paz quien se encarga de la limpieza del establecimiento. cuenta con 8 habitaciones entre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 5 simples → (S/.20.00) - 2 matrimoniales → (S/. 30.00) - 1 dobles → (S/.35.00) <p>Cuenta con una capacidad para 15 personas</p>			
<p>Servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agua caliente - Cable 			

Fuente: Elaboración propia.

Fichas de Observación de los restaurantes de Pacora

ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	TIPO
RESTAURANT POLLERIA “EL PACORANO”	ALIMENTACIÓN	RESTAURANT POLLERIA
		
Calle Corazón de Jesús N° 275		
Propietario: Ríos Villacorta Jorge Antonio		
Categoría: Restaurante		
<p>Descripción: Edificación de una sola planta, cuenta con un espacio de 6 metros de ancho por 5 metros de largo, los trabajadores son propietarios de este negocio, cuentan con una cocinera, una ayudante u una persona para la atención al cliente. Sus horarios de atención son a partir del mediodía, en excepción de los días martes.</p> <p>Cuentan con 8 mesas con cuatro sillas cada una por lo que tiene una capacidad para 32 comensales.</p>		
<p>Cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un solo baño 		

Fuente: Elaboración propia.

ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	TIPO
RESTAURANTE “EL RINCONCITO PACORANO”	ALIMENTACIÓN	RESTAURANTE



Ubicación: Calle Real N° 478

Propietario: Juan Carlos Murillo Díaz

Categoría: Restaurante

Descripción: Edificación de una sola planta, cuenta con un espacio de 6 metros de ancho por 6 metros de largo, los trabajadores son propietarios de este negocio, cuentan con dos cocineros, una ayudante de cocina y una persona para la atención. Sus horarios de atención son a partir del mediodía. Solo brinda su atención los fines de semana desde viernes, sábado, domingo y lunes. Cuentan con 12 mesas con cuatro sillas cada una por lo que tiene una capacidad para 48 comensales.

Cuenta:

- Con baño para hombre y para mujer
- Tv

Fuente: Elaboración propia.

ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	TIPO
RESTAURANT POLLERIA “BRAS CHICKEN”	ALIMENTACIÓN	RESTAURANT POLLERIA



Ubicación: Calle La Libertad N°602

Propietario: Vidaurre García Silvia

Descripción: Edificación de una sola planta, cuenta con un espacio de 6 metros de ancho por 6 metros de largo, los trabajadores son propietarios de este negocio, cuentan con dos cocineros y dos personas para la atención. Sus horarios de atención son a partir de las 5 de la tarde.

Cuentan con 6 mesas con cuatro sillas cada una por lo que tiene una capacidad para 24 comensales.

Servicios:

- Un solo baño

Fuente: Elaboración propia.

Ficha de Observación de las empresas de Transporte Pacora

EMPRESA DE TRANSPORTE “PACORA EXPRESS”

Cuenta con 20 unidades que hacen el transbordo de Chiclayo-Lambayeque-Pacora, la primera unidad tiene salida desde las 6:00 Am, saliendo una unidad cada media hora, saliendo el ultimo a las 8:00 Pm, el costo del pasaje es de S/. 3.00. Además de contar con colectivos y moto taxis: Vías Pacora - caseríos

Estas unidades son nuevas y además tienen un horario establecido.

Fuente: Elaboración propia.

3.2. Discusión de resultados.

De acuerdo al análisis realizado a las encuestas, fichas de observación y entrevistas realizadas en el distrito de Pacora, obtenemos como resultado que no existe un desarrollo turístico, a pesar de que los pobladores indican en un 75% que cuenta con una adecuada promoción como se muestra en la tabla y figura 14, pero a pesar de ello indican que Pacora no cuenta con una infraestructura y planta turística adecuada como lo muestra la tabla y figura 12. Por otro lado la tabla y figura 6 nos muestra que el 64% de población Pacorana indican que el Carnaval genera ingresos económicos para sus hogares además de considerar que este acontecimiento programado es un espacio de integración en un 88% como lo muestra la tabla y figura 7. Los pobladores Pacoranos consideran que el Carnaval logra integrar en un 39% a pesar de su economía, mientras que un 32% indican que los integra por las actividades y el diseño de sus espacios como lo muestra en la tabla y figura 8.

En el ámbito social; según las encuestas realizadas, en su mayoría los pobladores son de sexo femenino en un 53% como lo muestran la tabla y figura 2. En su mayoría los encuestados se encuentran en un 67% entre las edades de 15-25 años y el 11% entre los 26-35 años lo que indica que los participantes del carnaval se encuentran entre las edades de 15-35 años por ser los más aptos para participar de todas las actividades realizadas en dicho carnaval. Por otro lado la tabla y la figura 3 nos indicaron que los pobladores Pacoranos en un 77%, el carnaval es una forma de identificar al pueblo y sus costumbres, mientras que un 12% indica que es una forma de integración y participación de los habitantes. En cuanto a la participación de los pobladores indican que en un 73% que si participan del carnaval y de sus actividades como lo muestra la tabla 5. Los Pacoranos participan en un 34% con la venta de productos, un 31% son parte de las comparsas, 21% indican que participan asistiendo a los conciertos mientras que el 14% solo participan observando los desfiles y eventos, esto se muestra en la tabla y figura 6. En el ámbito económico; a pesar de ser una ciudad en donde su mayor ingreso económico se debe a la agricultura, a pesar de ello cuenta con dos grandes ingresos al año como son la celebración de su carnaval celebrado del 10 al 19 de febrero y la celebración de su feria de San Pablo de Pacora celebrado del 21 al 29 de julio. Estos acontecimientos programados en dos diferentes meses al año es considerado por los Pacoranos como una gran oportunidad para la generación de ingresos económicos en un 64% como se muestra en la tabla y figura 7. Pues al momento de la realización de este acontecimiento programado el 34% se dedica a la venta de productos como se muestra en la tabla 5a, además de también haber ingresos para los distintos establecimientos de hospedaje y restaurantes de la ciudad.

En el ámbito de la infraestructura y planta turística; como muestra la tabla y figura 13, el 67% de encuestados nos dice que Pacora no cuenta con una planta turística adecuada pues según el estudio realizado cuenta con pocos establecimientos de hospedaje

y restaurantes. En cuanto a la infraestructura cuenta con los servicios básicos, pero estos no se abastecen a la cantidad de visitantes que suelen llegar a este acontecimiento.

En el ámbito organizacional; según la tabla 9, para los Pacoranos la organización del desfile en el carnaval es en un 49% excelente y en un 39% buena por lo que consideran que tienen el apoyo por parte de la municipalidad y de las autoridades públicas.

3.3. Aporte científico.

PLAN DE PROMOCIÓN PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CARNAVAL COSTEÑO PACORANO DEL DISTRITO DE PACORA, LAMBAYEQUE

Generalidades

Después de las observaciones y de haber obtenido distintos resultados en la investigación, se comprobó la necesidad de diseñar un plan de promoción, que permita lograr el desarrollo turístico en el distrito de Pacora, Lambayeque, pues dicho carnaval tiene un gran potencial para difundirse en primera estancia a nivel regional y por lo consiguiente a nivel nacional.

Este capítulo muestra el diseño del plan de promoción del Carnaval Costeño Pacorano, estableciendo así diferentes estrategias y acciones con el fin de lograr el desarrollo turístico tanto de este majestuoso Carnaval, como de la ciudad de Pacora, mediante este plan de promoción los organizadores de este evento tendrán la posibilidad de contar con una herramienta para promocionar sus recursos turísticos que en lo posterior podrá generar fuentes de trabajo para los pobladores de esta manera permitiendo el desarrollo económico de la ciudad.

Este plan está compuesto por distintos aspectos como son: objetivos tanto generales como específicos, el esquema del plan de promoción, un diagnóstico situacional englobando al carnaval y a la ciudad de Pacora, terminando con una evaluación y control del plan.

Objetivos

Objetivo General

Proponer un diseño de plan promocional que pueda lograr el desarrollo turístico del carnaval costeño Pacorano del distrito de Pacora, Lambayeque.

Objetivos Específicos

- Identificar las principales actividades desarrolladas en el carnaval Costeño Pacorano.
- Realizar un diagnóstico de la situación actual del Carnaval Costeño Pacorano.
- Definir estrategias de promoción para el Carnaval Costeño Pacorano, permitiendo su desarrollo turístico.

Importancia

El Distrito de Pacora cuenta con un gran potencial turístico por contar con su Carnaval Costeño Pacora, que se celebra anualmente logrando llamar la atención de muchos.

Socialmente:

La importancia de este plan, está en permitir que la población siga rescatando su identidad cultural, permitiendo que estas costumbres se sigan transmitiendo de generación en generación a través de los años y que no se pierda. Permite también generación de empleos, mejorando así la calidad de vida de los pobladores del Distrito de Pacora y busca lograr también un reconocimiento a nivel regional del Carnaval Costeño Pacorano.

Económico:

El desarrollo del turismo viene de la mano con el desarrollo económico y bienestar de la población. Logrando un desarrollo turístico y aumento de turistas durante el Carnaval Costeño Pacorano, se conseguirá que los pobladores logren mejorar su economía.

Se busca también la creación de nueva infraestructura como son (restaurantes, alojamientos, venta de productos artesanales, las empresas de transporte) en el distrito, buscando así la comodidad de los turistas.

Ambientalmente:

Si bien lo que se busca es lograr el desarrollo Turístico del distrito de Pacora, también buscamos lograrlo de mano con un desarrollo sostenible, principalmente establecer estrategias para manejar el flujo de turistas logrando mantener la conservación y no degradación del medio ambiente y a la vez la conservación y cuidado del agua.

Demanda turística: Perfil del turista.

Con respecto a la demanda turística del distrito de Pacora, no existen registros oficiales de la cantidad exacta de Turistas que visitan esta ciudad. Según un registro encontrado en la municipalidad de Pacora se calcula que durante la celebración de sus fiestas del Carnaval desarrolladas del 14 al 20 de febrero llegan aproximadamente 20.000 visitantes. Enfocado en un mercado regional buscando llegar al mercado Nacional, el perfil del turista en la que está orientada la presente propuesta corresponde a personas jóvenes y adultas, con edades entre los 15 y 50 años, por ser los más aptos para el desarrollo de las actividades, en las cuales sus principales actividades motivacionales sean la recreación, captación de costumbres, degustación de gastronomía.

Alcance de la propuesta

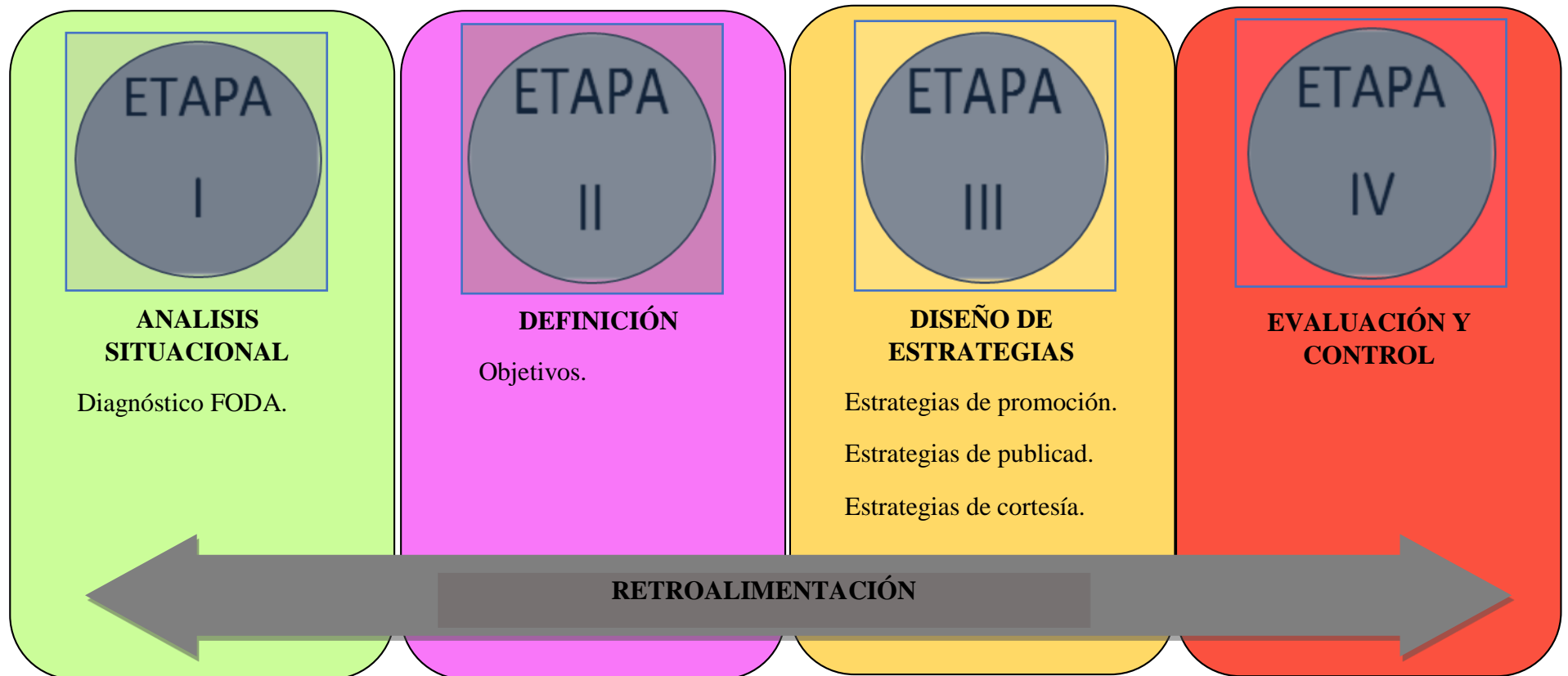
Con la propuesta de un plan de promoción turística, se busca ofrecer a los órganos, involucrados en el desarrollo del Carnaval Costeño Pacorano. Una forma de alternativa que permita lograr el desarrollo turístico de dicho carnaval y por ende el incremento económico del Distrito de Pacora, logrando esto mediante la implementación de estrategias que permitan lo planteado.

Si bien este plan es una alternativa que permitirá dar a conocer al turista las costumbres y tradiciones del poblador Pacorano, las cuales con explayadas mediante su carnaval anual.

El plan permitirá, lograr, fomentar e incentivar la visita de turistas, logrando que así, que este conozca más sobre dicho carnaval. Permitiendo así la afluencia del turista.

Dicho plan brindara diferentes herramientas que ayuden a la difusión del carnaval, logrando así que este sea reconocido a nivel Regional e Nacional.

**DISEÑO DEL PLAN DE PROMOCION PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CARNAVAL COSTEÑO PACORANO, DEL
DISTRITO DE PACORA**



DESARROLLO DEL PLAN DE PROMOCION TURISTICA

Etapas I: Análisis Situacional

Elementos del Carnaval de Pacora


Se llama elementos del Carnaval a todos los objetos, costumbres o actividades que se desarrollan en torno a esta fiesta, así, por ejemplo, se puede mencionar a las coplas, a la música como elementos indispensables de la celebración.

Presentaré una descripción de los elementos carnavalescos más importantes:

Comparsa

Una comparsa es un conjunto de personas que usan disfraces del mismo diseño, estos diseños son escogidos y elaborados con total libertad por los comités de bando. Las comparsas están compuestas por dieciséis personas como mínimo, existen tres categorías de comparsas: una masculina, una femenina y una mixta, cada una de estas categorías se subdividen en: mayores, juveniles e infantiles. Los integrantes de las comparsas tocan instrumentos como las guitarras y las tumbas. Además, desfilan cantando y bailando.


CAPTURA DE VIDEO		01
Comparsas del bando verde		
		
EVENTO Y AÑO:	Carnaval 2015	
ACTIVIDAD:	Las comparsas recorren todas las calles de pacora mostrando a sus reinas	
PUNTOS DE VISTA:	Las comparsas elaboradas por cada uno de los participantes	

CAPTURA DE VIDEO		02
Comparsas del bando rojo		
		
EVENTO Y AÑO:	Carnaval 2015	
ACTIVIDAD:	Comparsas pertenecientes al bando encarnado. Recorren todas las calles de pacora	
PUNTOS DE VISTA:	Tienen mucha creatividad para la creación de sus carros alegóricos	

Instrumentos musicales, coplas y bailes

Algunos de los instrumentos musicales que fueron introducidos desde la llegada de la cultura hispana al Perú, son: la guitarra, el acordeón, la concertina (acordeón pequeño), el rondín (armónica pequeña), la mandolina, etcétera. La tarola, la trompeta y el saxofón son algunos de los elementos del actual Carnaval que sirven para acompañar a las voces jóvenes.

Las coplas son composiciones de versos que se cantan aludiendo a cualquier tema, los más recurrentes son: el humor, el amor, la decepción. Las coplas cajamarquinas son generalmente de versos octosílabos.

CAPTURA DE VIDEO		03
Banda del bando verde		
		
EVENTO Y AÑO:	Carnaval 2015	
ACTIVIDAD:	Banda del bando verde recorriendo las calles de Pacora acompañando a los carros alegóricos	
PUNTOS DE VISTA:	Suelen ser jóvenes estudiantes, tocan canciones representativas de Pacora	

Desfile del bando encarnado



EVENTO Y AÑO:	Carnaval 2015
ACTIVIDAD:	Tolos los pertenecientes al bando encarnado lanzando sus barras, para sobresalir en el carnaval
PUNTOS DE VISTA:	En sus caminatas cantas coplas representativas a Pacora

Comida y bebida

Según los entrevistados, es una costumbre Pacorana cocinar algunos platos especiales en la temporada de Carnaval y brindarla a los turistas totalmente gratis. Los platos de comida que predominaban en las fiestas son el ceviche de caballa, cabrito, arroz con pato. La bebida emblemática de la festividad es la chicha de jora hecha con chancaca, también la suelen preparar con algunas variantes como el maní o el maíz morado. No obstante, desde hace muchos años atrás se acostumbraba beber diferentes licores, el cañazo o aguardiente.

CAPTURA DE VIDEO		05
Comida y bebidas		
 		
EVENTO Y AÑO:	Carnaval 2015	
ACTIVIDAD:	Los Pacoranos brindan el almuerzo más grande del País, brindan más de 2000 platos de comidas típicas a los visitantes, al igual que la riquísima chicha de jora	
PUNTOS DE VISTA:	Estos platos de comida con brindados a los visitantes totalmente gratis	

Actores del Carnaval de Pacora

Las personas que se involucran en la celebración del Carnaval de Pacora lo hacen de diferentes maneras, algunas prefieren participar activamente de las actividades formales de la fiesta, otros tal vez solo participen en algunas actividades de sus barrios o quizás algunos solamente se limiten a observar el desarrollo de las actividades sin tener una participación activa en las mismas.

Existen muchas formas de ser parte de esta fiesta, pero de una u otra manera los principales actores de la fiesta son los integrantes de los dos bandos de la ciudad, siendo en rojo y el verde. Para poder identificar y diferenciar entre ellos a estos actores

carnavalearos, elaboré una clasificación en la que los integro en dos grupos principales: los espectadores y los participantes.

El público espectador

El público espectador está conformado por aquellas personas que sin participar en las actividades, están al tanto del programa de actividades del Carnaval y asisten a los lugares donde estas se realizan.

También son espectadoras las personas que siguen las actividades a través de los programas de radio o televisión y quienes revisan las notas publicadas por la prensa escrita.

El público participante

Por otro lado están las personas participantes del Carnaval Pacorano, quienes pueden ser turistas nacionales y extranjeros o Pacoranos de nacimiento, gustan y disfrutan de las actividades que se realizan por la fiesta. Estas personas esperan con ansias que llegue la fecha de la fiesta para empezar a celebrar con el interés de experimentar o continuar con la tradición, estas personas integran comparsas o patrullas, son reinas de sus barrios, cantan y/o crean coplas, etcétera. Inclusive existen familias que con semanas de anticipación se reúnen para hacer los ensayos de Carnaval en sus casas.

Estos ensayos consisten en cantar coplas al compás de la guitarra y/u otros instrumentos musicales. Además, es un momento en el que se crean, también, nuevas coplas picarescas que serán las que repetirán alegremente durante la fiesta.

Participantes del carnaval Costeño Pacorano**EVENTO Y AÑO:**

Carnaval 2015

ACTIVIDAD:

En el desfile los participantes son de todas las edades, sin discriminación alguna

Organización de la festividad

La organización del Carnaval de Pacora se alecciona, habitualmente, unos tres meses antes de la fiesta, aproximadamente. Actualmente quien dirige la organización es el Sr. Víctor Becerra Murillo, junto con el comité de organización del carnaval, está a cargo de algunos individuos que constituían un consejo que orientaba a los trabajadores de la municipalidad para proyectar la realización de las diligencias chispeantes. Al mismo tiempo, en los bandos se va distinguiendo una comisión para emprender las conexiones de su intervención. Se puede observar además, que los bandos tienen una preparación más pronosticada, la ordenación radica en prever y confeccionar todas las diligencias de la conmemoración, engloban contenidos como la propagación y las reuniones de sumisión de balances.

Consumidores – públicos

Lo que determina la conmemoración es la caracterización cultural, que conceda a los celebrantes sentidos de pertenencia y hospitalidad hacia los visitantes. Una celebración magnánima es además, un escalón en el ascenso de la familia subsidiaria que le abre contingencias en la vida civil de la colectividad; todas las celebraciones implican reciprocidades productivas. En este sentido, se observa como la sociedad se compone de las festividades desde desiguales roles, unos como visitantes, otros como espectadores y hay quienes indagan patrocinios financieros mediante el comercio, los amparos, las donaciones, pero sobre todo, se exhibe una gran atracción social que no se puede dejar atrás.

Al examinar sobre las compuestas mediaciones que interceden entre las manifestaciones culturales y los espectadores, equilibra desde la contribución de estudios sociológicos y

antropológicos, que algunos intermediarios constituyen parte del campo primoroso: museógrafos, curadores, coleccionistas, críticos y revistas.

Descripción de los actores del carnaval como manifestación cultural

PUBLICICO	CARACTERIZACION
Artistas del carnaval	Personas que inician o a través de muchos años llevan participando activamente en las diferentes modalidades que configuran desfiles. Son los ejes de producir toda la parte estética del carnaval.
Las familias y parientes directos de los artistas y cultores del carnaval	<p>Esposas y esposos, hijos e hija, abuelos, tíos, sobrinos, cuñados, que se vinculan directa y decididamente a apoyar la participación de los artistas y cultores del carnaval.</p> <p>Se relacionan de diferentes maneras tales como: prestación de la mano de obra, dinero, equipos, maquinaria, materiales, alimentación. Tejiendo relaciones de solidaridad, ayuda mutua y fraternidad.</p>
Los amigos	Se vinculan de forma libre y espontánea, afianzando lazos de sinceridad, solidaridad y lealtad, hacia el cultor del carnaval. Los amigos vienen de diferentes sectores de la ciudad, del país e incluso de otros países del mundo. El apoyo también se materializa en mano de obra, dinero, materiales o préstamo de equipo y maquinaria.
La comunidad	<p>Residente en el distrito de Pacora. Se consideran los espectadores de carnaval. Espectadores directos e indirectos.</p> <p>Directos. Los que salen a jugar el carnaval participando en todas las actividades programadas.</p> <p>Indirectos. Los que a pesar de no salir a jugar los carnavales, participan informándose por las transmisiones radiales, televisivas, escritas o por los comentarios que hacen sus familiares, parientes, amigos o vecinos que gozan directamente el carnaval. Aun los ausentes, que deciden abandonar la ciudad en época de carnaval, posteriormente se están informando del desarrollo del carnaval y las alegorías ganadoras.</p>

Retorno de los Pacoranos	Por motivos laborales, educativos o de salud algunos Pacoranos residen en otros departamentos del Perú y regresan a sus hogares para participar y jugar a los carnavales.
El turista	Quien en época de vacaciones, decide emplear su tiempo libre, de ocio y descanso y motivado para gozar y participar en el esparcimiento y juego de los carnavales; posteriormente retornando a su lugar de residencia.
La administración municipal y demás instituciones vinculadas en la organización y realización de Carnaval	Estos actores sociales juegan un papel vital en la comunidad, ya que son los que brindan el apoyo económico, logístico y de seguridad en el desarrollo del mismo.

Diagnóstico FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Es un distrito seguro. - Cuenta con diversidad de recursos que están en proceso de desarrollo. - Los pobladores son sociables. - Sus servicios son accesibles y cómodos económicamente. - Diversa oferta cultural y artística. - Ambiente propicio para la participación e integración de la comunidad y los turistas. - Medio de fortalecimiento de la identidad cultural. - La participación de los artistas con obras de excelente calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de promoción hacía el Carnaval. - No cuenta con una oficina de información turística. - No hay disponibilidad de movilidad las 24 horas. - Poca iluminación por las noches. - Poca infraestructura turística. - No hay apoyo por parte del gobierno. - Falta de un logo o slogan, propia del carnaval. - Falta de recursos económicos para la ejecución de las actividades. - Ausencia de un adecuado Plan de promoción para el Carnaval Costeño Pacorano. - Falta de servicios sanitarios para abastecer a la demanda turística.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Inversión por parte de empresas privadas para la creación de nuevos hoteles y restaurantes. - Reconocimiento del Carnaval Costeño Pacorano en el inventario de recursos turísticos de Lambayeque. - Medio de fortalecimiento de la identidad cultural y ancestral. - Capacitación y charlas para los dueños de empresas turísticas por parte de las entidades relacionadas con el turismo. - Fomento del turismo cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crisis económica. - Falta de participación de las nuevas generaciones. - Situación de desorden público. - Que el turista prefiera las fiestas de lugares aledaños. - No cumplir con la expectativa del turista. - Posibles problemas de contaminación ambiental.

Matriz FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ	<ul style="list-style-type: none"> - Es un distrito seguro. - Cuenta con diversidad de recursos que están en proceso de desarrollo. - Los pobladores alegres y amables. - Sus servicios son accesibles y cómodas económicamente. - Diversa oferta cultural y artística. - La participación de la comunidad en el desarrollo del Carnaval. - Cuenta con un comité de organización del Carnaval activo. - Ambiente propicio para la participación e integración de la comunidad y de los turistas. - Medio de fortalecimiento de la identidad cultural. - La participación de los artistas con obras de excelente calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de promoción hacía el Carnaval. - No cuenta con una oficina de información turística. - No hay disponibilidad de movilidad las 24 horas. - Poca infraestructura turística. - No hay apoyo por parte del gobierno. - Falta de un logo o slogan, propia del carnaval. - Falta de recursos económicos para la ejecución de las actividades. - Ausencia de un adecuado Plan de promoción para el Carnaval Costeño Pacorano. - Falta de servicios sanitarios para abastecer a la demanda turística.

OPORTUNIDADES	FO	DO
<ul style="list-style-type: none"> - Inversión por parte de empresas privadas para la creación de nuevos hoteles y restaurantes. - Reconocimiento del Carnaval Costeño Pacorano en el inventario de recursos turísticos de Lambayeque. - Medio de fortalecimiento de la identidad cultural y ancestral. - Capacitación y charlas para los dueños de empresas turísticas por parte de las entidades relacionadas con el turismo. - Apoyo del gobierno de la región para el desarrollo del Carnaval. - Fomento del turismo cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> - Posicionar la oferta cultural del carnaval y fomentar el turismo cultural en la región. - Inventariar el Carnaval Costeño Pacorano en GERCETUR y así sea reconocido en la región. - Potencializar el valor cultural para fomentar el desarrollo económico del distrito. - Nueva inversión en establecimientos de hospedaje y restaurantes que sean accesibles para el turista. - Fomentar el apoyo del gobierno regional para mejorar el desarrollo del Carnaval Costeño Pacorano - Proponer proyectos encaminados a fortalecer la identidad cultural ancestral y tradicional de la región. - Mejorar la promoción del carnaval, logrando que sea reconocido a nivel Regional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la infraestructura dando parte al turismo y la oferta cultural. - Posicionar la imagen del carnaval para apropiarla en la comunidad y presentarla a la región. - Crear un logo y slogan propio del carnaval, para conseguir su reconocimiento. - Si se invierte en la construcción de servicios sanitarios, se lograr cubrir con las necesidades fisiológicas de todos los turistas.

AMENAZAS	FA	DA
<ul style="list-style-type: none"> - Crisis económica. - Falta de participación de las nuevas generaciones. - Situación de desorden público. - Que el turista prefiera las fiestas de lugares aledaños. - No cumplir con la expectativa del turista. - Posibles problemas de contaminación ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> - Si las nuevas generaciones no participan del carnaval, Pacora perderá su mayor atractivo y a la vez perderá su identidad cultural. - Si la población deja de ser amable con los turistas, estos preferirán ir a otros carnavales fuera de Pacora. - La falta de organización desarrollo del Carnaval, no permitirá lograr las expectativas del turista. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la infraestructura sin alterar el diseño de la ciudad de pacora, ni causar contaminación ambiental. - La falta de un logo, eslogan no permite que el Carnaval sea reconocido por turistas fuera de la región. - La ausencia de un plan de promoción no permitirá que el carnaval se promocióne correctamente.

Etapa II: Definición del plan

Para lograr el desarrollo del Plan se debe de plantear primero los objetivos.

OBJETIVOS DEL PLAN

Objetivo General:

Potenciar el diseño de estrategias promocionales para el Carnaval Costeño Pacorano, que permita el desarrollo turístico de la ciudad de Pacora.

Objetivos Específicos:

- Proponer estrategias para dar a conocer el Carnaval Costeño Pacorano y así lograr familiarizarlo con el turista.
- Propagar la riqueza cultural del Carnaval Costeño Pacorano, ofreciendo información detallada e explícita mediante instrumentos de promoción.
- Dispersión de folletería con la descripción del Carnaval Costeño Pacorano a visitantes, turistas, entidades públicas y privadas entre otros.

Objetivos Estratégicos:

- Promocionar la visita a Pacora durante los meses de verano, teniendo como principal motivador el Carnaval Costeño Pacorano.
- Establecer contacto con las entidades públicas relacionadas con el turismo en la región Lambayeque para así tener una mejor canalización y promoción del carnaval.
- Promover la inversión pública y privada para lograr mejorar la planta turística e infraestructura del Pacora.

- Establecer alianzas con agencias de viaje y tour operadores más reconocidos en Lambayeque, para lograr un rápido acercamiento y así poder ubicar y posicionar el Carnaval Costeño Pacorano en la mente de sus clientes.

Etapa III: Diseño de estrategias

Tomaremos en cuenta distintos tipos de estrategias como son las de promoción, publicidad y cortesía. A continuación se evidencia una breve descripción de dichas estrategias a lograr.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	
Creación de un logo y slogan que represente al Carnaval	Para promocionar el carnaval se requiere la creación de un logo y slogan que sirva como representación e imagen de este fantástico carnaval, a los turista, ya que se sabe que este no es un carnaval reconocido a nivel regional y mucho menos nacional.
Actividades de Mailings	<p>Contar con una base de datos con los correos electrónicos de las principales agencias de viajes, tour operadores, municipalidades y/o entidades públicas.</p> <p>Proponer colocar libros de visitantes, en lugares estratégicos como la municipalidad, casa de la cultura, biblioteca entre otros, buscando obtener los principales datos de los visitantes como lugares de procedencia, y correos electrónicos, para así poder hacerles llegar mediante este importante medio de comunicación, correos personalizados que contengan información específica de este importante acontecimiento programado como es el Carnaval Costeño Pacorano.</p>
Viajes de familiarización	En estos viajes se busca, mostrar al cien por ciento la esencia, potencialidad y características principales del Carnaval a un determinado grupo de personas, logrando llamar el así el interés de estos. Permitiendo a la vez aumentar la demanda de agencia de viajes o tour operadores.

ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

<p style="text-align: center;">Creación de una página web que brinde información del carnaval</p>	<p>El internet no es algo aislado del proceso de promoción, sino una herramienta más que tiene que ser integrada a sus programas y responder, por tanto, a los objetivos y estrategias que se planteen en cada uno de ellos. En el caso del plan de promoción del desarrollo turístico del Carnaval Costeño Pacorano, el internet será una herramienta que se usará para complementar y apoyar a los instrumentos que indicamos en los puntos anteriores. Es un medio de comunicación mediante el cual vamos a hacer publicidad de este recurso, promover sus productos y servicios, fomentar la cultura e incluso facilitar su accesibilidad en cuanto a información de vialidad. Por tanto, la manera que empleemos tiene que ser congruente con los objetivos y la estrategia establecida en el presente plan de promoción. Colocando en esta página lo más relevante al carnaval, representando todas las actividades desarrolladas, para que así el turista tenga una buena percepción de este derroche de cultura, y se anime a visitarlo para ser partícipe de las distintas actividades.</p>
<p style="text-align: center;">Elaboración de trípticos</p>	<p>Mediante la elaboración de este se busca promocionar y difundir las principales actividades del carnaval, consiguiendo así la afluencia de turistas, estos serán entregados en las principales agencias de viajes de la ciudad de Chiclayo, además de GERCETUR, IPERÚ, PROMPERU, para que así sean distribuidos a los turistas que visiten estas empresas o entidades públicas.</p>
<p style="text-align: center;">Elaboración de afiches</p>	<p>Utilizando las mejores imágenes del Carnaval, fotos, dibujos. Se trabajará con pocas imágenes, esto no debe de ser tan recargado para no atormentar al turista, incorporándole el logo, slogan, para que así llame la atención del turista, por ende debe ser llamativo, entendible a primera vista, debe comunicar el mensaje que se está transmitiendo.</p>
	<p>Este documento tiene como objetivo, despertar el interés de los turistas, a conocer y vivir el Carnaval Costeño Pacorano, mostrándoles de manera práctica y entretenida las actividades que se desarrollan en el carnaval. Las revistas son el medio gráfico de mayor calidad desde el punto de vista técnico, aparecen en kioscos y</p>

<p>Elaboración de revistas y Merchandising</p>	<p>tiendas con una periodicidad mayor que los diarios y alcanzan por lo general un nivel más alto de especialización temática.</p> <p>La ventaja de las revistas es que están enfocadas a clientes específicos, dependiendo del nivel de estima que tenga el lector hacia el medio, muchas veces la colecciona y otras ocasiones la recomiendan.</p> <p>El tipo de revista en el que se tiene que publicar el carnaval Costeño Pacorano tiene que ser revistas temáticas.</p>
<p>Medios masivos</p>	<p>Utilizando los principales medios de comunicación como son la Tv, radio y diarios, siendo estos lo principales medios directos para la población de Lambayeque, teniendo en cuenta un la creación de un boletín informativo que divulgará información sobre nuevas atracciones, mejoras de las facilidades y de los servicios, así como acerca de las actividades y aspectos relevantes de la vida cotidiana de los turistas en el lugar, generando así una publicidad gratuita para el Carnaval.</p>

<p>ESTRATEGIAS DE CORTESÍA</p>	
<p>Carta de agradecimiento</p>	<p>Siendo enviadas a las principales figuras que se hagan presente en dicho acontecimiento, tomando en cuenta a los agentes municipales, dueños de agencias de viajes, hoteles, representantes de otros distritos o regiones, estimulándolos a la vez su participación para el siguiente año.</p>
<p>Obsequio de agradecimiento</p>	<p>Siendo enviado de manera personal a los agentes públicos reconocidos que asistan al evento. Tomando como referencia un cuadro pequeño, placa o marco de fotografía del carnaval.</p>
<p>Tarjetas</p>	<p>Enviarlos a las principales agencias de viajes, hoteles, municipalidades, que contengan una forma de invitación para el siguiente año, buscando así influir en el observador, para que este asista al Carnaval.</p>



VIVE PACORA



*Toda una Experiencia Cultural a
tu Alcance.*

DESFILES



En el Carnaval Costeña Pacorano se realizan desfiles en forma de competencia entre las dos bandas “Verde” y “Encarnada”, en estos los participantes muestran su riqueza cultural, recitando algunas coplas que favorezcan a su bando. Recorren las principales calles de Pacora presentando a sus tres reinas, niña, juventud y adulta. En el transcurso del recorrido ay juegos con agua se mojan unos con otros. Son acompañados de una pequeña banda, contratada por cada bando.

CARRERA DE BURROS

Los Pacoranos año tras año, siguen teniendo la costumbre de la corrida de burros, disputándose el puesto un integrante del bando verde y encarnada. Costumbre que se esta rescatando pues ya en muchos lugares del Perú donde solía practicarse se están perdiendo.



ELECCIÓN DE LA REINA

Las reinas son elegidas en tres rangos, reina niñez, juventud y adulta. Estas son escogidas por cada bando para representarlos durante un año. Estas son elegidas el segundo día, durante la noche, para que el tercer día sean presentadas a todo el pueblo. Mujer con mucha talento, entusiasmo, carisma y conocedoras de las costumbres del distrito.



DESFILE DE COMPARSAS



Estas son presentadas por personas que se visten con distintos disfraces, diseños que son escogidos, elaborados en total libertad por los comités de los dos bandos. Estas suelen ser mixtas, donde presentan carros alegóricos, acompañados, de una banda, de personas que siguen el curso, con mucha alegría y entusiasmo.



ELECCIÓN DE LA REINA

Los pobladores Pacoranos son personas, muy amables, hospitalarios, solidarios, y sobre todo con mucho entusiasmo, que desbrochan alegría, durante la celebración de sus carnavales, siempre unidos en la organización y durante el transcurso del gran acontecimiento programado.



De este gran evento, participan todos, desde los 5 años hasta la persona mayor. Son días de fiesta los niños y los jóvenes son los que más participan y están pendientes de los eventos programados.



BANDO VERDE



Carnaval que se viene celebrando desde 1999, trae con él mucha algarabía, pero sobre todo trae cultura, tradición, creencias.

El bando verde esta formado por un grupo de personas alegres, entusiastas dispuestas a participar en todas las actividades programadas, sin distinción de edades. Siempre acompañada del Ño Carnalón y su distinguida esposa.



BANDO ENCARNADO



El bando encarnado ganador por dos años consecutivos cuenta con gente entusiasta, participativa, alegre que le pone la chispa a su participación. Siempre unidos dispuestos a integrar a participantes externos para que se unan a su celebración, llamando la atención por la ocurrencia en su participación.



LAS YUNZAS



Estas son plantadas en el centro de la ciudad, es un árbol cargado de regalos, cada banda baila en torno de estas, para luego ser tumbada con los cortes de un machete o hacha. Suelen tener la tradición de que la pareja que da el corte con el que se derriba al árbol queda emparentada y a cargo de la organización de la yunza del siguiente año.



Durante esta yunzas se jugar con serpentinas, pica pica, se echar talco o agua entre ellos, por lo que durante toda la fiesta es conveniente andar prevenido.



Etapa IV: Evaluación y Control

A continuación se mostrara las distintas estrategias que lograran el desarrollo de dicho plan, tomando en cuenta la estrategia el resultado, el control de estas.

Estrategias de Promoción

ESTRATEGIA	RESULTADOS ESPERADO	CONTROL	MEDIDA	RESPONSABLE
Creación un logo y slogan representativo del carnaval.	Lograr que el carnaval sea reconocido de inmediato, mediante una imagen o frase ante los ojos del visitante, obteniendo así una imagen propia del carnaval.	Encuestar a los visitantes y pobladores, obteniendo como resultado los colores representativos e imagen del carnaval.	Empezar un campaña, meses antes de la celebración, entregando así volantes con el logo y slogan para lograr su reconocimiento.	Municipalidad Distrital de Pacora.
Actividades de Mailings.	Fidelizar a los visitantes, induciéndole las actividades realizadas en el carnaval, manteniéndolos actualizados sobre novedades de este, mediante sus correos personales.	Verificar los medios, cumplido él envió de los e-mails.	Hacer un seguimiento mensualmente.	Casa de la Cultura de Pacora
Viajes de familiarización	Lograr que os visitantes de otras regiones tengan curiosidad de ser parte del Carnaval. Mostrando de esta manera sus actividades y potencialidades.	Participar en fiestas o eventos programados de otras regiones para familiarizar con los organizadores y participantes.	Realizar dichos viajes cada medio año.	Asa de la Cultura de Pacora / Municipalidad Distrital de Pacora

Estrategias de Publicidad

ESTRATEGIA	RESULTADOS ESPERADO	CONTROL	MEDIDA	RESPONSABLE
Creación de una página web	Ser conocidos como recurso turístico a nivel regional y nacional.	Llevar un control de visitantes de la página.	Revisar la página semanalmente, incluyendo novedades para hacerla más llamativa.	Municipalidad Distrital de Pacora.
Folletería, revistas, trípticos y afiches	Lograr una respuesta positiva por parte del lector. Despertando de esta manera el interés de visitar la ciudad.	Designar a una persona que constate la entrega de la folletería. Hacer entrega de estos a las entidades públicas y privadas relacionadas con el turismo que se encargaran de difundirlas.	Empezar a repartir tres meses antes del inicio del carnaval.	Municipalidad Distrital de Pacora/ Casa de la Cultura de Pacora.
Utilización de medios masivos	Dar a conocer a nivel regional la existencia del Carnaval.	Preparar los anuncios de radio y tv, con información precisa que llegue directamente al turista.	Lanzar los anuncios por radio y tv un mes antes del inicio del carnaval.	Municipalidad Distrital de Pacora.

Estrategias de Cortesía

ESTRATEGIA	RESULTADOS ESPERADO	CONTROL	MEDIDA	RESPONSABLE
Carta de agradecimiento	Mostrar agradecimiento por su asistencia.	Designar a una persona encargada para envío de cartas.	Envío de las cartas personalizadas sean por e-mail y/o escritas.	Municipalidad Distrital de Pacora.
Obsequio de agradecimiento	Lograr influir de alguna manera en los funcionarios públicos, la amabilidad del Pacorano.	Designar un equipo que se encargue del reparto personalizado	Empezar a repartir tras la culminación del Carnaval	Municipalidad Distrital de Pacora
Tarjetas	Dar a conocer a nivel regional la existencia del Carnaval.	Entregar a las agencias de viajes, hoteles.	Empezar a repartir después de la culminación del carnaval.	Municipalidad Distrital de Pacora.

Tiempo estimado de ejecución

Al ser una propuesta en busca del desarrollo turístico del carnaval, es de competencia de la Entidad Pública la gestión de este tipo de proyectos, por lo tanto son los agentes Municipales de Pacora los encargados de gestionar a través del presupuesto público, la asignación de recursos para el efecto. Se sabe que el desarrollo del Carnaval Costeño Pacorano, es celebrado en el mes de febrero, los costos que presentaré a continuación son proyectados para ser ejecutados, durante cuatro meses, tomando diciembre y enero para desarrollo de las estrategias de promoción y publicad, el mes de febrero como ejecución del proyecto y el mes de abril como culminación de estrategias.

Costos para desarrollo del Plan de Promoción

MEDIO	TAMAÑO	UNIDADES	TIPO	COSTO EN S/
MATERIAL PUBLICITARIO				
Revistas	A4 (8 caras)	100	Papel sanitado	1000.00
Afiches	30x30 cm	1000	Couche 150	300.00
Trípticos	A4	1000	Couche 150	250.00

MEDIO	DESCRIPCIÓN	COSTO EN S/
Sitio web	Correo electrónico	1,000.00
	Redes sociales	
	Página HTTP	
	Mantenimiento	350.00
MEDIOS MASIVOS		
Tv	Por América TV Chiclayo, entre 9:00 y 12:00 am, por 30 segundos S/400.00, una vez por semana rotativo durante dos meses.	3,200.00
Radio	Por radio nova, 30 segundos a S/ 9.00 x segundo, sede Chiclayo y Trujillo, 2 veces por semana durante 2 meses.	4,300.00
Diarios	Diario Trome del Norte, medidas 10x5 a color S/ 120.00, una vez por semana durante 2 meses.	960.00
MATERIAL DE CORTSÍA		
Carta de agradecimiento	Mediante e-mails	200.00
	Cartas impresas	
Obsequios	Sean cuadros, placas, fotografías.	500.00
Tarjetas	Elaboradas de cartulina mate, de 5x3, 1,000 unidades.	200.00

Presupuesto para la elaboración del plan de promoción

Descripción	Total en S/.
Material publicitario	1,550.00
Sitio web	1,350.00
Medios masivos	8,460.00
Presentación de la propuesta	2,000.00
Presentación inicial del proyecto (transporte, audiovisuales, papelería)	800.00
Honorarios de equipo	1,800.00
Cortesía	900.00
Imprevistos	800.00
PRESUPUESTO APROXIMADO	17,660.00

Presupuesto del plan de promoción

Ya que están definidas las acciones que se tienen que desarrollar y seleccionado el tipo de material promocional que se utilizaran en la ejecución, el presupuesto dependerá de la partida presupuestaria que designe la Municipalidad Distrital de Pacora, la propuesta tiene un costo aproximado de S/.17,660.00, por ser una propuesta de desarrollo turístico la municipalidad será la encargada de realizar gestión a través del presupuesto público.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones.

Definitivamente Pacora tiene mucho potencial turístico por explotar, desde la amabilidad de sus pobladores hasta sus grandes costumbres capaces de cautivar a cualquiera. Desarrollando un plan de promoción para el carnaval costeño Pacorano, lograremos que este sea más reconocido en el mercado, captando la atención del turista interno y turista receptivo, logrando a la vez el desarrollo de la ciudad y mejorando la calidad de vida de los pobladores.

Se pudo observar, que la organización del carnaval es en su totalidad organizado por la municipalidad y pobladores, pues no cuentan con ningún apoyo por parte de entidades públicas ni privadas, en cuanto a la infraestructura y planta turística se observó que a pesar de contar con los servicios básicos estos no son suficientes para abastecer la cantidad de visitantes que reciben para dicho acontecimiento, los hoteles y restaurantes con de igual manera escasos.

La comunidad de Pacora mira al Carnaval Costeño como parte de su identidad, pues siguen conservando su tradición y costumbres, participando de este con el mismo entusiasmo, además de considerarlo como oportunidad de ingresos económicos y progreso a la calidad de vida, por otro lado las personas externas a pesar de tener poco conocimiento del carnaval consideran que es un acontecimiento importante para Lambayeque y que debería de tener mucho más reconocimiento.

De igual manera de diseño el plan de promoción, estableciendo estrategias de promoción y publicidad, que logran el desarrollo turístico del carnaval, consiguiendo por otra parte ser reconocido como recurso turístico en Lambayeque.

4.2. Recomendaciones.

Pacora es una ciudad muy acogedora, cálida con excelente clima, el turista estaría encantado de alojarse unos días durante la celebración de dicho acontecimiento, poner en marcha el plan de promoción para que el turista sepa de la existencia de este grandioso carnaval.

Que las autoridades de Pacora y de la provincia en general se involucren más en el desarrollo del carnaval, buscando a la vez auspiciadores que apoyen en el desarrollo de este acontecimiento, e inversión para la implementación de hoteles y restaurantes, por otro lado mejorar e implementar los servicios sanitarios, ya durante la realización del carnaval los servicios no abastecen a la cantidad de visitantes que reciben, pues este es un elemento esencial para el turista.

El desarrollo del turismo en Pacora solo dependerá de la participación del mayor número de miembros de la comunidad, pues manteniéndose unidos trabajando en equipo, lograrán seguir manteniendo su identidad.

Con una buena ejecución de este plan, teniendo en cuenta primero la implementación de planta e infraestructura turística. Incrementando la inversión privada que permitirá generar un desarrollo económico para la ciudad.

REFERENCIAS

Acerenza, M. (2005). Promoción turística. Un enfoque metodológico. Recuperado de: https://www.elsotano.com/libro/promocion-turistica-un-enfoque-metodologico-7-ed_10000175

Acerenza, M. (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo. Recuperado de: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualizaci%C3%B3n-origen-y-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf>

Barrio, A. (2016). *La cultura popular en el carnaval*. (Universidad Nacional de Villa María). Repositorio Institucional. http://catalogo.unvm.edu.ar/doc_num.php?explnum_id=1012

Bazalar, E. & Vargas, Y. (2015). “*Propuesta de plan para la institucionalidad de corto y largo plazo para la revaloración y sostenibilidad de la fiesta del carnaval de Cajamarca*”. (Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte). Repositorio Institucional. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/7969/Bazalar%20Tam%20Evans%20Shirley%20-%20Vargas%20Gallardo%20Yolanda%20Victoria.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bazán, Y. (2019). *Turismo cultural como eje de desarrollo sostenible en el distrito de Pomalca – 2019*. (Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán). Repositorio Institucional. <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/6491/Baz%c3%a1n%20Jara%20Yuly%20Yesica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Boullón, R. (2006). Planificación del espacio turístico. Recuperado de: <http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico Robertoc.boullon.pdf>

Castedo, M. (2015). *Estudiar los Carnavales. Lecturas y escrituras en contextos de estudio de Ciencias Sociales*. (Tesis de posgrado, Universidad Nacional de la Plata). Repositorio Institucional. <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1238/te.1238.pdf>

García, I. (2006). Marketing turístico. Recuperado de: [http://marketing.ugr.es/plataforma/info/MTU1%20\[DT\].pdf](http://marketing.ugr.es/plataforma/info/MTU1%20[DT].pdf)

García, J. (2001). El marketing y su origen a la orientación social: desde la perspectiva económica a la social. Los aspectos de organización y comunicación. Recuperado de: <file:///C:/Users/JOSE%20LUIS/Downloads/Dialnet-ElMarketingYSuOrigenALaOrientacionSocial-6067049.pdf>

González, L. (2015). *Catálogo de fiestas, tradiciones, usos y costumbres del Municipio de San Salvador Atenco, Estado de México*. (Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Estado de México). Repositorio Institucional. <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/99850/TESIS%20CATALOGO%20DE%20FIESTAS%2C%20TRADICIONES%2C%20USOS%20Y%20COSTUMBRES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Iglesias, R., Talón P. & García-Viana, R. (2007). Comercialización de productos y servicios turísticos. Recuperado de: <https://www.sintesis.com/hosteler%C3%ADa%20y%20turismo-116/comercializaci%C3%B3n%20de%20productos%20y%20servicios%20tur%C3%ADsticos%20%282.%C2%AA%20edici%C3%B3n%29-ebook-146.html>

Kotler, K. (2012). Dirección de marketing. Recuperado de: <http://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>

Kotler, K. & Armstrong, G. (2013). Fundamentos del marketing. Recuperado de: https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

León, N. & Zhizhpón, A. (2019). *Potencial turístico del carnaval de la Mancomunidad de las Parroquias Orientales del cantón Azogues-Ecuador, 2018-2109*. (Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca). Repositorio Institucional. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/32913/1/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n%20TUR%20274.pdf>

Llanos, J. (2017). *Método para formular planes de desarrollo turístico – caso provincia de Tambopata – Madre de Dios*. (Tesis de posgrado, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa). Repositorio Institucional.

<http://bibliotecas.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/6539/ECMllzejc.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Mayorga, D. & Araujo, P. (2007). El plan de marketing. Recuperado de: <https://fondoeditorial.up.edu.pe/producto/el-plan-de-marketing/>

Monteza, A. (2019). *Propuesta de un plan de desarrollo turístico orientado a incentivar el turismo en el distrito de Jesús – prov. Cajamarca 2018*. (Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo). Repositorio Institucional. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30809/Monteza_RAN.pdf?sequence=1

Muñoz, A. & Fuentes, L. (2012). *Turismo como instrumento de desarrollo: Una visión alternativa desde factores humanos, sociales e institucionales*. Revista científica Pasos, 10 (5), 437-449. http://www.pasosonline.org/Publicados/10512/PS0512_01.pdf

Palma, R. & Zambrano, C. (2017). *Promoción turística basada en un sitio web para el desarrollo turístico del cantón Bolívar*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López). Repositorio Institucional. <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/482/1/TT61.pdf>

Puga, M. (2017). *Programa de turismo escolar para fortalecer la identidad cultural Lambayecana en el nivel inicial en la provincia de Ferreñafe – Región de Lambayeque*. (Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo). Repositorio Institucional. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16516/Puga_AMD.pdf?sequence=1

Puma, A. & Loaiza, H. (2018). *Turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Ccachin, para diversificar la oferta turística del distrito de Lares*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco). Repositorio Institucional. file:///C:/Users/JOSE%20LUIS/Downloads/253T20180220_TC.pdf

Quesquén, J. (2018). *Propuesta de una sección de cultura regional en el diario La Industria de Chiclayo a fin de difundir la identidad Lambayecana*. (Tesis pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo). Repositorio Institucional. http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1135/1/TL_QuesquenAtencioJessicaVanessa.pdf.pdf

Reyes, G. & Goitía, R. (2010). *Desarrollo turístico sustentable desde la visión de la comunidad receptora de Cabure, estado de Falcón Multiciencias*. Revista científica Multiciencias, 10, 310-315. <https://www.redalyc.org/pdf/904/90430360048.pdf>

Villanueva, R. (2017). *La oferta turística y las estrategias de desarrollo sostenible del servicio en la ciudad de Cajamarca, 2016-2017*. (Tesis de posgrado, Escuela de Posgrado UPAGU).
Repositorio Institucional.
<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/394/14.PEREZ%20VILLANUEVA%20ROSA%20CELINDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tapia, A. (2017). *Factores para la creación de un museo temático cultural del carnaval de la ciudad de Cajamarca*. (Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte).
Repositorio Institucional.
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11426/Tapia%20Abanto%20Aid%20Sandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tonko, J. (2017). *El carnaval de invierno de Punta Arenas. Esbozo de una festividad desde una perspectiva antropológica*. Revista científica SOPHIA AUSTRAL, 19, 83-92.
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/sophiaaust/n19/0719-5605-sophiaaus-19-00083.pdf>

ANEXOS

ANEXO 01

Encuesta dirigida a los pobladores del distrito de Pacora para conocer su percepción sobre el Carnaval Costeño Pacorano

Información personal:

Sexo:	
A. Masculino	
B. Femenino	

Edad:	
A. 15 – 25	
B. 26 – 35	
C. 36 – 40	
D. 41 – 50	
E. 51 – 60	

PREGUNTAS GENERALES DEL CARNAVAL COSTEÑO PACORANO PARA LOS POBLADORES

OBJETIVO: Identificar las percepciones que tienen tanto el público como los actores sobre el Carnaval Costeño Pacorano en cuanto a espacio de identificación, reconocimiento e integración.

INSTRUCCIONES: Lea usted atentamente cada ítem y marque con una X la respuesta que usted considere conveniente:

1. ¿Usted considera, al carnaval Pacorano cómo?

- a) Una diversión total.
- b) Una identificación del pueblo con sus costumbres
- c) Un medio de integración y participación de los habitantes.
- d) Una fiesta más de Pacora.

2. ¿Qué le gusta del carnaval Costeño Pacorano?

- a) La participación e integración del pueblo en las diferentes actividades
- b) La calidad artística de los diferentes eventos que brinda el carnaval
- c) El desorden y la diversión

3. ¿Participa usted en el Carnaval de Pacora?

- a) Si
- b) No

3.1. Si respondió afirmativamente la pregunta anterior (3). De qué forma participa principalmente usted en el Carnaval de Pacora

- a) Observando los desfiles y eventos de la programación del carnaval
- b) en venta de productos artesanales, gastronomía, apícola.
- c) Haciendo parte de alguna comparsa, danza y otra expresión artística
- d) Asistiendo a sus espectáculos musicales (concierto)

4. Considera que el Carnaval de Pacora genera ingresos económicos para todos:

- a) Si
- b) No

5. ¿Cree usted que el Carnaval de Pacora es actualmente un espacio de integración de los habitantes de la ciudad?

- a) Si

b) No

5.1. Si respondió afirmativamente la pregunta anterior (5) en relación con la integración de los habitantes de la ciudad considera que el Carnaval de Pacora:

a) Integra pues independientemente de su capacidad económica las personas participan de igual manera en el Carnaval.

b) Integra porque el diseño de los espacios permite la integración de las personas de diferentes condiciones

c) Integra porque la gente mantiene el interés en la fiesta

5.2. Si respondió negativamente la pregunta (5) en relación con la integración de los habitantes de la ciudad considera que el Carnaval de Pacora.

a) No integra pues las personas participan de manera diferenciada de acuerdo con su capacidad económica

b) No integra porque el diseño de los espacios no permite la integración

c) No integra porque la gente ha perdido interés en la fiesta

6. Cómo considera la organización de los desfiles y eventos del Carnaval de Pacora:

a) Excelente

b) Buena

c) Regular

d) Mala

7. El Carnaval Pacorano cuenta con apoyo de la municipalidad para su realización y organización

a) Si

b) No

8. La mayor importancia del Carnaval de Pacora para el Pacorano está en:

a) Vender la imagen positiva de la ciudad al exterior

b) Contar con un espacio que fortalezca la identidad cultural

c) Meterse de lleno en las actividades programadas y olvidarse de los problemas

d) Meterse de lleno en las actividades programadas y aprovechar las expresiones culturales para ver los problemas desde otra perspectiva.

9. Si desapareciera el Carnaval de Pacora usted considera que la ciudad:

a) Perdería su mayor atractivo para los visitantes

b) Perdería su mayor referente de identidad cultural

c) Se volvería más productiva y con mayor vocación de trabajo.

d) Posibilitaría la expresión de otras expresiones culturales al carnaval.

10. Considera usted que Pacora tiene la infraestructura y planta turística adecuada para realizar sus carnavales:

a) No

b) Si

11. El Carnaval Pacorano cuenta con seguridad durante su realización:

a) Si

b) No

12. Considera que el Carnaval Pacorano se promociona correctamente.

a) Si

b) No

13. Cuáles son los medios o canales más frecuentes con que se promociona el carnaval.

a) TV

b) Radio

c) Internet

d) Periódicos

e) Trípticos y ducticos

ANEXO 02

Encuesta dirigida a los observadores externos del Carnaval Costeño Pacorano

Información personal:

Sexo:	
A. Masculino	
B. Femenino	

Edad:	
A. 15 – 25	
B. 26 – 35	
C. 36 – 40	
D. 41 – 50	
E. 51 – 60	

PREGUNTAS GENERALES DEL CARNAVAL COSTEÑO PACORANO PARA LOS OBSERVADORES

OBJETIVO: Identificar la percepción que tiene el público sobre el carnaval de Pacora

INSTRUCCIONES: Lea usted atentamente cada ítem y marque con una X la respuesta que usted considere conveniente:

1. Considera usted que Pacora es un recurso turístico de la Región

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

2. Tiene conocimiento usted del Carnaval Costeño Pacorano

- a) Si
- b) No

3. Ha Participado usted en las actividades del Carnaval Costeño Pacorano

- a) Si
- b) No

Si te respondió si entonces cuantas veces:

- 1 b) 2 c) 3 d) más de 5

4. **¿Conoce usted quienes son los organizadores del Carnaval costeño Pacorano?**
- a) Sí
 - b) No
5. **Está de acuerdo con la variedad de programación que cada año se estructura en el carnaval costeño Pacorano**
- a) De acuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Deberían de incorporar más
 - d) Son muy pocas
6. **¿Cree usted que de incrementarse la actividad turística se volvería un evento más atractivo?**
- a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d) En desacuerdo
7. **Considera usted que al participar eventos y desfiles que se programan para el Carnaval de Pacora, usted contribuye a:**
- a) La economía de la ciudad
 - b) La economía de los artistas que hacen parte de los eventos de carnaval
 - c) La economía de los empresarios
 - d) La economía del país
8. **Considera usted que el carnaval de Pacora, debería ser más promocionado:**
- a) Si
 - b) No
9. **Le gustaría a usted conocer pacora**
- a) Si
 - b) No

ANEXO 03

Entrevista en profundidad del Carnaval Costeño Pacorano del distrito de Pacora – Lambayeque

OBJETIVOS:

- Determinar el estado actual del Carnaval Costeño Pacorano del distrito de Pacora- Lambayeque.
- Identificar lineamientos para la planeación del carnaval.

Institución: _____

Cargo: _____

Presentación del entrevistado:

1. ¿Qué es para usted el carnaval? ¿Qué significado tiene?
2. ¿Cuál ha sido su mayor experiencia con el carnaval?
3. Un pequeño diagnóstico del carnaval.
 - Una fortaleza
 - Una debilidad
 - Una amenaza
 - Una oportunidad
4. ¿Qué Medios de comunicación toman para difundir el carnaval?
5. Usted cree que el carnaval es una fuente de desarrollo económico. Como se puede fortalecer.
6. De qué manera cree usted que un plan de promoción del carnaval costeño Pacorano ayudaría al Distrito.

ANEXO 04

PLAN DE PROMOCION PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CARNAVAL COSTEÑO PACORANO DEL DISTRITO DE PACORA, LAMBAYEQUE	
CUADRO DE VARIABLES	
X.- Plan de Promoción	Y.- Desarrollo turístico
X1: Análisis de Mercado X2: Diagnostico FODA. X3: Estrategias Promoción.	Y1: Social Y2: Económico Y3: Ambiental
INDICADORES	
X1 - Oferta - Demanda - Planta Turística	Y1 - Concienciación de la comunidad - Identidad Cultural - Programa de concientización - Charlas de relatos Históricos del Carnaval
X2 - Fortalezas - Amenazas - Debilidades - Oportunidades	Y2 - Generación de Empleo a través de la participación de la comunidad local en la actividad turística - Mejorar la calidad de vida - Desarrollo económico para el distrito de Pacora
X3 - Campaña publicitaria - Trípticos - Revistas	Y3 - Protección del medio ambiente - Cuidado de los recursos adecuadamente - Manejo adecuado del agua

ANEXO 05

MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
PROBLEMA GENERAL	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	MARCO TEÓRICO	HIPOTESIS GENERAL
<p>¿La elaboración de un Plan de Promoción permitirá el desarrollo turístico del Carnaval Costeño Pacorano?</p>	<p>P1. ¿Cuál es la situación actual del carnaval costeño Pacorano en cuanto a la planificación, infraestructura y planta turística?</p> <p>P2. ¿Cuál es la percepción del mercado ante el Carnaval Costeño Pacorano?</p> <p>P3. ¿Cómo diseñar un plan de promoción para el Carnaval Costeño Pacorano?</p>	<p>Proponer un plan de promoción para el carnaval costeño Pacorano que permita el desarrollo turístico del distrito de Pacora, Lambayeque</p>	<p>Analizar la situación actual del carnaval costeño Pacorano en cuanto a la planificación, infraestructura y planta turística.</p> <p>Conocer la percepción del mercado, sobre el Carnaval Costeño Pacorano.</p> <p>Diseñar un plan de promoción que permita incrementar el desarrollo turístico del Carnaval Costeño Pacorano</p>	<p style="text-align: center;">PLAN DE PROMOCION</p> <p>X1: Análisis del Mercado</p> <p>X2: Diagnostico FODA</p> <p>X3: Estrategias de Promoción</p> <p style="text-align: center;">DESARROLLO TURISTICO</p> <p>Y1: Social</p> <p>Y2: Económico</p> <p>Y3: Ambiental</p>	<p>Si se propone un plan de promoción, entonces se logrará que este contribuya con el desarrollo turístico del Carnaval Costeño Pacorano y a la vez con el desarrollo del Distrito de Pacora</p>

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO
CUESTIONARIO DE ENCUESTA

**PLAN DE PROMOCION PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CARNAVAL
COSTEÑO PACORANO DEL DISTRITO DE PACORA – LAMBAYEQUE**


RESPONSABLE: Peña García Estefanny Tahis

Indicaciones: Señor especialista se le pide su colaboración para luego de un riguroso análisis de los items del cuestionario de encuestas, que le mostramos, marque con una aspa el casillero que crea conveniente a su criterio y experiencia profesional, demostrando si cuenta o no cuenta con los requerimientos mínimos para su posterior aplicación.

Nota: Para cada pregunta se considera la escala de 1 a 5

N°	ITEMS	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
01	Considera usted que Pacora es un recurso turístico de la Región					✓
02	Tiene conocimiento usted del Carnaval Costeño Pacorano.					✓
03	Ha Participado usted en las actividades del Carnaval Costeño Pacorano				✓	
04	¿Conoce usted quienes son los organizadores del Carnaval costeño Pacorano?				✓	
05	Esta de acuerdo con la variedad de programación que cada año se estructura en el carnaval costeño Pacorano					✓
06	¿Cree usted que de incrementarse la actividad turística se volvería un evento más atractivo?				✓	
07	Considera usted que al participar eventos y desfiles que se programan para el Carnaval de Pacora, usted contribuye a:				✓	
08	Considera usted que el carnaval de Pacora, debería ser más promocionado:				✓	
09	Le gustaría a usted conocer pacora.				✓	

RECOMENDACIONES:

APELLIDOS Y NOMBRES	Serruto Perea, Eluis	 FIRMA DEL EXPERTO DNI N° 29426334
GRADO ACADÉMICO	Maestría	
MENCION	Docencia Universidad	

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO
CUESTIONARIO DE ENCUESTA

**PLAN DE PROMOCION PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CARNAVAL
COSTEÑO PACORANO DEL DISTRITO DE PACORA – LAMBAYEQUE**

RESPONSABLE: Peña García Estefanny Tahis

Indicaciones: Señor especialista se le pide su colaboración para luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de encuestas, que le mostramos, marque con una aspa el casillero que crea conveniente a su criterio y experiencia profesional, demostrando si cuenta o no cuenta con los requerimientos mínimos para su posterior aplicación.

Nota: Para cada pregunta se considera la escala de 1 a 5

1.-Muy Poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------


N°	ITEMS	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
01	¿Usted considera, al carnaval Pacorano cómo?				✓	
02	¿Qué le gusta del carnaval Costeño Pacorano?				✓	
03	¿Participa usted en el Carnaval de Pacora?				✓	
3.1	Si respondió afirmativamente la pregunta anterior (3) De qué forma participa principalmente usted en el Carnaval de Pacora					✓
04	Considera que el Carnaval de Pacora es fiesta económicamente para todos:				✓	
05	¿Cree usted que el Carnaval de Pacora es actualmente un espacio de integración de los habitantes de la ciudad?				✓	
5.1	Si respondió afirmativamente la pregunta anterior (5) en relación con la integración de los habitantes de la ciudad considera que el Carnaval de Pacora:					✓
5.2	Si respondió negativamente la pregunta (5) en relación con la integración de los habitantes de la ciudad considera que el Carnaval de Pacora:				✓	
06	Cómo considera la organización de los desfiles y eventos del Carnaval de Pacora:				✓	
07	El Carnaval Pacorano cuenta con apoyo de la municipalidad para su realización y organización				✓	
08	La mayor importancia del Carnaval de Pacora para el Pacorano está en:					✓
09	Si desapareciera el Carnaval de Pacora usted considera que la ciudad:					✓

10	Considera usted que Pacora tiene la infraestructura adecuada para realizar sus carnavales:				
11	El Carnaval Pacorano cuenta con seguridad durante su realización:				
12	Considera que el Carnaval Pacorano se promociona correctamente.				
13	Cuáles son los medios o canales más frecuentes con que se promociona el carnaval.				

RECOMENDACIONES:

.....

.....

APELLIDOS Y NOMBRES	Serruto Perea, Elvis	 FIRMA DEL EXPERTO DNI N° 29426874
GRADO ACADÉMICO	Maestría	
MENCION	Docencia Universitaria	

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO
CUESTIONARIO DE ENCUESTA

**PLAN DE PROMOCION PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CARNAVAL
COSTEÑO PACORANO DEL DISTRITO DE PACORA – LAMBAYEQUE**

RESPONSABLE: Peña García Estefanny Tahis


Indicaciones: Señor especialista se le pide su colaboración para luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de encuestas, que le mostramos, marque con una aspa el casillero que crea conveniente a su criterio y experiencia profesional, demostrando si cuenta o no cuenta con los requerimientos mínimos para su posterior aplicación.

Nota: Para cada pregunta se considera la escala de 1 a 5

N°	ITEMS	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
01	Considera usted que Pacora es un recurso turístico de la Región				✓	
02	Tiene conocimiento usted del Carnaval Costeño Pacorano.				x	
03	Ha Participado usted en las actividades del Carnaval Costeño Pacorano				✓	
04	¿Conoce usted quienes son los organizadores del Carnaval costeño Pacorano?				x	
05	Esta de acuerdo con la variedad de programación que cada año se estructura en el carnaval costeño Pacorano				✓	
06	¿Cree usted que de incrementarse la actividad turística se volvería un evento más atractivo?				x	
07	Considera usted que al participar eventos y desfiles que se programan para el Carnaval de Pacora, usted contribuye a:				x	
08	Considera usted que el carnaval de Pacora, debería ser más promocionado:				x	
09	Le gustaría a usted conocer pacora.				x	

RECOMENDACIONES:

.....
.....

APELLIDOS Y NOMBRES	JOSÉ EDUARDO JOSÉ ANTONIO	 FIRMA DEL EXPERTO DNI N° 11413162
GRADO ACADÉMICO	LIC. C. H. H. S. S.	
MENCION		

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO
CUESTIONARIO DE ENCUESTA

**PLAN DE PROMOCION PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CARNAVAL
COSTEÑO PACORANO DEL DISTRITO DE PACORA – LAMBAYEQUE**

RESPONSABLE: Peña García Estefanny Tahis

Indicaciones: Señor especialista se le pide su colaboración para luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de encuestas, que le mostramos, marque con una aspa el casillero que crea conveniente a su criterio y experiencia profesional, demostrando si cuenta o no cuenta con los requerimientos mínimos para su posterior aplicación.

Nota: Para cada pregunta se considera la escala de 1 a 5


1.-Muy Poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

N°	ITEMS	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
01	¿Usted considera, al carnaval Pacorano cómo?				x	
02	¿Qué le gusta del carnaval Costeño Pacorano?				x	
03	¿Participa usted en el Carnaval de Pacora?				x	
3.1	Si respondió afirmativamente la pregunta anterior (3) De qué forma participa principalmente usted en el Carnaval de Pacora				y	
04	Considera que el Carnaval de Pacora es fiesta económicamente para todos:				x	
05	¿Cree usted que el Carnaval de Pacora es actualmente un espacio de integración de los habitantes de la ciudad?				y	
5.1	Si respondió afirmativamente la pregunta anterior (5) en relación con la integración de los habitantes de la ciudad considera que el Carnaval de Pacora:				x	
5.2	Si respondió negativamente la pregunta (5) en relación con la integración de los habitantes de la ciudad considera que el Carnaval de Pacora.				x	
06	Cómo considera la organización de los desfiles y eventos del Carnaval de Pacora:				x	
07	El Carnaval Pacorano cuenta con apoyo de la municipalidad para su realización y organización				x	
08	La mayor importancia del Carnaval de Pacora para el Pacorano está en:				x	
09	Si desapareciera el Carnaval de Pacora usted considera que la ciudad:				y	

10	Considera usted que Pacora tiene la infraestructura adecuada para realizar sus carnavales:				X
11	El Carnaval Pacorano cuenta con seguridad durante su realización:				X
12	Considera que el Carnaval Pacorano se promociona correctamente.				X
13	Cuáles son los medios o canales más frecuentes con que se promociona el carnaval.				X

RECOMENDACIONES:

.....

APELLIDOS Y NOMBRES	<i>DR. FERNANDO José Antonio</i>	 FIRMA DEL EXPERTO DNI N° <i>16413162</i>
GRADO ACADÉMICO	<i>Lic. CC.NN.SS.</i>	
MENCION		