



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
PROGRAMA DE LIC. EN TURISMO**

**DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA
GASTRONOMÍA TÍPICA MARGARITEÑA OFERTADA EN EL
MUNICIPIO MANEIRO Y SU PROMOCIÓN COMO
ATRACTIVO TURÍSTICO**

Trabajo de Grado, modalidad investigación presentado como requisito parcial para
optar al título de Licenciado en Turismo

Bachilleres
Guerra Y. Paz C.
Rojas C. Nahir J.

Guatamare, Julio del 2007

Considero más valiente al que conquista sus deseos que al que conquista a sus enemigos, ya que la victoria más dura es la victoria sobre uno mismo.

Aristóteles

DEDICATORIA

A Dios, a la Virgen del Valle y al Santísimo Cristo del Buen Viaje.

A nuestras madres y hermanos, gracias por su apoyo.

Con amor a nuestros hijos, por ser los tesoros más grandes que Dios nos ha dado, Dios y la Virgen nos los bendigan.

A la memoria de nuestros padres por ser nuestros guías espirituales, siempre los tenemos presentes.

A ti Luís por ser nuestro apoyo en todo momento y confiar en nosotras. Te amamos.

Paz y Nahir

AGRADECIMIENTO

A Dios, a la Virgen del Valle y al Santísimo Cristo del Buen Viaje, por ser siempre nuestros guías en los buenos y malos momentos.

A nuestra asesora académica Lic. Vicdalia Gómez, por brindamos su confianza, ser fuente de luz en nuestro camino y darnos el valor para enfrentar nuestros miedos y hacernos sentir que somos capaces de lograr nuestras metas. Gracias profe, mil gracias.

Al profesor Rafael Lunar, por ser tan especial que con su simpatía, cordialidad, conocimientos y su apoyo incondicional estará siempre en nuestros corazones. Gracias.

A todas aquellas personas que nos ayudaron y nos apoyaron a lo largo de nuestra carrera. Gracias.

A todos y cada uno que contribuyeron a la realización de este proyecto, y que confiaron en nosotras que sí lo lograríamos. Gracias

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
CAPITULO I.....	2
1.1.- Planteamiento del problema.....	2
1.2.- Objetivos de la investigación.....	12
1.2.1. - Objetivo General.....	12
1.2.2.- Objetivos Específicos	13
1.3.- Justificación	14
CAPITULO II	17
2.1.- Antecedentes de la investigación.....	17
2.2.- Bases teóricas.....	19
2.3.- Operacionalización de variables	31
2.4.- Definición de términos.....	33
CAPITULO III	37
3.1.- Nivel y tipo de estudio	37
3.1.1.- Tipo de Estudio.....	37
3.2.- Área de estudio	37
3.3.- Diseño de la investigación	38
3.4.- Sujetos de información	41
3.4.1.- Representantes de los Establecimientos de Alimentos y Bebidas	41
3.4.3.- Organismos	43
3.5.- Procesamiento y análisis.....	44
CAPITULO IV	46
4.1.- Reseña histórica	46
4.2.- Reseña histórica de la gastronomía típica en el municipio maneiro	48
CAPITULO V	51

5.1- Resultados de la investigación.....	51
5.2.- Establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el municipio maneiro	62
5.3.- Procedimientos utilizados en la preparación de la comida típica margariteña	68
5.4.- Características de los establecimientos de alimentos y bebidas tomando en cuenta los platos ofertados	85
5.5.- Opinión de los representantes involucrados en la actividad turística y la gastronomía típica margariteña como atractivo turístico	87
5.5.1.- Representantes de los establecimientos de alimentos y bebidas.....	87
5.5.2.- Opinión del Usuario.....	88
5.5.3.- Opinión de los representantes de Corpotur y Alcaldía acerca de la gastronomía típica como atractivo turístico	100
5.5.3.1.- Representantes de Corpotur	100
5.5.3.2.- Representantes de la Alcaldía de Maneiro.....	100
CAPITULO VI.....	103
6.1.- Análisis Situacional de la Dinámica Promocional del Producto Gastronómico en el Municipio Maneiro.....	103
6.1.1.- Análisis Interno.....	105
6.1.2.- Análisis Externo.....	108
6.1.3.- Matriz de Impacto Ponderados DOFA	110
6.1.4.- Matriz DOFA.....	111
6.1.5.- Análisis DOFA	113
6.2.- Selección de estrategias promocionales para el aprovechamiento de la gastronomía típica como atractivo turístico	117
CAPITULO VII	123
7.1.- Conclusiones.....	123
7.2.- Recomendaciones	126
BIBLIOGRAFÍA	128
ANEXOS	133

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	3
Entrada de Viajeros Nacionales e Internacionales	3
Vía Aérea a la Isla de Margarita 2000-2004	3
Tabla N° 2	4
Entrada Anual de Visitantes.....	4
Vía Marítima. 2001-2004.....	4
Tabla N° 3	6
Sitios Turísticos Visitados por Municipios Año 2004.....	6
Tabla N° 4	7
Atractivos Turísticos Naturales y Culturales ubicados en el Municipio Maneiro	7
TABLA N° 5	8
Establecimientos de Alimentos y Bebidas	8
Tabla N° 6	21
Producto Turístico.....	21
Tabla N° 7	52
Establecimientos De Alimentos Y Bebidas Que Operan Comercialmente En El Municipio Maneiro	52
Tabla N° 8	62
Distribución Absoluta y Porcentual del Tipo de Establecimientos de Alimentos y Bebidas ubicados en el Municipio Maneiro.....	62
Tabla N° 9	64
Distribución Absoluta y Porcentual del Tipo de Gastronomía que ofrecen los Establecimientos de Alimentos y Bebidas ubicados en el Municipio Maneiro	64
Tabla N° 10	65
Distribución Absoluta y Porcentual de Establecimientos que ofrecen Gastronomía Típica Margariteña ubicados en el Municipio Maneiro.....	65

Tabla N° 11	67
Distribución Absoluta y Porcentual de la Promoción de la Gastronomía Típica Margariteña en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas ubicados en el Municipio Maneiro	67
Tabla N° 12	89
Distribución absoluta y porcentual de los tipos de turistas que visitan los establecimientos de alimentos y bebidas.....	89
Tabla N° 13	90
Distribución absoluta y porcentual de los motivos de visita al Municipio Maneiro...	90
Tabla N° 14	91
Distribución absoluta y porcentual de los motivos de visita a los establecimientos de alimentos y bebidas del Municipio Maneiro.....	91
Tabla N° 15	92
Distribución absoluta y porcentual de los establecimientos de alimentos y bebidas que ofrecen gastronomía típica margariteña.....	92
Tabla N° 16	93
Distribución absoluta y porcentual de los productos de la gastronomía típica con mayor demanda.....	93
Tabla N° 17	94
Distribución absoluta y porcentual de la opinión sobre la gastronomía típica margariteña.....	94
Tabla N° 18	95
Distribución absoluta y porcentual sobre la existencia de variedad en la gastronomía típica margariteña.....	95
Tabla N° 19	96
Distribución absoluta y porcentual sobre sí la gastronomía típica margariteña es promocionada.....	96
Tabla N° 20	97

Distribución absoluta y porcentual de los medios de información por el cual se promociona la gastronomía típica margariteña	97
Tabla N° 21	98
Distribución absoluta y porcentual sobre la gastronomía típica como atractivo turístico en la opinión de los turistas.....	98
Tabla N° 22	99
Distribución absoluta y porcentual sobre si los turistas recomendarían o no la gastronomía típica margariteña como atractivo turístico	99
Tabla N° 23	107
Hoja de Trabajo DOFA.....	107
Tabla N° 24	109
Hoja de Trabajo DOFA.....	109
Tabla N° 25	110
Matriz de Impacto Ponderados DOFA.....	110
Tabla N° 25	112
Matriz Prioritaria Dofa.....	112
Tabla N° 27	115
Análisis Dofa: Estrategias Alternativas	115
Tabla N° 28	118
Estrategias De Promoción.....	118

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	63
Tipos de Establecimientos de Alimentos y Bebidas ubicados en el Municipio Maneiro	63
Gráfico N° 2	64
Tipos de Gastronomía que ofrecen los Establecimientos de Alimentos y Bebidas ubicados en el Municipio Maneiro.....	64
Gráfico N° 3	65
Establecimientos de Alimentos y Bebidas que ofrecen Gastronomía Típica Margariteña ubicados en el Municipio Maneiro	65
Gráfico N° 4	67
Promoción de la Gastronomía Típica Margariteña en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas ubicados en el Municipio Maneiro	67
Gráfico N° 5	89
Tipos de turistas que visitan los establecimientos de alimentos y bebidas	89
Gráfico N° 6	90
Motivos de Visitas al Municipio Maneiro	90
Gráfico N° 7	91
Motivos de Visitas a los establecimientos de alimentos y bebidas al Municipio Maneiro	91
Gráfico N° 8	92
Establecimientos que ofrecen gastronomía típica margariteña.....	92
Gráfico N° 9	93
Productos de la gastronomía típica margariteña que más gusta.....	93
Gráfico N° 10	94
Opinión sobre la gastronomía típica margariteña	94

Gráfico N° 11	95
Opinión sobre la variedad de la gastronomía típica margariteña	95
Gráfico N° 12	96
Opinión sobre la promoción de la gastronomía típica margariteña	96
Gráfico N° 13	97
Medios de información por el cual se promociona la gastronomía típica margariteña	97
Gráfico N° 14	98
Gastronomía Típica como atractivo turístico	98
Gráfico N° 15	99
Recomendación de la gastronomía típica margariteña como atractivo.....	99

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

CAPITULO I

1.1.- Planteamiento del problema

En el Estado Nueva Esparta y en especial en la Isla de Margarita surge la actividad turística como alternativa de desarrollo económico, social y cultural, siendo una opción válida para el crecimiento integral del Estado. Tal como lo señala Acerenza (1991; 101), cuando expresa "... el desarrollo de esta actividad puede dar origen a cambios significativos en la estructura social, así como en los patrones culturales de la comunidad receptora".

En este sentido en el Estado Nueva Esparta, la actividad turística ha originado el desplazamiento de flujos turísticos tanto nacionales como internacionales, tal como lo indican las cifras manejadas por la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (2004), evidenciándose de esta forma la entrada de viajeros a la Isla de Margarita para el período 2000-2004 (tabla N° 1), lo que demuestra además la tendencia de visitas en este Estado, el cual ya sea por sus atractivos o su planta turista, generando interés en los visitantes.

Para el período 2000-2004 se observa un incremento el cual fue disminuyendo progresivamente hasta el año 2004. Para el año 2001 aumenta el flujo de turistas nacionales y disminuye la entrada de turistas internacionales.

Tabla N° 1
Entrada de Viajeros Nacionales e Internacionales
Vía Aérea a la Isla de Margarita 2000-2004

Año	Viajeros Nacionales	Viajeros Internacionales	Total
2000	589.321	101.287	690.608
2001	719.650	87.733	807.383
2002	96.153	70.826	666.979
2003	464.011	51.945	515.956
2004	581.545	110.928	514.304

Fuente: CORPOTUR. Unidad de Investigaciones Turísticas. Marzo, 2004

La entrada anual de visitantes por vía marítima en los años 2001-2004 se mantuvo para el año 2001 en 1.080.870 visitantes, permaneciendo igual para los períodos 2002-2003, presentándose un incremento en el año 2004. La entrada de turistas en ferrys presenta mayor afluencia, tal como lo presenta la tabla N° 2.

Tabla N° 2
Entrada Anual de Visitantes
Vía Marítima. 2001-2004

Vía Marítima	Años			
	2001	2002	2003	2004
Viajeros en lanchas	189.761	135.547	117.023	80.542
Viajeros en ferrys/chalanas	60.457	65.043	56.629	54.932
Excursionistas cruceros	110.763	116.738	98.447	133.13
Turistas en yates / veleros	2.934	2.001	1.735	9
Viajeros en Ferrys	716.935	694.200	731.294	2.090
				887.83
				6
Total Marítimo	1.080.870	1.005.128	1.005.128	1.158.539

Fuente: CORPOTUR. Unidad de Investigaciones Turísticas. Marzo, 2004

La inclinación de los flujos turísticos hacia el Estado Nueva Esparta, ha generado el crecimiento de equipamientos turísticos según la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (Marzo, 2004). Para este año la planta turística cuenta con 1.808 establecimientos repartidos en: 245 establecimientos de alojamiento, 200 agencias de turismo, 145 empresas de transporte, 608 establecimientos de alimentos y bebidas y 110 lugares de esparcimiento, los mismos están distribuidos en cada uno de los municipios que conforman el Estado Nueva Esparta, según la dinámica y característica de cada uno de ellos.

En particular el Municipio Maneiro, sustentado por encuesta realizada por Corpotur año 2004, ocupa el sexto lugar como sitio turístico respecto a otros

municipios (ver tabla N° 3). El interés por visitar el Municipio se debe entre otras motivaciones a que es un municipio costero, con vocación pesquera de gran trascendencia histórica, además de ello, presenta una planta hotelera ubicada junto a sus costas lo que hace de este municipio un lugar privilegiado.

El desplazamiento de turistas hacia el municipio Maneiro se sustenta en la diversidad de atractivos turísticos con que cuenta: atractivos naturales (playas), culturales (monumentos históricos), pueblo pintoresco, además de otros como los acontecimientos programados y recreativos, como se evidencia en la tabla N° 4 de atractivos turísticos naturales y culturales ubicados en el Municipio Maneiro, lo cual representa una oferta turística capaz de satisfacer las necesidades y expectativas de la demanda.

En cuanto a los atractivos turísticos naturales, ubicados en el municipio Maneiro, son de tipo costa, sub tipo playa, contando los mismos con áreas para la recreación activa y pasiva, además existen espacios para la faena de pesca, en el entorno de las playas están ubicados establecimientos destinados a brindar atención y servicio en cuanto alimentación y bebidas.

Tabla N° 3
Sitios Turísticos Visitados por Municipios Año 2004

Municipios Visitados	N° de Repuestas (2004)									
	Playas		Parques Nacionales		Pueblos Pintorescos		Monumentos Históricos		Casinos	
	fi	%*	fi	%*	fi	%*	fi	%*	fi	%*
Antolín del Campo	220	115,79%			1	0,53%				
Arismendi	19	10,00%	2	1,05%	12	6,32%	19	10,00%		
Díaz	49	25,79%	1	0,53%	1	0,53%				
García	1	0,53%	1	0,53%	4	2,11%	30	15,79%		
Gómez	26	13,68%			11	5,79%				
Maneiro	15	7,89%			15	7,89%	10	5,26%	33	17,37%
Marcano	2	1,05%			19	10,00%	6	3,16%		
Marino	8	4,21%			2	1,05%			46	24,21%
Península de Macanao	27	14,21%	14	7,37%	5	2,63%	7	3,68%		
Tubores	8	4,21%	15	7,89%	1	0,53%				
Villalba	9	4,74%								

(*) Porcentaje calculado para cada ítem en base al número de turistas encuestados para la variable (n=190)

Nota: Para la variable el turista puede señalar más de un sitio turístico visitado.

Fuente: Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR). Unidad de Investigaciones Turísticas. Junio, 2004.

Tabla N° 4

Atractivos Turísticos Naturales y Culturales ubicados en el Municipio Maneiro

Categoría	Tipo	Subtipo	Nombre del Atractivo	Ubicación
Sitios Naturales	Costa	Playa	Pampatar	Bahía de Pampatar
			La Caranta	Bahía de Pampatar
			Círculo Militar	Bahía de Pampatar
			Moreno	Bahía de Pampatar
			Terminal	Punta Ballena
			El Ángel	Bahía de Pampatar
		Lugar de Pesca	Pampatar	Bahía de Pampatar
			Moreno	Bahía de Pampatar
Cueva	Cueva del Bufón	Pta Ballena-Pampatar		
Laguna	Laguna de Gasparico			
Manifestaciones Culturales e Históricas	Lugares Históricos	Obra de Arte y Técnica	Exposición de Mariposas	C/Coro Coro Urb. Playa Ángel
			Iglesia Cristo del Buen Viaje	Pampatar
			Iglesia Nuestra Sra. del Pilar	Los Robles
			Piedra del Ángel	Playa Esmeralda
			Paseo del Ángel	
			Históricos	Castillo San Carlos Borromeo
		Fortín de La Caranta		La Caranta
		Casa Amarilla		Pampatar
		Casa Aduana Fondena		Pampatar
		Música y Danza		Diversiones Populares: La Burrigueta, El Carite
	Comidas y Bebidas Típicas		- Empanadas de cazón	Pampatar
			- Hervido de Pescado	
			- Dulcería criolla: Dulce de Coco, Majarete, Besos de Coco	
	Artesanía		Taller de Artesanía	Pampatar
Religioso		Nuestra Sra. del Pilar	Los Robles	
		El Cristo del Buen Viaje	Pampatar	
		Cruz de la Ermita	Los Robles	
Acontecimientos Programados	Recreativo		Parque Diverland	Pampatar
			C.C. Sambil	Pampatar
			Rattan Plaza	Pampatar
			Centro Comercial La Redoma	Los Robles

Fuente: Elaborado por las autoras con información de CORPOTUR, 2005

Así mismo, los atractivos culturales están clasificados en lugares históricos, religiosos, museos, música y danza, comidas y bebidas típicas, artesanía y arte, acontecimientos programados recreativos, los cuales hacen del lugar un sitio de visita, esparcimiento, atracción y disfrute para turistas y visitantes.

Es de hacer notar que entre los elementos de la oferta turística del Municipio Maneiro, la categoría referida a alimentos y bebidas es de gran importancia debido al número de establecimientos ubicados en diferentes lugares pertenecientes al área de estudio ver tabla N° 5, destacándose que en el mismo están ubicados 66 establecimientos destinados a la venta de alimentos y bebidas, después del Municipio Antolín del Campo con 87 y Mariño con 223 establecimientos (según Corporación de Turismo, 2005).

TABLA N° 5
Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Municipios	Establecimientos de Alimentos y Bebidas
Mariño	223
Antolín del Campo	87
Maneiro	66
Marcano	41
Díaz	47
Gómez	35
Arismendi	28
Península de Macanao	18
García	31
Tubores	18
Villalba	14
Total	608

Fuente: CORPOTUR. Unidad de Investigaciones Turísticas Marzo, 2005

Los establecimientos de alimentos y bebidas ofrecen la oportunidad de conocer la Gastronomía Típica, la cual muestra lo autóctono de la población formando parte

de la tradición y el folklore de los pueblos, donde los alimentos de la localidad son una de las expresiones culturales que pueden mejorar la actividad turística con el fin de ofrecer lo propio de la región.

Margarita es una isla donde el turismo ha ido creciendo apoyado en el recurso natural playa, junto al comercio y los valores culturales, esta actividad ha venido a formar una fuente representativa de desarrollo económico del Estado Nueva Esparta, tal como lo publica el Atlas Básico del Estado Nueva Esparta (1997:35) "el turismo ha sido una de las actividades económicas líderes que motorizan el desarrollo del Estado, por su gran efecto multiplicador de generación de empleo directo e indirectos al desarrollar mayor cantidad y calidad de servicio ... ", por eso se hace necesario que la actividad turística ayude a la conservación de las manifestaciones culturales de los pueblos, por ser éstas fuente de motivación tanto para turistas y visitantes.

El significado que tiene la cultura para el Estado Nueva Esparta da la oportunidad de aprovechar y presentar la Gastronomía Típica Margariteña como parte importante de sus atractivos y plantear una serie de medidas de recuperación, protección y ayuda para su desarrollo, para así contar con el aprovechamiento de una tradición gastronómica rica y variada en este caso del Municipio Maneiro, representada por ejemplo: en platos del mar y en platos de casería, como el conejo roblero.

En el Municipio Maneiro la gastronomía típica forma parte de la oferta turística, y no es aprovechada como atractivo, tal como se evidencia en fase exploratoria con fecha 02-05-2005, luego de una visita por parte de las investigadoras al área de estudio con el objeto de realizar un reconocimiento de campo al municipio a través de observación directa; de la visualización realizada se permite constatar los siguientes descriptores en el área de servicios turísticos, donde la categoría de estudio alimentos y bebidas presenta:

- Diversidad de platos locales nacionales e internacionales.
- Proliferación de kioscos para la venta de alimentos y bebidas en forma anárquica en zona costera.
- Presencia de establecimientos para la venta de alimentos y bebidas en estado de precariedad estructural e higiene.

La gran diversidad gastronómica, que presenta el municipio, constituye un área de gran riqueza que lamentablemente ha sido poco explorada, como importante recurso cultural.

Para ser resaltada como atractivo turístico es necesario diagnosticar su condición real y concreta, dado que existe su inclusión dentro del producto turístico, ya que aprovechar los recursos gastronómicos regionales, combinándolos con el legado artístico cultural y los recursos naturales, permitiría ofrecer a los turistas nuevas experiencias, sobre todo a aquellos que están inclinados a realizar el turismo cultural. Ya que el empeño de la UNESCO es y ha sido alentar la comprensión a través de los lazos interculturales entre los pueblos, lograr que el contacto con el patrimonio histórico, monumental y natural sea una experiencia cognoscitiva y fuente de elevación espiritual. Uno de los temas que la UNESCO ha impulsado en este campo es el de la gastronomía pero ésta no ha sido considerada en su verdadera potencia ni utilizada convenientemente como recurso turístico. Incluso son escasas las referencias que mencionan esta importante expresión cultural como recurso turístico dentro del marco cultural.

De allí el interés de las investigadoras por realizar un diagnóstico de la situación actual de la gastronomía típica margariteña que se oferta en el Municipio Maneiro y su promoción como atractivo turístico.

Ante la inquietud de las investigadoras surgen las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es la situación actual de la gastronomía típica margariteña; como atractivo turístico en el municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta?
- ¿Cuáles estrategias se deben formular para la promoción de la gastronomía típica como atractivo turístico?

Para dar respuestas a las interrogantes anteriores se originan las siguientes sub-preguntas:

1. ¿Cuál es el número de establecimientos de alimentos y bebidas que operan comercialmente en el municipio Maneiro?
2. ¿Cuántos establecimientos de alimentos y bebidas ofertan comida típica margariteña en el municipio Maneiro?
3. ¿Qué procedimientos se utilizan en la preparación de la comida margariteña?
4. Describir las características actuales de los restaurantes tomando en cuenta los platos ofertados.
5. ¿Cómo se promociona la gastronomía típica en los establecimientos de alimentos y bebidas del municipio Maneiro?

6. ¿Cuál es la opinión de los representantes de las empresas de A y B, respecto a la significación de la gastronomía típica como atractivo turístico del municipio Maneiro?
7. ¿Cuál es la opinión del usuario respecto a la aceptación de la gastronomía típica como atractivo turístico?
8. ¿Cuál es la opinión de los representantes de CORPOTUR y Alcaldía del municipio Maneiro acerca de la gastronomía típica como atractivo turístico?
9. ¿Qué relación existe en la elaboración de la gastronomía típica, con los platos nacionales e internacionales en los restaurantes ubicados en el municipio Maneiro?
10. ¿Cuáles estrategias de promoción permiten mejorar el aprovechamiento turístico de la gastronomía típica en la oferta turística del municipio Maneiro?

1.2.- Objetivos de la investigación

1.2.1. - Objetivo General

- Diagnosticar la situación actual de la gastronomía típica margariteña como atractivo turístico en el Municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta.
- Proponer estrategias para la promoción de la gastronomía típica como atractivo turístico.

1.2.2.- Objetivos Específicos

1. Determinar el número de establecimientos de alimentos y bebidas que operan comercialmente en el municipio Maneiro.
2. Determinar el número de establecimientos de alimentos y bebidas que ofertan comida típica margariteña en el municipio Maneiro.
3. Definir y describir los platos y procedimientos utilizados en la preparación de la comida típica margariteña.
4. Describir las características actuales de los restaurantes tomando en cuenta los platos ofertados.
5. Conocer cómo se promociona la gastronomía típica en los establecimientos de alimentos y bebidas del municipio Maneiro.
6. Conocer la opinión de los representantes de las empresas de alimentos y bebidas respecto a la significación de la gastronomía típica como atractivo turístico del municipio Maneiro.
7. Conocer la opinión del usuario respecto a la aceptación de la gastronomía típica como atractivo turístico.
8. Conocer la opinión de los representantes de CORPOTUR y Alcaldía del municipio Maneiro acerca de la gastronomía típica como atractivo turístico.

9. Determinar la relación del porcentaje que existe entre la elaboración de la gastronomía típica con respecto a los platos nacionales e internacionales, en los restaurantes ubicados en el municipio Maneiro.
10. Recomendar estrategias de promoción que permitan mejorar el aprovechamiento turístico de la gastronomía típica en la oferta turística del municipio Maneiro.

1.3.- Justificación

El hombre interpreta la gastronomía por sus tradiciones, símbolos e historia de su nacionalidad, y las influencias que le han aportado otros pueblos. Es por ello, que en algunos países como: Portugal, Italia, México, España, China, la gastronomía forma parte de su cultura y es aprovechada como atractivo turístico.

Particularmente el Estado Nueva Esparta, posee un cúmulo de atractivos culturales entre los cuales la gastronomía forma parte de los valores tradicionales del margariteño, la cual debe ser realizada y afianzada como parte de sus atractivos.

La gastronomía típica margariteña se presenta como una alternativa diversificadora de la oferta turística. Aprovechar turísticamente la gastronomía típica margariteña, deriva el rescate de las tradiciones y cultura del pueblo margariteño.

Esta investigación puede estimular a otras investigaciones en el tema, así como también podría ser considerado un estudio factible para ser aplicado en otros ámbitos con el propósito de lograr ampliar el producto turístico.

Esta investigación será un aporte a la línea de investigación: "Marketing Turístico y Hotelero", del Centro de Investigaciones Turísticas (CITUR), de la Escuela de Hotelería y Turismo de la Universidad de Oriente.

La investigación pretende aportar información acerca del uso como componente de la oferta turística de la gastronomía típica margariteña en el Municipio Maneiro, a los organismos e instituciones como Corpotur, Gobernación, Alcaldías, entre otros relacionados con la actividad turística.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

CAPITULO II

2.1.- Antecedentes de la investigación

Con respecto a esta investigación se han encontrado los siguientes estudios relacionados al tema:

Mijares Marjorie (2004): Bebidas y dulces típicos como atractivo turístico en la Isla de Margarita, Estado Nueva Esparta.

La autora establece la necesidad de impulsar y conservar las bebidas y dulces típicos de la Isla de Margarita, difundiéndola entre los nativos y los turistas reales y potenciales con el objeto de conservar esta tradición cultural.

Alfonzo Davne (2003): Propuesta de un programa de promoción turística para incorporar la gastronomía típica margariteña a la oferta turística del municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta.

En la investigación la autora plantea incorporar la gastronomía típica como atractivo turístico, por medio de la promoción a través de convenios entre Corpotur, Universidad de Oriente, Alcaldía de Arismendi; además incentivar a los propietarios de restaurantes y kioscos a ofertar la gastronomía típica margariteña como tal en el municipio.

González Ludys (2003): Diagnóstico de la situación artesanal y gastronómica del Municipio Villalba Estado Nueva Esparta.

La autora plantea estrategias para incorporar la producción artesanal y gastronómica del Municipio Villalba a la actividad turística, además de fomentar la actividad a través de la sensibilización y capacitación, con charlas y talleres dirigidos a la comunidad artesanal del municipio. Se tratará de concientizar a los dueños de establecimientos de alimentos y bebidas para que resalten dentro del menú la comida típica del Municipio. Se impulsará la creación del mercado artesanal y gastronómico, y organizar y coordinar con apoyo de IACENE y la Alcaldía de Villalba, ferias artesanales y gastronómicas en las diferentes fiestas patronales de Coche.

Zacarías Carolina (2003): Turismo y gastronomía. La gastronomía típica margariteña como atractivo diversificador de la oferta turística del municipio Gómez.

Se plantea conjuntamente con diversos organismos como CORPOTUR, Alcaldías, promover la gastronomía típica margariteña como atractivo turístico, además de incentivar a la comunidad y a los dueños de restaurantes promocionar la gastronomía típica.

Morales Rebeca (2001): Gastronomía típica margariteña como atractivo turístico del Municipio Antolín del Campo.

La investigación presenta la importancia de la gastronomía típica margariteña; como atractivo turístico, que por su variedad y calidad refleja parte de la cultura margariteña.

Jiménez Marilú (1992): “Diagnóstico de la Gastronomía típica como atractivo turístico de Puerto La Cruz”.

La investigación dio como resultado el incentivo de la gastronomía típica como atractivo turístico, mediante la promoción, información y asesoramiento por la Corporación Regional de Turismo y Restaurantes.

Gómez Ángel Félix (1991): "Historia y Antología de la Cocina Margariteña"

La recopilación realizada por el autor, constituye una valiosa investigación sobre los hábitos, costumbres e influencias en la alimentación regional.

2.2.- Bases teóricas

El turismo es una actividad multidisciplinaria, donde participan factores sociales, económicos y culturales y se da por el desplazamiento del sujeto turista en un tiempo y en un espacio definido, movido por una serie de motivaciones, causadas por las expectativas del lugar a visitar, el turista lleva consigo curiosidad e inquietudes. Generalmente este tipo de turista pertenecen a la clasificación psicográfica: categoría aloécéntrica, Weiler & Hall (1992), citado por Bernard (2003). El aloécéntrico centra su interés a variadas actividades, son seres sociales y se caracterizan por ser aventureros y con deseos de experimentar, para este tipo de personalidad los viajes es la forma de expresar sus inquietudes por aprender y su curiosidad. Por ello existen elementos que permiten y facilitan al turista satisfacer sus necesidades e inquietudes. Para satisfacer existe un factor como el producto turístico, lo cual tendrá mayor o menor aceptación de acuerdo a la efectividad que tengan sus características y sus condiciones dentro de la oferta turística en el espacio turístico dado.

El producto turístico es definido por Cárdenas (1998: 15) como:

... Conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado -para un confort material y espiritual- en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

En tal sentido el producto turístico está constituido por bienes y servicios utilizados para satisfacer las necesidades y expectativas del turista a través de su consumo.

Los elementos que integran el producto turístico según Cárdenas (1998:14), aportan una composición del mismo conformada por tres elementos (Tabla N° 6): Los atractivos, las facilidades y la accesibilidad. Los atractivos generan la atracción de un lugar (de sitio de evento); las facilidades permiten, la estadía del turista en un espacio turístico (alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento y complementarios), y la accesibilidad permite el desplazamiento de los turistas a través de los distintos medios de transporte.

Los atractivos turísticos conforman la materia prima del turismo ya que genera una afluencia de corrientes turísticas hacia un sitio determinado.

En la composición del producto turístico referido por Cárdenas, la alimentación se encuentra inmersa tanto en los atractivos como en las facilidades. Ello hace ver que el turista disfruta de la alimentación como atractivo y como medio para satisfacer sus necesidades, ya que la alimentación cumple funciones importantes en la vida del hombre.

Tabla N° 6
Producto Turístico

1. - Atractivos	<u>Atractivos Naturales:</u> Montañas, planicies, costas, lagos, ríos y caídas de agua, grutas y cavernas; lugares de caza y pesca; lugares de observación de flora y fauna, caminos pintorescos, termas y parques nacionales.
	<u>Atractivos Artificiales:</u> Museos, obra de arte y técnica; lugares históricos, ruinas y lugares arqueológicos; manifestaciones religiosas y creencias populares, ferias y mercados de música y danza, artesanía y arte, comidas y bebidas típicas, grupos étnicos, exploraciones mineras agropecuarias e industriales, centros científicos técnicos artísticos y deportivos.
	<u>Atractivos Humanos:</u> Hospitalidad, buen trato y atenciones, orgullo por la cultura y el pueblo, precios moderados, limpieza y buena presentación.
2. - Facilidades	<u>Alojamiento:</u> Hoteles; hosterías, moteles, pensiones, camping, albergues, residencias, apartamentos turísticos, colonias vacacionales, etc.
	<u>Alimentos y Bebidas:</u> Restaurantes, cafeterías, bares, cantinas, lugares de comida típica, cerrados o al aire libre, etc.
	<u>Entretenimiento y diversión:</u> Clubes nocturnos (night clubs), casinos; cines, teatros; plazas de toro; palenques (peleas de gallo), parques de diversión y deportivos, etc.
	<u>Agencias de Viajes:</u> Detallistas y minoristas.
	<u>Arrendadoras de Carros:</u> Incluye además todo el transporte turístico para city tours y excursiones.
	<u>Capacitación:</u> A nivel básico, técnico superior y postgrado.
	<u>Otros:</u> Oficina de información, servicios de guías y comercios turísticos, cambios de moneda, dotación para convenciones.
3. - Accesibilidad	<u>Marítimo Acuático:</u> Barcos, cruceros, alisfacos (hidrofoil o aerobarco) incluye transporte lacustre.
	<u>Terrestre:</u> Ferrocarril, automóvil autobús y otros.
	<u>Aéreos:</u> Aviones estatales de empresas, privadas y avionetas particulares.

Fuente: Fabio Cárdenas (1998:14)

Los métodos y los hábitos alimenticios forman parte de la cultura de los pueblos. Además las funciones sociales y la identificación que ésta práctica cumple, transmiten conocimientos y experiencias, por eso cada localidad, estado o país prepara su alimentación de diferentes formas. Torres (1999) señala "... la preparación de los platos, está condicionada por los valores culturales y los códigos sociales en los que las personas se desarrollan".

De tal manera que la gastronomía de cada región es un factor de distinción cultural que permite a los sujetos integrantes manifestar su identidad. Es así como la gastronomía típica de cada región se puede visualizar como un atractivo turístico que aporta riquezas y valores en un área turística así como la satisfacción del turista. Tiedemann (2003) afirma:

El uso que hace el turismo del Patrimonio determina que la gastronomía adquiera cada vez mayor importancia para promocionar un destino y captar corrientes turísticas. (p. 27)

Al turista desplazarse a zonas receptoras de turismo, motivado por las expectativas del lugar a visitar, lleva consigo la curiosidad por conocer las costumbres, tradiciones y cultura del área a visitar, al respecto Ramírez (s/f); refiere:

Cuando el turista prepara su viaje piensa en cuales son las especialidades culinarias del sitio elegido como destino e indaga sobre su cultura, costumbres ... (s.n)

Se resalta la gastronomía por su valor en el desarrollo del turismo. El autor antes señalado agrega: " ... el mayor descubrimiento que íntimamente más desea el turista es el de conocer el sabor de la cocina del país visitado".

Existen países o regiones donde se valora su patrimonio gastronómico, adoptando así la gastronomía como atractivo turístico, siendo ésta una fuente alternativa de ingresos turísticos. Se crean rutas gastronómicas con el fin de potenciar el atractivo local. Azambuja (1999:90)

Schluter (2003:6), las rutas pueden estar organizadas en función de un producto o de un rasgo cultural.

Al respecto Morales (2001: 11) indica:

La gastronomía es desde hace tiempo y afortunadamente un referente más, con personalidad propia dentro del panorama cultural de una comarca, una región o un país. El turismo gastronómico es una realidad que aporta riqueza y valor añadido a aquellas regiones que han sabido valorar su patrimonio gastronómico.

Ejemplo de ello: China, se distingue por tener como base el arroz y el te como bebida nacional; Italia por predominio de sus pastas a base de trigo, una amplia variedad de quesos, salsas y vinos; México basado en uso del maíz, ají y frijol; Chile (Valdivia), y por sus cervezas.

Es por ello que la gastronomía cobra progresivamente mayor importancia y es considerada como elemento del turismo cultural de cada región.

Por ello, el empeño de la UNESCO en lograr la unión entre los pueblos que últimamente se ha llevado a cabo por medio de encuentros gastronómicos, Bernal (2000: 12) la incorpora bajo la forma de "arte culinario" y forma parte del patrimonio etnológico de cada región, pero pocos son los países que tienen el honor y el privilegio de ser seleccionados por la UNESCO, entre estos están: México (1987),

Puebla de los Ángeles (1988) y Oaxaca (1987); estos tomados para analizar su gastronomía, Bernal (2000: 12).

Uno de los elementos de la cultura del Estado Nueva Esparta, es la gastronomía típica, conformada por una gran variedad de platos, bebidas y dulces típicos. Dentro de este rubro se destacan las preparaciones a base de carnes: pescados, chivos, cochino, aves; bebidas: ron con ponsigue, leche de burra, tizanas, bebidas refrescantes a base de frutas: tamarindo, limón con papelón; Dulces a base de frutas: lechosa, batata, piña, coco, dátil, guayaba, jobo, mango, plátano, tamarindo, vinagrillo.

Gómez (1991) hace referencia a una recopilación completa de la gastronomía típica en la Isla de Margarita entre las cuales se mencionan: hervido de pescado, pastel de chucho, toritos asados, chivo guisado. Evidenciando la variedad de gastronomía típica en la Isla de Margarita.

Morales menciona la ciudad de Marbella (España) que incluye la gastronomía en su oferta turística dentro del Festival Nacional de Gastronomía, celebrada donde participan los más celebres restaurantes en gastronomía nacional e internacional (p. 12).

Esto evidencia que en los espacios donde se practica el turismo se ha tenido que aumentar la oferta turística, incluyendo en ella la gastronomía típica como atractivo turístico para dar respuesta a la demanda turística, cada vez más exigente y para conocer la importancia de las tradiciones culinarias de esos pueblos.

Para incluir la gastronomía típica a la actividad turística como producto, la promoción y la información de ésta se hacen necesarias para proyectar y dar a conocer el valor cultural de la región, poder crear la imagen del destino atraer flujo de turistas, satisfacer las necesidades de información real. Dentro de ese proceso un elemento a ser

considerado es la promoción por lo cual Ortigoza y Gómez A. (1997;25), definen el concepto de promoción como:

.... una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico,...

Así mismo Jiménez (1993:80) comenta que:

La promoción de un destino turístico debe estar basada en la filosofía de dar a conocer las costumbres y el folklore; es entonces una de las acciones más importantes para acrecentar el flujo de visitantes.

La promoción es de gran importancia y permite dar a conocer el producto. En el caso de la gastronomía típica el turista siente especial interés por conocer y consumir los alimentos propios de la localidad para su disfrute y placer, para ello visita establecimientos o lugares donde puedan consumir la gastronomía típica del lugar. Tal como lo expone Mc Intosh (1993:58) cuando expresa:

Los restaurantes y los hoteles pueden causar gran impresión en el turista. Si incluyen platillos locales en el menú, quizás también una explicación sobre lo que contiene el plato y como se prepara.

Alfonso (2003:27) comenta que “la importancia de la promoción radica en que ésta es indispensable para la proyección de un destino en el ámbito nacional e internacional”.

La promoción tiene como objetivo la comunicación de un mensaje al turista que influya en la decisión de desplazamiento hacia un sitio, área o destino promocionado

y de esta forma aumentar el flujo de turistas hacia una comunidad receptora de turismo.

Kotler (1974:97) opina que "la promoción comprende todos los instrumentos de la combinación del Marketing cuya función principal es la comunicación persuasiva". Por su parte Acerenza (1996) expresa que la promoción es:

... una actividad destinada a la información, la persuasión y la influencia sobre el cliente, en el cual influyen las actividades de publicidad, promoción de venta, ventas personales y otros medios entre los que influyen también las relaciones públicas cuando estos se encuentran integrados al proceso de marketing. (p. 52)

Por lo tanto la promoción es necesaria para crear conciencia, entendimiento y comprensión al suministrar información clave sobre el destino turístico y sus productos y servicios.

Los instrumentos de la promoción turística mencionados por Acerenza, se especifican de la siguiente manera:

Publicidad: Son todas las actividades comprendidas con objeto de presentar a un grupo un mensaje impersonal, oral o visual, con respecto a un producto, servicio o idea, patrocinado y diseminado por medios masivos de difusión. Con aplicaciones en:

- a. Dar a conocer el país o destino turístico y presentar sus atractivos, así como la capacidad que estos tienen para satisfacer diferentes motivos de viajes.
- b. Diferenciar las ofertas, con relación a otros destinos o países competidores.

- c. Acreditar al país como destino turístico.
 - d. Inspirar confianza en el turista.
 - e. Dar a conocer las ofertas turísticas del país.
 - f. Apoyo promocional en los puntos de ventas (agencias de viajes, transportistas, etc.)
- Promoción de ventas: Es la actividad del marketing que está cerca del acto de compra, engloba una serie de técnicas para estimular la compra. Tales como las exhibiciones, representaciones, demostraciones, entre otros. En la mayoría de los casos se realiza directamente ante el cliente. Se puede aplicar con los siguientes fines:
- a. Para acelerar las ventas en relación con los competidores.
 - b. Para el desarrollo de las ventas en determinada temporada (temporada baja), con la ejecución de eventos especiales.
 - c. Mejorar los resultados obtenidos, por medio de una rectificación en las ventas.
 - d. Aumentar el potencial de ventas a nivel del detallista.
 - e. Para aumentar la eficacia de la fuerza de ventas (mayoristas, tour operadores, detallistas, agencias de viajes, etc.)

- Relaciones Públicas: Consiste en producir una imagen favorable, de tal forma que facilite las actividades de comercialización y venta de la oferta turística en el destino turístico. Se relaciona con:
 - a. Obtención de publicidad gratuita en los distintos medios de difusión.
 - b. El logro de la preferencia hacia el destino.
 - c. La hospitalidad brindada en el destino.

- Venta Personal: La Asociación Americana de Marketing citado por Acerenza (p.53), la define de la siguiente manera:

Es el proceso personal o impersonal de ayudar y persuadir a un cliente potencial a comprar un producto o un servicio, o actuar favorablemente respecto a una idea que tiene una significación para el vendedor.

Realizadas las consideraciones anteriores, es importante destacar que para lograr una combinación promocional, donde intervengan conjuntamente organismos nacionales de turismo y los prestadores de servicios, se debe determinar hasta que punto o hasta donde deben utilizarse los distintos instrumentos promocionales. Se puede decir que tanto los organismos nacionales de turismo y los prestadores de servicios juegan un papel importante dentro del marketing turístico. Es responsabilidad de las empresas de turismo la elaboración del producto, para poder asegurar que los destinos turísticos cuenten con los elementos necesarios para prestar un producto factible. En cuanto al proceso de comercialización, el Organismo

Nacional de Turismo debe prestar su apoyo a los prestadores de servicios para dar a conocer sus productos y servicios en los diferentes mercados, dentro de los cuales tenga lugar la promoción y venta de la oferta turística.

Los prestadores de servicios turísticos tienen la responsabilidad de llevar a cabo el esfuerzo promocional a nivel de un producto específico, y la del Organismo Nacional de Turismo dar una buena imagen del país, así como también apoyar en la promoción de los diferentes productos y servicios del destino.

Al respecto, la promoción turística es necesaria para proyectar cualquier destino o atractivo de una localidad, llevan el mensaje creando expectativa a los turistas potenciales para crear una conveniencia por el destino o atractivo promocionado y por ende, para el desplazamiento de flujos turísticos; el éxito que tenga la promoción dependerá de las estrategias contenidas en el plan de marketing. En este sentido, Acerenza (1996) hace mención de las siguientes estrategias:

- Estrategia de Atracción: Se utiliza normalmente cuando se desea captar directamente al consumidor final. Cuenta en su combinación promocional con mayor énfasis en las actividades de publicidad.
- Estrategia de Empuje: Se aplica en el momento en el que se quiere estimular fuertemente la venta del producto en el mercado, o cuando se quiere captar un nuevo segmento.
- Estrategia de Penetración: Se emplea cuando se pretende introducir el producto en un mercado nuevo, o cuando se desea explotar un tipo de segmento no trabajado hasta el momento.

La combinación promocional presenta un mayor contenido de actividades de publicidad, aunque hay casos en algún momento dado, que el mayor peso recaiga en las actividades de promoción de venta.

Las acciones indicadas anteriormente requieren de la preparación de un material en el cual se sustentarán para proceder a la realización de un programa de promoción. Para lograr la promoción, todas las acciones deberán ser precisas y estar estrechamente vinculada como sea posible, tomando en cuenta la creatividad y efectividad al momento de ser aplicadas.

2.3.- Operacionalización de variables

Objetivos	Variable Nominal	Variable Real	Indicador	Índice
1. Determinar el N° de establecimientos de A y B que operan comercialmente en el Municipio Maneiro.	Número de establecimientos de A y B que operan comercialmente en el Municipio Maneiro.	Inventario de los establecimientos de A y B.	Tipos de restaurantes	- Familiar - Kioscos - Parrillas - Cybercafes - Pizzerías - Tascas
2. Determinar el número de establecimientos que ofertan comida típica en el municipio Maneiro.	N° de establecimientos que ofertan comida típica en el municipio Maneiro	Establecimientos de comida típica.	Tipos de restaurantes	- Familiar - Kioscos - Parrillas - Cybercafes - Pizzerías - Tascas
3. Definir y describir los platos y procedimientos utilizados en la preparación de la gastronomía típica margariteña.	Platos y procedimientos utilizados en la gastronomía típica margariteña del municipio Maneiro.	- Platos típicos margariteños. - Procesos utilizados.	Tipos de comidas Tipos de bebidas Tipos de dulces Técnicas utilizadas	- Cantidades de comidas típicas. - Cantidades de bebidas.
4. Describir las características actuales de los restaurantes tomando en cuenta los platos ofertados.	Características de los restaurantes.	Restaurantes Comida: - Nacional - Intemacional.	Comida Criolla Comida Nacional Comida Intemacional	- N° de restaurantes de comida nacional - N° de restaurantes de comida intemacional
5. Conocer como se promociona la gastronomía típica margariteña en los establecimientos de alimentos y bebidas.	Promoción de gastronomía típica en los establecimientos de alimentos y bebidas. Municipio Maneiro	Promoción Gastronomía Típica.	Tipo de Promoción	- Trípticos - Revistas - Folletos - Pág. Web
6. Conocer la opinión de los representantes de las empresas de alimentos y bebidas respecto a la significación de la gastronomía como atractivo turístico del municipio Maneiro.	Significación de la gastronomía típica como atractivo turístico.	Opinión de los representantes de las empresas de alimentos y bebidas.	Gastronomía Típica Margariteña	- Excelente - Buena - Regular - Mala

Objetivos	Variable Nominal	Variable Real	Indicador	Índice
7. Conocer la opinión del usuario respecto a la aceptación de la gastronomía típica como atractivo turístico.	Aceptación de la gastronomía típica en opinión de los usuarios.	Opinión de los usuarios de la gastronomía típica.	Gastronomía Típica Margariteña.	- Excelente - Bueno - Regular - Malo
8. Conocer la opinión de los representantes de CORPOTUR y Alcaldía acerca de la gastronomía típica como atractivo turístico.	Aceptación de la gastronomía típica como atractivo turístico.	Opinión de los representantes de CORPOTUR y Alcaldía	Gastronomía Típica como atractivo turístico.	- Excelente - Bueno - Regular - Malo
9. Determinar la relación en porcentaje que existe en la elaboración de la gastronomía típica con respecto a platos nacionales e internacionales en los restaurantes ubicados en el Municipio Maneiro.	Relación en porcentaje en la elaboración de la gastronomía típica.	Determinar el porcentaje de los platos típicos.	Porcentaje de platos típicos.	- N° de porcentaje.

2.4.- Definición de términos

Alimentación: Es el proceso de selección de alimentos de acuerdo con patrones culturales socioeconómicos. Disponibilidad y aprendizaje de cada individuo que le permite componer su ración diaria y fraccionaria a lo largo del día según sus hábitos y condiciones personales. (El Chef en Casa, 1998).

Atractivo Turístico: Son la materia prima del turismo cuya existencia es fundamental para originar el desplazamiento de los viajeros.

Gastronomía: Es el arte de preparar una buena comida. La gastronomía puede ser uno de los atractivos turísticos de un determinado destino. (Diccionario Real Lengua Española)

Gastronomía Típica: Arte de preparar una comida representativa de la alimentación tradicional de la región o país.

Gastronomía Típica Margariteña: Es la comida autóctona de la región neoespartana con condimentos e ingredientes típicos de la región.

Menú: Lista de platos o bebidas con sus respectivos precios, donde el cliente elige lo que le agrada.

Motivación: Es un proceso dinámico que interviene en la capacidad humana de querer o no algo y que está constituido por deseos y anhelos que son impulsados por fuerzas internas o externas. (Zacarías, 2003)

Oferta Turística: La constituyen todos aquellos productos, recursos y servicios que son necesarios o interesantes para satisfacer las necesidades del turista. (Milio, 2000).

Plato: Alimentos preparados y presentados en un recipiente dispuesto para ser consumido (Enciclopedia Salvat, 1973).

Productos Turísticos: Conjuntos de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un confort material o espiritual (Cárdenas, 1983).

Promoción Turística: Conjunto de personas u objetos que al ponerse en acción determinan factores de fomento a las diversas etapas del desarrollo turístico, ya sea incrementando la afluencia de turistas o estimulando el crecimiento de la industria turística (Boullón, 1986).

Restaurante: Establecimiento donde se sirven comidas y bebidas, las cuales se consumen en el lugar.

Ruta Gastronómica: Recorrido donde se encuentran establecimientos con servicios de gastronomía para disfrute del visitante.

Servicios Turísticos: Facilidades que se le ofrecen al visitante para ser posible su recorrido en el área turística visitada.

Oferta Turística: La constituyen todos aquellos productos, recursos y servicios que son necesarios o interesantes para satisfacer las necesidades del turista. (Milio 2000).

Plato: Alimentos preparados y presentados en un recipiente dispuesto para ser consumido.

Productos Turísticos: Conjuntos de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un confort material o espiritual (Cárdenas, 1983).

Promoción Turística: Conjunto de personas y objetos que al ponerse en acción factores de fomento a las diversas etapas del desarrollo turístico, ya sea incrementando la afluencia de turistas o estimulando el crecimiento de la industria turística.

Restaurante: Establecimiento donde se sirven comidas y bebidas, las cuales se consumen en el lugar.

Ruta Gastronómica: Recorrido donde se encuentran establecimientos con servicios de gastronomía para disfrute del visitante.

Servicios Turísticos: Facilidades que se le ofrecen al visitante para ser posible su recorrido en el área turística visitada.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

CAPITULO III

3.1.- Nivel y tipo de estudio

El nivel de investigación es de carácter descriptivo, según Hernández y otros (1998:60) "...especifica las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis: en él se busca la caracterización de hecho con el propósito de establecer su estructura y comportamiento".

3.1.1.- Tipo de Estudio

El tipo de estudio corresponde a una investigación de campo y a través de ella se estudió un aspecto de la realidad palpándola y analizándola, sin manipular o controlar variable alguna, tomando los aspectos más relevantes agrupando los elementos y características que lo identifican, por lo que se utilizaron técnicas de métodos cualitativos y cuantitativos dada su orientación naturalista y fenomenológica, Martínez (1994:s/p)

3.2.- Área de estudio

El área de estudio, específicamente el Municipio Maneiro, se encuentra enmarcado geográficamente en la parte sur oriental de la Isla de Margarita Estado Nueva Esparta, entre las coordenadas 11° 45' de longitud Oeste y 63°45' y 63° 50' de latitud Norte.

Sus límites son:

- Norte: Limita con el Municipio Arismendi, Capital La Asunción.

- Este, Sur: Limita con el Mar Caribe

- Oeste: Limita con el Municipio Mariño, Capital Porlamar.

Está constituido administrativamente por las siguientes poblaciones y sitios: Pampatar Capital del Municipio, Los Robles (El Pilar), Agua de Vaca, Los Chacos, San Fernando, San Lorenzo, Apostadero (ver mapa l/l).

3.3.- Diseño de la investigación

El desarrollo de esta investigación se estructuró en tres etapas, las cuales conllevan al desarrollo y cumplimiento de los objetivos planteados a través de técnicas e instrumentos descritos a continuación: revisión bibliográfica, observación directa, entrevistas no estructuradas y cuestionarios con sus respectivos formatos.

- Etapa I: Diagnóstico

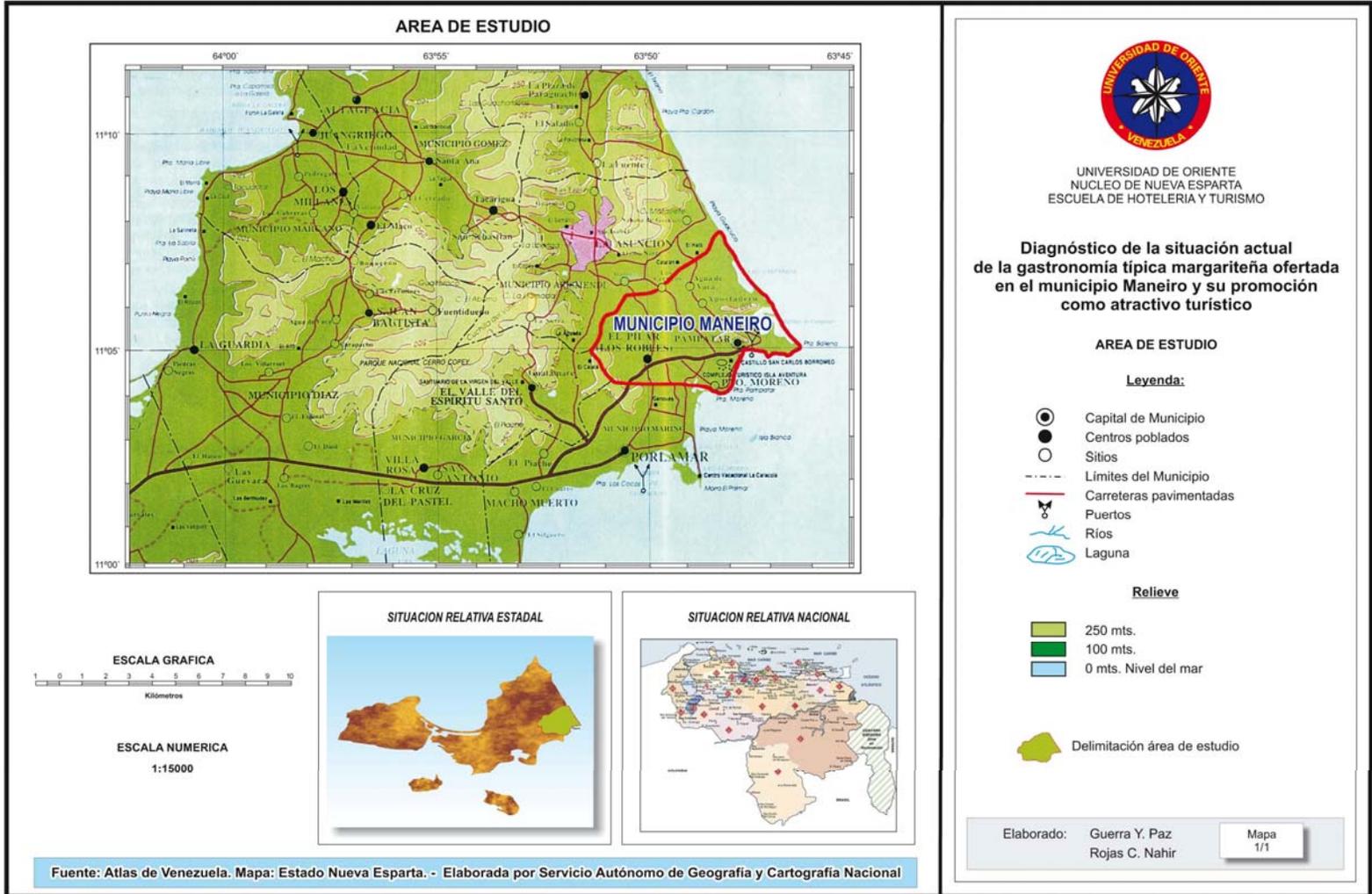
Esta primera etapa está basada en la revisión bibliográfica así como también en la aplicación de entrevistas a los propietarios de los restaurantes y encuestas dirigidas a los turistas, las cuales consistieron en la descripción del estado actual de la gastronomía típica margariteña en el Municipio Maneiro, para lo cual se establecieron criterios con respecto a la situación.

- Etapa II: Evaluación

Luego de haber finalizado la primera etapa se procesó y analizó la información obtenida.

- Etapa III: Conclusiones y Recomendaciones

Se realizaron conclusiones, donde se resaltaron los problemas del tema investigado para así dar recomendaciones que debieron llevarse a cabo para su solución. Además proponer objetivos y estrategias de promoción que permitieron incorporar y resaltar la gastronomía típica margariteña como atractivo turístico a la oferta turística del municipio Maneiro.



3.4.- Sujetos de información

Para esta investigación se hizo necesario estudiar los siguientes sujetos:

- Sujeto 1: Representantes de los establecimientos de alimentos y bebidas del Municipio Maneiro.

- Sujeto 2: Turistas que visitan los establecimientos de alimentos y bebidas típicas del Municipio Maneiro.

- Sujeto 3: Representantes de los organismos relacionados con la actividad turística y la gastronomía típica margariteña.

3.4.1.- Representantes de los Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Se realizó un censo (100%) de la población que corresponde a 66 establecimientos de alimentos y bebidas (Corpotur, 2004) ubicados en el municipio Maneiro, para lograr identificar aquellos restaurantes que ofrecen gastronomía típica margariteña.

A los sujetos representantes de estos establecimientos de alimentos y bebidas que ofrecen comida típica margariteña, les fue aplicado el instrumento de investigación (entrevista estructurada) concebido para tal efecto (anexo 1).

3.4.2.- Turistas

Para el estudio de estos sujetos se empleó el instrumento tipo encuesta (anexo 2), y se aplicó en los establecimientos de alimentos y bebidas a través de un muestreo aleatorio simple, procedimiento en el cual todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

Fórmula estadística que determinó la muestra de turistas encuestados, en los establecimientos de alimentos y bebidas del Municipio Maneiro.

$$n = \frac{(Z/2)^2 \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra a determinar

Z = Valor Sigma 1,96 corresponde al 95% de probabilidad de confianza.

P= Probabilidad de los turistas nacionales e internacionales que visitan los restaurantes conozcan la gastronomía típica.

Q= Probabilidad de los turistas nacionales e internacionales que visitan los restaurantes, no conozcan la gastronomía típica.

E = Margen de error permisible.

Sustituyendo valores:

Z = 0,050 entonces Z/2 es igual a

Z 0,025 = 1,96

$$P = 0,50$$

$$Q = 0,50$$

$$E = 10\% = 0,10$$

Cabe destacar que por ser P desconocido, se estimó con el valor de $\frac{1}{2}$ quedando $P = Q = \frac{1}{2}$ puesto que $Q = 1 - P$

Entonces:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}{0,10^2} = \frac{0,9604}{0,01} = 96 \text{ turistas}$$

3.4.3.- Organismos

A los representantes de los organismos relacionados con la actividad turística y la gastronomía típica margariteña se les aplicó la herramienta: Entrevista estructurada (anexo 3) para conocer su opinión acerca de como promocionan ellos la gastronomía típica margariteña.

Los organismos a cuyos representantes se les entrevistó son:

- Corporación de Turismo de Nueva Esparta (CORPOTUR)
- Alcaldía de Maneiro

3.5.- Procesamiento y análisis

El procesamiento de los datos se realizó de forma simultánea a la obtención de los mismos.

El análisis se presentó a través de tablas reflejando los resultados absolutos y porcentuales (metodología cuantitativa) y reforzando el análisis (método cualitativo) lo que nos permitió constatar los resultados de opiniones observaciones y sugerencia de los sujetos informantes.

La información se presentó en forma escrita, complementada con impresiones fotográficas, con el propósito de realizar una comprensión clara del contenido.

Recopilados los datos se procesó la información por medio de estadísticas, para dar como resultados las conclusiones de los objetivos planteados. Los datos obtenidos se presentaron en base a tablas, cuadros y gráficos. Para el análisis de la información se tomó en cuenta la revisión bibliográfica y las opiniones emitidas por los sujetos involucrados en el tema de estudio.

CAPÍTULO IV

RESEÑA HISTÓRICA

CAPITULO IV

4.1.- Reseña histórica

Desde los días del descubrimiento los cronistas y viajeros designaron la abundancia y excelencia de los productos naturales utilizados como alimentos en la Isla de Cubagua. A la isla de Cubagua sus pobladores fueron llevando desde la Isla de Margarita productos agrícolas, pecuarios y agua, además de estos, también consumían productos Europeos, llegando así a tener una diversidad de alimentos bebidas y especies lo que permite asegurar, que es en la Isla de Cubagua donde realmente se da inicio a la historia gastronómica de Margarita.

Para la época de la independencia de Margarita los pobladores realizaban cultivos de caña, maíz, yuca, plátano, café, cacao, añil silvestre; también cultivaban pastos para la cría de ganado vacuno, cabrío, caballo y ovejuno, había cultivos de frutas como la naranja, piña, melones, níspero, patilla, cambures; los que eran de calidad y dulzura superiores a la generalidad de las cultivadas en costa firme. Además había abundancia de mariscos, testáceos como langostas, chipichipi, ostras, tortugas, morrocayos cachicamos y otros. La abundancia de pescado y de mejor calidad era la encontrada en los puertos y costas de la Isla.

El británico Alexander Alexander en el período comprendido entre 1819 y 1821; visitó la Isla de Margarita, éste realizó una síntesis de las costumbres y gustos alimentarios del margariteño, donde asegura que éste es abstemio, ya que existiendo una gran diversidad de alimentos éste siempre prefería comer pescado particularmente el cazón, les apetecía mucho el arroz pero era escaso, no se cultivaba en la Isla; El maíz lo usaban como pan y el principal ingrediente utilizado en la cocina era la manteca de cerdo.

Después de la Guerra de Independencia la Isla de Margarita queda en pobreza, por lo que Simón Bolívar decretó desde Guayaquil el 06 de agosto de 1829 un Puerto Libre para Margarita por lo que escoge a Pampatar para que sea habilitado el primer puerto libre de la isla. Para el 21 de mayo de 1864, se declara Puerto Franco a Juangriego, Pampatar, y Porlamar, por los cuales se podían introducir todo tipo de mercancías, incluyendo alimentos y bebidas, entre estos estaban: Aceite de Castilla, ajos, alcaparras, almendras, anís, bacalao, canela fina, cebada, cerveza, ciruelas pasas, clavos de especias, dátiles secos, dulces finos, encurtidos, frutas en almíbar, frutas en aguardiente, galletas de leche, frutas secas, higos secos, ginebra, jamones, maníes, mantequilla, mostaza, pasas, pimienta, queso, sagú, sardinas, té, vinagre, vino tinto, vino dulce, ciruelas, cervezas y vino de Frontinar.

En el año 1865 fueron derogados los Puertos Francos. En los puertos de Juangriego, Porlamar y Pampatar funcionaron indistintamente las aduanas marítimas de Margarita las situaciones políticas eran las que determinaban donde se iba a establecer la sede de la aduana, todo esto duró hasta el 05 de abril de 1905, año cuando se estableció la Aduana en Pampatar hasta 1975 cuando pasó a El Guamache, principal puerto internacional en la actualidad, Pampatar y Punta de Piedras puertos alternos.

Ya para el año 1970 se estableció la Zona Franca en Margarita, trayendo gran diversidad de alimentos y bebidas de todo el mundo. No por ello cambiaron los hábitos alimentarios del pueblo margariteño. Para 1975 con la puesta en marcha del Puerto Libre el pueblo insular no tiene restricción en la compra de alimentos y bebidas introducido por el sistema aduanal.

A partir de la zona franca en la década de los años 70, comenzaron a instalarse los más variados sitios para degustar la variedad de gastronomía existente en la isla, los cuales venían a complementar y a brindar atención a las exigencias de los

visitantes, y a reforzar la existencia de los restaurantes tradicionales de la gastronomía típica margariteña.

4.2.- Reseña histórica de la gastronomía típica en el municipio maneiro

En el Municipio Maneiro se encuentra la población de Los Robles, cuyo nombre oficial es El Pilar, uno de los platos extintos en este municipio es el Conejo Roblero, que en épocas pasadas gustaba por su peculiar sabor y exquisitez, el cual era preparado de diversas formas: guisos, pebres, sancochados, fritos y en salazón (cecina), generalmente era acompañado con arepas de maíz.

Nicanor Navarro cronista de Los Robles, comenta:

La especie desapareció debido a la caza indiscriminada que realizaban los pobladores ya que para la época era un plato muypreciado y se conseguía a bajo costo.

Otro plato que gozó de gran popularidad fue el chorizo y la morcilla de Los Robles.

Igualmente señaló que el sancocho o hervido de pescado es el mismo que se prepara en toda la Isla, a este plato se le fueron agregando otros ingredientes variando con el tiempo debido a la inmigración de pobladores margariteños a otras regiones, alrededor de los años 50, ya que los ingredientes básicos que contenía un sancocho eran: ocumo, auyama, plátano verde, ají cebolla.

La mayoría de los platos margariteños son acompañados con arepas. Según Heberaldo Rodulfo Mata, las arepas de maíz representan el pan del pueblo

margariteño, y también el venezolano en general lo ha utilizado en su alimentación. Se puede afirmar que la arepa es el elemento principal en la dieta del neoespartano.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE LOS RESULTADO

CAPITULO V

En el siguiente capítulo se darán a conocer los resultados obtenidos por las autoras para dar respuesta a los objetivos propuestos en la investigación.

5.1- Resultados de la investigación

El siguiente análisis corresponde a los resultados obtenidos en el inventario de los establecimientos de alimentos y bebidas que operan comercialmente en el Municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta.

Tabla N° 7

Establecimientos De Alimentos Y Bebidas Que Operan Comercialmente En El Municipio Maneiro

Nombre del Establecimiento	Dirección	Tipo de Establecimiento	Tipo de Gastronomía	Productos Ofrecidas	Productos más Consumidos	Observaciones
Jardín Zulia	Calle La Marina, Playa La Gabarra, Bahía de Pampatar.	Kiosco Restaurante	Típica Margariteña	Pescados y Mariscos	- Mariscos	Ofrecen gastronomía típica pero no la resaltan
Trimar	Calle Almirante Brión, Pampatar.	Restaurante	Nacional Intemacional	Carnes Aves Pescados Mariscos	- Pastel de Chucho - Huevas de Pescado - Fosforera, Corocoro - Crema de guacuco - Chivo	Utiliza la promoción No resaltan la gastronomía típica en el menú.
Isoly	Calle La Marina, Playa La Gabarra	Kiosco Restaurante	Típica Margariteña	Pescados y Mariscos	- Fosforera, pescado frito, sancocho de pescado.	No utilizan promoción. El menú es ofrecido de forma personal.
La Gabarra	Calle José María Vargas, Bahía de Pampatar.	Kiosco Restaurante	Típica Margariteña	Pescados y Mariscos	- Fosforera, pescado frito.	Promociona la gastronomía por folletos.
Aquí Me Quedo.	Sector Playa La Gabarra, Pampatar.	Kiosco Restaurante	Típica Margariteña	Pescados y Mariscos	- Pescado frito - Fosforera - Pabellón Margariteño - Sancocho de pescado - Camarones	Promociona en forma personal.
Las Uvas	Calle José María Vargas, Bahía de Pampatar.	Kiosco Restaurante	Típica Margariteña	Pescados y Mariscos	- Fosforeras - Pescados fritos y a la plancha.	No utilizan menú, colocan el plato del día en la pizarra.
Zulimar	Calle José María Vargas, Bahía de Pampatar.	Kiosco Restaurante	Típica Margariteña	Pescados y Mariscos	- Pescados fritos. - Fosforeras	No resaltan la gastronomía típica en el menú. No usan promoción.
Brisas del Mar	Calle José María Vargas, Bahía de Pampatar.	Kiosco Restaurante	Típica Margariteña	Pescados y Mariscos	- Fosforera - Sancocho de pescado - Pescado frito y a la plancha.	No utilizan promoción.

Fuente: Elaborado por las Autoras

Nombre del Establecimiento	Dirección	Tipo de Establecimiento	Tipo de Gastronomía	Productos Ofrecidas	Productos más Consumidos	Observaciones
María Lola	Calle José María Vargas Bahía de Pampatar	Kiosco Restaurante	Típica Margariteña	Pescados y Mariscos	- Sopa de pescados - Fosforeras - Pescados fritos	No posee ningún tipo de promoción
De Pola	Calle José María Vargas	Restaurante	Nacional Típica Margariteña	Pastel de Chucho Pescados a la plancha Paellas	- Pastel de Chucho - Pescados y mariscos	Utilizan la promoción Ofrecen el menú margariteño pero no es resaltada como gastronomía típica
El Angel	Avenida Aldonza Manrique Diagonal Rattan Plaza	Restaurante	Nacional Intemacional	Carnes Pescados Mariscos Pastas	- Pollos fritos y a la plancha	No resaltan la gastronomía típica en el menú
Casa Vieja	Avenida Aldonza Manrique, Playa El Angel	Café Restaurante	Nacional (Táchira)			Promociona la gastronomía tachirense
San Domenico	Av. Principal Pampatar	Restaurante	Nacional Intemacional	Carnes Pescados Mariscos Vinos	- Carnes - Pescados - Mariscos	Promociona la gastronomía, no se promociona la gastronomía típica margariteña
Por Mi	Playa Bahía de Pampatar	Kiosco Restaurante	Nacional Típica Margariteña	Pescados y Mariscos	- Hervidos de pescado - Fosforeras - <u>Pescado frito</u>	No tiene promoción
Rodríguez Hermanos	Playa Bahía de Pampatar	Kiosco Restaurante	Nacional Típica Margariteña	Pescados y Mariscos	- Hervidos de pescado - <u>Pescado frito</u> - Fosforeras	Hace uso de la promoción por medio de tarjetas de presentación.
Playa Juventud	Calle El Cristo La Caranta	<u>Restaurant Escuela</u>	Nacional Típica Margariteña	Carne Ave Mariscos Pescado	- Pescados - Mariscos	Ofrece y promociona la gastronomía típica margariteña
Entre Tapas y Copas	Centro Comercial <u>Sambil</u>	Tasca	Intemacional (Española)	Mariscos Carnes	- Mariscos - Carnes	
Full Pizza New York Style	Centro Comercial <u>Sambil Nivel Feria</u>	Comida Rápida	Intemacional (Italiana)	Pizza	- Pizza	

Fuente: Elaborado por las Autoras

Nombre del Establecimiento	Dirección	Tipo de Establecimiento	Tipo de Gastronomía	Productos Ofrecidas	Productos más Consumidos	Observaciones
El Sultán	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Comida rápida	Intemacional (Árabe)	Vegetales Carnes Ave	- Vegetales - Carne - Ave	
Positano	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Comida rápida	Intemacional Italiana	Pizzas Pastas	- Pizza - Pastas	
Sub Way	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Comida rápida	Intemacional Americana	Sándwich Submarinos	- Sándwich submarinos	
Rostv's	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Comida rápida	Intemacional Americana	Pollo <u>rostizado</u>	- Pollo	
4D	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Heladería		Helado	- Helado	
Cajón Grill	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Comida rápida	Intemacional Americana	Carnes, Crustáceos Ensaladas	- Carnes crustáceos ensaladas	
Kinky Donuts	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Comida rápida	Intemacional	Dulces: Donas	- Donas	
Don Taco	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Comida rápida	Intemacional Mexicana Peruana	Vegetales, granos, pescado (cebiches)	- Vegetales, - Granos - Pescado	
Pollos Cheina	Av. Jovito Villalba	Restaurante	Nacional	Pollos	- Pollos	
La Churuata de Goyo	Centro Artesanal Los Robles.	Restaurante	Nacional	Carnes Aves Pescados	- Carnes - Aves	
Mi Antojito	Centro Artesanal Los Robles					
Casa Caranta Caffè Trattoria	Boulevard Histórico Pampatar	Restaurante	Intemacional Italo Asiática	Vegetales Pastas Mariscos	- Pastas - Vegetales	
La Churuata de Ali	Av. Circunvalación Norte	Restaurante Campestre	Nacional e Intemacional	Carne asada Cochino frito	- Parrilas - Cochino frito	
Colina del Pintor	Urb. Terrazas de Simplicio Los Robles	Restaurante	Nacional e Intemacional	Carnes Aves Mariscos	- Croquetas de meros - Crema de Camarones - Fosforeras	Ofrecen gastronomía típica pero no resaltan en el menú

Fuente: Elaborado por las Autoras

Nombre del Establecimiento	Dirección	Tipo de Establecimiento	Tipo de Gastronomía	Productos Ofrecidas	Productos más Consumidos	Observaciones
<u>Mr. Arguile Sport Bar</u>	Av. <u>Aldonza Manrique</u>	<u>Bar Restaurant</u>	Nacional Intemacional (<u>Arabe</u>)	Carnes Vegetales	- Carnes - Vegetales	
<u>Anafre Grill</u>	Av. <u>Aldonza Manrique</u>	Restaurante	Nacional	Carnes	- Carnes (Parrillas, pinchos)	
<u>Dolphin 's</u>	Av. <u>Aldonza Manrique</u>	Restaurante	Intemacional (Italiana)	Aves Carnes Pastas Pizzas	- Pizza - Carnes - Aves	
<u>Giardino</u>	Calle El Cristo Hotel <u>Flamingo</u>	<u>Restaurant</u>	Nacional e Intemacional			
<u>Cristo del Buen Viaje</u>	Calle 3 de Mayo	Kiosco	Nacional	Empanadas Arepas	- Empanadas <u>Cazón</u> - Arepas	
<u>Number One Pizza</u>	Calle San <u>Martin</u>	Pizzeria	Intemacional Italiana	Pizzas	- Pizzas	
<u>Dulce & Salado</u>	Av. <u>Aldonza Manrique</u> <u>C.C. AB</u>	<u>Luncheria</u>	Nacional	Empanadas Arepas Ensaladas	- Arepas de <u>cazón</u> - Queso	No utiliza ningún tipo de promoción
<u>Café Shop</u> <u>Misceláneos</u>	Av. <u>Aldonza Manrique</u> <u>C.C. AB</u>	<u>Luncheria</u>	Nacional	Empanadas Arepas	- Empanadas <u>Tequeños</u>	
<u>Tacos Café</u>	Av. <u>Aldonza Manrique</u> , <u>C.C. AB</u>	<u>Luncheria</u>	Nacional	Empanadas	- Empanadas - Pastelitos - <u>Tequeños</u>	
<u>Coffee Unicasa</u> <u>Express</u>	Av. <u>Aldonza Manrique</u> <u>C.C. AB</u>	<u>Restaurant</u>	Intemacional	Comida China Pastiches	- Comida China - Pastiches	
<u>Pizza Domino</u>	Av. <u>Aldonza Manrique</u> <u>C.C. AB</u>	Pizzeria	Intemacional	Pizzas	- Pizzas	
<u>Byblas</u>	Av. <u>Aldonza Manrique</u> <u>C.C. AB</u>	Kiosco	Intemacional	Perros Calientes Hamburguesas	- Perros Calientes - Hamburguesas	
<u>Omás Kuche</u>	Calle <u>Joaquin Maneiro</u> , <u>Pampatar</u>	Restaurante				Cerrado
<u>Búfalos Steak</u>	Centro Comercial <u>Sambil</u>	Bar Restaurant	Intemacional	Carnes Aves	- Carnes	

Fuente: Elaborado por las Autoras

Nombre del Establecimiento	Dirección	Tipo de Establecimiento	Tipo de Gastronomía	Productos Ofrecidas	Productos más Consumidos	Observaciones
<u>Liformo</u>	Calle Bolívar Los Robles	Pizzeria	Intemacional Italiana	Pizzas	- Pizzas	
<u>El Caney de Felo</u>	Calle Fratemidad Los Robles	Restaurante	Intemacional	Carnes Aves	- Carnes	
<u>Mc Donalds</u>	La Redoma Los Robles	Restaurante	Intemacional	Helados Hamburguesas Nuggest Ensaladas	- Hamburguesas	
<u>Aromas Café</u>	Cetro Comercial La Redoma Los Robles	Bar Restaurante	Intemacional Italiana	Pizzas Café	- Pizzas	
<u>El Shawama Rihs</u>	Centro Comercial La Redoma Los Robles	Restaurant	Intemacional Árabe	Shawama Pepitos	- Shawama Pepitos	
<u>Suprema Self Service</u>	Centro Comercial La Redoma Los Robles	Restaurant	Nacional e Intemacional	Arepas rellenas Pastas Pescados	- Arepas	Ofrecen desayuno margariteño, arepa, <u>cazón</u> caraotas tajadas
<u>Barnys Chicken</u>	Av. Aldonza Manrique, C.C. Rattan Plaza	Local de comida rápida	Nacional e Intemacional	Especialidad en pollo	- Pollo	No utiliza ningún tipo de promoción
<u>La Sazón de Gloria</u>	Av. Aldonza Manrique C.C. Rattan Plaza	Local de comida rápida	Nacional	Pollo Carnes Aves	- Pollo - Carnes - Aves	Promociona la comida nacional con sabor criollo
<u>Mambo Heladería Cafeteria</u>	Av. Aldonza Manrique, C.C. Rattan Plaza	Heladería Cafeteria		Helados Café	- Helados - Café	
<u>Lucky</u>	Av. Aldonza Manrique C.C. Rattan Plaza	Local de comida rápida	Intemacional (China)	Comida China	- Comida China	
<u>Restaurant Lobster Grill Fogón y Mar</u>	Av. Aldonza Manrique C.C. Rattan Plaza	Restaurant	Nacional Intemacional	Carnes Mariscos Pescados	- Carnes - Mariscos - Pescados	
<u>Pida Pizza</u>	Av. Aldonza Manrique	Pizzeria	Intemacional Italiana	Pizza	- Pizza	

Fuente: Elaborado por las Autoras

Nombre del Establecimiento	Dirección	Tipo de Establecimiento	Tipo de Gastronomía	Productos Ofrecidas	Productos más Consumidos	Observaciones
Cine Città	Centro Comercial Sambil	Café Restaurant	Intemacional (Italiana)	Pastas	- Pastas	
Antillana	Centro Comercial Sambil	Bar Restaurant	Intemacional Nacional	Carnes y Aves Pescados y Mariscos	- Carnes	Utiliza la promoción
Cinnabon	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Comida Rápida	Intemacional	Dulces: Roles de canela	- Roles de canela	
Mc Donald's	Centro Comercial Sambil	Restaurant	Intemacional	Hamburguesas Ensaladas Nuggett	- Hamburguesas - Nugget	
Memphis	Centro Comercial Sambil	Restaurant Sport Bar	Intemacional	Intemacional	- Carnes Aves	
Yan Yan Express	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Comida Rápida	Intemacional	Comida China	- Comida China	
Churromania	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Comida Rápida	Intemacional	Churros	- Churros	
Margarita Burger	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Comida Rápida	Intemacional	Hamburguesas Sándwich Perros Calientes	- Hamburguesas - Perros Calientes - Sanduwich	
Trattoria Federico	Da Av. Jovito Villalba	Pizzeria	Intemacional	Pizzas Pastas	- Pizzas - Pastas	
Mi Angelito	Calle Maneiro Joaquín	Luncheria	Nacional	Arepas Empanadas Pastelitos	- Arepas de cazón - Arepas de queso - Empanadas	
Gastronomía Charlie	Calle Maneiro Joaquín	Restaurant	Nacional e Intemacional	Pastas Carnes Aves Pescados	- Pastas - Carnes	No utiliza ningún tipo de promoción
El Clemón, C.A.	Calle Maneiro Joaquín	Luncheria	Nacional	Arepas Empanadas Pasteitos	- Empanadas - Arepas	

Fuente: Elaborado por las Autoras

Nombre del Establecimiento	Dirección	Tipo de Establecimiento	Tipo de Gastronomía	Productos Ofrecidas	Productos más Consumidos	Observaciones
Pizza Rica	Av. Jóvito Villalba Jorge Coll	Pizzería	Intemacional	Pizza	- Pizza	
Bushido deli Sushi Bar	Av. Aldonza Manrique C.C. Rattan Plaza	Bar Restaurant	Intemacional Nacional	Comida Japonesa: Sushi	- Sushi	
Hooter Café Bar & Grill	Av. Aldonza Manrique C.C. Rattan Plaza	Bar Restaurant	Intemacional Nacional	Pollo	- Pollo	
Café Jazz	Av. Aldonza Manrique C.C. Rattan Plaza	Café	Intemacional Nacional	Desayuno Americano Café	- Desayuno americano	
Salvatore Pizza	Av. Aldonza Manrique Feria C.C. Rattan Plaza	Comida Rápida	Intemacional	Pizza	- Pizza	
El Rincón de la Raviera	Av. Aldonza Manrique Feria C.C. Rattan Plaza	Comida Rápida	Intemacional	Salchichas alemanas	- Salchichas	
Sushi Yokomo & Gris	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Comida Rápida	Intemacional Japonesa	Sushi Pescado	- Sushi Pescado	
Helados Marco Polo	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Heladería		Helado	- Helado	
Bongos Gris	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Comida Rápida	Intemacional Americana	Carne	- Carne	
Arepas La Suegra	Centro Comercial Sambil Nivel Feria	Comida Rápida	Nacional	Arepas rellenas Carnes Aves	- Arepas rellenas - Carnes - Aves	
A Granel	Centro Comercial Sambil	Restaurant	Intemacional	Carnes Aves	- Carnes Aves	
Bonsai Sushi	Centro Comercial Sambil	Restaurant	Intemacional Japonesa	Sushi	- Sushi	

Fuente: Elaborado por las Autoras

Nombre del Establecimiento	Dirección	Tipo de Establecimiento	Tipo de Gastronomía	Productos Ofrecidas	Productos más Consumidos	Observaciones
Rancho de Pablo	Centro Comercial Sambil	Restaurant	Nacional	Came Pescado Mariscos	- Carne - Pescado - Mariscos	Promociona y ofrece la gastronomía típica margariteña
Mi Virgencita del Valle	Playa La Caranta	Kiosco Restaurant	Nacional	Pescado Mariscos	- Pescado - Mariscos	Promociona y ofrece la gastronomía típica margariteña
Delicias del Mar	Playa La Caranta	Kiosco Restaurant	Nacional	Pescados Mariscos	- Mariscos	Ofrece la gastronomía típica margariteña. No utiliza promoción
Mi Sacrificio	Playa Bahía de Pampatar	Kiosco Restaurant	Tipica Margariteña	Pescados y Mariscos	- Hervidos de pescado - Pescados fritos	No utiliza la promoción
Kamy Beach	Avenida Aldonza Manrique	Restaurant	Nacional Internacional	Pescados Mariscos Carnes	- Hervido de Pescado - Mariscos - Pescados fritos	Utiliza la promoción como medio publicitario. No resalta en el menú la gastronomía típica
Matasiete	Calle Luisa Cáceres de Arismendi Circulo Militar	Restaurante	Nacional Internacional	Pollos Pescados Carnes Pastas	- Pescados - Carnes	No cuenta con promoción.
Mi Pueblito	Calle Luisa Cáceres de Arismendi	Restaurante	Tipica Margariteña	Pescados y Mariscos	- Hervidos - Fosforeas - Calamares rebosados	Se promociona a través de amigos y familiares
Fondeadero	Calle José María Vargas Sector La Gabarra	Bar Restaurante	Nacional Internacional Tipica Margariteña	Came Mariscos Pescados Pollos	- Pescados y Mariscos	No utiliza la promoción para resaltar la gastronomía típica margariteña, resalta la promoción del restaurante.
Porcky Mania	Calle Principal Pampatar	Kiosco	Nacional Internacional	Arepas Hamburguesas Perros Calientes	- Perros calientes - Hamburguesas	No tiene promoción
Guayovo	Calle El Cristo, Sector La Caranta	Café Restaurante	Nacional Internacional	Carnes Aves Pescados	- Carnes - Pescados - Carpachos de palgar ahumado - filet de mero	No resaltan la comida típica margariteña. Tiene horario nocturno la comida es creativa gourmet
El Velero	Calle El Cristo. Hotel Flamingo	Restaurante	Nacional Internacional	Carnes Aves Pescados	- Carnes - Aves - Pescados	Promociona el restaurant. No resalta la gastronomía típica margariteña en el menú

Fuente: Elaborado por las Autoras

Nombre del Establecimiento	Dirección	Tipo de Establecimiento	Tipo de Gastronomía	Productos Ofrecidas	Productos más Consumidos	Observaciones
Sin nombre	Sector Playa La Gabarra Pampatar	Venta de Empanadas	Nacional	Empanadas	- Empanadas de pollo - Pescado	
Sin nombre	Calle 3 de Mayo	Venta de Empanadas	Nacional	Empanadas	- Empanadas de pescado	
Sin nombre	Calle El Cristo	Venta de Empanadas	Nacional	Empanadas	- Empanadas de pescado	
Sin nombre	Calle Bolívar Los Robles	Kiosco	Nacional Intemacional	Arepas Empanadas Hamburguesas Perros Calientes	- Empanadas - Hamburguesas	
Sin nombre	Av. Jovito Villalba	Kiosco	Nacional Intemacional	Perros Calientes Hamburguesas Empanadas	- Empanadas de Cazón	
Sin nombre	Av. Jovito Villalba	Kiosco	Nacional Intemacional	Perros Calientes Empanadas Arepas	- Empanadas de Cazón - Arepas	
Sin nombre	Av. Jovito Villalba	Kiosco	Nacional	Empanadas Arepas	- Empanadas de Pescado	
Sin nombre	Calle Fratemedad Los Robles	Venta de Empanadas	Nacional	Empanadas	- Empanadas	
Sin nombre	Av. Aldonza Manrique	Kiosco	Nacional Intemacional	Hamburguesas Perros Calientes	- Hamburguesas - Perros Calientes	
Sin nombre	Calle Luisa Cáceres Pampatar	Kiosco	Nacional Intemacional	Venta de hamburguesas perros calientes	- Hamburguesas - Perros calientes	
Sin nombre	Sector Punta Brava Los Robles	Venta de Empanadas	Nacional	Venta de Empanadas	- Empanadas de Pescado	
Sin nombre	Calle José María Vargas	Kiosco	Nacional Intemacional	Hamburguesas Perros Calientes Arepas	- Hamburguesas - Perros Calientes	

Fuente: Elaborado por las Autoras

Nombre del Establecimiento	Dirección	Tipo de Establecimiento	Tipo de Gastronomía	Productos Ofrecidas	Productos más Consumidos	Observaciones
Sin nombre	Calle El <u>Crito Pampatar</u>	Kiosco	Nacional	Empanadas de <u>cazón</u> Arepas rellenas Jugos	- Empanadas de <u>cazón</u>	
Sin nombre	Calle José María Vargas	Kiosco	Nacional	Empanadas Arepas rellenas Jugos	- Empanadas de <u>cazón</u>	
Sin nombre	Calle Libertad Los Robles	Venta de Empanadas	Nacional	Empanadas	- Empanadas de <u>cazón</u>	
Sin nombre	Calle Almirante <u>Luis Brión</u>	Kiosco	Nacional	Arepas Empanadas	- Arepas de <u>cazón</u> - Came - Queso - Empanadas de <u>cazón</u>	
Sin nombre	Calle José María Vargas	Venta de Empanadas	Nacional	Empanadas	- Empanadas de <u>cazón y pollo</u>	
Sin nombre	Las Casitas <u>Pampatar</u>	Venta de Empanadas	Nacional	Empanadas	- Empanadas de Pescado	
Sin nombre	Agua de Vaca	Venta de Empanadas	Nacional	Empanadas	- Empanadas de <u>Cazón</u>	
Sin nombre	Jorge <u>Coll</u>	Kiosco	Intemacional	Hamburguesas Perros Calientes	- Hamburguesas - Perros Calientes	
Sin nombre	Av. <u>Jóvito Villalba</u>	Venta de Empanada	Nacional	Empanada	- Empanada de <u>Cazón</u>	
Sin nombre	Calle José María Vargas	Kiosco	Intemacional	Perros Calientes Hamburguesas	- Perros Calientes - Hamburguesas	
Sin nombre	Calle 3 de Mayo <u>Pampatar</u>	Kiosco	Intemacional	Perros Calientes Hamburguesas	- Perros Calientes - Hamburguesas	
Sin nombre	Los Cerritos	Kiosco	Intemacional	Perros Calientes Hamburguesas	- Hamburguesas	
Sin nombre	Agua de Vaca	Venta de Empanadas	Nacional	Empanada	- Empanada de Queso	

Fuente: Elaborado por las Autoras

5.2.- Establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el municipio maneiro

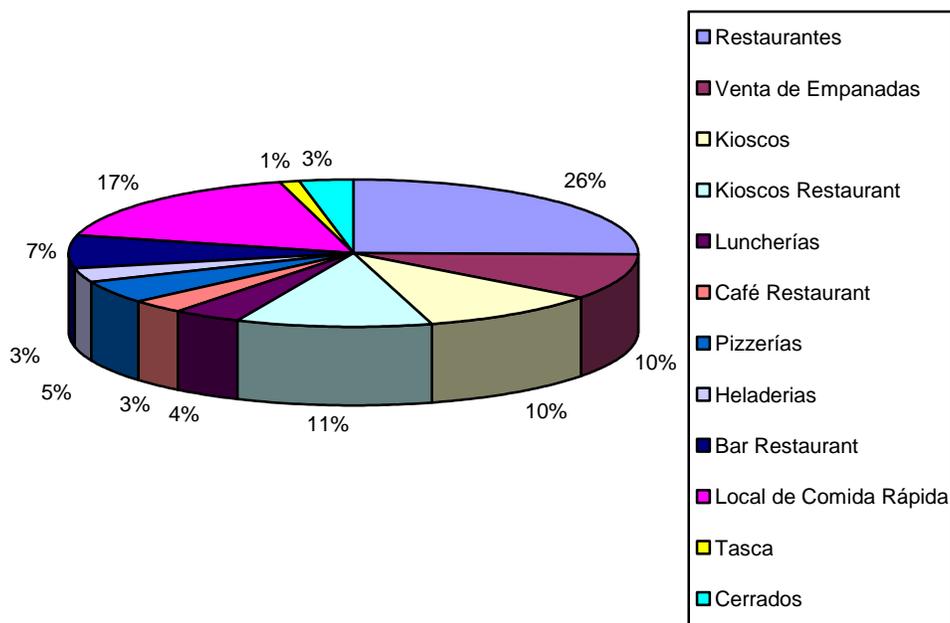
Tabla N° 8

Distribución Absoluta y Porcentual del Tipo de Establecimientos de Alimentos y Bebidas ubicados en el Municipio Maneiro

Tipo de Establecimiento	N° de Establecimientos	Porcentaje (%)
Restaurantes	29	25%
Venta de Empanadas	12	10%
Kioscos	12	10%
Kioscos Restaurant	13	11%
Luncherías	5	4%
Café Restaurantes	4	3%
Pizzerías	6	5%
Heladerías	3	3%
Bar Restaurant	8	7%
Local de Comida	20	17%
Rápida	1	1%
Tasca	4	3%
Cerrados		
Total	117	100%

Fuente: Datos recolectados por las autoras, 2006.

Gráfico N° 1
Tipos de Establecimientos de Alimentos y Bebidas ubicados en el
Municipio Maneiro



De acuerdo al inventario realizado, el Municipio Maneiro cuenta con 117 establecimientos repartidos de la siguiente forma: 25% restaurantes, 10% venta de empanadas, 10% venta de perros calientes y hamburguesas, kioscos restaurantes 11%, luncherías 4%, café restaurantes 3%, pizzerías 5%, heladerías 3%, bar restaurante 7%, locales de comida rápida 17%, tascas 1%, cerrados 3%.

Tabla N° 9

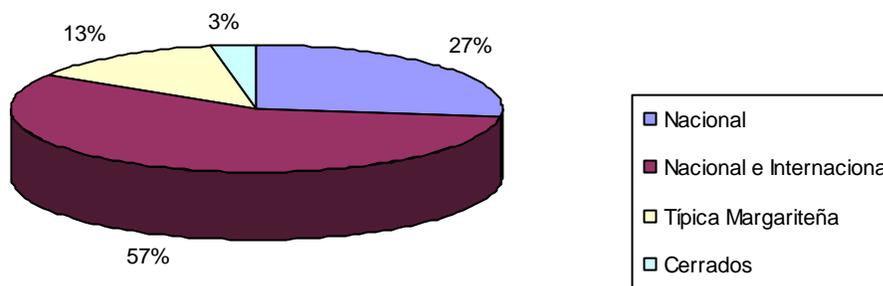
Distribución Absoluta y Porcentual del Tipo de Gastronomía que ofrecen los Establecimientos de Alimentos y Bebidas ubicados en el Municipio Maneiro

Tipo de Gastronomía	N° de Establecimientos	Porcentaje (%)
Nacional	32	27%
Nacional e Internacional	66	57%
Típica Margariteña	15	13%
Cerrados	4	3%
Total	117	100%

Fuente: Datos recolectados por las autoras, 2006.

Gráfico N° 2

Tipos de Gastronomía que ofrecen los Establecimientos de Alimentos y Bebidas ubicados en el Municipio Maneiro



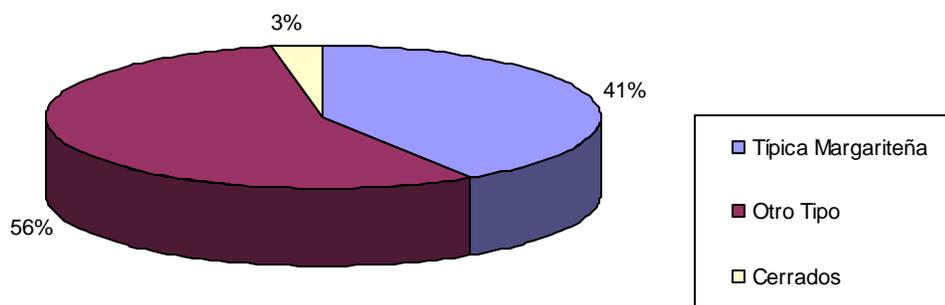
Del total de establecimientos visitados en el Municipio Maneiro, el 57% ofrece gastronomía nacional e internacional el 27% gastronomía nacional y un 13% corresponde a la gastronomía típica margariteña, y un 3% sin información por estar cerrados.

Tabla N° 10
Distribución Absoluta y Porcentual de Establecimientos que ofrecen
Gastronomía Típica Margariteña ubicados en el Municipio Maneiro

Tipo de Gastronomía	N° de Establecimientos	Porcentaje (%)
Típica Margariteña	47	41%
Otro Tipo	66	56%
Cerrados	4	3%
Total	117	100%

Fuente: Datos recolectados por las autoras, 2006.

Gráfico N° 3
Establecimientos de Alimentos y Bebidas que ofrecen Gastronomía
Típica Margariteña ubicados en el Municipio Maneiro



De los establecimientos ubicados en el Municipio Maneiro el 56% corresponde a otro tipo de gastronomía (internacional), el 41% ofrece gastronomía típica margariteña, entre los platos ofrecidos están: El sancocho de pescado, fosforeras, pescado frito y a la plancha, empanadas de cazón, pastel de chucho, y un 3% no se pudo saber que tipo de gastronomía ofrece debido a que están cerrados. Según entrevista estructurada aplicada a los dueños de los establecimientos entre los productos más solicitados por turistas nacionales y residentes se encuentran los mariscos y el sancocho de pescado, en cuanto a los turistas internacionales prefieren consumir otro tipo de productos.

Tabla N° 11

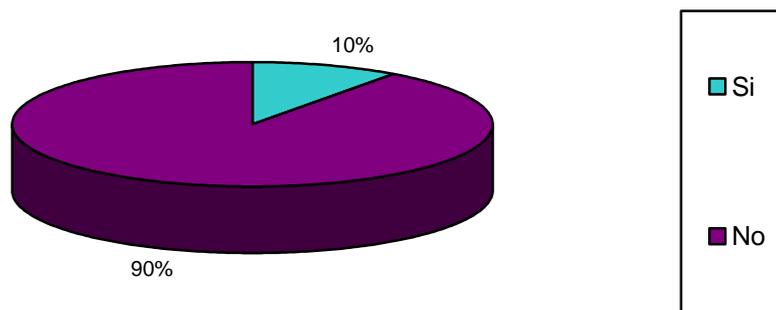
Distribución Absoluta y Porcentual de la Promoción de la Gastronomía Típica Margariteña en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas ubicados en el Municipio Maneiro

Promocionan la Gastronomía Típica	N° de Establecimientos de Alimentos y Bebidas	Porcentaje (%)
Si	12	10%
No	105	90%
Total	117	100%

Fuente: Datos recolectados por las autoras, 2006.

Gráfico N° 4

Promoción de la Gastronomía Típica Margariteña en los Establecimientos de Alimentos y Bebidas ubicados en el Municipio Maneiro



Del total de los establecimientos, sólo el 10% utiliza el mecanismo de promoción por medio de radio, televisión, tarjetas de presentación, trípticos, folletería. Mientras que el 90% no hacen uso de la promoción.

5.3.- Procedimientos utilizados en la preparación de la comida típica margariteña

Los procedimientos utilizados en la preparación de la comida típica margariteña varían de acuerdo al plato seleccionado. Entre ellos están:

Pescados y Mariscos:

- Pastel de chucho
- Hervido de pescado
- Hervido de pescado frito
- Pescado encebollado
- Cazón guisado
- Empanadas de cazón
- Rueda de sierra o carite frito
- Pargo relleno
- Crema de guacuco

- Asopado de mariscos
- Paella de mariscos
- Pescado a la plancha
- Pescado al ajillo

Otras Carnes:

- Conejo guisado
- Chivo guisado
- Sancocho de gallina

Dulces:

- Besos de coco
- Majaretes
- Pan de Pampatar
- Tonjas

Bebidas:

- Papelón con limón

- Pescados y Mariscos:

• Pastel de Chucho

Ingredientes:

1 Kg de chucho salado

2 plátanos maduros

4 papas

10 huevos

10 aceitunas

1 cucharadita de alcaparra

1 cabeza de ajo

5 ajíes dulces

Cebollón

1 pimentón rojo

Sal, pimienta y azúcar al gusto

Preparación:

El día anterior a la preparación del pastel se corta el chucho en pedazos y se pone en remojo, cambiándole el agua 3 ó 4 veces. Se exprime a cada cambio de agua. El día de la preparación se le bota el agua y se sancocha por 10 ó 15 minutos. Se bota el agua de la cocción y se deja enfriar. Se exprime y se desmenuza en pedazos pequeños, se sazona con pimienta y vinagre y se rectifica la sal.

Aparte se sancochan las papas y 6 huevos y se sofríen los plátanos en ruedas delgadas. Se sofríen los aliños cortados pequeñitos en aceite achotado. Se agrega el chucho y se resuelve, se le agregan las aceitunas y la cucharadita de alcaparra. Se cocina a fuego lento y tapado para que sude.

Se engrasa un recipiente con el mismo aceite del guiso y se alternan capas del chucho guisado con huevos y papas y plátanos en ruedas. Se baten los cuatro huevos restantes como para tortilla agregándole un punto de sal y otro de azúcar y se hornea.

• **Hervido de Pescado**

Ingredientes:

1 ½ Kg de pescado con cabeza

1 kilo de ocumo

Auyama

2 ó 3 plátanos topochoos tiernos

1 cebolla grande

1 cabeza de ajo

4 ajíes dulces

Sal, limón y aceite

Preparación:

Se lava bien el pescado y se corta en ruedas más o menos gruesas. Se pica la cabeza en pedazos grandes. Se sazona todo con sal y limón. Se corta el ocumo y la auyama en trozos medianos, se coloca en una olla 3 litros de agua junto con la cebolla picada en cruz, los ajíes picados y sin semillas, la cabeza de ajo medio machacada y sal. A los topochoos se les quita la concha con las manos y se frotan con limón, esto es para que el caldo no se ponga morado. Se agregan los topochoos y se cocina todo hasta que ablanden las verduras, se agrega entonces el pescado, jugo de limón al gusto, una cucharada de aceite y ajíes. Se baja la llama para que el pescado no se rompa. Se deja hervir un poco.

• Hervido de Pescado Frito

Ingredientes:

1 Kg de carite frito en ruedas el día anterior

$\frac{3}{4}$ Kgocumo

$\frac{1}{2}$ Kg ñame

1 plátano largo pintón

4 ajíes dulces

1 cebolla mediana

1 ají chirel

1 tacita de arroz

1 cabeza de ajo

2 $\frac{1}{2}$ litros de agua

Preparación:

Se fríen las ruedas de carite el día anterior. En un recipiente grande se colocan los 4 ajíes dulces picados en pedazos medianos, la cebolla picada en cruz, el tomate

también picado en cruz y la cabeza de ajo machacada. Se sofríen con dos cucharadas de aceite achotada. Se agrega el agua y las vituallas en trozos medianos y la tacita de arroz. Cuando las vituallas estén blandas, se agregan las ruedas de pescado, se baja la llama y se ratifica el punto de sal. Se mantiene con llama baja hasta que comience a hervir. Se pueden agregar pelotitas de masa de maíz.

Nota: En vez de carite también puede usarse corocoro frito.

• **Pescado Encebollado**

Ingredientes:

1 kg de pescado en rueda

1 cebolla grande

1 tomate grande

Sal y pimienta al gusto

Aceite

Preparación:

Se calienta el aceite y se colocan ruedas de pescado salpimentado. Se doran por ambos lados. Se baja la llama y se le colocan encima ruedas de cebolla y tomate. Se tapa y se deja a fuego lento. Se baja cuando el tomate comience a dorarse .

• Rueda de Sierra o Carite Frito

Ingredientes:

Ruedas de sierra o carite

Sal

Ajo

Preparación:

Se lavan bien las ruedas de sierra; se condimenta con sal y ajo, se coloca en un sartén a freír hasta que estén doradas.

• Pargo Relleno

Ingredientes:

Pargo entero

Mantequilla

Ají

Ajo

Pimienta

Sal

Vino blanco

Preparación:

Se limpia el pescado, se mezclan aparte el ají, ajo, pimienta, sal y mantequilla y se procede a rellenar el pargo con esta mezcla. Luego se coloca en una bandeja y se agrega un poco de vino blanco por encima. Se coloca en el horno por espacio de 30 a 45 min.

• Crema de Guacuco

Ingredientes:

Guacucos en concha y sin concha

Crema de leche

Aceite

Mantequilla

Cebolla

Cilantro

Ajo

Ají

Harina de Trigo

Consomé de pescado y de guacuco

Preparación:

Se pica la cebolla, ajo, cilantro y el ají muy fino y se sofríe con mantequilla y aceite, se deja cocinar por 5 minutos, se le agrega la harina de trigo y se mezcla muy bien, se le incorpora poco a poco el vino y el consomé de pescado y guacuco, los guacucos en concha y sin concha, se deja cocinar por cinco minutos, se le agrega la crema de leche y el brandy, se deja cocinar por 5 minutos más y se retira del fuego.

• **Asopado de Mariscos**

Ingredientes:

Cebolla

Ajo

Pimentón

Onoto

Ají

Guacuco

Mejillones

Pulpo

Cangrejo

Camarones

Calamares

Consomé de pescado

Brandy

Preparación:

Se sofríen todos los aliños con el onoto, se agregan los camarones, guacucos, cangrejas, mejillones y el pulpo, se le coloca el brandy para flambear, luego se le agrega el consomé, sal, pimienta y el cilantro, se deja cocinar hasta que la salsa se reduzca .

• **Empanadas de Cazón**

Ingredientes:

6 Ajíes dulces

4 Ajos

2 Cebollas

1 Kg. Harina de Maíz Aceite

Onoto

2 Tomates

1 Kg. Cazón

Preparación:

Se mezcla la harina de maíz con un poco de harina de trigo, luego se le agrega agua y sal hasta que esté suave.

El cazón se cocina con agua y sal, se le quita la piel se exprime y se desmenuza. Se pican los aliños y se sofríen en un sartén con aceite y onoto, se le agrega el cazón, se tapa por veinte minutos.

Por último se hacen unas bolas pequeñas de masas se extienden, se rellenan, se doblan en forma de media luna y se jr(en en abundante aceite).

- Otras Carnes:

- Conejo Guisado

Ingredientes:

1 conejo de 1 kg.

1 tomate grande

1 cebolla grande

3 ajíes dulces

4 dientes de ajo

1 cucharada de aceite onotado

Sal y pimienta al gusto

1/2 taza de agua

Preparación:

Se troza el conejo en pedazos medianos y se lava. Se incluye la cabeza partida por la mitad. Se sofríen los aliños picaditos con la cucharada de aceite y se salpimenta al gusto. Se colocan los trozos de conejo con el sofrito y se remueve. Se tapa y se deja que sude al fuego lento. Se le agrega entonces la media taza de agua y se deja al fuego hasta que seque un poco.

• Chivo Guisado

Ingredientes:

Chivo

Limón

Pimienta

Ajo

Cerveza

Pimentón

Tomate

Cebolla

Sal

Curry

Vino tinto

Orégano

Preparación:

Se lava el chivo con agua y limón se corta en pedazos pequeños y coloca en una olla grande, agregándole pimienta, ajo, orégano y cerveza se deja cocinar por 30 minutos; luego se le agrega pimentón, cebolla y tomate cortados en trozos pequeños; se continua la cocción hasta que esté blando; se le agrega el vino tinto, sal y un poco de curry y se deja cocinar a fuego lento hasta que se obtenga una salsa consistente.

- Dulces:

- Besos de Coco

Ingredientes:

2 Cocos

1 Panela de Papelón

2 Cucharadas de bicarbonato

1 Kg. de Harina de Trigo

Canela - Clavos y Guayabita dulce al gusto

Preparación:

Se hierva el papelón con un litro de agua y se le agrega la canela, el clavo y la guayabita dulce hasta que se convierta en una melaza, luego se baja del fuego y se le coloca el bicarbonato y el coco previamente rallado para posteriormente agregarle la harina poco a poco, a medida que se va moviendo con una paleta de madera grande. Por último se engrasa una bandeja con mantequilla y con una cucharilla se va colocando pequeñas cantidades de la preparación anterior sin dar ningún tipo de forma específica, y dejando cierta separación entre ellos, para así llevarlos al horno por espacio de media hora a 45 minutos y desmoldarlos calientes para evitar que se queden pegados a la bandeja.

- Dulce de Coco

Ingredientes:

2 Cocos

1 Panela de Papelón

Clavos y especias al gusto

Preparación:

Se pone a cocinar el papelón con las especias en un litro de agua, cuando esté completamente disuelto se baja del fuego y se deja enfriar para luego colocarle y agregarle el coco que fue previamente rallado, esta preparación se lleva nuevamente al fuego, hasta que seque y se vierta caliente sobre un mesón, donde se estira y se deja enfriar para luego cortar en pedazos.

- Majarete

Ingredientes:

2 Cocos

Azúcar al gusto

Canela y anís al gusto

Harina de maíz blanco

Preparación:

Se le extrae la leche a los cocos y se pone a hervir junto con el azúcar y el anís, se le añade la harina de maíz blanco y se mueve constantemente hasta que espese.

- Pan de Pampatar

Ingredientes:

Pueden ser Trigo, cebada, maíz o arroz

Levadura o ácimo

Azúcar

Sal

Aceite

Agua

Preparación:

Combina la levadura con el resto de los ingredientes (azúcar, sal y grasa) además la harina y el agua para realizar la masa, se moldea y se lleva al horno.

- Bebidas:

- Papelón con Limón

Ingredientes:

½ Panela de papelón

Agua

Limón

Preparación:

Se coloca la media ½ panela de papelón en el agua y luego de disuelta se le añade el zumo de más de 10 limones.

Sitios donde lo preparan: Se puede conseguir en lugares de comida rápida y puestos de empanadas.

5.4.- Características de los establecimientos de alimentos y bebidas tomando en cuenta los platos ofertados

La gastronomía típica en la Isla de Margarita, específicamente en el Municipio Maneiro, es ofertada en los diversos establecimientos de alimentos y bebidas que allí se encuentran, las características que estos presentan son variadas desde los que se encuentran ubicados en la franja costera del Municipio hasta los ubicados en los diferentes centros comerciales, avenidas y poblaciones del mismo municipio.

Los ubicados en la franja costera de Pampatar como son los kioscos restaurantes: Jardín Zulia, Isoly, La Gabarra, Aquí me quedo, Las Uvas, entre otros,

ofrecen sus especialidades como es la gastronomía típica margariteña, de manera sencilla, los establecimientos poseen poco espacio físico, pero en un ambiente, cómodo, agradable, al aire libre, con una capacidad de 10 a 15 mesas. Los dueños de estos establecimientos sugieren el menú de forma personal o está escrito en carteleras informativas (pizarra, pared), donde el cliente puede visualizarlo, tienen horario establecido de 10 am a 6 pm., ofreciendo almuerzo y cena. Además algunos de estos locales como por ejemplo: El Isoly presenta estado de precariedad estructural, pero cuenta con una fortaleza como es la de brindar buena atención al cliente, ofreciendo la comida típica con puro sabor margariteño.

Igualmente, en la franja costera se encuentran los restaurantes: Trimar, Mi Pueblito, El Fondeadero, Restaurante De Pola, Restaurant Escuela, Playa Juventud; contando con instalaciones cómodas al gusto del comensal en espacios cerrados, climatizados y espacios libres con vista al mar, con capacidad de 15 a 27 mesas, ambiente musical de fondo o música en vivo. La gastronomía ofrecida por estos restaurantes representa una de las mejores gastronomías de la Isla, ofreciendo entre sus especialidades la gastronomía típica, además de la nacional e internacional, con un horario comprendido entre las 11 am a 10 pm., con excepción del restaurant De Pola que cierra a las 8 pm. y el restaurante Mi Pueblito que cierra a las 5 pm. La gastronomía es ofrecida con menús presentados a la carta.

Los establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en los centros comerciales El Sambil, Rattan Plaza, Centro Comercial Redoma de Los Robles, Centro Comercial AB, en su mayoría ofrecen comida rápida internacional, en locales pequeños y cerrados o en niveles tipo feria. Además se encuentran restaurantes como el Rancho de Pablo II, Antillana, Lobster Grill, Fogón y Mar, poseen espacios abiertos y cerrados con lujo y confort y buena atención. Con capacidad de 20 a 28 mesas, estos ofrecen gastronomía nacional e internacional dentro de la cual se encuentra la gastronomía típica margariteña, con menús presentados a la carta,

música en vivo o de fondo, estos restaurantes laboran en horario comprendido desde las 10 am. hasta las 11 pm.

Además existen otros establecimientos de alimentos y bebidas distribuidos en las diferentes poblaciones del Municipio como son: El Caney de Felo, la Colina del Pintor, entre otros, los cuales ofrecen comida nacional e internacional con gastronomía típica como pescados y mariscos no resaltados en el menú. Estos establecimientos tienen espacios abiertos y cerrados, con música de fondo o en vivo, con horario comprendido entre las 11 am. a 10 pm., con capacidad de 20 a 25 mesas.

5.5.- Opinión de los representantes involucrados en la actividad turística y la gastronomía típica margariteña como atractivo turístico

A continuación se presentan las entrevistas realizadas a los representantes y usuarios involucrados en la actividad turística y su opinión sobre la gastronomía típica margariteña como atractivo turístico.

5.5.1.- Representantes de los establecimientos de alimentos y bebidas

En entrevista realizada a los representantes de los establecimientos de alimentos y bebidas se tomaron las opiniones más relevantes respecto a la gastronomía típica como atractivo turístico, entre ellos están:

José Luis de Farias, socio del restaurante Trimar, comentó que la gastronomía margariteña es de gran valor por su variedad y sabor lo que la hace un atractivo más para el Municipio, y lo sustenta por la trayectoria del restaurant que por más de 25 años ha deleitado el paladar de propios y visitantes, ofreciendo parrillas de mariscos, crema de guacuco, chivo guisado, entre otras especialidades.

La familia Luna le da continuidad a llegado que dejó la abuela Hipólita en el popular restaurante De Pola con la tradicional receta del pastel de chucho, y sostienen que quien viene a Margarita y no come Pastel de Chucho en este restaurante no ha venido a la Isla, además ofrecen una variedad de paellas y pescados. Comentan que a la gastronomía típica hay que darle la importancia que merece y resaltarla para ofrecerla a los turistas como un atractivo más.

Eulis Hernández, gerente del restaurant El Fondeadero, señala que el restaurant ofrece una de las mejores gastronomías de la Isla, ya que se son preparados con el sazón y sabor original de la comida margariteña, entre sus recomendaciones están las colas de mero al horno, los asopados y las paellas dentro de una carta surtida con delicias de carnes y platos tradicionales.

Comentó que la gastronomía típica margariteña debe ser ofertada como un atractivo turístico, por su variedad, frescura y calidad, dándole un valor cultural a la idiosincrasia del pueblo margariteño.

Existen coincidencia de opiniones entre los propietarios de los kioscos restaurantes: La Gabarra, Aquí me quedo, Zulimar, Isoly, Las Uvas, Playa Juventud, sobre la importancia que merece la gastronomía típica margariteña como atractivo turístico ya que ésta es solicitada por los visitantes y turistas por su sazón y exquisitez. Además ellos sostienen que no cuentan con una promoción que resalte la gastronomía típica margariteña, ya que ésta es realizada a través de familiares y amigos.

5.5.2.- Opinión del Usuario

En esta sección se dará respuesta al instrumento aplicado por las autoras a los turistas y visitantes en el Municipio Maneiro.

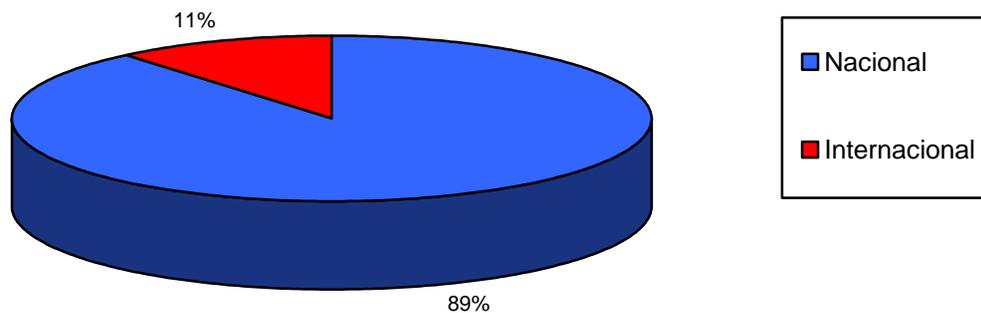
La demanda turística estuvo conformada por los turistas que visitaron los establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el Municipio Maneiro en el mes de Noviembre del 2005. (Anexo II)

Tabla N° 12
Distribución absoluta y porcentual de los tipos de turistas que visitan los establecimientos de alimentos y bebidas

Tipos de Turistas	Número de Turistas	Porcentaje (%)
Nacional	85	89%
Internacional	11	11%
Total	96	100%

Fuente: Datos obtenidos por las autoras, 2006

Gráfico N° 5
Tipos de turistas que visitan los establecimientos de alimentos y bebidas



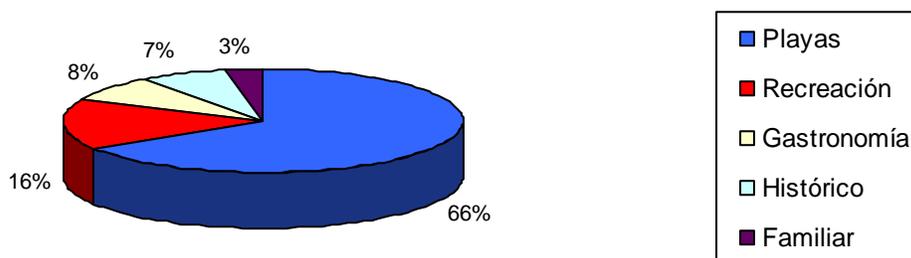
Del 100% de los turistas encuestados el 89% eran nacionales y el 11 % turistas internacionales. Según Rebeca Morales (2001), la baja de turistas internacionales a los establecimientos de alimentos y bebidas se debe a la implementación del sistema todo incluido en los establecimientos hoteleros.

Tabla N° 13
Distribución absoluta y porcentual de los motivos de visita al Municipio
Maneiro

Motivo de Visita	Número Absoluto	Porcentaje (%)
Playas	63	66%
Recreación	15	16%
Gastronomía	08	8%
Histórico	07	7%
Familiar	03	3%
Total	96	100%

Fuente: Datos obtenidos por las autoras, 2006

Gráfico N° 6
Motivos de Visitas al Municipio Maneiro



Luego de haber obtenido los resultados, se puede acotar que el motivo de visita al municipio Maneiro se debe a que el 66% lo visita por sus playas, el 16% por recreación, el 8% por su gastronomía, 7% por sus monumentos históricos y un 3% por familiares.

Tabla N° 14

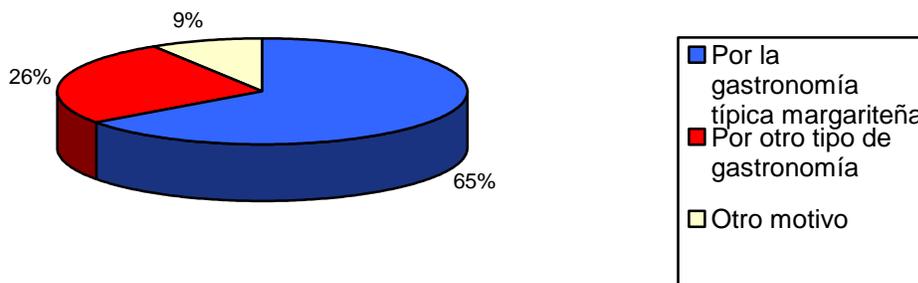
Distribución absoluta y porcentual de los motivos de visita a los establecimientos de alimentos y bebidas del Municipio Maneiro

Motivo de visita al establecimiento de alimentos y bebidas	Número de Turistas	Porcentaje (%)
Por la gastronomía típica margariteña	62	65%
Por otro tipo de gastronomía	25	26%
Otro motivo	09	9%
Total	96	100%

Fuente: Datos obtenidos por las autoras, 2006

Gráfico N° 7

Motivos de Visitas a los establecimientos de alimentos y bebidas al Municipio Maneiro



Motivo de Visita: En cuanto al motivo de visita de turistas a los establecimientos de alimentos y bebidas en el Municipio Maneiro, el 65% respondió que lo visita por la gastronomía típica margariteña, el 26% por otro tipo de gastronomía y el 9% respondió que lo visita por otro motivo.

Tabla N° 15

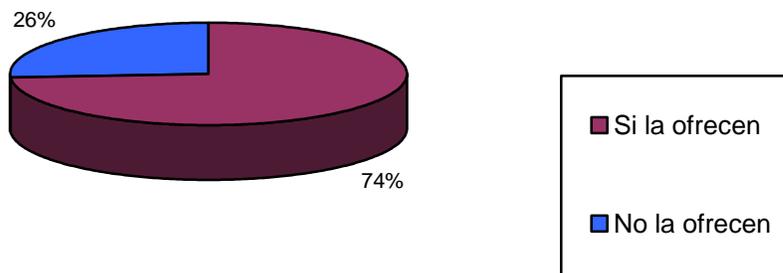
Distribución absoluta y porcentual de los establecimientos de alimentos y bebidas que ofrecen gastronomía típica margariteña

Establecimientos de alimentos y bebidas que ofrecen gastronomía típica margariteña	Número de Turistas	Porcentaje (%)
Si la ofrecen	71	74%
No la ofrecen	25	26%
Total	96	100%

Fuente: Datos obtenidos por las autoras, 2006

Gráfico N° 8

Establecimientos que ofrecen gastronomía típica margariteña



Del total de turistas encuestados un 74% respondió que en los menús ofrecidos en los establecimientos de alimentos y bebidas está incluida la gastronomía típica margariteña y el otro 26% de los turistas encuestados respondieron que en los menús no estaba ofrecida la gastronomía típica margariteña.

Tabla N° 16

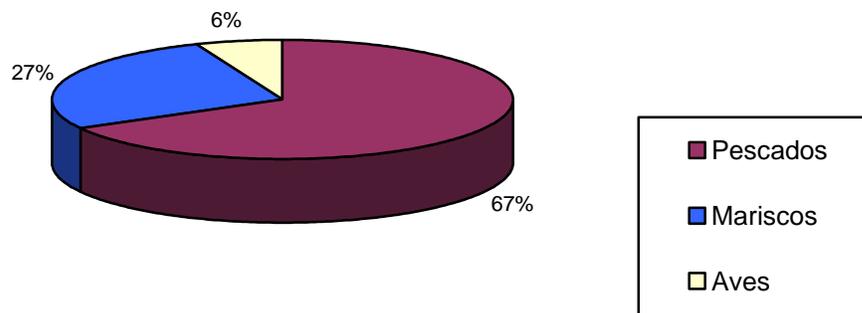
Distribución absoluta y porcentual de los productos de la gastronomía típica con mayor demanda

Tipos de Productos	Número de Turistas	Porcentaje (%)
Pescados	64	67%
Mariscos	26	27%
Aves	06	6%
Total	96	100%

Fuente: Datos obtenidos por las autoras, 2006

Gráfico N° 9

Productos de la gastronomía típica margariteña que más gusta



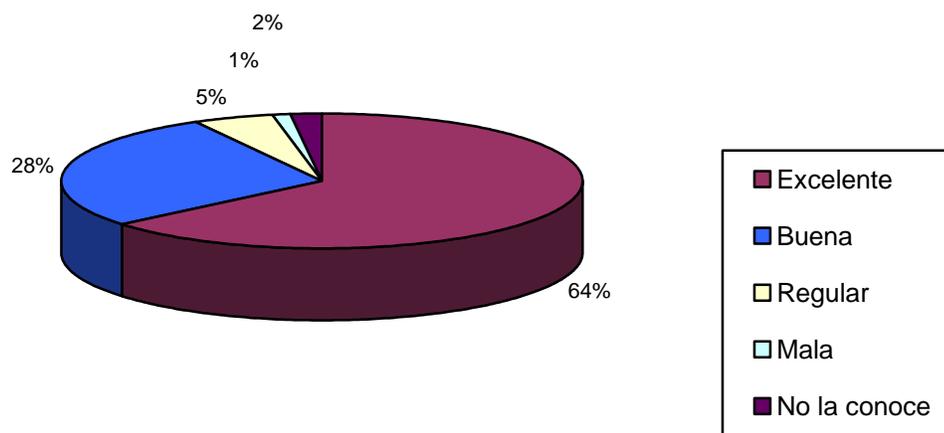
De acuerdo a los turistas entrevistados el producto con mayor demanda es el pescado con 67%, segundo los mariscos con 27% y las aves que tienen un 6%.

Tabla N° 17
Distribución absoluta y porcentual de la opinión sobre la gastronomía típica margariteña

Opinión del Turista	Número de Turistas	Porcentaje (%)
Excelente	61	64%
Buena	27	28%
Regular	05	5%
Mala	01	1%
No la conoce	02	2%
Total	96	100%

Fuente: Datos obtenidos por las autoras, 2006

Gráfico N° 10
Opinión sobre la gastronomía típica margariteña



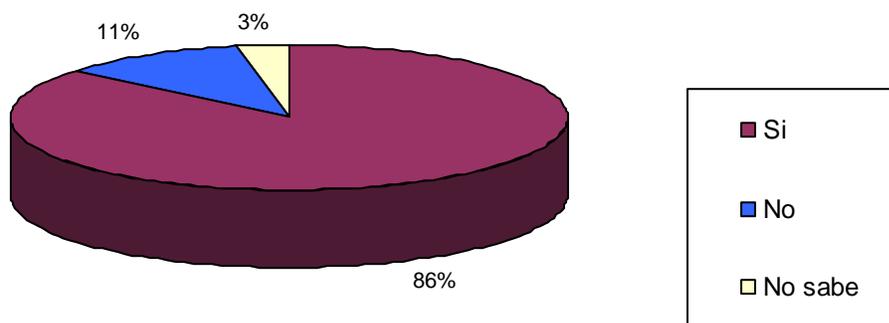
Con respecto a la opinión de los turistas referente a la gastronomía típica margariteña contestaron de la siguiente manera: el 64% opinó que era excelente, el 28% buena, el 5% regular, mala 1% y 2% no la conoce.

Tabla N° 18
Distribución absoluta y porcentual sobre la existencia de variedad en la gastronomía típica margariteña

Variedad de Gastronomía	Número de Turistas	Porcentaje (%)
Si	82	86%
No	11	11%
No Sabe	3	3%
Total	96	100%

Fuente: Datos obtenidos por las autoras, 2006

Gráfico N° 11
Opinión sobre la variedad de la gastronomía típica margariteña



Existencia de variedad: De acuerdo a los datos obtenidos el 86% respondió que existe una variedad en la gastronomía típica margariteña, el 11% respondió que

no hay variedad en la gastronomía típica margariteña y el 3% no sabe si existe variedad.

Tabla N° 19

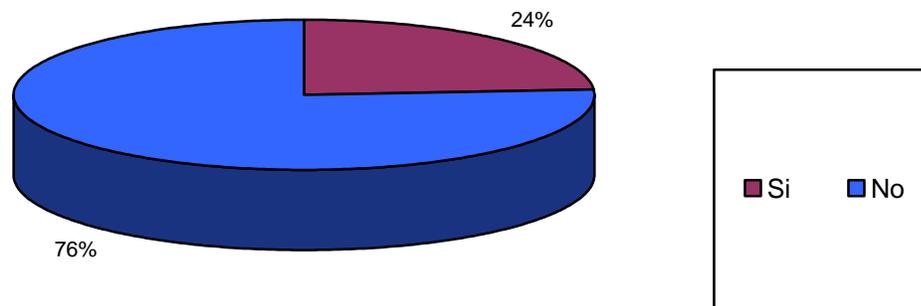
Distribución absoluta y porcentual sobre sí la gastronomía típica margariteña es promocionada

Promoción de la gastronomía típica margariteña	Número de Turistas	Porcentaje (%)
No	73	76%
Si	23	24%
Total	96	100%

Fuente: Datos obtenidos por las autoras, 2006

Gráfico N° 12

Opinión sobre la promoción de la gastronomía típica margariteña



Con respecto a si los establecimientos de alimentos y bebidas promocionan la gastronomía típica, los turistas respondieron 76% no promocionan la gastronomía típica margariteña y el 24% si hace uso de la promoción.

Tabla N° 20

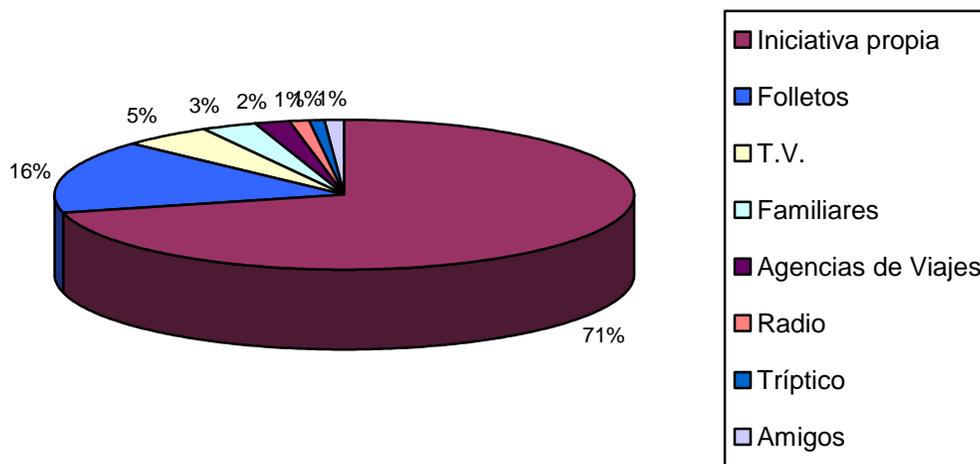
Distribución absoluta y porcentual de los medios de información por el cual se promueve la gastronomía típica margariteña

Tipo de Medio	Número de Turistas	Porcentaje (%)
Iniciativa propia	68	71%
Folletos	15	16%
T.V.	05	5%
Familiares	03	3%
Agencias de Viajes	02	2%
Radio	01	1%
Tríptico	01	1%
Amigos	01	1%
Total	96	100%

Fuente: Datos obtenidos por las autoras, 2006

Gráfico N° 13

Medios de información por el cual se promueve la gastronomía típica margariteña



De acuerdo a la opinión de los turistas encuestados sobre los medios de información a través de los cuales conocieron la gastronomía típica margariteña, se encuentran un 71% la conoció por iniciativa propia, un 16% por medio de folletería, un 5% por T.V., un 3% familiares, un 2% por agencias de viajes y 1% la conocieron por medio de radio, trípticos y amigos.

Tabla N° 21

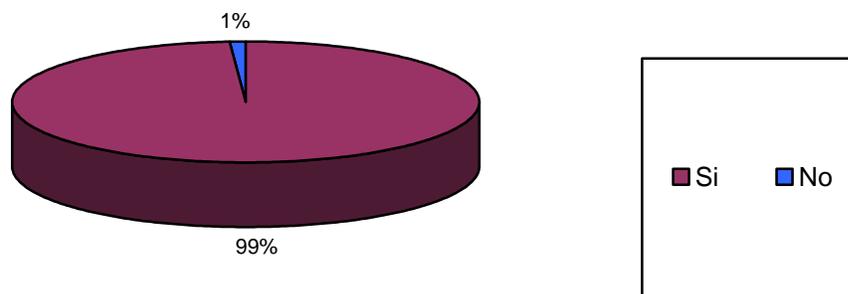
Distribución absoluta y porcentual sobre la gastronomía típica como atractivo turístico en la opinión de los turistas

Gastronomía como atractivo	Número de Turistas	Porcentaje (%)
Si	95	99%
No	1	1%
Total	96	100%

Fuente: Datos obtenidos por las autoras, 2006

Gráfico N° 14

Gastronomía Típica como atractivo turístico



De los 96 turistas encuestados 99% respondió que sí consideraban la gastronomía típica margariteña como atractivo turístico, ésta representa la cultura del pueblo margariteño y el 1% respondió que no la recomiendan.

Tabla N° 22

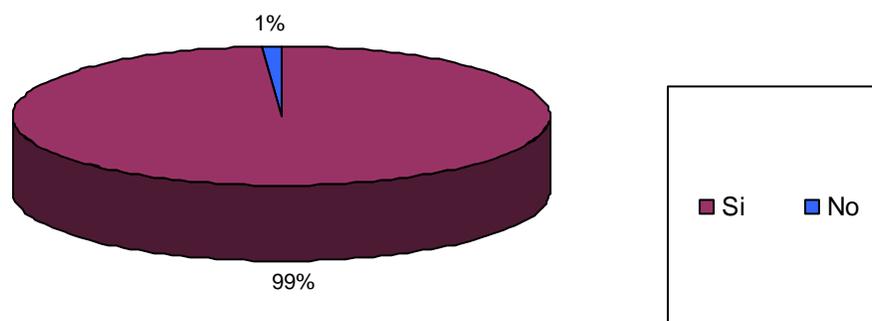
Distribución absoluta y porcentual sobre si los turistas recomendarían o no la gastronomía típica margariteña como atractivo turístico

Recomiendan la gastronomía típica como atractivo	Número de Turistas	Porcentaje (%)
Si	95	99%
No	1	1%
Total	96	100%

Fuente: Datos obtenidos por las autoras, 2006

Gráfico N° 15

Recomendación de la gastronomía típica margariteña como atractivo



El 99% de los turistas entrevistados dijeron que sí la recomendarían y el 1% no la recomiendan.

5.5.3.- Opinión de los representantes de Corpotur y Alcaldía acerca de la gastronomía típica como atractivo turístico

5.5.3.1.- Representantes de Corpotur

Entrevista realizada a la Licenciada Norealys Gutiérrez, puntualizó que la Corporación de Turismo (CORPOTUR), como organismo involucrado en la actividad turística; señala que la gastronomía típica margariteña puede ser incluida como atractivo turístico; es un elemento diversificador de la oferta turística y es un elemento que nos caracteriza y diferencia como pueblo. Actualmente se está promocionando específicamente la dulcería típica de La Asunción, como aporte para resaltar la gastronomía típica margariteña lleva a cabo el programa Que Bonito es Mi Pueblo, la cual es una estrategia de sensibilización turística que busca resaltar y contribuir a la enseñanza de los elementos históricos culturales del Estado Nueva Esparta, donde los niños y docentes realizan Festivales Gastronómicos.

Además puntualizó que actualmente no se tiene un registro de los establecimientos que ofrecen la gastronomía típica margariteña ya que lo que se tiene es un registro global de los establecimientos de alimentos y bebidas que ofrecen gastronomía nacional e internacional.

5.5.3.2.- Representantes de la Alcaldía de Maneiro

Entrevista realizada a la Asistente del Alcalde, señaló que conoce la gastronomía típica margariteña y que ésta puede ser incluida como atractivo turístico

porque contribuiría a mantener reflejada nuestra idiosincrasia como pueblo. En cuanto a la promoción esta institución actualmente no realiza ningún tipo de promoción en lo que a gastronomía se refiere. Así mismo acotó que la Alcaldía como organismo involucrado en la actividad turística podría contribuir a su promoción incentivando a las personas a una participación activa en el sector gastronómico.

CAPÍTULO VI

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

CAPITULO VI

PROPONER ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN PARA EL APROVECHAMIENTO DE LA GASTRONOMÍA TÍPICA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO MANEIRO

6.1.- Análisis Situacional de la Dinámica Promocional del Producto Gastronómico en el Municipio Maneiro

Al considerar el diagnóstico previo realizado en capítulos anteriores, donde se caracterizó el producto gastronómico del Municipio Maneiro; análisis de la opinión de los turistas y visitantes, análisis de las opiniones de los dueños de los establecimientos de alimentos y bebidas, análisis de la opinión de los representantes de CORPOTUR como ente relacionado con la actividad turística, igualmente lo observado en el campo de estudio sobre la dinámica de promoción del producto gastronómico.

Se pudo constar que el Estado Nueva Esparta cuenta con material de apoyo promocional, editado por la Corporación de Turismo conjuntamente con el Fondo Mixto Nacional con el propósito de dar información de rutas religiosas, ruta artesanal y ruta histórica, donde se anuncian datos generales de los servicios de gastronomía, alojamiento, arte popular, playas e información general del mismo.

Por su parte, Corpotur elaboró un mapa de bolsillo bajo el slogan “Margarita Sonrisa del Caribe”, allí se resaltan los principales atractivos turísticos junto a un plano que identifica las principales ciudades y poblaciones que conforman el espacio insular, señalando sitios importantes de este municipio, como es: El Castillo San

Carlos Borromeo, la Iglesia del Cristo del Buen Viaje, Casa Aduana, Laguna Gasparico y el Fortín de la Caranta.

También en materia de promoción turística la Gobernación del Estado Nueva Esparta a través de Corpotur realiza una campaña de concientización para sustentar la imagen promocional de la isla de Margarita proyectando la identidad del pueblo margariteño, esto a través de una selección poética musical, recopilada por María Teresa Novo, la cual lleva por nombre "Marítimas" donde se refleja el mar en la poesía venezolana del siglo XX.

La promoción turística es de forma general para el Estado Nueva Esparta, sin individualizar acciones para el Municipio Maneiro ni en otro municipio.

De la misma manera diversas instituciones y organismos (Corpotur, Fondo Mixto, Cámara de Turismo y Cámara Hotelera) llevan a cabo actividades de promoción para persuadir al turista a visitar el Estado Nueva Esparta, entre las que se mencionan:

- Participación en ferias nacionales e internacionales (2002-2003).
- Participación en "Caravanas Turísticas" nacionales (2002).
- Sensibilización turística escolar a través del programa ¡Qué bonito es Mi Pueblo!, mencionado con anterioridad (1999-2000).
- Margarita "La Sonrisa del Caribe" como imagen promocional (2004).
- Proyección de la campaña de concientización y promoción "Muévete por Venezuela" (2004).

En función de lo anteriormente expuesto, se pudo constatar que entre las actividades de promoción dadas en el Estado Nueva Esparta, en la oferta turística no se resalta la gastronomía típica.

Por ello, es necesario realizar estrategias que concreten la promoción del producto gastronómico, por lo tanto al aplicar la técnica de análisis DOFA., de la planificación estratégica a la situación actual de la gastronomía existente en el Municipio Maneiro, permitió destacar los puntos internos y externos del mismo para mejorar el aprovechamiento turístico de la gastronomía típica, todo ello llevó a considerar y a evaluar los factores que inciden en la promoción del producto gastronómico del Municipio.

Para determinar la matriz DOFA se aplicó la técnica de lluvias de ideas o Brainstorming, Wikipedia (2007) sostiene que:

“Consiste en aportar el máximo de ideas o propuestas para un tema o para resolver, analizar todas las propuestas y seleccionar o fusionarlas para encontrar las más adecuadas”

Con esta técnica se logró obtener una lista de 11 fortalezas, 6 debilidades, 6 oportunidades, 9 amenazas presentadas en hoja de trabajo DOFA: análisis interno y análisis externo.

6.1.1.- Análisis Interno

En el análisis interno se conocen las variables que representan las fortalezas y debilidades, mediante el estudio de diversas capacidades (financiera, producción, comercialización, innovación, gestión de los recursos humanos, crecimiento y otros),

elementos sobre los cuales el planificador o estratega puede tomar decisiones (Sallenave, 1990).

Es decir que el análisis evalúe la situación presente para diagnosticar el estado actual del entorno. A tal efecto Serna (1997, 120), establece que el análisis interno "es un medio para evaluar las fortalezas y las debilidades de la empresa en relación con las oportunidades y amenazas que presenta el medio externo". El proceso consiste en realizar el diagnóstico estratégico del destino.

El análisis interno permitió evaluar las fortalezas y debilidades en relación a las oportunidades y amenazas presentes en el entorno. En este estudio se detectaron los factores que afectan o pueden afectar la dinámica de promoción de la gastronomía típica margariteña en el Municipio Maneiro las cuales se presentan en la siguiente tabla.

Tabla N° 23
Hoja de Trabajo DOFA

ANALISIS INTERNO (FD)	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Presencia de la gastronomía típica margariteña en los establecimientos de alimentos y bebidas en el Municipio Maneiro. 2. Diversidad de productos gastronómicos típicos (pescados, mariscos, moluscos). 3. Buena atención al cliente en los establecimientos de alimentos y bebidas. 4. Accesibilidad hacia los establecimientos. 5. Precios considerablemente accesibles. 6. Alta motivación de los comerciantes en vender sus productos. 7. Presencia de ambientes al aire libre en los diferentes establecimientos. 8. Elevado potencial turístico en el municipio Maneiro. 9. Presencia de establecimientos de gastronomía típica en la franja costera del municipio. 10. Afluencia de visitantes nacionales, agosto, diciembre, carnaval, semana santa. 11. Gran cantidad de establecimientos de alimentos y bebidas en el Municipio Maneiro. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promoción basada en su mayoría en forma personal y poco apoyo publicitario. 2. Poca concurrencia de turistas internacionales en los establecimientos de alimentos y bebidas. 3. Poca promoción de la gastronomía típica margariteña. 4. Carencia de un organismo que supervise las actividades gastronómicas en el municipio. 5. Carencia de lavamanos para el uso de los comensales en los kioscos, restaurantes ubicados en la orilla de la playa. 6. Los establecimientos de alimentos y bebidas, no ofrecen dulces y bebidas típicas.

6.1.2.- Análisis Externo

El análisis externo estudia las oportunidades que ofrece el entorno, las competencias y el mercado; así como las amenazas que debe enfrentar el destino en ese ambiente. El enfrentamiento que se presenta entre las oportunidades y amenazas contra las fortalezas y debilidades internas tienen el propósito de formular estrategias adecuadas e implica un proceso reflexivo, con una información objetiva (Sallenave, 1990).

Por lo tanto, es necesario identificar las fuerzas importantes del medio, evaluarlas y hacerle seguimiento con el propósito que las estrategias tomadas sean efectivas, para ello se toma el análisis externo que permite determinar las oportunidades y amenazas presentes en el entorno para reaccionar oportunamente y anticipar el efecto de las amenazas que puedan afectar la promoción del producto gastronómico en el Municipio Maneiro. Al respecto Serna (1997, 140) afirma "...el perfil de oportunidades y amenazas en el medio, es la metodología que permite identificar y valorar las amenazas y oportunidades potenciales". Todo este proceso se lleva a cabo mediante la investigación del entorno.

El análisis externo permitió determinar las oportunidades y amenazas presentes en el entorno que afectan la promoción de la gastronomía típica margariteña.

Tabla N° 24
Hoja de Trabajo DOFA

ANALISIS EXTERNO (OA)	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Posibilidad de realizar ferias gastronómicas en el municipio. 2. Posibilidad de resaltar la gastronomía típica en la oferta turística del municipio. 3. Interés de los turistas y visitantes en degustar y conocer la gastronomía típica margariteña. 4. Aprovechamiento del atractivo natural playa en la degustación de la gastronomía típica. 5. Factibilidad de apoyo y acuerdos entre CORPOTUR y empresarios de alimentos y bebidas para resaltar la gastronomía típica. 6. Posibilidad de crear un ente que regule, administre, supervise y vigile que se ofrezca la gastronomía típica. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deterioro de las instalaciones de alimentos y bebidas ubicadas en la franja costera. 2. Inadecuado aprovechamiento de la gastronomía típica como atractivo turístico. 3. En la elaboración de los platos se combinan los elementos tradicionales con los de otras culturas o regiones. 4. El turista internacional conoce poco la gastronomía típica. 5. Falta de atención de los propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas en promocionar la gastronomía típica como atractivo turístico. 6. Pérdida de la incorporación de la gastronomía típica por la inclusión de la gastronomía internacional. 7. Falta de concertación entre entes públicos, privados y los empresarios de los establecimientos de alimentos y bebidas para realizar ferias gastronómicas en pro de la actividad turística del municipio. 8. Falta de una asociación de empresarios de alimentos y bebidas. 9. Poca incorporación de la gastronomía típica en los paquetes turísticos ofrecidos por las empresas.

6.1.3.- Matriz de Impacto Ponderados DOFA

Una vez realizada la lluvia de ideas, se procedió a depurar la selección de los factores internos y externos, a través de una matriz de impacto ponderados DOFA con una escala de alto, medio y bajo impacto, con esto permitió a las autoras obtener los factores claves de éxito de alto impacto, denominados por Certo y Meter (1996:43) “asuntos de interés estratégico” que son factores ambientales que pueden repercutir en la capacidad de la organización para alcanzar los objetivos propuestos. Desde la perspectiva de la promoción de la gastronomía típica del municipio Maneiro, quedaron al final seleccionados de la siguiente manera:

Tabla N° 25
Matriz de Impacto Ponderados DOFA

<i>FORTALEZA</i> <i>S</i>	<i>IMPACTO</i>			<i>OPORTUNIDADE</i> <i>S</i>	<i>IMPACTO</i>		
	<i>ALT</i> <i>O</i>	<i>MEDI</i> <i>O</i>	<i>BAJ</i> <i>O</i>		<i>ALT</i> <i>O</i>	<i>MEDI</i> <i>O</i>	<i>BAJ</i> <i>O</i>
<i>F 1.</i>	X			<i>O 1.</i>	X		
<i>F 2.</i>	X			<i>O 2.</i>	X		
<i>F 3.</i>	X			<i>O 3.</i>	X	X	
<i>F 4.</i>	X			<i>O 4.</i>			
<i>F 5.</i>	X			<i>O 5.</i>	X		
<i>F 6.</i>	X			<i>O 6.</i>	X		
<i>F 7.</i>		X					
<i>F 8.</i>	X						
<i>F 9.</i>	X						
<i>F 10.</i>	X						
<i>F 11.</i>	X						

AMENAZAS	IMPACTO			DEBILIDADES	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO		ALTO	MEDIO	BAJO
A 1.	X			D 1.	X		
A 2.	X			D 2.	X		
A 3.		X		D 3.	X		
A 4.	X			D 4.	X		
A 5.	X			D 5.		X	
A 6.		X		D 6.		X	
A 7.		X					
A 8.	X						
A 9.	X						

6.1.4.- Matriz DOFA

Al evaluar cada fortaleza, amenaza, debilidad y oportunidades, se obviaron todas aquellas fortalezas y debilidades; oportunidades y amenazas de medio y bajo impacto y tomándose en consideración las que arrojaron mayor impacto sobre el problema de la promoción de la gastronomía típica en el Municipio Maneiro quedaron al final seleccionadas de la siguiente manera:

- De las seis (6) debilidades se seleccionaron cuatro (4) con alto impacto.
- De las seis (6) oportunidades se seleccionaron cinco (5) más prioritarias
- De las once (11) fortalezas se seleccionaron diez (10) fortalezas prioritarias y;
- De las nueve amenazas (9) se seleccionaron las seis (6) de alto impacto.

A continuación en el cuadro se presentan desglosadas las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas prioritarias que arrojó la matriz de impacto ponderados DOFA.

Tabla N° 25
Matriz Prioritaria Doña

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Promoción basada en su mayoría en forma personal y poco apoyo publicitario. 2. Poca concurrencia de turistas internacionales en los establecimientos de alimentos y bebidas. 3. Poca promoción de la gastronomía típica margariteña. 4. Carencia de un organismo que supervise las actividades gastronómicas en el municipio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posibilidad de realizar ferias gastronómicas en el municipio. 2. Posibilidad de resaltar la gastronomía típica en la oferta turística del municipio. 3. Interés de los turistas y visitantes en degustar y conocer la gastronomía típica margariteña. 4. Factibilidad de apoyo y acuerdos entre CORPOTUR y empresarios de alimentos y bebidas para resaltar la gastronomía típica. 5. Posibilidad de crear un ente que regule, administre, supervise y vigile que se ofrezca la gastronomía típica.
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Presencia de la gastronomía típica margariteña en los establecimientos de alimentos y bebidas en el Municipio Maneiro. 2. Gran diversidad de productos gastronómicos típicos (pescados, mariscos, moluscos). 3. Buena atención al cliente en los establecimientos de alimentos y bebidas. 4. Accesibilidad hacia los establecimientos de alimentos y bebidas. 5. Precios considerablemente accesibles. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deterioro de las instalaciones de alimentos y bebidas ubicadas en la franja costera. 2. Inadecuado aprovechamiento de la gastronomía típica como atractivo turístico. 3. Escasa promoción de la gastronomía típica margariteña dirigida al turista internacional. 4. Falta de atención de los propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas en promocionar la gastronomía típica como atractivo turístico.
FORTALEZAS	AMENAZAS

6. Alta motivación de los comerciantes en vender sus productos.	5. Falta de concertación entre entes públicos, privados y los empresarios de los establecimientos de alimentos y bebidas para realizar ferias gastronómicas en pro de la actividad turística del municipio.
7. Elevado potencial turístico en el municipio.	
8. Presencia de establecimientos de gastronomía típica en la franja costera del municipio.	6. Poca incorporación de la gastronomía típica en los paquetes turísticos ofrecidos por la empresa.
9. Afluencia de visitantes nacionales, agosto, diciembre, carnaval, semana santa.	
10. Gran cantidad de establecimientos de alimentos y bebidas en el municipio Maneiro.	

6.1.5.- Análisis DOFA

El análisis DOFA, es una técnica que utiliza el planificador para determinar si el destino y sus empresas e instituciones están en condiciones para desempeñarse en el medio, en este sentido Serna (ob:157) define DOFA de la siguiente manera:

Está diseñado para ayudar al estratega a encontrar el mejor acoplamiento entre las tendencias del medio, las oportunidades, amenazas y capacidades internas, fortalezas y debilidades de la empresa. Dicho análisis permitirá a la organización formular estrategias para aprovechar sus fortalezas; prevenir el efecto de sus debilidades, utilizar a tiempo sus debilidades y anticiparse al efecto de sus amenazas.

El objetivo primordial de análisis DOFA es la identificación de las ventajas competitivas en la cual se basa sus estrategias de desarrollo y su importancia para el logro de las acciones que se tomen a partir del estudio en el Municipio Maneiro, en cuanto a las estrategias de promoción de la gastronomía típica margariteña,

considerando estas estrategias, le permitan identificar las ventajas distintas o competitivas de su entorno.

Una vez obtenida la matriz prioritaria DOFA se procedió hacer el cruce de las variables seleccionadas y analizando cada uno de sus componentes, fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas presentes en la dinámica de promoción de la gastronomía típica para un mejor aprovechamiento turístico de la oferta turística en el Municipio Maneiro, surgen un conjunto de estrategias que servirán de apoyo para la formulación de las estrategias de promoción, denominadas por Koontz Weihrich (1998:172) estrategias ... "alternativas de la matriz DOFA"

- Estrategias DO: Trata de reducir las debilidades y el aprovechamiento de las oportunidades de la gastronomía típica margariteña en el municipio Maneiro.
- Estrategia DA: Procura la disminución de las debilidades y amenazas que tiene el producto gastronómico dentro de la oferta turística del Municipio Maneiro.
- Estrategias FO: Conjuga el uso de las fortalezas para aprovechar la situación deseable en oportunidades.
- Estrategias FA: Pretende la optimización de las fortalezas que posee la gastronomía típica del municipio Maneiro para enfrentar las amenazas de entorno.

A continuación se presenta las estrategias DO, DA FO y FA, que arrojó el análisis DOFA.

Tabla N° 27
Análisis Dofa: Estrategias Alternativas

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p align="center"><i>Estrategias de promoción para mejorar el aprovechamiento de la gastronomía típica en la oferta turística del Municipio Maneiro</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Presencia de la gastronomía típica margariteña en los establecimientos de alimentos y bebidas en el Municipio Maneiro.</i> 2. <i>Gran diversidad de productos gastronómicos típicos (pescados, mariscos, moluscos).</i> 3. <i>Buena atención al cliente en los establecimientos de alimentos y bebidas.</i> 4. <i>Accesibilidad hacia los establecimientos de alimentos y bebidas.</i> 5. <i>Precios considerablemente accesibles.</i> 6. <i>Alta motivación de los comerciantes en vender sus productos.</i> 7. <i>Elevado potencial turístico en el municipio.</i> 8. <i>Presencia de establecimientos de gastronomía típica en la franja costera del municipio.</i> 9. <i>Afluencia de visitantes nacionales, agosto, diciembre, carnaval, semana santa.</i> 10. <i>Gran cantidad de establecimientos de alimentos y bebidas en el municipio Maneiro.</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Promoción basada en su mayoría en forma personal y poco apoyo publicitario.</i> 2. <i>Poca concurrencia de turistas internacionales en los establecimientos de alimentos y bebidas.</i> 3. <i>Poca promoción de la gastronomía típica margariteña.</i> 4. <i>Carencia de un organismo que supervise las actividades gastronómicas en el municipio.</i>

OPORTUNIDADES	FO	DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Posibilidad de realizar ferias gastronómicas en el municipio. 2. Posibilidad de resaltar la gastronomía típica en la oferta turística del municipio. 3. Interés de los turistas y visitantes en degustar y conocer la gastronomía típica margariteña. 4. Factibilidad de apoyo y acuerdos entre CORPOTUR y empresarios de alimentos y bebidas para resaltar la gastronomía típica. 5. Posibilidad de crear un ente que regule, administre, supervise y vigile que se ofrezca la gastronomía típica. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Concienciar a los dueños de los establecimientos de alimentos y bebidas para que resalte dentro del menú la gastronomía típica del municipio. 2. Establecer convenios entre CORPOTUR y empresarios de establecimientos de alimentos y bebidas en pro de fomentar la gastronomía típica en el municipio. 3. Impulsar las ferias gastronómicas con el apoyo de los entes públicos y privados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar políticas de promoción del producto gastronómico del municipio Maneiro. 2. Dotar al municipio Maneiro de señalización turística que permita la ubicación de establecimientos de alimentos y bebidas donde expendan la gastronomía típica. 3. Propiciar la acción gubernamental en pro de la promoción y conservación de la gastronomía típica como atractivo turístico.
AMENAZAS	FA	DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Deterioro de las instalaciones de alimentos y bebidas ubicadas en la franja costera. 2. Inadecuado aprovechamiento de la gastronomía típica como atractivo turístico. 3. Escasa promoción de la gastronomía típica margariteña dirigida al turista internacional. 4. Falta de atención de los propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas en promocionar la gastronomía típica como atractivo turístico. 5. Falta de concertación entre entes públicos, privados y los empresarios de los establecimientos de alimentos y bebidas para realizar ferias gastronómicas en pro de la actividad turística del municipio. 6. Poca incorporación de la gastronomía típica en los paquetes turísticos ofrecidos por la empresa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprometer e incorporar a los diferentes entes públicos y privados hacia el desarrollo de las actividades comerciales del producto gastronómico. 2. Diseñar programas de sensibilización turística gastronómica a las empresas prestadoras de servicios turísticos. 3. Diseñar políticas que permitan agrupar a los empresarios de alimentos y bebidas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar convenios con las agencias de viajes y operadores para que incluyan dentro de sus actividades, visitas a los establecimientos de alimentos y bebidas del municipio que ofrecen gastronomía típica. 2. Diseñar políticas de promoción dirigidas a la demanda nacional e internacional.

6.2.- Selección de estrategias promocionales para el aprovechamiento de la gastronomía típica como atractivo turístico

Las estrategias resultantes del análisis DOFA dan origen a una serie de estrategias para la promoción de la gastronomía típica del Municipio Maneiro; de allí se derivan las acciones que corresponden a cada una de las estrategias planteadas. A tales efectos, se hará la selección de las estrategias promocionales tomando en cuenta la dinámica turística en el Municipio.

Las estrategias de promoción que se formulan se presentan a continuación.

Tabla N° 28
Estrategias De Promoción

Estrategias	Acciones	Tácticas	Producto Esperado	Alcances	Responsables
- Promoción basada en la participación de eventos gastronómicos.	- Diseñar eventos gastronómicos para <u>promocionar</u> la gastronomía.	- Establecer contacto con empresarios de alimentos y bebidas, <u>Corpotur</u> , Alcaldía, para lograr la participación en ferias y exposiciones gastronómicas.	- Promoción de la gastronomía por eventos gastronómicos.	- Producto <u>gastronómico</u> promocionado a través de eventos gastronómicos.	<ul style="list-style-type: none"> •Empresarios de los establecimientos de alimentos y bebidas del municipio Maneiro. •Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (<u>Corpotur</u>). •Alcaldía •Comunicad •Fondo Mixto de Turismo.
- Elaborar una guía gastronómica que contemple las características generales del plato.	- Diseñar una guía gastronómica que describa cada uno de los platos típicos del Municipio.	- Elaborar una guía <u>gastronómica</u> considerando los aspectos generales presentes en cada plato y que contenga ilustraciones e imágenes referentes a los elementos que lo conforman.	- Guía gastronómica del Municipio Maneiro <u>reproducida</u> y a la disposición de los visitantes.	- Gastronomía típica promocionada.	<ul style="list-style-type: none"> •Empresas de alimentos y bebidas. •Alcaldía •Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (<u>Corpotur</u>). •Empresas patrocinantes.
- Estimular a los prestadores de servicios de los establecimientos de alimentos y bebidas a identificar la <u>gastronomía</u> típica en sus menús.	- Elaborar un modelo de menú donde se pueda identificar la <u>gastronomía</u> típica margariteña.	- Resaltar la <u>gastronomía</u> típica del menú.	- Identificación de la gastronomía típica en el menú.	- Gastronomía típica identificada en el menú.	<ul style="list-style-type: none"> •Prestadores de servicios de los establecimientos de alimentos y bebidas.
- Diseñar materiales informativos de la gastronomía típica del municipio Maneiro con la finalidad de resaltar los valores culturales de este Municipio.	- Diseñar un modelo de díptico o tríptico con contenido, estructura y formato para dar a conocer la gastronomía típica del Municipio.	- Incorporar información acerca de los platos típicos del municipio.	- Díptico y trípticos que promocionan la gastronomía típica.	- Gastronomía típica promocionada.	<ul style="list-style-type: none"> •Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta. •Alcaldía. •Propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas.

Estrategias	Acciones	Tácticas	Producto Esperado	Alcances	Responsables
<p>- Difundir y publicar información del producto gastronómico a través de la mezcla promocional.</p>	<p>- Utilizar la mezcla promocional, la publicidad, promoción de ventas a través de páginas promocionales ofrecidos a las empresas prestadoras de servicios donde se incluya conocer los atractivos del municipio, entre ellos la gastronomía, relaciones públicas; dar a conocer los eventos que se realizan en el Municipio Maneiro a través de agencias de viajes y turismo ubicados en los diferentes estados.</p> <p>- Promocionar la variedad del producto gastronómico, con el propósito de incentivar al turista nacional e internacional a conocer y degustar la gastronomía típica margariteña.</p> <p>- Organizar eventos para dar a conocer el producto gastronómico del municipio.</p> <p>- Elaborar un banco de imágenes del producto gastronómico.</p>	<p>- Diseñar trípticos, folletos, mapas, referentes al producto gastronómico.</p>	<p>- Medios de información que comercializan el producto gastronómico.</p> <p>- Banco de imágenes del producto gastronómico.</p>	<p>- Producto turístico gastronomía típica promocionado y comercializado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (Corpotur). • Alcaldía • Propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas.

Estrategias	Acciones	Tácticas	Producto Esperado	Alcances	Responsables
- Dar a conocer la gastronomía típica como atractivo turístico del Municipio	- Emplear los instrumentos <u>promocionales</u> , <u>dípticos</u> , <u>trípticos</u> , <u>folletos</u> para incentivar al turista nacional e internacional a visitar el municipio.	- Elaborar <u>folletos</u> , <u>mapas</u> , <u>trípticos</u> <u>alusivos</u> al producto gastronómico.	- Promoción adecuada del producto <u>gastronómico</u> a través de <u>medios</u> <u>promocionales</u> , producto turístico reconocido a nivel nacional e internacional.	- Municipio Maneiro reconocido por su gastronomía típica.	<ul style="list-style-type: none"> • Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (Corpotur). • Alcaldía de Municipio Maneiro.

Analizada la situación actual de la gastronomía típica margariteña en el municipio Maneiro y seleccionadas las estrategias de promoción a través del análisis DOFA con los instrumentos idóneos de promoción, se llegó a establecer las estrategias más acordes para promocionar la gastronomía típica margariteña e incentivar los flujos turísticos a conocer y degustar de la misma. Lo cual permitirá mantener corrientes turísticas en este destino, por ser un elemento de gran importancia en la oferta turística.

Además consideramos que se deben estrechar los vínculos entre comunidad, propietarios de establecimientos y organismos relacionados con la actividad turística para conservar y resaltar a través de la promoción la gastronomía típica margariteña, para lograr mantener su valor cultural.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPITULO VII

7.1.- Conclusiones

Después de haber realizado el estudio y cumplir con los objetivos señalados en el mismo se dan las siguientes conclusiones:

- Los platos gastronómicos típico margariteños que se ofrecen en los establecimientos de alimentos y bebidas del municipio Manero son: Hervido de pescado, fosforera, asopado de mariscos, pescado frito, pastel de chucho, filete de pescado.
- La dulcería y las bebidas típicas no son ofrecidas en los establecimientos de alimentos y bebidas.
- La gastronomía típica margariteña cuenta con gran variedad de platos e ingredientes.
- La gastronomía típica margariteña no es ofrecida como tal, es servida junto con otros ingredientes.
- La mayoría de los turistas que consumen gastronomía típica margariteña son turistas nacionales, y comunidad local.
- Del total de establecimientos el 10% utiliza el mecanismo de promoción.
- Del total de turistas encuestados el 89% eran turistas nacionales y el 11 % turistas internacionales.

- El 74% de los establecimientos de alimentos y bebidas del municipio Maneiro ofrecen gastronomía típica.
- El 64% de los turistas encuestados opinan que la gastronomía típica margariteña es excelente.
- La gastronomía típica está representada en los kioscos y restaurantes por los siguientes platos: pescado frito, pastel de chucho, hervido de pescado, mariscos.
- El 71 % de los turistas encuestados conocen la gastronomía típica por iniciativa propia.
- El 99% de los turistas encuestados consideran a la gastronomía típica margariteña como atractivo turístico por su variedad, sabor afrodisíaco y sí la recomendarían.
- Los propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas consideran que la gastronomía típica puede ser un atractivo importante por su variedad, gusto y refleja la idiosincrasia del pueblo Margariteño.
- Los establecimientos ubicados en la franja costera colocan los platos del día escrito en pizarras ubicadas en la parte externa del establecimiento.
- Los entes públicos relacionados con la actividad turística no promocionan la gastronomía típica margariteña.
- La mayoría de los restaurantes y kioscos ofrecen la gastronomía típica pero no es resaltada en los menús.
- Del estudio y análisis de los diferentes elementos presentes en la gastronomía

típica, y llevando a cabo la realización de la matriz DOFA y el enfoque de las estrategias alternativas se llegó a formular estrategias de promoción para la gastronomía típica del Municipio Maneiro: entre ellas están:

- Promoción basada en la participación de eventos gastronómicos.
- Elaborar una guía gastronómica que contemple las características generales del plato.
- Estimular a los prestadores de servicios de los establecimientos de alimentos y bebidas a identificar la gastronomía típica en sus menús.
- Diseñar material informativo de la gastronomía típica del municipio Maneiro con la finalidad de resaltar los valores culturales del municipio.
- Difundir y publicar información del producto gastronómico a través de la mezcla promocional.
- Dar a conocer la gastronomía típica como atractivo turístico del Municipio.

Las estrategias de promoción formuladas responden al análisis previo aunado a las potencialidades que tiene la gastronomía típica como aprovechamiento turístico del Municipio Maneiro.

7.2.- Recomendaciones

Es de interés dar posibles soluciones efectivas a las situaciones presentes en la investigación por lo cual se recomienda lo siguiente:

- Hacer convenio entre Corpotur, Alcaldía, para llevar a cabo estrategias de promoción propuesta en esta investigación.
- Incentivar a los propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas a ofertar como tal la gastronomía típica margariteña en el menú ofrecido.
- Ofertar en los establecimientos de alimentos y bebidas, dulces y bebidas como producto típico margariteño.
- Realizar ferias y exposiciones gastronómicas en el Municipio para resaltar la gastronomía típica.
- Ofrecer el producto gastronómico en los paquetes turísticos.
- Elaborar trípticos, folletos alusivos a la gastronomía típica del Municipio.
- Corpotur y Alcaldía deben actualizar inventario de los establecimientos de alimentos y bebidas del Municipio Maneiro.
- Incentivar a los propietarios a que resalten la gastronomía típica margariteña en el menú.
- Corpotur conjuntamente con el Restaurant Escuela deben crear cursos sobre la preparación de la Gastronomía Típica para conocer la correcta preparación de la

misma.

- Corpotur debe elaborar un plan de promoción que permita posicionar la imagen del Estado Nueva Esparta como un destino turístico gastronómico de excelencia que sirva de soporte a las operaciones de venta que desarrollan los prestadores de servicios del destino en los diferentes mercados, tomando en cuenta las estrategias de promoción propuestas en esta investigación.

- La UDO conjuntamente con la Escuela de Hotelería y Turismo debe organizar encuentros gastronómicos típicos y otorgar certificados a los participantes.

BIBLIOGRAFÍA

ACERENZA, Miguel A. (1991). Administración del Turismo. Conceptualización y Organización. Editorial Trillas. México.

ALFONZO, D. (2003). Propuesta de un Programa de Promoción Turística para Incorporar la Gastronomía Típica Margariteña a la Oferta Turística del Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta. Tesis de Grado para optar al Título de Licenciado en Turismo. Universidad de Oriente Núcleo de Nueva Esparta. Escuela de Hotelería y Turismo.

ARIAS, F. (1997). El Proyecto de Investigación. (2da. Edición), Caracas. Editorial Episteme.

Atlas de Tradiciones Venezolanas (1995). Fundación Bigott. El Nacional.

BALESTRINI, M. (1998). Cómo se elabora el Proyecto de Investigación. Caracas, Venezuela. Editorial BL Consultores.

BERNAL y Domínguez (2002). "La Herencia Olvidada". Gastronomía. Revista Digital N° 3. Centro de Investigaciones y Estudios en Turismo. Buenos Aires, Argentina.

Brainstorming o Lluvia de Ideas (2005). (online) disponible en www.leniotec.com/brainstorming.htm. (consulta 24 de octubre, 2007)

BOULLÓN, R (1986). Planificación del Espacio Turístico. México. Editorial Trillas.

CAMPOS R, R (2005). Programa de Promoción Turística para el Municipio Arismendi del Estado Nueva Esparta. Trabajo de Grado Modalidad Investigación.

CARDENAS F. (1991). Conceptualización del Turismo. Determinación y Analisis del Mercado. México. Editorial Trillas.

CARTAY R. Aposamaciones a la Historia de la Gastronomía Andina. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales. Universidad de Los Andes. Venezuela.

CERTO, S. y J.P. Peter (1996). Dirección Estratégica. (3era Edición). Madrid IRWIN.

CORPOTUR (2003). Plan Operativo Anual 2002. Gerencia de Planificación y Desarrollo. Los Robles, Nueva Esparta. Unidad de Investigaciones Turísticas.

CORPORACIÓN DE TURISMO DEL ESTADO NUEVA ESPARTA (CORPOTUR, 2004). Coordinación de Investigaciones Turísticas.

DA COSTA, J. (1993). Diccionario de Turismo y Hotelería. Venezuela. Editorial Panapo.

El Chef en Casa (1998). Fundamento de Nutrición y Etiqueta. Volumen 1. Zamora Editores. LIDA Colombia.

ENCICLOPEDIA SALVAT (1973).

GÓMEZ, A. (1991). Historia y Antología de la Cocina Margariteña. Editores Armitano.

GURRIA DE BELLA, M. (1991) Introducción al Turismo. Editorial Trillas. México, México.

HERNÁNDEZ y Otros (1998). Metodología de la Investigación. (2da. Edición) Editorial Trillas. México.

JIMÉNEZ, M. (1992). Diagnóstico de la Gastronomía Típica como Atractivo Turístico de Puerto La Cruz. Tesis de Grado para optar el Título de Licenciado en Turismo, Universidad de Oriente, Núcleo de Nueva Esparta. Escuela de Hotelería y Turismo.

KOTLER, P. (1993). Fundamentos de Mercadotecnia. 7ma. Edición. Editorial Prentice Hall. Hispanoamericana.

LAROUSSE (1992) (25ª Edición) Editorial Larousse. México.

LARREA, J. (1992). Guía Gastronómica de Venezuela. Caracas, Venezuela.

Margarita On Line (2002). <http://www.margaritaonline.com> [consulta2003, Junio 25].

McInstosh, R. y Otros. (1999). Turismo. Planeación v Perspectivas. (2da. Edición). México. Editorial Trillas.

McInstosh & Geoldner, C. (1990). Principales Prácticas del Turismo. Philosophies. Wely & Sons. Nueva York

MINISTERIO DEL AMBIENTE Y LOS RECURSOS NATURALES RENOVABLES (1994). Atlas del Estado Nueva Esparta. Margarita. Venezuela.

MORALES, R. (2001). Gastronomía Típica Margariteña como Atractivo Turístico del Municipio Antolín del Campo. Estado Nueva Esparta. Tesis de Grado para optar al Título de Licenciado en Turismo. Universidad de Oriente, Núcleo de Nueva Esparta. Escuela de Hotelería y Turismo.

MILIO, I. y otros (2000). Comercialización de Productos y Servicios Turísticos. Ediciones Paraninfo.

MILLAN, R. (1998). La Tradición de Semana Santa en la Asunción. Municipio Arismendi como Elemento de la Oferta Turística del Estado Nueva Esparta. Trabajo de grado para optar el Título de Licenciado en Trismo. Universidad de Oriente, Núcleo Nueva Esparta, Escuela de Hotelería y Turismo.

RAMÍREZ, R. en línea (2003). Venezuela. Conciencia. Turismo y Desarrollo. [página web en línea] [http://www.venezuelatuya.com/articulos /turismo0 05.htm](http://www.venezuelatuya.com/articulos/turismo05.htm).

SALLENAVE, J. P. (1990). Gerencia y Planeación Estratégica. México. Editorial Norma.

SCHÜTER, R. (2003) Gastronomía de las Regiones Pampeanas. Revista Digital N° 3. Centro de Investigaciones y Estudios en Turismo. Buenos Aires, Argentina.

SERNA, Gómez H. (1997). Gerencia estratégica: Planeación y Gestión. (7ma. Edición). Santa Fé de Bogotá: Global Ediciones.

TARRES, C. (1999) Alimentación y Cultura. Actas del Congreso Internacional 1998. Museo Nacional de Antropología. Volumen 1.

TORRUCO, M. (1987). Servicios Turísticos. Editorial Diana. México.

UNESCO (1996). Turismo Cultural en América Latina y el Caribe.

WIKIPEDIA FOUNDATION INC. (2007)

ZACARIAS, C. (2003). Turismo y Gastronomía. La Gastronomía Típica Margariteña como atractivo diversificada de la Oferta Turística del Municipio Gómez. Trabajo de Grado para optar al Título de Licenciado en Turismo. Universidad de Oriente. Núcleo de Nueva Esparta, Escuela de Hotelería y Turismo.



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
GUATAMARE

ANEXOS

ANEXO 1

Instrumento (entrevista estructurada), para aplicarla a los empresarios de alimentos y bebidas ubicados en el Municipio Maneiro para determinar la importancia de la Gastronomía Típica Margariteña.

1. Denominación del Establecimiento: _____
2. Tipo de Establecimiento: _____
3. Ubicación: _____
4. Capacidad: _____
5. Horario: _____
6. Medio de Acceso: _____
7. Incluye la comida típica margariteña en el menú

Si ____

No ____

8. De la gastronomía típica margariteña cuáles son los platos que se ofrecen:

9. Cree usted que la gastronomía típica margariteña es resaltada en el menú

Si ____ No ____

10. Cuál es el número de platos típicos

11. De los platos típicos ofrecidos cuáles productos tiene mayor demanda.

Pescados ____ Aves ____ Mariscos

Carnes Rojas ____ Otros ____ Especifique: ____

12. Incluye las bebidas típicas margariteñas en el menú

Si ____ No ____

13. De las bebidas típicas margariteñas cuáles se ofrecen:

14. Incluye dulces típicos margariteños en el menú?

Si ____ No ____

15. De los dulces típicos margariteños cuáles ofrecen:

16. La gastronomía típica margariteña es solicitada por los turistas

Si ____ No ____

17. Promociona usted la gastronomía típica margariteña

Si ____ No ____

18. De ser afirmativa su respuesta que tipo de promoción es utilizada especifique:

19. Qué importancia le merece a usted la gastronomía típica margariteña como atractivo turístico.

20. ¿Considera usted que la gastronomía típica margariteña puede ser incluida como atractivo turístico en su establecimiento?



UNWERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
GUATAMARE

ANEXO 2

Instrumento (encuesta mixta), para ser aplicado a los turistas y visitantes de los restaurantes ubicados en el Municipio Maneiro con el fin de medir su opinión respecto a la Gastronomía Típica Margariteña como atractivo turístico.

1. Es usted turista

Si ____ No ____

2. Es usted residente de este municipio o de otra localidad

Si ____ No ____

3. Cuál. fue el motivo de visita al Municipio Maneiro

4.

Playas _____ Familiares _____ Sitios Históricos

Amigos _____ Recreación _ _____ Gastronomía

Otros _____ Especifique: _____

5. Usted visita este Restaurante para:

Consumir Gastronomía Típica Margariteña _____

Consumir otro tipo de gastronomía _____

Otro motivo _____

6. Se le brinda la gastronomía típica margariteña en el menú de este restaurante

Si _____ No _____

7. De los siguientes productos que se ofrecen en el restaurante o se podrían ofrecer en la isla ¿Cuál le gusta más?

Pescados _____ Dulces _____ Carnes Rojas _____

Mariscos _____ Aves _____ Bebidas _____

8.Cuál. es su opinión de la gastronomía típica margariteña.

Excelente _____ Buena _____ Regular _____ Mala _____

8. En su opinión. existe variedad en la gastronomía típica margariteña

Si _____ No _____

9. Cree usted que se le da promoción a la gastronomía típica margariteña?

Si _____ No _____

10. De ser afirmativa su respuesta seleccione el medio por el cual se le promoci.ona

Folletos _____ Periódicos _____ Amigos _____

Familiares _____ Televisión _____ Radio _____

Prensa _____ Agencia de Viajes _____ Internet _____

Trípticos _____ Iniciativa Propia _____

11. Cree usted que la gastronomía típica margariteña es un atractivo ¿Por qué?

12. Recomendaría usted la gastronomía típica margariteña como atractivo turístico

Si ____ No ____



UNWERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
GUATAMARE

ANEXO 3

Instrumento (entrevista estructurada), para ser aplicado a los representantes de los organismos relacionados directamente con la Gastronomía Típica Margariteña, con el propósito de conocer su opinión sobre el tema.

Día _____ Fecha _____ Hora _____

Nombre: _____

Cargo Desempeñado: _____

Interrogantes:

1. Conoce usted los elementos que caracterizan la Gastronomía Típica Margariteña?

Si ____ No ____

2. De ser afirmativa su respuesta mencione cuáles son:

3. Conoce usted la dulcería típica Margariteña?

Si ____ No ____

4. De ser afirmativa su respuesta diga algunos elementos que las caracterizan

5. Conoce usted las bebidas típicas Margariteña?

Si ____ No ____

6. De ser afirmativa su respuesta ejemplifique alguna de ellas

7. Considera usted que la gastronomía típica margariteña puede ser incluida como atractivo turístico. Explique.

8. Considera usted que se está promocionando actualmente la Gastronomía Típica Margariteña?

Si ____ No ____

9. De ser afirmativa su respuesta diga de que manera se está haciendo?

10. Qué aporte daría usted como organismo involucrado en la actividad turística. para resaltar la Gastronomía Típica Margariteña?

1.

ANEXO 4
Gastronomía Típica Margariteña



Pescado Frito



Hervido de Pescado

2.



Paella de Mariscos



**Presentación de la Gastronomía
Típica Margariteña**

3.



Bar Restaurant Trimar

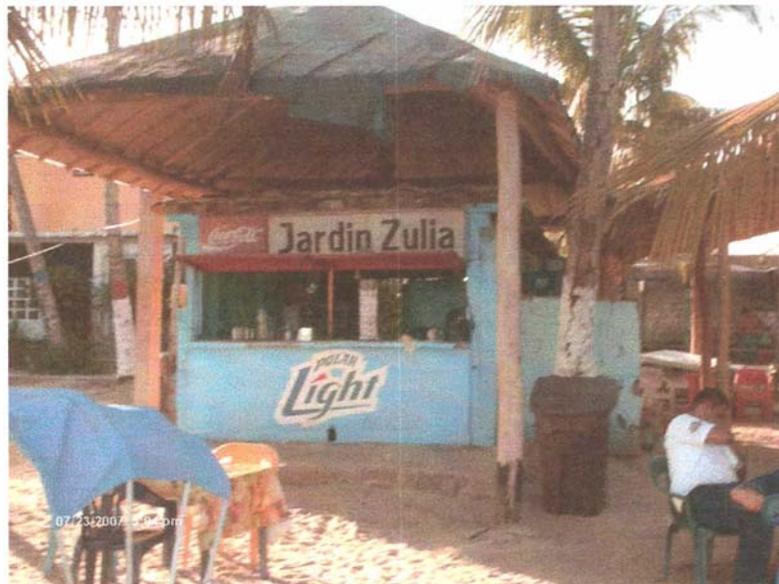


Restaurant El Fondeadero

3.



Restaurant Mi Pueblito



Kiosco Restaurant Jardín Zulia

Nombre de archivo: Br. Guerra Y. Paz C.
Directorio: C:\Documents and Settings\UDO\Mis documentos\Tesis
Juan Carlos
Plantilla: C:\Documents and Settings\UDO\Datos de
programa\Microsoft\Plantillas\Normal.dot
Título: UNIVERSIDAD DE ORIENTE
Asunto:
Autor: Bj
Palabras clave:
Comentarios:
Fecha de creación: 01/04/2008 16:16:00
Cambio número: 27
Guardado el: 02/04/2008 17:01:00
Guardado por: UDO
Tiempo de edición: 478 minutos
Impreso el: 02/04/2008 17:03:00
Última impresión completa
Número de páginas: 156
Número de palabras: 19.296 (aprox.)
Número de caracteres: 104.588 (aprox.)