



Universidad De Oriente
Núcleo de Nueva Esparta
Escuela de Hotelería y Turismo
Departamento de Servicios Turístico

Aspectos organizacionales, protocolares y de comunicación de marketing
de la Segunda Cena de la Cordialidad en el marco de la V Edición de
Margarita Gastronómica año 2016

Trabajo de Grado Modalidad Cursos Especiales de Grado presentado como
requisito parcial para optar al título de Licenciado en Hotelería

Autores:

Gabriel Arturo Hernández Rodríguez
Elimar Del Valle López Visbal
Oriana María Edilia Rodríguez Depablos

Guatamare Febrero, del 2017



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO
MODALIDAD CURSOS ESPECIALES**

TGLHCEG-19-2017

Núcleo: Nueva Esparta
Escuela: Hotelería y Turismo
Departamento: Servicios Turísticos
Período: II-2016

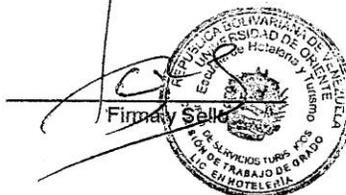
PERIODO	CÓDIGO	SEMINARIO	NOTA	PROFESOR
II-2016	203-5103	Ceremonial y Protocolo	10	Lcda. Soniuska Valerio
II-2016	203-5203	Organización de Eventos	10	Lcda. Cristina Marcano
II-2016	203-5303	Gestión de Marketing de Eventos	10	Lcda. Cruz Jiménez

Los profesores de los cursos especiales de grado del área de **GESTIÓN DE EVENTOS**, reunidos el día 23 de febrero de 2017, visto el rendimiento obtenido en los seminarios y aceptados los informes escritos y exposiciones respectivas, presentadas por (el) (la) bachiller: **GABRIEL ARTURO HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ**, Cédula de identidad N° 23.770.298, como requisito parcial para optar al título de LICENCIADO EN HOTELERÍA.

En concordancia con el Artículo 53 del Reglamento de Trabajo de Grado de Pregrado de la Universidad de Oriente, se levanta la presente acta. Los miembros del jurado han acordado el siguiente veredicto:

NOMBRE DE LOS PROFESORES	CÉDULA	FIRMA
Lcda. Soniuska Valerio	10.936.711	
Lcda. Cristina Marcano	10.199.696	
Lcda. Cruz Jiménez	4.647.520	

Lcdo. Crisógono Romero
Coordinador Comisión de Trabajo de Grado





UNIVERSIDAD DE ORIENTE
COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO
MODALIDAD CURSOS ESPECIALES

TGLHCEG-20-2017

Núcleo: Nueva Esparta
Escuela: Hotelería y Turismo
Departamento: Servicios Turísticos
Período: II-2016

PERIODO	CÓDIGO	SEMINARIO	NOTA	PROFESOR
II-2016	203-5103	Ceremonial y Protocolo	10	Lcda. Soniuska Valerio
II-2016	203-5203	Organización de Eventos	10	Lcda. Cristina Marcano
II-2016	203-5303	Gestión de Marketing de Eventos	10	Lcda. Cruz Jiménez

Los profesores de los cursos especiales de grado del área de **GESTIÓN DE EVENTOS**, reunidos el día 23 de febrero de 2017, visto el rendimiento obtenido en los seminarios y aceptados los informes escritos y exposiciones respectivas, presentadas por (el) (la) bachiller: **ELIMAR DEL VALLE LÓPEZ VISBAL**, Cédula de identidad N° **20.534.767**, como requisito parcial para optar al título de **LICENCIADO EN HOTELERÍA**.

En concordancia con el Artículo 53 del Reglamento de Trabajo de Grado de Pregrado de la Universidad de Oriente, se levanta la presente acta. Los miembros del jurado han acordado el siguiente veredicto: Aprobado

NOMBRE DE LOS PROFESORES	CÉDULA	FIRMA
Lcda. Soniuska Valerio	10.936.711	
Lcda. Cristina Marcano	10.199.696	
Lcda. Cruz Jiménez	4.647.520	

Lcdo. Crisógono Romero
Coordinador Comisión de Trabajo de Grado

Firma y Sello





**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO
MODALIDAD CURSOS ESPECIALES**

TGLHCEG-21-2017

Núcleo: Nueva Esparta
Escuela: Hotelería y Turismo
Departamento: Servicios Turísticos
Período: II-2016

PERIODO	CÓDIGO	SEMINARIO	NOTA	PROFESOR
II-2016	203-5103	Ceremonial y Protocolo	10	Lcda. Soniuska Valerio
II-2016	203-5203	Organización de Eventos	10	Lcda. Cristina Marcano
II-2016	203-5303	Gestión de Marketing de Eventos	10	Lcda. Cruz Jiménez

Los profesores de los cursos especiales de grado del área de **GESTIÓN DE EVENTOS**, reunidos el día 23 de febrero de 2017, visto el rendimiento obtenido en los seminarios y aceptados los informes escritos y exposiciones respectivas, presentadas por (el) (la) bachiller: **ORIANA MARÍA EDILIA RODRÍGUEZ DEPABLOS**, Cédula de identidad N° **24.355.045**, como requisito parcial para optar al título de **LICENCIADO EN HOTELERÍA**.

En concordancia con el Artículo 53 del Reglamento de Trabajo de Grado de Pregrado de la Universidad de Oriente, se levanta la presente acta. Los miembros del jurado han acordado el siguiente veredicto: *Aprobado*

NOMBRE DE LOS PROFESORES	CÉDULA	FIRMA
Lcda. Soniuska Valerio	10.936.711	
Lcda. Cristina Marcano	10.199.696	
Lcda. Cruz Jiménez	4.647.520	

Lcdo. Crisógono Romero
Coordinador Comisión de Trabajo de Grado

Firma y Sello:



DEDICATORIA

Este trabajo de grado el resultado de la disciplina, constancia y dedicación al proponerme alcanzar una meta, un propósito, una razón de ser, no sólo por parte de mi persona, sino también de quienes mi inspiraron, por ello, dedico este logro a:

A Dios, sin el no estaría aquí escribiendo estas palabras.

A mis padres, quienes gracias a su apoyo y dedicación, he alcanzado esta meta, este logro no sólo es mío, es de ustedes, gracias.

A mis familiares y amigos, que sirva de inspiración, porque cuando uno como persona hace lo que le apasiona, no hay obstáculo que impida, ni piedras en el camino, que obstaculicen una consecución, porque cuando se realiza algo con cariño, disciplina, perseverancia y con el corazón en la mano, nada es imposible.

A tí abuela Maximina, este logro no es posible sin lo que significaron tus palabras y consejos para mí, siempre me dijiste, que fuese alguien en la vida, y hoy gracias a tí, soy ese alguien, por eso desde mi alma te dedico este logro.

Querer y poder, siempre fueron palabras majestuosas para mí, que este logro me sirva de inspiración, para seguir creciendo cada día como ser humano, como alguien que tiene un propósito en esta vida, y como alguien que tiene un largo camino por recorrer, y nuevas metas por emprender, en el camino, en la vida, de la mano de dios y de mi auto motivación que me impulsa cada día exigirme más para lograr y alcanzar lo que me proponga, porque un logro no es vano, cuando se alcanza con el corazón.

Gabriel Hernández

DEDICATORIA

A mis padres Ludis Visbal, Eleazar López, Esteban Rusiñol por impartirme valores que me han formado y convertido en el ser humano que soy.

A mi esposo, en el cual me quiero reflejar, pues su preparación y lo excelente profesional que es, me llevan a admirarlo cada día más.

Elimar López Visbal

DEDICATORIA

Este trabajo que con tanto cariño y dedicación hemos realizado se lo dedico a mi Papá siendo el principal responsable de que hoy esté donde esté, escribiendo estas palabras, aunque no puedas verlo, mi ser me dice que lo sabes, y que desde el cielo lo has visto todo, y has estado y seguirás en cada paso, Amén.

A mi Mami que tanta dedicación le ha puesto a la vida y a lo que le gusta, esto es para usted Mamá aunque siempre diga que es lo único que me va a dejar, todo ha sido por usted y para poder pararme de cabeza.

A toda mi familia que en el trayecto me dio su apoyo y que están felices de ver en lo que me he convertido les dedico este trabajo, donde se reflejan 6 años de esfuerzo diario llenos de altos y bajos pero que me enseñaron de lo que estamos hechos.

A mi gran amigo Luis Eduardo García, por obligarme a madurar, por tu admiración, por tu entrega la que viví como nadie...te dedico con todo el amor que siempre te voy a tener, en esta parte de mi historia, te reconozco públicamente tu trabajo y esfuerzo diario, te agradezco por cada momento vivido, siempre permanecerán en mi, desde donde estés quiero que estés feliz.

A mi misma que con la fuerza que todos me regalaron continué, mejoré, soñé más y mejor, y llegó el día.

Oriana Rodriguez

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por concederme la oportunidad de vivir un nuevo día, y brindarme salud y sabiduría para continuar alcanzando mis metas.

A la Virgen del Valle y Virgen de Chiquinquirá, por cubrirme con su manto y brindarme protección en todo momento.

A mis Padres María Del Valle Y Neudys Arturo, por regalarme la vida, por su apoyo y protección, palabras de consuelo y paciencia en todo momento.

A Mis Hermanos Neumary, Neudys y Arturo, por estar presente en mi vida y aunque no siempre lo diga, significan mucho para mí.

A mis Abuelas Maximina y Noemi, por protegerme desde el cielo e incentivarne a seguir cumpliendo mis metas a pesar de las adversidades.

Al resto de mis familiares Rodriguez, Hernández y Salazar por estar presente en mi vida diaria y por su apoyo incondicional.

A Tía María, por ser tan protectora y justa, por sus sabias palabras y atención.

A mi prima Suhail Marval, gracias por ser tan especial, por tus consejos y apoyo en cada meta que me planteo.

A la segunda hermana que me regalo la vida, Ana Rodriguez (tina), gracias prima por formar parte de mi vida, por tu apoyo ,estar siempre ahí para mi, en los buenos y malos momentos, nunca dudes que estaré cuando me necesites.

A Ana Gruber, mi segunda madre, gracias madre por tu amor y cariño.

A mis primos por estar siempre cada vez que los necesito, en especial tú Mayerlin Rodriguez

A mis tíos; Yoleida, Yorimar, Leurys, Arquímedes, Henry, Yura, Yulenitza, gracias por estar tan pendientes de mis estudios, por su motivación y palabras de aliento.

A Jessica, Edgardo, Eduviges y Eglix, por ser tan especiales y por su apoyo en cada momento de mi vida.

A mis compañeros de clases y amigos, gracias por tan gratos momentos compartidos, esta meta también es un logro de ustedes, ya que contribuyeron esta etapa de mi vida.

A mi Amiga y Compañera Oriana Rodriguez, este es nuestro logro, gracias Ori, por ser mí pilar de apoyo durante este largo viaje, gracias por tan gratos momentos, siempre estaré ahí, cuando necesites una palabra de aliento, consuelo y un abrazo.

A mi segunda casa la Universidad de Oriente, por abrirme tus puertas y ayudarme a crecer no solo profesionalmente, sino también como ser humano.

A mis Profesores; Indira, Maryorie, Fabio, Milagros, María Alejandra Anés, quienes me forjaron como profesional y persona.

Al resto de mis profesores, por contribuir en mi desarrollo y crecimiento académico, profesional y humano.

A mis compañeras, Oriana Rodriguez y Elimar López, esta tesis es el resultado, de nuestra constancia, dedicación, disciplina y paciencia.

A mis profesoras y Tutoras Soniuska Valerio, Cruz Jiménez y Cristina Larez, gracias por sus sabios consejos, exigencia y motivación constante, además de brindarme sus conocimientos que contribuyeron en la última etapa de mi desarrollo académico.

Al Sr. Arquitecto y gastrónomo Fernando Escorcía por regalarnos parte de su tiempo, y proporcionarnos la información requerida que contribuyó al desarrollo de esta investigación.

Por último a mi persona, por ser tan dedicado y disciplinado con las cosas que me apasionan, por mi incansable motivación, por demostrarme que no hay nada imposible, cuando algo se anhela, esta tesis es una de las muchas metas que me he propuesto, y muchas otras que me faltan alcanzar, y que sin duda alguna conseguiré.

Gabriel Hernández

AGRADECIMIENTOS

A Dios ante todo por permitirme la existencia en este mundo tan hermoso y darme la dicha de llegar a esta meta con vida y salud.
Amen

A mis padres Ludis Visbal, Eleazar López y Esteban Rusiñol, por criarme siempre con valores y enseñarme que lo más importante en la vida es la educación y el respeto hacia los demás.

A mi esposo, quien se ha convertido en mi maestro, mi guía, mi amigo, mi cómplice. La vida no me alcanzará para agradecerle todas las cosas excepcionales que ha hecho por mí.

A mis compañeros Gabriel Hernández y Oriana Rodríguez por formar parte de esta meta y lograrlo juntos hasta el final.

A las súper profesoras Soniuska Valerio, Cruz Jiménez y Cristina Marcano por su paciencia y guiatura en este proyecto.

Elimar López Visbal

AGRADECIMIENTOS

Por este día, por esta meta, por este sueño; primeramente gracias a Dios que me ha dado salud y fortaleza para continuar cada día hasta lograrlo, hasta hacer realidad lo planteado Papá, por creer en mí cuando ni yo misma lo hacía y por deberte la vida gracias totales.

A todo lo que tengo, al motivo de seguir aun cuando creía no poder, gracias Mami hermosa, por tus consejos, por dejarme soñar, por dejarme volar y esto costarnos tanto, por enseñarme, por amarme, por apoyarme hasta el final creyendo en lo que creo, por ponerme siempre a mi ante cualquier circunstancia, por ser mi Mamá ¡gracias!.

A mí misma, por centrarme y sacar ganas de todos lados para continuar, por enfocarme en lo bonito de la vida, por soñar tanto, por haber llegado a la meta más esperada.

A mi Nonita Blanca, por su paciencia de Nona, por su amor de Nona, por la comida de Nona, por el heladito brindado, por esos desvelos que eran más ronquidos, por darme la dicha de disfrutarte y quererte tanto aunque no pueda tenerte hoy gracias, ciertamente si estoy “a tras mano”.

A mi familia, la más hermosa que ha existido, mis tías Maday, Jamali y Blanca que aunque con mucho trabajo propio logre que creyeran en mi, hoy les doy gracias por todos los regaños, las exigencias, la educación, el respeto y el amor. A mi tío Freddy que se ha entregado tanto a esta familia, siendo un Papá más para cada una de nosotras, tíos

Rodolfito, Luis y mi tía Eliana por ser parte esencial de la maravillosa familia que juntos formamos, porque si, como esta no hay dos.

A mi sixpack, mis primas, Daniela, María E, Sofía y Valentina por ser junto al resto la raíz de mi árbol, mi motor de vida, quienes han hecho de mi lo que soy y lo que a partir de hoy seré en la vida y para la vida. A mi hermana Andrea, por escuchar todos mis sueños, mis locuras, por regalarme una niñez e infancia completa, por estar cuando más me faltó el aliento, por acompañarme en mi dolor, por estar en cada momento bueno y malo gracias mi Andru, sobre todo por hoy en día junto a mi compadre Edixson por hacerme tía y madrina, por esa alegría con nombre, Antonella gracias también, a mi sobrina Isabel Lucia por sacarme las mejores risas y hacerme niña otra vez, gracias tesoro.

A el amor de mi vida, Julio Cesar García Tovar... gracias mi gordo por acompañarme y ser parte de mi camino, por ese abrazo que me reconstruye el alma y la vida cada vez que nos vemos de nuevo, gracias por ser parte de mi crecimiento cada día, por tu amor incondicional, por darme compañía, la historia más bonita y estar en cada sueño cumplido, y los que nos faltan.

A mi amiga la de siempre, la de Caracas que ahora está en Tilburg Kate gracias, por estar en la etapa más difícil, cuando quería y cuando empecé, por seguir aun en la distancia, ¡gracias!.

A mi amiga Naty, gracias por ser esa otra guerrera de 17 años que compartió el muy difícil inicio, por de igual forma ser parte de la evolución que hoy en día puedo decir que tenemos, por ser mi hombro literal, cuando sentí que todo estaba perdido, por hacerme ordenada.

A la Sra. Nélida y Sra. Nohemí, por la paciencia, por darme ese techo que me permitió lograr tanto, por abrirme cuando una vez más salía sin llaves, y por también ser partes de este crecimiento del cual tanto me enorgullezco.

A mi amigo y compañero Gabriel, por ser mi bastón durante toda la carrera universitaria, por escucharme cada cuento, por entender mis sueños, por darme palabras de ánimo de que si, de que ya llegábamos, por tu exigencia y disposición.

Al ICTC por ser también mi casa de estudio y permitirme formarme como oficiante de la pasión más bonita.

A la Sra. Isabel Alva por ser mi tutora en la tesis para ser cocinera, por todo su apoyo y colaboración mil gracias, mejor tarde que nunca.

A mis amigos del alma, Luis Eduardo y Laura, a ustedes un millón por aguantarme, a ti Luis, a ti, que me cuesta tanto saber que no podrás leer esto, que me admirabas tanto, que me peleabas, a ti que me enseñaste, que me veías tan irrompible y me destrozaste una vez más, a ti por recordarme cada día donde estaba parada, gracias. A Lалу, llegó el día, aquí estoy en mi apartamento poniéndote en los agradecimientos de mi tesis, ya eso es demasiado amiga, gracias por estar en cada caída, por las risas que tanto bien me hacían, y en lo laboral debo también agradecerte por decirme que si era capaz, tu como nadie sabe lo que esto significa para mí, porque como tu nadie ha vivido lo difícil y lo mejor de este camino, tu como nadie me conoce, como nadie me entiende, como nadie comparte las cosas que más amo incluyendo el amor más bonito, la cocina, por esto y lo que falta gracias mejor amiga.

A mi grupo de CEG, Elimar y Gabriel por ser tan buen equipo, y compenetrarnos, entendiéndonos como humanos, y sobre todo por apoyar lo que tanto me apasiona y hacerlo de ustedes.

A todo mi equipo de Juana La Loca, los que empezamos, los que me hicieron, los que se cruzaron en el camino y me dieron lo mejor de cada uno y lo hicieron real, Marco, Yefer mi superteam siempre los recordaré de esa forma, gracias por darme parte de los momentos más brutales de mi vida, por ese camión que le poníamos a diario, y por regalarme esta bonita amistad que nos quedó, ¡gracias!, a los que continúan dejando el corazón, a el lugar al que le entregue dos años de mi amor, mi pasión, el lugar que considero fue mi escuela dejándome maravillosas amistades y muchos conocimientos para la vida y para el ámbito laboral.

A Orianita por ser mi compañera de Diplomado e incentivarme a lograr una meta más, a Leo por ser un soporte para esta guerrera que todo lo sueña, y porque juntos aportan siempre su grano de arena para ayudarme, los quiero chicos son geniales, siempre estaré agradecida.

A todos mis profesores de la carrera Lic. Hotelería, que con mucho cariño y hoy en día sacrificio, compartieron sus conocimientos y nos dieron la exigencia necesaria para hoy finalizar la carrera, muy especialmente a la Profa. Cruz Jiménez por el lado humano que no todos están dispuestos a mostrar, hasta para darme la “cola” (trasladarme a algún lugar), llegaba en los mejores y precisos momentos, para explicarme mejor, y de nuevo gracias Dios.

A la Profa. Soniuska por la pasión que le pone a su profesión, que yo hoy como profesional puedo entender, por regalarnos el entusiasmo que impulsa a aprender.

Al Sr. Fernando Escorcía Arq, Gastrónomo y locutor apasionado por una Isla que todo lo puede para construir el País del mañana, por recibirnos con esa amabilidad y brindarnos la información pertinente a este trabajo.

A mi casa de estudio, la Universidad de Oriente por recibirme con las mejores energías y permitirme formarme académicamente aquí.

A la Isla de Margarita que me acogió como mi 2do hogar, por permitirme ver lo bonito de lo simple y hacer de tantos sueños una realidad.

Oriana Rodríguez

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTOS.....	VIII
ÍNDICE GENERAL	XVII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XXI
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XXII
RESUMEN.....	XXVI
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I. ASPECTOS TEÓRICOS GENERALES	4
1.1 Gestión de eventos.....	4
1.2 Eventos.....	5
1.3 Tipos de eventos	7
Según su campo de acción	7
Según su denominación	7
Según su financiamiento	8
Ferias y exposiciones.....	9
Conferencia y convenios	9
Almuerzos de trabajo.....	9
Desayunos de trabajo.....	10
Cenas de trabajo	10
Espectáculos	10
1.4 Etapas de un evento.....	10
Programación (pre-evento).....	11
Realización (evento).....	14
Finalización (post evento).....	15
1.5 Criterios y elementos protocolares aplicados en la gestión de eventos.....	16
Criterios protocolares aplicados en la gestión de un evento	16

La precedencia.....	17
Línea protocolar	17
Maestro de ceremonia.....	18
La puntualidad.....	18
De las invitaciones	19
Elementos protocolares aplicados en la gestión de eventos.....	19
Indumentaria o vestimenta	20
El vocativo.....	20
Recepción de los invitados	21
Montaje del salón	21
Planos protocolares.....	21
Seguridad.....	22
1.6 Estrategias de marketing para eventos.....	22
Publicidad.....	23
Promoción	24
Relaciones públicas	24
Marketing directo.....	25
Relación con los medios de comunicación	25
Mercado meta	26
CAPÍTULO II. CENA.....	28
2.1 Conceptualización del término cena	28
2.2 Origen.....	29
2.3 Tipos de cena	30
Cena informal	30
Cena formal	30
2.4 Planeación del menú	30
2.5 Servicio de mesa	32
2.6 Tipos de servicio.....	32
Servicio a la francesa	32

Servicio a la inglesa.....	33
Servicio a la rusa	33
Servicio de emplatado directo.....	34
2.7 Comportamiento del comensal	34
2.8 Distribución de los invitados.....	35
2.8.1 Sistema Inglés	35
2.8.2 Sistema Francés.....	36
2.9 Montaje mesa formal	37
2.10 Conceptualización del término cordialidad	39
CAPÍTULO III. CENAS DE LA CORDIALIDAD	41
3.1 Asociación Margarita Gastronómica	41
3.2 Misión	41
3.3 Visión.....	41
3.4 Objetivos estratégicos.....	41
3.5 Objetivos prácticos	42
3.6 Origen del constructo “Cenas de la Cordialidad”	42
3.7 Cenas de la cordialidad	44
3.8 Origen.....	44
3.9 Objetivo principal de las Cenas de la Cordialidad	45
3.10 Propósitos de las Cenas de la Cordialidad.....	45
3.11 Visión de las Cenas de Cordialidad	45
3.12 Ideología de las cenas de la cordialidad	45
3.13 Destino de los fondos	46
3.14 Perfil del comensal.....	46
3.15 Trayectoria de las cenas	47
CAPITULO IV. ASPECTOS ORGANIZACIONALES, PROTOCOLARES Y DE COMUNICACIÓN DE MARKETING DE LA SEGUNDA CENA DE LA CORDIALIDAD, CELEBRADA EN EL RESTAURANT	

GUILLERMINA, EN EL MARCO DE LA V EDICIÓN DE MARGARITA GASTRONÓMICA, AÑO 2016.....	60
4.1 Aspectos organizacionales llevados a cabo en la segunda Cena de la Cordialidad realizada en el restaurant Guillermina, en el marco de la quinta edición de Margarita Gastronómica año, 2016.	60
4.1.1 Etapa del pre-evento.	60
4.1.2 Etapa del evento.	85
4.1.3 Etapas de post-evento	102
4.2 Aspectos protocolares utilizados durante la segunda Cena de la Cordialidad celebrada en el restaurant Guillermina, en el marco de la quinta edición de Margarita Gastronómica, año 2016.	105
4.3 Aspectos promocionales llevados a cabo en la segunda Cena de la Cordialidad realizada en el restaurant Guillermina, en el marco de la quinta edición de Margarita Gastronómica año, 2016	111
CONCLUSIONES.....	121
RECOMENDACIONES.....	124
GLOSARIO DE TÉRMINOS	125
REFERENCIAS	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Perfil demográfico del comensal que asiste a las cenas de la Cordialidad de Margarita Gastronómica.....	46
Tabla 2. Trayectoria Cenas de la Cordialidad de Margarita Gastronómica años 2013-2015-2016.....	48
Tabla 3. Funciones de la Asociación Margarita Gastronómica en el marco de la celebración de las Cenas de La Cordialidad.	76
Tabla 4. Propuesta check list para planificación, organización y control para las Cenas de la Cordialidad.....	80
Tabla 5. Distribución de los comensales por mesa	110

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Servicios clásicos de atención al comensal	33
Gráfico 2. Servicio americano o emplatado directo de alimentos y bebidas .	34
Gráfico 3. Sistema Inglés para la distribución de comensales	36
Gráfico 4. Sistema francés para la distribución de comensales	36
Gráfico 5. Montaje de mesas en cenas formales	39
Gráfico 6. Imagen promocional de la segunda Cena de la Cordialidad, año 2016	62
Gráfico 7. Chef participantes en la segunda Cena de la Cordialidad, año 2016	64
Gráfico 8. Invitación segunda Cena de la Cordialidad restaurante Guillermina	65
Gráfico 9. Voucher explicativo Cena de la Cordialidad restaurante Guillermina	66
Gráfico 10. Menú degustación Cena de la Cordialidad Guillermina, año 2016	67
Gráfico 11. Vajilla utilizada para la primera entrada del menú Cena de la Cordialidad.	68
Gráfico 12. Vajilla utilizada para la segunda entrada del menú Cena de la Cordialidad	68
Gráfico 13. Vajilla utilizada para el primer plato principal del menú Cena de la Cordialidad.....	69
Gráfico 14. Vajilla utilizada para el segundo plato principal del menú Cena de la Cordialidad.....	69
Gráfico 15. Vajilla utilizada para el postre del menú Cena de la Cordialidad	70
Gráfico 16. Patrocinadores oficial de la segunda Cena de la Cordialidad en el restaurant Guillermina, año 2016	71

Gráfico 17. Costo del menú por comensal de la Cena de la Cordialidad celebrada en el restaurante Guillermina	72
Gráfico 18. Imagen promocional detallada de la segunda Cena de la Cordialidad año 2016.....	73
Grafico 19. Propuesta Estructura organizativa Asociación Margarita Gastronómica	75
Gráfico 20. Chef Héctor Romero coordinando con su brigada de cocina durante la Cena de la Cordialidad.....	86
Gráfico 21. Punto de encuentro para la segunda Cena de la Cordialidad, año 2016	87
Gráfico 22. Público asistente a la Cena de la Cordialidad restaurant Guillermina	88
Gráfico 23. Palabras del presidente de Margarita Gastronómica Fernando Escorcía.....	89
Gráfico 24. Chef Héctor Romero explicando sus creaciones durante la segunda Cena de la Cordialidad, año 2016	90
Gráfico 25. Coctél de bienvenida “mojito de mango”.....	90
Gráfico 26. Sardinas en dos temperaturas, primera entrada de la 2da Cena de la Cordialidad año 2016.....	91
Gráfico 27. Bollo pelón de frutos del mar	92
Gráfico 28. Corbullón de pescado con plátano pintón caramelizado, cebolla asada y tomate Cherry ahumado durante la 2da Cena de la Cordialidad, año 2016.....	93
Gráfico 29. Tarkari de cabrito con papas guisadas, zanahorias bebés caramelizadas, tirabeques y berenjenas en tempura	94
Gráfico 30. Postre de puro coco, el majarete durante la 2da Cena de la Cordialidad, año 2016.....	95
Gráfico 31. Momento cuando el Sr Fernando Escorcía, dirige unas palabras de culminación, durante la Cena de Cordialidad.	96

Gráfico 32. Ganadora del sorteo de la segunda Cena de la Cordialidad en el restaurante Guillermina.....	97
Gráfico 33. Ganadora del sorteo junto al presidente de la Asociación Margarita Gastronómica	97
Gráfico 34. Ganador en el sorteo de la segunda Cena de la Cordialidad en el restaurant Guillermina.....	98
Gráfico 35. Emplatado de Sardina en dos temperaturas durante la 2da Cena de la Cordialidad, año 2016.....	99
Gráfico 36. Emplatado bollo pelón de frutos del mar.....	99
Gráfico 37. Emplatado de puro coco el majarete	100
Gráfico 38. Chef invitados Héctor Romero, Tomás Martino y Oscar Rodriguez participantes de la segunda Cena de Cordialidad en el restaurante Guillermina	100
Gráfico 39. Brigada de cocina del restaurante Guillermina	101
Gráfico 40. Benefactoras de la segunda Cena de la Cordialidad, año 2016	102
Gráfico 41. Álbum en Facebook de la Cena de la Cordialidad celebrada en el restaurante Guillermina gastronómica (2017) Nota: Tomado del Facebook de margarita gastronómica (2016).....	104
Gráfico 42. Publicación en instagram de la segunda Cena de la Cordialidad celebrada en el restaurante Guillermina junio, 2016	105
Gráfico 43. Indumentaria de la brigada de servicio, brigada de cocina y chefs invitados.....	109
Gráfico 44. Croquis de distribución de los comensales, personal de servicio, cocina y el ente organizador, durante la Cena de la Cordialidad..	110

Universidad De Oriente
Núcleo de Nueva Esparta
Escuela de Hotelería y Turismo
Departamento de Servicios Turísticos
Coordinación de Cursos Especiales de Grado

Aspectos organizacionales, protocolares y de comunicación de marketing
de la Segunda Cena de la Cordialidad en el marco de la V Edición de
Margarita Gastronómica año 2016

Trabajo de Grado Modalidad Cursos Especiales de Grado presentado
como requisito parcial para optar al título de Licenciado en Hotelería

Autores:

Gabriel Arturo Hernández Rodríguez.

Elimar Del Valle López Visbal.

Oriana María Edilia Rodríguez Depablos.

Tutoras:

Dra. Cristina Marcano,
MSc. Soniuska Valerio.

Dra. Cruz Jiménez.

Guatamare Febrero, del 2017



Universidad De Oriente
Núcleo de nueva Esparta
Escuela de Hotelería y Turismo
Departamento de Servicios Turístico

Las Cenas de la Cordialidad de Margarita Gastronómica

Elimar López* Oriana Rodriguez** Gabriel Hernández***
Cristina Marcano Soniuska Valerio Cruz Jiménez

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general conocer el proceso de gestión de eventos, ceremonial, protocolo y gestión de marketing de la segunda Cena de la Cordialidad realizada en el restaurante Guillermina, orientado en el previo estudio de la trayectoria de las mismas hasta el año 2016. La presente investigación se considera de tipo documental y de campo, de carácter exploratorio-descriptivo. Para la recolección de datos, se empleó la revisión bibliográfica, libros electrónicos, archivos en PDF y páginas web, asimismo se desarrollaron entrevistas semi-estructuras con el personal que conforma la Organización Margarita Gastronómica, con el fin de obtener información oportuna para el sustento y desarrollo de la investigación mediante la aplicación de conocimientos teórico-prácticos en el estudio de la gestión de eventos, ceremonial, protocolo y gestión de marketing, en la segunda Cena de la Cordialidad del año 2016.

Palabras Claves: Evento, protocolo, marketing, Cenas de la Cordialidad, gastronomía.

ABSTRACT

This investigation has as general mission to know the process of event management, ceremonial, protocol and marketing management of the second Cordiality dinner realized at the “Guillermina” restaurant, oriented in the trajectory of them until the 2016. In agreement with used methodology, it was cataloged as descriptive-exploratory, being its field design and documentary. For the data collection, the bibliographical review, electronic books, PDF files and web pages were used, as well as semi-structured interviews with the staff of the “Margarita Gastronómica” organization, in order to obtain timely information for the livelihoods and Development of research, at the time of applying theoretical and practical knowledge in the study of event management, ceremonial, protocol and marketing management applied to the Cordiality dinner held at the “Guillermina” Restaurant in 2016.

Key words:

Event, protocol, marketing, Cordiality Dinners, gastronomy, culture, Margarita, tourist promotion, gastronomic identity, tourist conscience

INTRODUCCIÓN

En los últimos tiempos el sector turístico se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos de muchos países a nivel mundial, lo cual significa que los mismos deben profundizar su conocimiento en dicho ámbito, con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad para quienes lo demandan. El turismo ha roto los paradigmas de lo que significa viajar, esto se debe a los avances tecnológicos, culturales, sociales, económicos, entre otros, Izarra (2013), es por ello que los prestadores de servicios se han visto en la obligación de innovar sus productos y servicios, con la finalidad de cumplir con las exigencias y necesidades de sus demandantes, al momento de desplazarse de su zona de residencia habitual.

La gastronomía venezolana se ha diversificado, de acuerdo a su cultura y regiones, debido a que la misma es rica en variedad, diseño y sabores. Cada región tiene una cultura que aunque se asemejan, se distinguen de otras, es por ello que a nivel regional, nacional e internacional se realizan ferias, eventos, rutas, paseos, con la finalidad de promover platos, dulces y bebidas y típicas.

Específicamente, en la isla de Margarita, Estado Nueva Esparta, anualmente se realizan diversas ferias, talleres, eventos en el ámbito turístico, con el propósito de dar a conocer su cultura y variedad gastronómica. La marca “Margarita Gastronómica” es la encargada de llevar a cabo la planificación y organización de dichos eventos, que se realizan durante el año, entre las cuales se pueden mencionar: Ruta de la Cerveza, Feria del Pulpo, Paseo Gastronómico Asuntino, Cenas de la Cordialidad, entre otros.

Margarita Gastronómica es una organización que busca convertir a la Isla de Margarita como un destino lleno de sabor y excelencia, la misma en el presente año se encuentra en su VI edición y es la encargada de organizar las Cenas de la Cordialidad, siendo estas el objeto de estudio de la presente investigación que tiene como objetivo conocer el proceso de gestión de eventos de la segunda Cena de la Cordialidad de Margarita Gastronómica en su V edición en el año 2016.

La presente investigación se considera de tipo documental, siguiendo las bases metodológicas de Fidias (2006) que la define como “un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales” (p.27), considerando que para la recolección de datos se van a consultar autores que han aportado información relevante para el desarrollo y sustento de dicha investigación en el ámbito turístico gastronómico.

La investigación se considera de nivel exploratorio y descriptivo, siguiendo los pensamientos de Fidias (2006) el cual hace referencia a investigaciones exploratorias como objetos de estudios poco estudiado o desconocidos, el mismo hace referencia a investigaciones descriptivas cuando se realiza un análisis de una estructura o comportamiento de un hecho, fenómeno, individuo o grupo; con base en lo anterior, se va a conocer el proceso de gestión de eventos, marketing y protocolo de la última Cena de la Cordialidad celebrada en el restaurante Guillermina en el 30 de Junio del año 2016.

Este estudio además de su base documental, implicó un trabajo de campo en tanto que se recolecta información directamente del objeto de

estudio (ob.cit), mediante el empleo de entrevistas semi- estructuradas. En este caso se realizaron entrevistas al presidente de la Asociación Margarita Gastronómica y al personal que la conforman, quienes aportaron información de interés para el desarrollo de la investigación en los capítulos III y IV.

La investigación está estructurada en cinco capítulos. En el primero, se desarrollan los aspectos generales de la gestión de eventos, el segundo hace referencia a la definición, origen, tipos de cena, planeación del menú, tipos de servicio, montaje de mesa formal y distribución de comensales. El tercero, versa sobre la Asociación Margarita gastronómica, la definición de cordialidad para así sustentar y desarrollar el origen del constructo “cenas de la cordialidad”, seguidamente se trata el tema de las cenas de la cordialidad propósitos, importancia, destino de los fondos, perfil del comensal que asiste a la cena, concluyéndose con la trayectoria de las mismas.

En el cuarto capítulo se estudian y analizan los aspectos organizativos, protocolares y promocionales de la ultima Cena de la Cordialidad celebrada por Margarita Gastronómica en el restaurante Guillermina. Para culminar, en el quinto capítulo, se exponen las conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I. ASPECTOS TEÓRICOS GENERALES

1.1 Gestión de eventos

El individuo por naturaleza, ha sentido la necesidad de relacionarse con otros. Es necesario para su equilibrio emocional interactuar día a día con sus semejantes, estableciendo un intercambio de ideas y conocimientos culturales, que contribuirán al enriquecimiento de su desarrollo e intelecto individual y al crecimiento personal.

En este intercambio social, las civilizaciones antiguas dieron indicios de la importancia de la actividad comercial para los habitantes de la época. Los vendedores ambulantes se reunían con los productores locales para negociar la compra y venta de productos, los cuales se vendían en mercaderes y bazares de la zona. Es allí donde se comienza a programar la exhibición y comercialización de productos y servicios, que ha permitido en el tiempo visualizar el incremento de la actividad ferial como evento. El hombre tenía la necesidad de unir la actividad comercial con las relaciones públicas programando ferias que se desarrollaban en el marco de las grandes festividades religiosas, permitiendo de esta forma el encuentro de individuos de diferentes regiones, lo cual implicaba un intercambio cultural y el nacimiento de nuevas relaciones que facilitaban la expansión de las ferias a otras regiones y culturas.

Hoy en día se pueden encontrar diversos eventos basados en las exigencias y necesidades de los individuos, la realización de los mismos exige una previa, exhaustiva y minuciosa planificación. Un evento requiere de un personal idóneo y calificado, especializado en el ámbito, quienes

desempeñarán un rol importante en el desarrollo del mismo, de igual forma, se debe contar con mecanismos y herramientas de control que arrojarán información oportuna para verificar que el resultado de lo planificado se encuentre entre los parámetros establecidos.

Para la ejecución de un evento es necesario un responsable en el ámbito de comunicación, que se encargue de impulsarlo de manera integral, y en este sentido el éxito del evento dependerá en su mayoría del logro obtenido mediante el alcance de los medios de comunicación y las redes sociales.

Es evidente que los eventos, independientemente de cuál sea su naturaleza, buscan un impacto social o cultural en las personas. Guetz (2005) citado en Galmés, (2010) sugiere que “para los consumidores o invitados, un evento especial es una oportunidad para el esparcimiento, experiencia social o cultural fuera del marco de opciones normales de la experiencia cotidiana”(p.21).En la teoría de la gestión de eventos a la hora de organizar es importante movilizar e instruir a un público sobre la innovación, distribución o comercialización de productos y servicios de una empresa.

1.2 Eventos

Los eventos son acontecimientos programados que se llevan a cabo con el fin de materializar proyectos. Dichos eventos requieren de una planificación meticulosa, donde se lleva a cabo la organización de las actividades que se desarrollaran antes, durante y después del evento. En estos acontecimientos normalmente existe un intercambio social, que está regido por unas normas protocolares que repercuten en el buen desarrollo de las actividades, buscando alcanzar el objetivo propuesto. Estos objetivos

pueden ser la recolección de fondos, la exhibición de un producto, o la puesta en marcha de una ceremonia.

Ferrand (1995) citado en Desbordes (2006) se refiere a los eventos como un “espacio donde se reúnen hombres y mujeres en una especie de celebración colectiva, para asistir a un espectáculo deportivo o cultural”. (p.15)

De lo anterior se extrae que, los eventos contribuyen a la interacción entre personas, pero al mismo tiempo, se han generado definiciones que apuntan hacia la perspectiva empresarial.

Al respecto Shone y Parry (2004) citado en Galmes, (2010) definen un evento como:

Un fenómeno que surge de las ocasiones no rutinarias en las que se produce esparcimiento, a partir de unos objetivos culturales, personales u organizacionales y que esta desvinculado de las actividades normales o de la vida cotidiana, cuyo propósito es iluminar, celebrar, animar o desafiar la experiencia de un grupo de personas. (p.21)

En líneas generales, se puede decir, que los eventos buscan entretener a su audiencia con actos que están fuera de lo rutinario y que causan un impacto cultural, social u organizacional.

Los eventos son una manera eficaz para comunicar información, que conducen a una efectiva organización de negocios. Hoy en día, los eventos culturales son utilizados por las comunidades para dar a conocer su gentilicio, idiosincrasia, gastronomía, productos autóctonos, entre otros. Permitiendo de esta manera promocionarse como un producto turístico al

resto del país y del mundo. Un ejemplo de estos son las ferias que se vienen realizando anualmente en Venezuela por varios estados del País.

1.3 Tipos de eventos

En 2012, Argumedo tipifica los eventos de la siguiente manera:

Según su campo de acción

- Empresariales: actos públicos que pueden ser organizados por entes gubernamentales, no gubernamentales y corporativos. La diferencia se deriva en que el primero lo convoca un ente del gobierno y sus temas están dirigidos a las comunidades, el segundo lo dirigen asaciones, cámaras, federaciones y el ultimo, está relacionado con grandes empresas y sus objetivos son eminentemente económicos. Un ejemplo de ellos pueden ser los lanzamientos de productos, exposiciones, entrega de premios, ferias entre otros.
- Sociales: están dirigidos a las relaciones públicas que realzan los vínculos afectivos como lo pueden ser los aniversarios, casamientos, cumpleaños, actos culturales entre otros.

Según su denominación

- Nacionales: se realizan dentro de los límites territoriales de un país y sus asistentes son los pobladores provenientes de los diferentes estados que lo conforman.

- Regionales: son realizados para convocar a personas provenientes de una misma zona, como por ejemplo, zona andina, América del sur, Mercosur, entre otros.
- Internacionales y/o mundiales: son convocados por un organismo internacional y reúne a personas de los diferentes países del mundo.

Según su financiamiento

- Por contrato: se realiza cuando una empresa contrata a una persona especializada para que se encargue de la organización del evento y se firma un contrato de trabajo.
- Llave en mano: es cuando la empresa deja el evento en manos de una persona especializada en organización de eventos, todo el evento y el éxito del mismo dependerá de esa persona en su totalidad.
- Abiertos: son aquellos que se financian por registro de inscripción es decir, los asistentes pagan por un cupo en el evento, financiando así gran parte de este, aparte de los ingresos generados por patrocinadores y expositores.
- Cerrados: son financiados con fondos privados y por auspiciantes en donde los asistentes acuden solo con expresa invitación.

Torrents (2005) citado en Galmés (2010) considera que los eventos pueden tomar múltiples formas, cada empresa, cada público realiza un evento diferente que sobresale de las clasificaciones estandarizadas.

Es irrelevante estandarizar una lista de eventos, ya que en la práctica los mismos se van adaptando a nuevos formatos que se actualizan con los avances tecnológicos. Otra tipificación de los eventos aparece en la Guía de Protocolo y Organización de Eventos del Instituto de Prevención Social de Paraguay (2012) que los clasifica así:

Ferias y exposiciones

Son eventos en donde las empresas dan a conocer al público los productos y servicios que ofrecen con la finalidad de relacionarse directamente con sus potenciales clientes.

Conferencia y convenios

Se llevan a cabo para tratar temas en profundidad que tengan que ver con actividades e intereses de la empresa y de las personas relacionadas con la misma.

Almuerzos de trabajo

Consiste en un almuerzo de trabajo donde normalmente se reúnen un equipo con sus diferentes figuras jerárquicas con algún cliente potencial. Se pretende que al cambiar de ambiente la conversación fluya y se sobre estimule el entendimiento.

Desayunos de trabajo

Se convoca con la finalidad de organizar la jornada de trabajo o abordar los principales problemas de la organización.

Cenas de trabajo

Se le considera un evento de más formalidad e intimidad, con un carácter estrictamente profesional. En estas ocasiones las cuestiones de trabajo se abordan más extensamente sin límite de tiempo y sin presentar cuentas ni documentaciones.

Espectáculos

Es un evento que se realiza para los espectadores donde se les presenta un espectáculo o función divertida dentro de un espacio específicamente diseñado para presenciarla. Como por ejemplo teatros, circos, estadios o recintos semejantes.

Con base en lo anterior, la investigación se centra en las Cenas de la Cordialidad consideradas como un evento, mixto, social, cultural, gastronómico, regional, nacional, tipo cena formal y de carácter privado .

1.4 Etapas de un evento

Para llevar a cabo un evento es necesario aplicar los parámetros de la gestión de eventos, los cuales permiten organizar previamente el diseño del plan de acción y establecer la administración de los recursos que se necesitarán para la puesta en marcha del evento. Silver (año) citado en

Galmés (2010) comenta que la organización de eventos es un proceso que debe ser planificado, preparado y producido. Abarca la evaluación, adquisición, dirección, control y análisis del tiempo, presupuesto, personal y otros recursos para conseguir los objetivos.

Para definir las etapas del evento se tomaron en cuenta las teorías de Montoya, (2012) y de Marcano, (2010) y se extrajo lo siguiente:

Los eventos se dividen en tres grandes etapas. Programación (pre-evento), realización (evento) y finalización (post-evento).

Programación (pre-evento)

- Establecimiento de objetivos.

Se debe definir con claridad cuáles serán los objetivos del proyecto. Para ello se debe coordinar con el personal encargado cuáles y qué tipo de actividades se llevarán a cabo para lograr que esos objetivos previamente establecidos, se cumplan.

- Definir el tipo de evento.

Evaluar la naturaleza de las actividades que llevarán a cabo el logro de los objetivos para de esta manera poder ubicar el evento dentro de una tipología, bien sea feria, congreso, entrega de premios, entre otros.

- Definir el nombre.

Para definir el nombre se debe tener claro cuál será el propósito del evento. Dicho nombre debe ser corto y llamativo pero sobre todo debe describir los fines generales del proyecto.

- Cantidad de asistentes.

Se debe determinar el número y tipos de asistentes para saber qué tipo de sede será la adecuada para la realización del evento según su tipo. Los asistentes se organizarán en ponentes, acompañantes, invitados y participantes.

- Selección de la sede.

Para seleccionar la sede se debe tomar en cuenta el número de participantes y el tipo de actividades que se llevarán a cabo, a fin de saber si hay espacio suficiente para ubicarlos a todos, que estos puedan presenciar los actos sin inconvenientes y que puedan desplazarse por las instalaciones de manera cómoda.

Es necesario también tomar en cuenta la ubicación geográfica de la sede. Esta debe tener una ubicación céntrica, de carreteras y vías con adecuada señalización. Es importante que cuente con una adecuada iluminación, que tenga disponibilidad de equipos audiovisuales o en su defecto que cuente con la cantidad de toma corrientes necesarios para la instalación de los mismos.

- Fijación de la fecha y hora.

En la fijación de la fecha y hora primero se deberá tomar en cuenta si hay tiempo necesario para organizar y llevar a cabo las actividades del evento. Se consultarán con el calendario, las fechas de festividades religiosas, nacionales o regionales de manera, que estas no choquen con la fecha pautada para el evento.

- Nombrar el comité organizador.

El comité deberá estar conformado por grupos de personas especializadas en cada área a tratar. Su número puede variar dependiendo de la magnitud del evento y estos pueden ser:

- . Comisión de logística, se encargará de organizar y establecer estrategias relacionadas con el transporte, alojamiento, alimentos y bebidas, secretaria y servicios generales.
- . Comisión técnico-académica, estará relacionada con la temática académica del evento, es decir, todo el contenido teórico y la metodología de los trabajos que se discutirán, así como también se encargará de la distribución y reproducción de las ponencias.
- Comisión protocolar, estará encargada de investigar y planificar todas las normas que rijan la representación protocolar del evento. Estas deben planificar las normas protocolares que se toman en cuenta a la hora de elaborar las invitaciones a los ponentes en caso de congresos, figuras gubernamentales, invitados y asistentes. Tener en

cuenta los aspectos protocolares a la hora de presentar al orador en caso de discurso, así como también, los aspectos protocolares a tener en cuenta dentro del salón donde se realizará el evento.

- Comisión de Marketing, deberá encargarse de todo lo que tenga que ver con la promoción y difusión de las actividades que formarán parte del evento. Dicha promoción y difusión se llevará a cabo a través de los diferentes canales de comunicación como lo son radio, prensa y televisión.
- Comisión de festejo y celebración, planifica la parte artística del evento. Coordina la contratación y presentación de los grupos artísticos y culturales que se presentaran y entretendrán a los asistentes del evento.

Realización (evento)

De acuerdo a la planificación previamente realizada se debe elaborar un registro físico de un cronograma de actividades del evento, esto servirá de guía para los organizadores, un día antes del mismo se deberá empezar con el montaje de la decoración y preparación del salón. De igual forma, se debe comprobar que los equipos audiovisuales estén bien instalados y en perfecto estado.

El personal encargado deberá estar informado sobre las normas protocolares que regirán el evento y velar por el cumplimiento de las mismas. Se recomienda que la comisión de logística asista unas horas antes al local para llevar a cabo el recibimiento a la audiencia y registrarlos.

Finalización (post evento)

En esta etapa se debe evaluar las actividades planificadas realizando un chequeo de los procesos que se ejecutaron correcta e incorrectamente para tenerlos puntualizados y ser capaces de corregirlos en una próxima planificación. Además de la evaluación se debe preparar las diferentes cartas de agradecimientos que serán entregadas a los diferentes colaboradores que participaron en la realización del evento, los cuales pueden ser patrocinadores, invitados especiales, figuras gubernamentales entre otros. Por último, se debe convocar a una reunión a todas las áreas involucradas en la preparación del evento, para debatir las diferentes debilidades y fortalezas que se originaron y elaborar planes correctivos que eviten que se vuelvan a originar.

La culminación de un evento arroja información oportuna, la cual va a permitir verificar la consecución de los objetivos establecidos y el alcance de los mismos, Desbordes y Falgoux (2006) consideran que, tras finalizar un evento, se debe realizar una evaluación financiera, la cual va a permitir corroborar si la ejecución del evento es rentable, de igual forma sugieren que se debe estudiar los aspectos organizacionales, es decir, evaluar la organización del evento y los aspectos protocolares, con la finalidad de establecer adaptaciones que sirvan como proceso de la mejora continua para el crecimiento, desarrollo y expansión del evento.

La finalización del evento representa una oportunidad para sus organizadores de evaluar el impacto, la comunicación y satisfacción de la audiencia presente. Se deben desarrollar herramientas que permitan medir el grado de satisfacción del público, con la finalidad de obtener información

oportuna, que permita detectar fallas, para mejorar y dar continuidad a eventos posteriores.

1.5 Criterios y elementos protocolares aplicados en la gestión de eventos

Criterios protocolares aplicados en la gestión de un evento

Al momento de organizar un evento es importante la determinación de los criterios protocolares, quienes van a facilitar al ente organizador, tomar decisiones, con relación a los detalles logísticos del mismo, en este sentido, De Fagre (2005) citado en Agudelo, Inojosa y Rodríguez (2015) explica estos principios agrupándose alguno de ellos como se mencionan a continuación:

- Precedencia
- Presidencia
- Derecha
- Del conductor del acto -Maestro de Ceremonia – Moderador – Interprete
- Representatividad
- Línea protocolar
- El orden alternado
- Orden lateral
- Orden lineal
- Orden alfabético
- Puntualidad
- La Dama
- Jurisdiccionalidad
- El ente responsable del acto
- De las invitaciones

A continuación se conceptualizarán algunos de los criterios de acuerdo a lo pertinente para la presente investigación.

– **La precedencia**

Según la empresa Protocolo.org (2016) la precedencia es el orden de las personas, a nivel jerárquico por razones de cargo o categoría, que acuden a un acto público, social, o religioso. En este sentido, Fernández (2014) explica que la precedencia “es un honor y un privilegio otorgado a las personas que detentan cargos dentro de la sociedad-Estado, y como honor que es, debe el personaje que la tiene, saber cumplir y respetar las normas correspondientes”.(p.95).

En un evento, es muy importante respetar a las figuras representativas del mismo y ubicarlos debidamente en lo que al protocolo respecta.

– **Línea protocolar**

Acosta, (1995), al referirse a la línea protocolar describe que “es el lugar preferente a considerar para invitados especiales internos o externos, se ubica a la derecha del presidium”. (p.24).De igual modo, el autor continua expresando que la en la línea de protocolar deben ubicarse los invitados especiales, cónyuges de los miembros del presidium, y cuerpo directivo de la institución.

– **Maestro de ceremonia**

Según Domínguez y Samudio (2012), el maestro de ceremonia “es el conductor de actos, que tienen un grado importantísimo de responsabilidad en los eventos protocolares y de índole artístico, político, académico, militar o social entre otros”. (p.20).

Este personaje es muy importante para el éxito o fracaso del evento, ya que este debe conocer con exactitud todos los elementos que juegan un papel fundamental en el desarrollo del evento. Debe entender cómo será el evento, conocer el tipo de público asistente, conocer las figuras representativas del evento, quienes más intervendrán en el evento, vestirse apropiadamente de acuerdo a la temática y llegar puntual a la ceremonia de apertura o inauguración.

– **La puntualidad**

Según Pérez y Merino (2009), la “puntualidad es el cuidado y diligencia en hacer las cosas a su debido tiempo o en llegar a (o partir de) un lugar a la hora convenida”. (p.1).

Este es un valor muy importante que deben cumplir tanto los organizadores del evento como los asistentes y los invitados del mismo ya que las ceremonias y actividades programadas, deben ejecutarse con la mayor puntualidad posible, de no ser así, se entorpece el desarrollo de las actividades consiguientes. La puntualidad habla de nosotros mismos, habla

de nuestro carácter, responsabilidad, orden y eficacia, siendo puntuales, se desempeñan mejor las actividades y se es merecedor de confianza plena.

– **De las invitaciones**

Para De Fagre (2005) citado en Agudelo, Inojosa y Rodríguez (2015), “existen varios tipos de invitaciones de acuerdo con el medio utilizado para cursarlas (con tarjeta, por teléfono, vía fax, correo electrónico, por prensa, radio o televisión); con la forma de presentación (impresa, semi-impresa, manuscrita); con la necesidad de respuesta (requieren respuesta, no requieren respuesta)”. (p.31).

En este caso, es de real importancia, para los eventos formales, elaborar invitaciones de manera impresa, ya que en ellas quedan acentuados elementos que el invitado necesita conocer para poder asistir al acto, como la hora y fecha del evento, el lugar donde se desarrollara, la vestimenta exigida entre otros.

Elementos protocolares aplicados en la gestión de eventos

En la gestión de eventos están implícitos elementos protocolares, que dan distinción y exclusividad al mismo, es por ello que se deben tomar en cuenta para la organización; la selección adecuada de los mismos constituye un factor clave para el desarrollo del evento, de allí que, a continuación se presentan de manera resumida:

– **El auditorio**

Este es considerado por De Fagre (2005) citado en Orta (2015) como “el salón (comúnmente cerrado) donde se llevan a cabo los eventos públicos numerosos”. (p.49).

En otras palabras el auditorio no es más que las salas que las personas ocupan para presenciar un acto público o privado.

– **Indumentaria o vestimenta**

La empresa Protocolo.org (2016) menciona que para las celebraciones formales es importante elegir una indumentaria lo suficientemente formal que valla acorde a la temática del evento. Para el caballero aconsejan un traje de corte clásico y para las damas un traje de chaqueta de corte clásico igualmente. Cabe destacar, que para ello, se debe tomar en cuenta la edad, la estación del año, las medidas, la hora del día del evento y la comodidad, todo esto hará se haga una excelente elección en cuanto pieza que se desea llevar ese día. Es muy importante mencionar que la hora de asistir a un evento, bien sea social, religioso o político, es importante el buen vestir, ya que esto afecta la imagen personal a la hora de interactuar con el público general.

– **El vocativo**

Para De Frage (2005) citado en Orta (2015) el vocativo es “la lista elaborada en orden de precedencia decreciente, con los actos (tratamiento, título, nombre y cargo) de las altas personalidades invitadas a un evento” (p.51)

En este sentido, el vocativo es utilizado para nombrar a los miembros representativos que forman parte de un evento, es decir a la altas personalidades que representan el mismo. Normalmente, son nombradas, en la apertura del evento, por el maestro de ceremonia.

– **Recepción de los invitados**

Vázquez, (2005), menciona que la recepción de los invitados es el servicio encargado de informar y ubicar a los participantes e invitados del evento, a medida que se van presentando. El personal encargado de este servicio, debe comprobar las llegadas, solicitar las acreditaciones o licencias, dar las instrucciones preparadas para los participantes, responder a la solicitud de información, anotar plaza de los vehículos, entre otros. Este lugar debe ubicarse en la entrada de las instalaciones del evento.

– **Montaje del salón**

Preckler (2015), describe que, el montaje de salón, para un evento, dependerá de 4 factores principales; forma del local, dimensión del espacio, número de invitados y tipo de evento. Cabe resaltar que, la sede donde se desarrollara el evento debe tener buena iluminación de manera que no entorpezca la visión de los asistentes, debe contar con un espacio lo suficientemente amplio para el tráfico de personas, así como también, acceso cercano a los sanitarios.

– **Planos protocolares**

A la hora de organizar un evento que utilice los espacios abiertos o cerrados se deberá presentar un plano de distribución de espacios, para la

aprobación del mismo. Según la empresa Madrid-destino.com (2013) "dicho plano, deberá ser realizado sobre un plano oficial. La presentación incluirá la definición geométrica de los elementos que componen el evento, con su situación dentro de la planta, y con acotación de los pasos y pasillos resultantes". (pag.1)

– Seguridad

Según Florian (2010), para el éxito o fracaso de un evento depende mucho del plan de seguridad que se ejecute. Dicho plan debe acoplarse a las exigencias del evento ya que se debe garantizar la seguridad e integridad física todos y cada uno de los asistentes al mismo. Para ello se debe designar un director de seguridad y el mismo será quien determine las acciones a seguir para lograr el objetivo deseado.

1.6 Estrategias de marketing para eventos

El marketing es una herramienta clave para dar a conocer un evento, es por ello que la organización debe tomar en cuenta esta herramienta, con el fin de captar la atención de su mercado objetivo, el empleo adecuado de las estrategias de marketing, permite a la organización la administración eficiente de los recursos.

Para Cruz (2009) las estrategias de marketing "consisten en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing, estos pueden ser: captar un mayor número de clientes, incentivar las ventas, dar a conocer nuevos productos, entre otros".

Es importante determinar las estrategias por la cual se dará a conocer el evento, tener las ideas y objetivos claros es vital, ya que el uso variado de las estrategias de marketing facilita la penetración de nuevos segmentos de mercado, por ello, se recomienda el empleo eficiente de las herramientas de mercadeo para tener un mayor alcance y alto impacto, a continuación se describen las diferentes técnicas de marketing para comunicar y promocionar un evento

– **Publicidad**

Según la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) (2015), la publicidad “es una técnica de comunicación masiva, destinada a difundir mensajes a través de los medios con el fin de persuadir a la audiencia meta al consumo”. (p.1)

Aparicio (2005) considera que la publicidad proporciona información al consumidor que posibilita la expansión de las ventas y contribuye a absorber el excedente económico, además conlleva fuertes repercusiones económicas para la empresa e impulsa determinados comportamientos y costumbres sociales.

En síntesis, se puede decir que, la publicidad es la estrategia de marketing utilizada para enviar un mensaje al público meta a través de los distintos medios de comunicación como periódicos, revistas, radio, televisión, páginas web, entre otros. Estos espacios publicitarios son pagados a los medios de comunicación para garantizar que el mensaje llegue en masa al público objetivo y así este tenga conocimiento de los nuevos productos, sus características y como obtenerlos.

– **Promoción**

Según la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (2015), describe la promoción y más o menos engloba que su misión es estimular la compra de productos por parte de los consumidores, a través de la oferta de incentivos a corto plazo que aumentan el valor del producto y hacen que su compra sea más atractiva y abundante.

En este sentido, se puede decir que la promoción no es más que el método de anunciar un producto utilizando estímulos que incentiven la compra masiva del producto, como por ejemplo, los descuentos, cupones canjeables, concursos, muestras gratuitas, entre otros.

– **Relaciones públicas**

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia (2015) refiere que “Las relaciones públicas se distinguen de los demás componentes promocionales porque no buscan promover directamente los productos de una empresa, sino más bien promocionar la empresa como institución”. (p. 1).

Las relaciones públicas resultan ventajosas, ya que se trata de una promoción no pagada o de bajo costo. Es decir, estas se basan en relación bilateral con el público meta, ya que no sólo envía información a estos, sino que a la misma vez se recopilan datos acerca de sus necesidades y preferencias, mientras se busca persuadirlos con respecto al producto.

– **Marketing directo**

Muñiz (2012) considera que el Marketing directo consiste en el conjunto de técnicas que implican el contacto inmediato y directo con el mercado objetivo, con el fin de promover un producto, servicio, o idea. Para ello se basa en el contacto directo a través de, tele marketing, redes sociales, correo electrónico, entre otros.

En síntesis, se puede decir que, el marketing directo es la técnica de persuadir al público meta a través de un canal directo sin intermediarios, de manera de buscar una respuesta inmediata por parte del cliente. Estos canales pueden ser correo directo, vía telefónica, visita personal entre otros.

– **Relación con los medios de comunicación**

Guzmán (2012), reseña la importancia de la relación con los medios de comunicación y explica que la misma radica en que a través de ellos la gente se informa, reafirma o modifica su opinión sobre prácticamente cualquier cosa. Se deben ver a los periodistas como personas fundamentales para la organización, al ser ellos quienes pueden transmitir el mensaje a un público masivo, contribuir a la notoriedad de la misma y de forma más rápida, siendo uno de los principales objetivos de las relaciones públicas.

La relación con los medios de comunicación es muy importante para las organizaciones, ya que permite la difusión masiva de casi cualquier cosa que la empresa desee transmitir

– **Mercado meta**

Luego de haber planteado las herramientas de marketing para su comunicación es esencial tener claro el mercado meta o público objetivo, al que la organización centrará sus estrategias de marketing, la determinación clara del público objetivo va a permitir al ente organizador, desarrollar técnicas que faciliten la captación de nuevos segmentos de mercado.

León (2015) comenta que el mercado meta “lo que viene es a referirse a un grupo de personas u organizaciones a las cuales una organización dirige su programa de marketing”. (p.1).

El mercado meta es el conjunto de personas que se seleccionan por agrupar las mismas necesidades y gustos entre ellos, es muy importante para la empresa, ubicarlos, de esta manera apuntar bien el plan de marketing y poder lograr un posicionamiento claro del producto que se va ofertar. Por otro lado, Viudes (2013), considera que la organización debe promocionar el evento durante sus diferentes etapas, con la finalidad de generar contenido, a través de las redes sociales, el autor plantea que en la etapa del pre-evento es importante dar a conocer el evento, hablar de los ponentes, programa, lugar de celebración, tema a celebrar, enviar información del evento vía correo electrónico, entre otros, al ser estos elementos vitales para llamar la atención del público objetivo.

Durante el evento es esencial continuar comunicando y promoviendo el evento que se está festejando, para ello se puede incluir el “url” de las diferentes redes sociales y páginas oficiales, incluir “hashtag” con el tema a celebrar y mostrar comentarios en línea, puesto que son factores claves para generar un impacto en las redes sociales, igualmente es importante que la organización haga un quiz o sorteo para incentivar a los invitados a adquirir un premio ofertado por el ente organizador (ob.cit).

Al finalizar el evento se debe continuar comunicando el evento para ello, el autor recomienda que se deben enviar notas de agradecimientos a los invitados, colaboradores, entre otros, también considera que se debe hablar del evento en diferentes páginas webs, redes sociales, así como también enviar información detallada del evento vía correo electrónico y subir fotos en redes sociales, páginas web, entre otros (ob.cit).

CAPÍTULO II. CENA

2.1 Conceptualización del término cena

Pérez y Gardey (2014) hacen alusión de la palabra cena como a la última comida del día, de igual forma se refieren a la acción de cenar y de reunir personas para llevar a cabo dicha acción

Cenar tiene un valor significativo para los miembros que integran un grupo familiar; compartir, revivir recuerdos, interactuar, es lo que hace de una cena un encuentro placentero y gratificante.

Cultura, costumbre y tradiciones, son algunos de los factores que repercuten en la celebración de una cena, considerando que cada población, posee una serie de características culturales adyacentes, lo que significa que cada, ciudad o país es diferente en términos culturales y/o gastronómicos que permiten diferenciarla de otra.

La cena juega un rol importante en el desarrollo y el correcto funcionamiento de la salud, ya que permite fijar los minerales, vitaminas y nutrientes que el cuerpo necesita, permitiendo así que los seres humanos se levanten con energía requerida para hacer frente a sus actividades diarias (Ancaro, 2010).

2.2 Origen

Conocer la procedencia de la palabra cena se remota a siglos atrás, en la edad media, donde los romanos la realizaban como su única comida del día, incluso una hora diferente cada día. En Reino Unido llegó con la edad media, se dice que en la aristocracia se realizaban cenas formales pulcras, bastantes sofisticadas al medio día (Winterman, 2012). A pesar de sus encuentros sin normas, las mismas tenían unos estrictos modales de comportamiento, durante su celebración.

En función a los avances tecnológicos y la invención de la luz artificial, la celebración de la cena cada vez se realizaba más tarde, para finales del siglo XVIII, la mayoría de las personas realizaban tres comidas al día. A comienzos del siglo XIX la cena se había pospuesto hasta la noche, cuando muchas personas llegaban a casa luego de su jornada laboral.

La cena y sus horarios suelen ser adaptadas por las familias de acuerdo a sus necesidades, no obstante, lo habitual es que las mismas se realicen entre las 8 y 10 de la noche, se recomienda que si hay niños en la familia, las mismas se realicen temprano para que puedan descansar y levantarse sin ningún tipo de inconvenientes (Ancaro, 2010).

Debido a la importancia de dicha comida, es cada vez más común la celebración de cenas por motivos familiares, de negocios y gastronómicos,

es por ello que las mismas se pueden clasificar en cenas formas formales e informales.

2.3 Tipos de cena

Cena informal

En una cena informal se da mayor importancia a compartir con familiares y amigos, que la elaboración de un complicado menú, por lo general las mismas se realiza en la casa del anfitrión, que en un restaurant (Soto, 2004).

Cena formal

Por otro lado, en las cenas formales predominan la elegancia y las buenas maneras, se consideran la manera más importante de recibir socialmente (Soto, 2004). Es de vital importancia la planificación y la organización tanto en una cena formal como informal, las mismas garantizarán el éxito de una cena como un evento social.

Sin importar la selección del tipo de cena que se quiere realizar, es relevante la planificación de la misma, el éxito dependerá de la excelente labor que realizará el anfitrión para que la misma sea de total agrado y satisfacción para sus invitados.

2.4 Planeación del menú

La planeación de un menú requiere tiempo y dedicación, necesita meses de antelación para su diseño y contenido, luego de haber sido diseñado se necesita revisiones periódicas por causas estacionales, costos y necesidad de renovación (Tejada, 2006). La elaboración de menús en el área de servicios gastronómicos es una tarea compleja que requiere la presencia de un equipo calificado para su elaboración.

Al momento de diseñar un menú para un desayuno, almuerzo o cena se tener en consideración el número de invitados, tipo de evento, costumbres de los invitados, presupuesto y productos estacionales que se puedan utilizar, adicionalmente se debe tomar algunos aspectos claves como la fecha del evento, la hora del mismo y la secuencia del servicio de alimentos y bebidas (protocolo.org, 2015).

La planificación del menú en la celebración de una cena, es de vital importancia para garantizar un servicio de calidad de alimentos y bebidas que satisfaga las exigencias y necesidades de los invitados a la misma. Elegir cuidadosamente los platos que conforman el menú, es una tarea compleja, por ello se debe evitar que las mismas sean muy ligeras o pesadas, el mismo debe ser equilibrado, siguiendo el orden tradicional en el área de servicio: sopas o entradas, platos fuertes dulces (protocolo.org, 2015).

Para efectos de elaboración del menú es importante seleccionar a un personal calificado, especializado en el área, En la mayoría de los casos son elaborados por Chef, cocineros o un Chef ejecutivo y su brigada de servicio. Deben conocer los productos, ya sea por localidad o estacionalidad, así como sabores y texturas, también deben manejar herramientas administrativas para aplicar a la hora de evaluar los costos

del menú. En términos generales, tendrán que asegurarse del aprovechamiento y cuidado de productos lo que permitirá tener mayor utilidad.

2.5 Servicio de mesa

El servicio a la mesa hace referencia en la manera que se puede servir un plato a un comensal en una organización prestadora de servicio de alimentos y bebidas (De la Riva, 2010).

Un servicio a la mesa de calidad requiere un personal calificado, en el ámbito de servicio se les conocen como mesoneros y azafatas, cabe destacar que el tipo de servicio a emplear, va en función del tipo de evento, número de comensales, en el cual el anfitrión debe elegir de acuerdo a la planificación y a la organización del evento (protocolo.orgl, 2016).

2.6 Tipos de servicio

Los diversos tipos de servicio que puede ofrecer una empresa de restauración pueden variar de acuerdo a su identidad cultural y practicidad en el servicio, según la empresa protocolo.org, (2016) existen al menos cinco tipos de servicio, a saber:

Servicio a la francesa

Los alimentos son presentados al comensal en una fuente a su izquierda, el mismo procede a servirse a su gusto, con unos cubiertos

destinados para dicha finalidad, no se deben usar los cubiertos propios del



comensal para servirse los alimentos (gráfico 1).

Gráfico 1. Servicios clásicos de atención al comensal

Nota: Im Chef (2016)

Servicio a la inglesa

Los alimentos se presentan a los comensales en una fuente a su izquierda, el mismo mesero procede a servir los alimentos, este servicio a diferencia del francés es más rápido, sin embargo, requiere más personal para la prestación del mismo.

Servicio a la rusa

Los alimentos son preparados al lado del cliente en un carrito auxiliar o guerdón, este tipo de servicio es poco común debido a su alto costo, por su dedicación exclusiva a cada cliente.

Servicio de emplatado directo

También conocido como servicio a la americana, es el más común, se caracteriza porque los platos son elaborados en cocina y la comanda es servida de manera directa al comensal, el cual es servido por la derecha (gráfico 2).



Gráfico 2. Servicio americano o emplatado directo de alimentos y bebidas

Nota: Matrimonio e un tocco di classe (s.f).

2.7 Comportamiento del comensal

Los buenos modales y las buenas costumbres es sinónimo de una buena educación y cultura, es por ello que una reunión en casa, o en una reunión formal, se debe actuar de una manera correcta de acuerdo a las normas de comportamiento adoptadas en sociedad. Según lo expresa protocolo.org, (2011) deben considerarse las siguientes normas de comportamiento del comensal:

- Esperar a que se sienten primero las señoras
- Sentarse donde se les indicado
- Sentarse con una postura recta
- Evitar colocar el codo en la mesa
- No cruzar el brazo por delante de un comensal
- No hablar ni beber con la boca llena
- Beber y masticar sin abrir la boca
- Pedir siempre las cosas por favor
- Las comidas no se pasan entre un comensal y otro
- Las servilletas siempre en el regazo
- Hablar en un tono moderado
- En caso de alguna duda o inquietud preguntar

2.8 Distribución de los invitados

Es la manera en la cual se distribuyen los invitados a una reunión, formal e informal, es una tarea complicada a la cual debe someterse un anfitrión u organizador de eventos, en el caso de eventos formales se toma en consideración rango, importancia o jerarquía, en muchos casos la edad se puede considerar una regla (protocolo.org 2016).

Los métodos más empleados para la distribución de comensales, para cenas formales según protocolo.org (2016) son:

2.8.1 Sistema Inglés

Los anfitriones son colocados en cada extremo de la mesa (gráfico 3).



Gráfico 3. Sistema Inglés para la distribución de comensales

Nota: protocolo.org (2016)

Sistema Francés

Los anfitriones se colocan en el medio de la mesa uno al frente del otro (gráfico 4).



Gráfico 4. Sistema francés para la distribución de comensales

Nota: protocolo.org (2016)

2.9 Montaje mesa formal

La organización de una cena formal requiere de esmero y dedicación es vital no olvidar detalles relevantes como, cubertería, cristalería, entre otros. La página web protocolo.org (2016) recomienda lo siguiente:

- Bajo el mantel es recomendable colocar un protector o muletón para proteger la mesa de cualquier percance pueda ocasionar daños a la misma. El mantel deberá limpio, en perfectas condiciones, preferiblemente de color blanco o colores claros.
- En relación a los cubiertos los tenedores se ubica a la izquierda del plato, la cuchara y cuchillo a la derecha, es primordial recordar que la cubertería es colocada en un orden inverso a la secuencia del servicio, es decir, los primeros que van a ser utilizados se colocan en la parte exterior, por orden riguroso de su utilización.
- Para las vajillas se recomienda contar con las piezas requeridas por cada tipo de plato para servir a los comensales, se debe evitar combinar distintos tipos de vajillas, es importante usar un plato llano de base y encima un plato hondo.
- Para la cristalería es algo similar que con las vajillas, se deben colocar del mismo modelo. Al menos se deben colocar dos copas, una para

servir agua y otra para vinos tintos, la copa de agua se coloca a la izquierda y la de vino tinto a la derecha, son colocadas frente al plato, en la parte superior.

- La comida en una cena formal se sirve bajo el tipo de servicio inglés, por comodidad, costos y cuestiones temporales.
- El orden de los platos se sirven bajo el orden tradicional comenzando por los ligeros, fuertes y postres.
- Las bebidas deben servirse sin apoyarse la botella en la copa y sin levantar la copa de la mesa.
- En caso de caso de colocar un plato para pan y mantequillas, se deben colocar a la izquierda de las copas previamente mencionadas, en la parte superior, encima de los cubiertos del lado izquierdo.
- En relación a la decoración la misma debe ser sencilla, centro de mesa de flores vivas o secas, o uno de frutas, la iluminación debe ser ideal, no debe ser oscura ni exceso de luz que moleste a los comensales.
- Se debe evitar que los comensales fumen en la mesa durante la celebración de la cena.
- Finalmente es recomendable calcular un espacio suficiente de unos 60- 75 centímetros, para que los comensales estén cómodos y puedan moverse con soltura (gráfico 5).

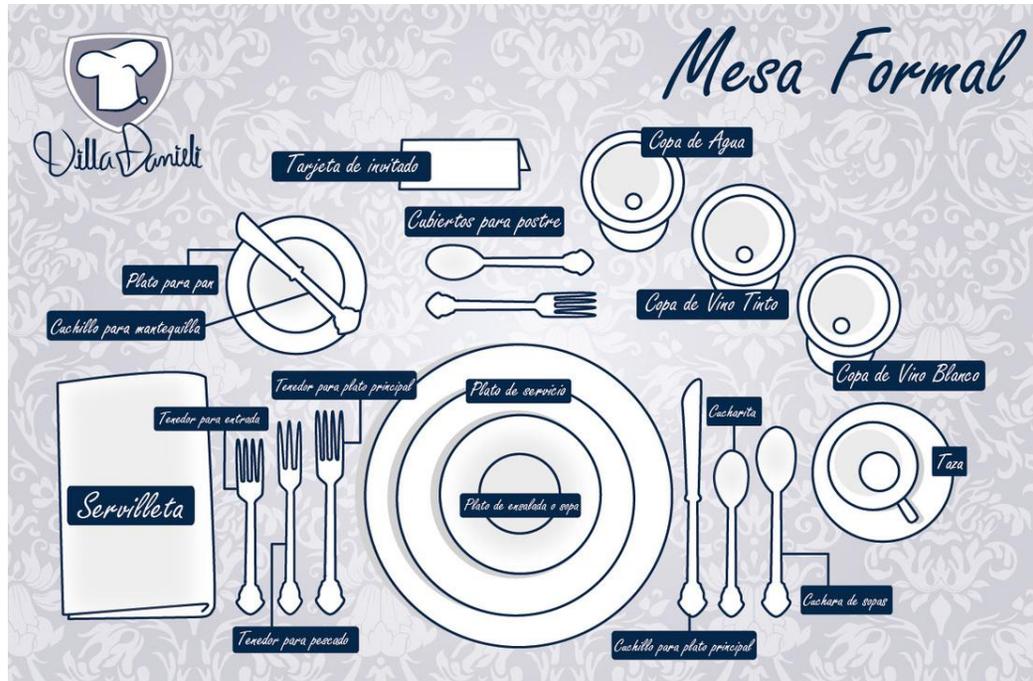


Gráfico 5. Montaje de mesas en cenas formales

Nota: González y Romero, (2016)

2.10 Conceptualización del término cordialidad

La palabra cordialidad no se puede definir como una sola palabra, ni se le puede calificar, es uno de los grandes valores que se aprenden en el hogar, y se ve reflejada en las acciones del ser humano, en la manera cómo se recibe a alguien, cómo se le atiende, prevaleciendo la calidez y el calor humano que

se puede manifestar mediante alegría, agrado, empatía y sensatez que emana del corazón (Paredes, 2010).

La cordialidad debe estar presente en las relaciones humanas, es un reflejo de la calidad humana, no obstante, en los últimos tiempos ha dejado de manifestarse como un valor. Y se ha convertido en un don que pocos conservan. Para que exista una cordialidad pura debe predominar un sentimiento sano, que sea reflejo del alma y no un acto de simpatía, ya que perdería la esencia del significado y se convertiría en una acción insensata.

CAPÍTULO III. CENAS DE LA CORDIALIDAD

3.1 Asociación Margarita Gastronómica

Margarita Gastronómica es una asociación civil sin fines de lucro, compuesta por diversos sectores de la Sociedad civil (empresarios, cocineros, profesores, investigadores, académicos, gastrónomos y emprendedores) decididos a impulsar y promover la gastronomía margariteña.

3.2 Misión

Ser la paleta de promoción de la cultura gastronómica margariteña, Asociación Margarita Gastronómica (2014).

3.3 Visión

Convertir la gastronomía de Nueva Esparta en pilar fundamental que posicione a la isla como oferta turística de excelencia, Asociación Margarita Gastronómica (2014).

3.4 Objetivos estratégicos

- Construir una nueva manera de identificarse con la isla a través de su gastronomía, Asociación Margarita Gastronómica (2014).

- Fortalecer el vínculo entre la gente y su identidad culinaria, creando puentes sólidos para reconectarnos con nuestras recetas, productos e identidad. Esto es ganar en nombre, marca y prestigio (ob.cit).

- Construir valoraciones afortunadas de lo propio y lo margariteño dando a conocer personajes, cultores y cocineros populares, productos y recetas que son desconocidos por las nuevas generaciones (ob.cit).

3.5 Objetivos prácticos

- Fortalecer la unión de todos los factores activos de la isla bajo una misma bandera; nuestro orgullo gastronómico (ob.cit).

- Generar campañas de formación y sensibilización (en consumidores, cocineros, restauradores, empresarios, propietarios, productores, estudiantes, pescadores, pescaderos) sobre la biodiversidad, protección de especies y la sustentabilidad de las tradiciones populares y gastronómicas en armonía con el ambiente (ob.cit).

- Fortalecer la realización de eventos, ferias, festivales, actividades, cursos, talleres y programas de acción en las comunidades insulares, en búsqueda de la recuperación, promoción y protección del recetario local (ob.cit).

3.6 Origen del constructo “Cenas de la Cordialidad”

En el capítulo anterior, se plasmó la definición de cena, recordando que según Pérez y Gardey (2014) la palabra cena hace alusión a la última comida del día y que esta tiene un valor significativo para la familia, ya que

es aprovechada para interactuar, compartir y revivir recuerdos, haciendo de esta, un encuentro placentero y gratificante.

Por otro lado, Paredes (2010) expresa que la cordialidad es uno de los grandes valores que se aprenden en el hogar, y se ve reflejada en las acciones del ser humano, en la manera cómo se recibe a alguien, cómo se le atiende, prevaleciendo la calidez y el calor humano que se puede manifestar mediante alegría, agrado, simpatía y sensatez que emana del corazón.

La cordialidad debe estar presente en las relaciones humanas, es un reflejo de la calidad humana, no obstante, en los últimos tiempos ha dejado de manifestarse como un valor, y se ha convertido en un don que pocos conservan. Para que exista una cordialidad pura debe predominar un sentimiento sano, que sea el reflejo del alma y no un acto de simpatía, ya que perdería la esencia del significado y se convertiría en una acción insensata.

En este sentido, Margarita Gastronómica ideó el constructo “Cenas de la Cordialidad” para darle nombre a unas cenas que permitiesen promocionar la gastronomía margariteña. Los comensales se convierten en benefactores y asisten a la cenas con el fin de dar una contribución a Margarita Gastronómica y que esta pueda seguir organizando y promocionando la cartera de eventos gastronómicos, que se realizan anualmente en la isla de Margarita.

3.7 Cenas de la cordialidad

Son cenas benéficas formales, organizadas por la Asociación Margarita Gastronómica, que se llevan a cabo en instalaciones hoteleras y restaurantes prestigiosos de la Isla, con el fin de enaltecer, los aromas y sabores de la cocina margariteña. En estas cenas participan prestigiosos chefs nacionales e internacionales que se encargan de hacer uso de sus prácticas culinarias, convirtiendo simples recetas insulares en prestigiosos y exquisitos manjares.

Las Cenas de la cordialidad representan una oportunidad para difundir y dar a conocer la gastronomía margariteña tanto a su público regional como nacional e internacional. Las cenas buscan crear conciencia referente al aprovechamiento de los recursos autóctonos del estado, así como incentivar a las nuevas generaciones a ser participe en la celebración de las mismas.

3.8 Origen

En el año 2012, Margarita Gastronómica inició el proyecto de las cenas benéficas, con el fin de recaudar fondos para el desarrollo y organización del festival que se realizaba en el mes de octubre. En dicho festival se celebraban diferentes ferias, tertulias, charlas informativas, clases magistrales, rutas gastronómicas entre otros, con el fin de enaltecer la cultura gastronómica y artesanal de Margarita. A partir del año 2015, los eventos de Margarita Gastronómica se extendieron, dejaron de ser eventos realizados sólo en el mes de octubre para convertirse en actividades realizadas durante todo el año.

3.9 Objetivo principal de las Cenas de la Cordialidad

Recaudar fondos para los eventos que se realizan durante el mes de octubre en Margarita Gastronómica.

3.10 Propósitos de las Cenas de la Cordialidad

- Difundir la gastronomía Margariteña
- Crear cultura gastronómica
- Dar a conocer los recetarios y a los cocineros del estado Nueva Esparta
- Ofrecer un servicio de primera calidad
- Crear un ambiente de cordialidad durante la celebración de las cenas

3.11 Visión de las Cenas de Cordialidad

Ser un evento que enaltezca la cocina margariteña, sirviendo sus platillos en restaurantes que desarrollen la alta cocina y promuevan el servicio de calidad en sus comensales.

3.12 Ideología de las cenas de la cordialidad

Los comensales se consideran benefactores, ya que desde el momento en que hacen la compra del ticket de entrada ya están contribuyendo a la recaudación de fondos para el desarrollo de Margarita Gastronómica en el mes de octubre, a cambio de esto, se les ofrece una cena de alta cocina, de la mano de chefs nacionales e internacionales con un excelentísimo servicio de calidad.

3.13 Destino de los fondos

Los fondos recaudados en la celebración de las Cenas de la Cordialidad son destinados a la organización Margarita Gastronómica, con el fin de cubrir gastos de promoción y organización de eventos.

Actualmente se cuenta con un préstamo bancario del Banco de Desarrollo de Latinoamérica, que contribuye al desarrollo de todos los eventos que impulsa Margarita Gastronómica.

3.14 Perfil del comensal

Para estar en la celebración de una Cena de la Cordialidad, no hay distinción ni exclusividad alguna, ya que cualquier persona puede contribuir para el desarrollo de estas ceremonias, no obstante de acuerdo a la información suministrada por el gastrónomo Escorcía (2016) se diseñó un perfil de potenciales participantes (Tabla 1).

Tabla 1. Perfil demográfico del comensal que asiste a las cenas de la Cordialidad de Margarita Gastronómica

Categorías	Variables
Género	Masculino, femenino
Edad	18-60 años
Clase social	Media-alta

Continúa...

Cont. Tabla 1

Ingreso	Mas de 200.000 Bsf.
Profesión	Chef, cocineros, gastrónomos, estudiantes, comerciantes, profesores
Educación	Bachiller, estudio de pre grado y postgrado, estudios de cuarto y quinto nivel
Intereses	Gastronomía, cultura, emprendimiento,
Nacionalidad	Venezolana

Nota: Hernández, López y Rodríguez, con base en la entrevista a Escorcía (2016)

3.15 Trayectoria de las cenas

Las cenas de la cordialidad se iniciaron en la II edición de Margarita Gastronómica en el año 2013, actualmente se han realizado 14 cenas, las cuales han permitido dar a conocer las diferentes propuestas por parte de los diferentes chefs invitados. Para efectos de la investigación se hará una tabla comparativa de las diferentes cenas que se han llevado a cabo, con la finalidad de conocer los aspectos generales, similitudes y características distintivas de la celebración de cada una de ellas (Tabla 2).

Tabla 2. Trayectoria Cenas de la Cordialidad de Margarita Gastronómica años 2013-2015-2016

1era Cena de la Cordialidad Margarita Gastronómica 2013							
Fecha	Hora	Sede	Chef invitados	Menú degustación	Costo de la entrada	Número de asistentes	Patrocinantes
31/05/2013	8:00pm	Restaurant La casa de Esther, Sector Pedro Gonzáles , Municipio Gómez	-Esther Gonzales -Aisha Lamble	<u>Entradas:</u> -Spom canapé de ají margariteño relleno. -Abulones de Coche en salsa de cítricos. -Shot de crema de caraotas con especias. <u>Plato fuerte:</u> -Filet de mondeque glaseado con chili y ron en salsa de banano y vegetales glaseados. -Filet de mondeque en crema de ají dulce margariteño <u>Guarnición:</u> -Arroz con cúrcuma y canela. -Ensalada de plátano verde con tubérculos y vinagreta francesa. <u>Postres:</u> -Bombones de queso edam coronados con duce de lechosa. -Arroz con coco con helado de auyama y sirope de canela. -Café	500,00bs	40 pax	-Rattan plaza -Hotel Bella vista -S.I Tours -101 Imperdibles

Continúa...

Cont. Tabla 2

2da Cena de la Cordialidad Margarita Gastronómica 2013							
Fecha	Hora	Sede	Chef invitados	Menú degustación	Costo de la entrada	Número de asistentes	Patrocinantes
14/06/2013	8:00pm	Restaurante La Repisa Sector La Asunción Municipio Arismendi	-Mauricio García	<u>Entrada:</u> -Sopa de tomate criollo con tartar de aguacate <u>Plato fuerte:</u> - Pargo en costra de frutos secos, puré de apio y cebollitas bebe <u>Postre:</u> -Torticas de Zanahorias <u>Postre:</u> -Torticas de Zanahorias	900,00bs	50pax	- Hotel Bella Vista - Rattan Plaza - S.I Tours - Cámara de Comercio - Cámara de Turismo - 101 Imperdibles - Librería Tecnibooks

Continúa...

Cont. Tabla 2

3era Cena de la Cordialidad Margarita Gastronómica 2013							
Fecha	Hora	Sede	Chefs invitados	Menú degustación	Costo de la entrada	Número de asistentes	Patrocinantes
12/07/2013	6:00pm	-Posada Casa Mejillón, -Sector la Guardia, Municipio Díaz	-Pilar Cabrera -Niels Petersen -Rubén Santiago -Isabel La Negra	<u>Coctel de bienvenida:</u> -Carato de Mango <u>Entradas:</u> -Degustación de mejillones -Mejillones de la ensenada de la Guardia, preparados en distintas recetas de autor. Shut de vuelve a la vida margariteño, shut de bloody mary; gratinados, media concha en salsa caribeña y rebosados en salsa tártara <u>Plato fuerte:</u> -Timbal de pescado con corona de moluscos y azafrán, servido con arroz cremoso del mar y vegetales aromatizados con mantequilla de jengibre <u>Postre:</u> -Crumble de mango con ralladura de jengibre y canela -Torta de pan, pasitas rubias y nueces con almibar alicorado con ponsigue -Quesillo de Yaraguey Degustación de Café	1.000,00bs	24pax	- Hotel Bella Vista - Rattan Plaza - S.I Tours - Cámara de Comercio - Cámara de Turismo - 101 Imperdibles - Librería tecnibooks - Moka Caribe

Continúa...

Cont. Tabla 2

4ta Cena de la Cordialidad Margarita Gastronómica 2013							
Fecha	Hora	Sede	Chef invitados	Menú degustación	Costo de la entrada	Número de asistentes	Patrocinantes
24/08/2013	7:00pm	Posada Palo Torcido, Sector Guacuco, Municipio Arismendi	-Daniel torres -Antonio Morales -Miguel Matute		1.500,00bs	40 pax	- Hotel Bella Vista - Rattan Plaza -Cámara de Comercio - Cámara de Turismo -Isla Pesca -Los Del Mar -Don Lolo -Restaurant la casa de Rubén -101 Imperdibles -Librería Tecnibooks

Continúa...

Cont. Tabla 2

1era Cena de la Cordialidad 2015. Encuentro de las cocinas regionales en Margarita							
Fecha	Hora	Sede	Chef invitados	Menú degustación	Costo de la entrada	Número de asistentes	Patrocinantes
07/05/2015	8:00 pm	Maloka Hotel Boutique, Sector Guacuco, Municipio Arismendi	-Nelson Castro -Mauricio García -Daniel Blanco	<p><u>Entradas:</u></p> <p>-Vino souvignonblanc</p> <p>Ensalada paraguachoa Ensalada de pez loro aderezado con aceite de sésamo, con textura de yuca y aji margariteño ahumado</p> <p>-Versión de la cachapa con cochino, puré de maíz con cochino frito y tejas de queso crocante.</p> <p><u>Platos principales:</u></p> <p>-Vino cabernet souvgnon</p> <p>-Tartar de trucha curada en miche callejoneo con quinchonchos y vinagreta de aji margariteño</p> <p>-Gallina estofada a baja temperatura con orégano salvaje y berenjenas asadas</p> <p>-Corte de Medregal asado, salsa de cilantro, funche de sofrito criollo y ajillo de alcaparras</p> <p><u>Postres:</u></p> <p>-Mousse, biscocho, mermelada, confitado de mamey y bocado de chocolate</p>	15.000,00	40 pax	-Cámara de Comercio - Cámara de Turismo - La casserole -Turaser - Librería techibooks - Restaurant La Repisa

Continúa...

Cont. Tabla 2

2da Cena de la Cordialidad Margarita Gastronómica 2015 La cocina Femenina del Mar							
Fecha	Hora	Sede	Chef invitados	Menú degustación	Costo de la entrada	Número de asistentes	Patrocinadores
26/06/2015	8:00pm	Wyndham Concorde Hotel, Sector el Morro, Municipio Mariño	-Esther Gonzales -Tamara Rodríguez	<u>Coctel de bienvenida:</u> - Coctel Wyndham Concorde <u>Entradas:</u> -Tartare de vaquita con vinagreta de erizos en dos texturas. - Hojaldre de cangrejo y plátano con sus perlitas. <u>1er Platos Principales:</u> -Tortelon de tajali en salsa de coco y limón. - Pastel de raya con masa de plátano topocho en reducción de vino tinto, papelón y especias. <u>Limpiapaladar:</u> -Teta de jobito con ron de carupano - Calamares rellenos con su tinta, chocolate y ají margariteño, arroz con sarrapia. <u>Postres:</u> - Cremoso de chocolate blanco con parchita y confitura de ajíes margariteños. - Copa de frutas de temporada con crema de catuche y crujientes de panepis pariano. <u>Brindis de Cierre:</u> Coctel Especial Ron Veroes en la Barra Veroes	4.000,00bs	68 pax	-Hotel bella Vista -Banco Banesco -Alcaldía del Municipio Mariño -Hotel Maloka -Universidad Corporativa de Sigo -Ron Veroes -Magefesa -Hacienda el Tanque -Cava y cata -Cámara de Comercio - Cámara de Turismo - Instituto iberoamericano de gastronomía - La casserole - Librería tecnibooks -SI Tours

Continúa...

Cont. Tabla 2

3ra Cena de la Cordialidad Margarita Gastronómica 2015							
Fecha	Hora	Sede	Chef invitados	Menú degustación	Costo de la entrada	Número de asistentes	Patrocnantes
22/08/2015	7:00pm	Hacienda el Tanque, Sector Pedro González, Municipio Gómez	-Juan Carlos Sayalero -Tomas Martino	<p><u>Coctel de bienvenida:</u></p> <p>Coctel hacienda el tanque</p> <p><u>Entradas:</u></p> <p>-Trío de bocados guayaneses: Bocado de costilla de Morocoto ahumada sobre quenelle de cremoso de palo a pique guayanés con coulis de ají dulce margariteño</p> <p>-Bocado de pastel de rabo de baba salada</p> <p>-Bocado de Tumá</p> <p><u>Platos Principales:</u></p> <p>-Fresco Cocktail Hacienda El Tanque</p> <p>-Clamato de Caribe con sopa de tomate margariteño y lochita</p> <p>-Tepuy de maíz tierno relleno de mar y río (Lau lau ahumado y mariscos margariteños), bañado con salsa de merey pasao'</p> <p>-Cerdo marinado en orégano pedrogonzalero, cocinado a baja temperatura con puré de chaco con pomalaca y encurtido de chimbombó</p> <p><u>Postres:</u></p> <p>Bombón de mazapán de merey relleno de jalea de mango con topping de queso guayanés y mermelada de ají margariteño</p>	5.500,00bs	60 pax	<ul style="list-style-type: none"> -Banco Banesco -El Nacional -Alcaldía del Municipio Mariño -Hotel Maloka -Wydham Hotel -Lidotel BHotel Boutique -Magefesa -Universidad Corporativa de Sigo -Ron Veroes - Cámara de comercio - Cámara de turismo -Instituto iberoamericano de gastronomía - Restaurant la casserole - Librería technibooks

Cont. Tabla 2

4ta Cena de la Cordialidad 2015 Paseo de Tablas y Bocados							
Fecha	Hora	Sede	Chef invitados	Menú degustación	Costo de la entrada	Número de asistentes	Patrocinantes
18/09/2015	6:00pm	-Restaurant La Repisa -Restaurant La Plazuela -Restaurant De Abolengo	-Sumito Estévez, -Mauricio García, -Tomás Martino - María Alejandra Noriega, -Sergio De Uralde Rubén Santiago.	<u>Entrada 1:</u> -Bocados capelleti relleno con tarkarí de chivo en su salsa (Sumito Estévez). -Ensalada de plátano maduro con orégano fresco del Matasiete y una tapa de papa con aguacate y sardina oreada. Armonía: Trío armonizado con la Cerveza Artesanal del Caribe María Guevara, elaborada por Miguel Soler. <u>Entrada 2:</u> - Sopa seca de suero larense en caldo de gallina con tropezón base de chaco y tapa de huevo frito. -Aguinaldo de gallina y chaco con ensaladilla margariteña crocante. -Ravioli de camarón relleno de gallina confitada sobre crujiente de batata Armonía: mojitos frutales -Mousse de queso de cabra, gelatina de licor de ají margariteño, mermelada de tomate margariteño y galleta de Albahaca como primer bocado. -Ensalada de rúgula parece cochino pero no es, mamey Asuntino y vinagreta de balsámico y chocolate - Cerdito navegao con barbecue de Jobito, kumachi y semillas tiernas de cacao confitadas para cerrar.	15.000,00bs	40 pax	Banco Banesco

Continúa...

Cont. Tabla 2

1era Cena de la Cordialidad 2016. Celebrando Sabores Margariteños							
Fecha	Hora	Sede	Chef invitados	Menú degustación	Costo de la entrada	Número de asistentes	Patrocinantes
28/04/2016	8.00 pm	Restaurant Mezclum, Hotel Maloka, Sector Guacuco Municipio Arismendi	-Carlos García -Daniel Blanco -Rubén Santiago	<p><u>Coctel de bienvenida:</u> Coctel Maloka, a base de Ron Santa Teresa Linaje</p> <p><u>Entrada:</u> Escabeche de corocoro sobre mojito margariteño con emulsión de cilantro y crocante de yuca Rompecolchón margariteño con salsa picante de ají margariteño en concha marina</p> <p><u>Platos principales:</u> Carite oreado marinado en jugo de tomate margariteño y limón, huevo crocante con emulsión de ají dulce margariteño Arroz pegao con patitas de cerdo y frijolada Cerdo confitado y funche del pescador</p> <p><u>Postres:</u> Tierra en conuco margariteño servido en aripo de El Cercado</p>	20.000,00bs	40 pax	<p>Cámara de Comercio</p> <p>- Cámara de Turismo</p> <p>Restaurant la casserole</p> <p>- Librería technibooks</p> <p>-Hacienda Santa Teresa</p> <p>-Hacienda el Tanque</p> <p>- Instituto Iberoamericano de Gastronomía</p> <p>-Restaurant la casa de Rubén</p> <p>-Restaurant Alto Caracas</p> <p>-Mica Oriente</p>

Continúa...

Cont. Tabla 2

1era Cena de la Cordialidad 2016. Celebrando Sabores Margariteños							
Fecha	Hora	Sede	Chef invitados	Menú degustación	Costo de la entrada	Número de asistentes	Patrocinantes
28/04/2016	8.00 pm	Restaurant Mezclum, Hotel Maloka, Sector Guacuco Municipio Arismendi	-Carlos García -Daniel Blanco -Rubén Santiago	<u>Coctel de bienvenida:</u> Coctel Maloka, a base de Ron Santa Teresa Linaje <u>Entrada:</u> Escabeche de corocoro sobre mojito margariteño con emulsión de cilantro y crocante de yuca Rompecolchón margariteño con salsa picante de ají margariteño en concha marina <u>Platos principales:</u> Carite oreado marinado en jugo de tomate margariteño y limón, huevo crocante con emulsión de ají dulce margariteño Arroz pegao con paticas de cerdo y frijolada Cerdo confitado y funche del pescador <u>Postres:</u> Tierra en conuco margariteño servido en aripo de El Cercado	20.000,00 Obs	40 ax	-Cámara de Comercio - Cámara de Turismo -Restaurant la casserole - Librería tecnibooks -Hacienda Santa Teresa -Hacienda el Tanque - Instituto Iberoamericano de Gastronomía -Restaurant la casa de Rubén -Restaurant Alto Caracas -Mica Oriente

Continúa...

Cont. Tabla 2

2da cena de la cordialidad 2016							
Fecha	Hora	Sede	Chef invitados	Menú degustación	Costo de la entrada	Número de asistentes	Patrocinantes
30/06/2016	8:00p m	Restaurant Guillermina, Sector La Asunción, Municipio Arismendi	Héctor Romero Tomas Martino Oscar Rodríguez	<u>Entrada 2:</u> Bollo pelón de frutos del mar <u>Plato principal 1:</u> Corbullon de pescado con platano piton caramelizado, cebolla asada y tomate cherry ahumado. <u>Armonía:</u> Copa de vino blanco chardonnay <u>Plato principal 2:</u> Tarkary de cobrito con papas guisadas, zanahorias bebe caramelizadas, tirabeques y berenjenas en tempura <u>Armonía:</u> Copa de vino tinto Merlot Postre: De puro coco el majarete <u>Armonía:</u> Coctel matasiete con ron santa teresa linaje, coco y sirop de almendras <u>Brindis de cierre:</u> Barra Bar Ron Santa Teresa Solera 1796	25.000,00bs	59pax	-Hacienda el tanque -Uniformese -Cava y cata -Megefesa -Frigorífico los Tavares -Bora Bora -Cámara de Comercio del estado Nueva Esparta -Cámara de Turismo -Instituto Iberoamericano de Gastronomía

Nota: Hernández, López y Rodriguez (2017)

De la tabla comparativa mostrada anteriormente se extrae que las Cenas de la Cordialidad de Margarita Gastronómica, se han desarrollado de manera consecutiva desde el año 2103-2016, lo cual ha generado un impacto positivo en la comunidad neoespartana, debido a su grata aceptación y al crecimiento de los patrocinadores y aliados, quienes juegan un rol importante en la celebración de las mismas. Como resultado se podría deducir que, la celebración de las Cenas de la Cordialidad han aumentado considerablemente desde su primer año de celebración hasta el año 2016, a pesar de la situación económica que atraviesa el país que regula las celebraciones de las mismas. Margarita Gastronómica hace un esfuerzo por seguir promoviendo este tipo de iniciativa, que exalta la Gastronomía insular, buscando convertir la isla de Margarita en un destino turístico gastronómico de excelencia y placer culinario.

CAPITULO IV. ASPECTOS ORGANIZACIONALES, PROTOCOLARES Y DE COMUNICACIÓN DE MARKETING DE LA SEGUNDA CENA DE LA CORDIALIDAD, CELEBRADA EN EL RESTAURANT GUILLERMINA, EN EL MARCO DE LA V EDICIÓN DE MARGARITA GASTRONÓMICA, AÑO 2016.

4.1 Aspectos organizacionales llevados a cabo en la segunda Cena de la Cordialidad realizada en el restaurant Guillermina, en el marco de la quinta edición de Margarita Gastronómica año, 2016.

Las cenas de la cordialidad como se ha mencionado anteriormente, representan una oportunidad para la difusión de la gastronomía margariteña, por consiguiente requiere de una minuciosa planificación y organización en las etapas de la gestión de eventos, es decir, pre evento, evento y post evento, las cuales se van a tratar a continuación.

4.1.1 Etapa del pre-evento.

– Planificación y organización

Al momento de realizar un evento, la planificación y organización del mismo juegan un rol importante para la consecución de las metas establecidas. La planificación es la primera etapa del proceso administrativo, planificar hace referencia a concebir ideas en

relación a proyectos, metas, propósitos que se quieren alcanzar ya sea en un periodo a corto, mediano o a largo plazo, la planificación es la base para el éxito, en este sentido, planificar va a permitir maximizar o potencializar los recursos de manera eficiente y efectiva.

El uso adecuado de los recursos al momento de planificar las Cenas de la Cordialidad va a permitir a la organización Margarita Gastronómica facilitar la consecución de los objetivos. Es importante que la asociación maneje técnicas y herramientas que sustenten la planificación, lo cual va a permitir tener un soporte en físico, que pueda arrojar información oportuna en caso de establecer medidas correctivas que conlleven a la consecución de los objetivos.

Una planificación rigurosa es el primer paso para alcanzar el éxito en una Cena de la Cordialidad, considerando que las mismas se realizan con la finalidad de recaudar fondos para los diferentes eventos que organiza la asociación Margarita Gastronómica, en la cual los patrocinantes y aliados comerciales de la misma, juegan un rol importante en las celebraciones de la mismas.

En este orden de ideas, la planificación es importante en la celebración de la segunda Cena de la Cordialidad que se llevó a cabo el día 30 de junio del año 2016, la planificación en si representa la primera fase de la gestión de eventos, la cual se denomina pre evento. Esta etapa debe contener las herramientas necesarias para el desarrollo exitoso de la Cena de la Cordialidad.

A continuación describen cada uno de los pasos que se realizaron durante su planificación, durante la etapa del pre evento.

– **Elección del tema del evento**

En relación al tema del evento, es importante brindar un título que sea atractivo, productivo y placentero, que llame la atención del público objetivo que se quiera captar. La Asociación Margarita Gastronómica decidió celebrar las Cenas de La Cordialidad del año 2016 con un nombre que se posicionara en la mente de sus benefactores, las cuales denominaron “celebrando sabores margariteños”, por lo que, la organización pidió a los Chef encargados de la planificación del Menú, que en sus ofertas gastronómicas incluyeran productos de la localidad, que fuesen platos sencillos que siguieran siendo vanguardistas, y exaltaran la potencialidad de la gastronomía neoespartana (gráfico 6).



Gráfico 6. Imagen promocional de la segunda Cena de la Cordialidad, año 2016

Nota: Tomado del Facebook de Margarita Gastronómica (2016)

– **Definición de metas, objetivos generales y específicos**

Una vez seleccionado el nombre del tema a promocionar, “celebrando sabores margariteños”, es necesario definir las tareas, metas y objetivos que se quieren alcanzar, es decir, el objetivo de la Cena de la Cordialidad, así como también las actividades y acciones que faciliten la consecución de la meta.

Al momento de haber determinado las tareas, metas y objetivos a alcanzar, se deben establecer mecanismos o herramientas de control, que faciliten verificar en la fase de control del post evento, si los resultados obtenidos concuerdan con los planificados. El uso adecuado de los recursos va a permitir establecer estrategias que faciliten la consecución de la meta, en este sentido, uno de los propósitos de la cenas es mostrar la gastronomía de la entidad, igualmente sus cocineros y recetarios, dando a conocer al público general su historia, cultura y gastronomía del estado Nueva Esparta.

A groso modo la Asociación Margarita Gastronómica se plantea como meta ofrecer a sus benefactores una cena de alta cocina, de la mano de Chef reconocidos, con un servicio de calidad, promoviendo un ambiente ameno y cordial entre sus facilitadores, colaboradores y asistentes al mismo.

– **Determinación del tipo de participante**

En relación al tipo de participantes que colaboraron en la segunda Cena de la Cordialidad en el Restaurant Guillermina, fueron gastrónomos, conocedores del ámbito culinario, de los productos típicos y la estacionalidad de los mismos. Entre ellos fueron los chef residentes Oscar Rodríguez, Tomás Martino y el chef invitado especial Héctor Romero y los benefactores que hacen posible la realización de este tipo de eventos que buscan posicionar el estado Nueva Esparta como un destino gastronómico de excelencia reconocido tanto a nivel nacional como internacional (gráfico 7).



Gráfico 7. Chef participantes en la segunda Cena de la Cordialidad, año 2016

Nota: Tomado del Instagram de Margarita Gastronómica (2016)

– Invitaciones

Las invitaciones formales de participación a las Cenas de la Cordialidad son enviadas vía correo electrónico por parte del ente organizador a los chef que pondrán en práctica sus dotes culinarias al crear platos majestuosos, esto se hace con la finalidad de que los mismos envíen sus propuestas y la organización pueda determinar los costos correspondientes a la elaboración del menú.

Con relación a la entrada general al evento, la misma la pudieron adquirir en la librería Tecnibooks ubicada en el Centro Comercial AB, la cual tenía un costo de 25.000 Bsf. Al momento de comprar la entrada, los comensales tenían la oportunidad de escoger su ubicación en la celebración de la cena, la invitación contenía los detalles alusivos al evento y un código, con el cual podrían participar en el sorteo que se realizaría al finalizar la celebración del evento (gráfico 8).



Gráfico 8. Invitación segunda Cena de la Cordialidad restaurante Guillermina

Nota: Suministrado por la Asociación Margarita Gastronómica (2017)

Luego que los comensales adquirían la entrada, la Asociación Margarita Gastronómica enviaba vía correo electrónico, un voucher el cual, contenía los detalles referentes al tipo de vestimenta a usar, punto de encuentro, sugerencias y detalles logísticos en relación a la celebración del evento (gráfico 9).

VOUCHER
AGRADECEMOS INMENSAMENTE LEER CADA UNA DE ESTAS RECOMENDACIONES
 (NO ES NECESARIO IMPRIMIR ESTA PAGINA)

- Debemos estar puntualmente reunidos en el **Lobby del Hotel La Samanna de Margarita**, en donde seremos recibidos con un Cocktail de Bienvenida, a manera de hacer más amena la espera. Sus automóviles pueden permanecer en el estacionamiento de este hotel, al cual retornaremos luego de la cena, momento en el cual podrán retomar sus vehículos. Desde allí el personal de protocolo de Margarita Gastronómica les recibirá para indicarles su ubicación en sus respectivas unidades de transporte turística (equipadas con audio, ambiente musical y aire acondicionado) en las que haremos este hermoso y sabroso paseo hasta el Rest. Guillermina. Se sugiere a las personas que reservaron por grupo movilizarse en el menor número posible de vehículos, ya que la capacidad del estacionamiento es de 28 puestos.
- **HORA DE ENCUENTRO: 7:00 pm. HORA DE PARTIDA 7:30 pm** (punto de partida: La Samanna) - **HORA DE LA CENA: 8:00 pm.** La hora de regreso se estipula a las 10:30 pm.
- Agradecemos respetar las horas de reunión, pues por distancia y demás detalles logísticos tenemos restricciones de transporte y hora de inicio de la cena. Este traslado lo harán en compañía de miembros de nuestra asociación, quienes les proporcionarán un ameno paseo gastronómico hasta nuestro destino.
- Al llegar al Rest. Guillermina nos estará esperando el equipo de Margarita Gastronómica y voluntarios de las cuatro escuelas de cocina de la Isla de Margarita, quienes nos indicarán la ubicación en mesas. Allí escucharemos las palabras de bienvenida y la presentación de la cena y los chefs con la descripción y detalles de todos los platos.
- Le sugerimos utilizar ropa tipo coctel. No se requiere de traje formal.
- Las mesas están previamente organizadas buscando lograr la cordialidad e integración alrededor del tema gastronómico que nos reúne. Usted previamente reservó su ubicación en mesa, la cual se le notificó a la hora de hacer efectivo su compra. **Se agradece comunicar al personal de protocolo su ubicación al momento de ser contactado. De igual forma debe conservar su entrada para el sorteo de premiación.**
- La cena incluye las armonías correspondientes para cada tiempo, cualquier otro tipo de bebidas corre por cuenta del comensal y se deben cancelar directamente a Rest. Guillermina.
- Se notifica a los comensales que deben comunicar su inasistencia a esta cena con 24 horas de anticipación. En caso contrario se considerará NO-SHOW, por lo que no podremos devolver el costo de la entrada.
- Los jóvenes estudiantes de las escuelas de cocina I.C.T.C. Margarita, La Casserole Isla de Margarita, UPEL-Fundapi y el Inst. Iberoamericano de Gastronomía colaboran con Margarita Gastronómica y se evalúa en términos académicos. Adicionalmente reciben una carta de reconocimiento de nuestra parte. Agradecemos no obsequiarles en metálico.

AGRADECIMIENTO
 Con el valor de esta cena está contribuyendo y apoyando la realización de la extensa agenda de eventos y actividades que tenemos programados en la isla en los próximos meses hasta llegar al mes de octubre, cuando celebraremos profusamente **MARGARITA GASTRONOMICA OCTUBRE 2016** ¡mil gracias por hacer posible este sueño gastronómico! **CONTACTOS + INFO** T: 0295-2620683 - Fax. 0295-2671039 / M: 0424-8247674
 Correo Electrónico: margaritagastronomicainfo@gmail.com

Legenda:

- logotipo
- párrafo explicativo
- ◇ sede rest. Guillermina
- ▭ párrafo de cierre datos del emisor
- △ patrocinadores

**Gráfico 9. Voucher explicativo Cena de la Cordialidad
 restaurante Guillermina**

Nota: Hernández, López y Rodríguez (2017) suministrado por la Asociación Margarita Gastronómica

– Planificación y organización del menú

Para la Cena de la Cordialidad de Guillermina se acordó que los platos estarían compuestos entre 80 y 100 grs para la entrada, 100 y 150 grs para los platos principales y una porción para el postre, el menú estuvo conformado por cinco tiempos con sus respectivas armonías (gráfico 10).

SEGUNDA CENA DE LA CORDIALIDAD

MARGARITA GASTRONÓMICA

Invitado especial
Chef HÉCTOR ROMERO
 ICC Caracas

TOMÁS MARTINO
 Restaurante Appstadero
 Mercado del mar

OSCAR RODRIGUEZ
 Restaurante Guillermina

MENÚ DEGUSTACIÓN (5 tiempos)

MISIONES DE RENGO

BIENVENIDA
 Welcome Drink: Mojito de Mango RON SANTA TERESA LINAJE

ENTRADAS (2 TIEMPOS)

1ra Entrada Fria
 Sardinias en Dos Temperaturas.
Chef Oscar Rodríguez Rest. GUILLERMINA
ARMONÍA: Coctel Arismendi con RON SANTA TERESA LINAJE, merrey, ají dulce y limón

2da Entrada Fria
 Bollo Pelón de Frutos del Mar. A cargo de **Chef Tomás Martino**

PLATOS PRINCIPALES: (3 TIEMPOS)

1er Principal:
 Corbullón de Pescado con Plátano Pintón Caramelizado, Cebolla Asada y Tomate Cherry Ahumado
(Chef Héctor Romero).
ARMONÍA: Copa de Vino Blanco Chardonnay – MISIONES DE RENGO

2do Principal:
 Tarkari de Cabrito con Papas Guisada, Zanahorias Bebé Caramelizadas, Tirabeques y Berenjenas en Tempura.
(Chef Héctor Romero y Tomás Martino)
ARMONÍA: Copa de Vino Tinto Merlot – MISIONES DE RENGO

POSTRE (1 TIEMPO)
1er Postre. De Puro Coco el Majarete **(Chef Héctor Romero).**
ARMONÍA: Coctel Matasiete con RON SANTA TERESA LINAJE, coco y sirop de almendras

BRINDIS DE CIERRE
 Barra bar RON SANTA TERESA SOLERA 1796
 Sommeliere Ricardo Hernández – Hacienda El Tanque

Partners: CNA, CNAF, Santa Teresa, MIA, UCA, Informese, Margarita, Caviar, Magallanes, Estivales, Peta, YECINI BOOKS, etc.

Contacto: Margarita Gastronómica, @margaritagastronomica, @barromargarita, margaritagastronomicainfo@gmail.com

Gráfico 10. Menú degustación Cena de la Cordialidad

Guillermina, año 2016

Nota: suministrado por la Asociación Margarita Gastronómica (2017)

Para la presentación del menú se seleccionó los siguientes utensilios:

- **Vajillas**

Primera entrada: Plato ovalado marco azul (gráfico 11)



**Gráfico 11. Vajilla utilizada para la primera entrada del menú
Cena de la Cordialidad.**

Nota: facilitado por la Asociación Margarita Gastronómica (2017)

Segunda entrada: Plato cuadrado plano (gráfico 12).



**Gráfico 12. Vajilla utilizada para la segunda entrada del menú
Cena de la Cordialidad**

Nota: facilitado por la Asociación Margarita Gastronómica (2017)

Primer principal: Plato hondo tipo sombrero blanco más plato base blanco (gráfico 13)



Gráfico 13. Vajilla utilizada para el primer plato principal del menú Cena de la Cordialidad

Nota: facilitado por la Asociación Margarita Gastronómica (2017)

Segundo principal: Plato cuadrado 27x27cm (gráfico 14)



Gráfico 14. Vajilla utilizada para el segundo plato principal del menú Cena de la Cordialidad

Nota: facilitado por la asociación Margarita Gastronómica (2017)

Postre: Plato ovalado grande marco azul (gráfico 15)



Gráfico 15. Vajilla utilizada para el postre del menú Cena de la Cordialidad

Nota: facilitado por la asociación Margarita Gastronómica (2017)

- **Cristalería**

Copas para agua

Copas para vino blanco

Vasos de coctel ería

Copas para agua

- **Cubertería**

De acuerdo al tipo de plato servido

- **Elección de los patrocinadores**

Como se mencionó anteriormente, los patrocinantes son de vital importancia para la celebración de las Cenas de la Cordialidad, quienes aportan insumos, infraestructura, personal de apoyo, financiamiento, entre otros. Estas alianzas estratégicas que desarrolla Margarita Gastronómica facilitan la realización de este tipo de

iniciativas que permiten impulsar la gastronomía de la entidad insular (gráfico 16).



Gráfico 16. Patrocinadores oficial de la segunda Cena de la Cordialidad en el restaurant Guillermina, año 2016

Nota: Tomado del facebook de Margarita Gastronómica (2016)

– Estimación de costos del evento

La ejecución de esta cena requirió una inversión monetaria, durante la gestación de la misma, la formulación de presupuestos para la administración eficiente de los recursos jugaron un rol importante, permitiendo así visualizar los recursos que se necesitaban más los aportes económicos.

A continuación se muestra el costo unitario del menú por comensal de la realización de la Cena de la Cordialidad, en el Restaurante Guillermina (gráfico 17).

2ª CENA DE LA CORDIALIDAD GUILLERMINA 2016

CHEFS: HECTOR ROMERO, TOMAS MARTINO Y OSCAR RODRIGUEZ

EJERCICIO 1

PAMPATAR, 31 MAYO, 2016

PLATO	CHEF	PROPUESTA	CANTIDAD	C. UNITARIO	COSTO TOTAL
1ª ENTRADA	O. RODRIGUEZ		60,00	1.000,00	
2ª ENTRADA	T. MARTINO		60,00	1.500,00	
1º PRINCIPAL	H. ROMERO		60,00	3.000,00	
2º PRINCIPAL	H. ROMERO		60,00	3.000,00	
POSTRE	ROMERO/MARTINO		80,00	1.500,00	
COSTO INSUMOS CENA				10.000,00	

Gráfico 17. Costo del menú por comensal de la Cena de la Cordialidad celebrada en el restaurante Guillermina

Nota: Suministrado por la Asociación Margarita Gastronómica (2017)

Cabe mencionar que, la realización de las Cenas de la Cordialidad, son posibles gracias a las alianzas estratégicas que posee la Asociación Margarita Gastronómica las cuales aportan infraestructura, insumos, personal de apoyo, entre otros.

– Seleccionar la fecha y el lugar donde se realizará el evento

La celebración de la segunda Cena de la Cordialidad se estableció para el Jueves, 30 de junio del 2016, a las 8:00 pm, en el Restaurant Guillermina en la Asunción Municipio (gráfico 18).

SEGUNDA CENA DE LA CORDIALIDAD

NUESTRO INVITADO ESPECIAL

Chef
HÉCTOR ROMERO
ICC Caracas

Premio Tenedor de Oro
Chef del Año 2013
Academia Venezolana
de Gastronomía

JUEVES 30 JUNIO
8:00 PM
GULLERMINA RESTAURANT
LA ASUNCIÓN

MISIONES D RENGO

Sponsors and logos: MALOKA, BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA, Santa Teresa, MICA ORIENTE, US, Universidad Corporativa, El Louque, Uniformese, PUNTO MAS TURISMO, Margarita Gastronómica, cava ocata, Magefesa, los favores, CTENE, CAMARA DE COMERCIO, LA CASSEROLE.

Facebook: Margarita Gastronómica | Twitter: @sabormargarita | Email: margaritagastronomicainfo@gmail.com | Website: www.margaritagastronomica.net

Gráfico 18. Imagen promocional detallada de la segunda Cena de la Cordialidad año 2016

Nota: Tomado del Facebook de Margarita Gastronómica (2016)

- Designación de un coordinador general y coordinaciones de trabajo

La organización de las Cenas de la Cordialidad, implica la designación y conformación de los diferentes comités organizativos,

que facilitan la realización de tareas y descentralización de actividades a ejecutar.

Al momento de determinar y seleccionar los participantes tanto de la coordinación general, como de los diferentes comités colabores, es recomendable que el personal esté capacitado en el área, así como contar con experiencia en el ámbito gastronómico, lo cual va a facilitar la realización del evento, garantizando de esta forma la calidad que amerita y exige la realización de la Cena de la Cordialidad.

La organización Margarita Gastronómica no cuenta con un comité específico para el desarrollo de los eventos, el trabajo es distribuido entre el presidente de la asociación, gerente general, asistente administrativo, diseñador gráfico, fotógrafo y los chef implicados en la celebración del evento (gráfico 19, tabla 3).

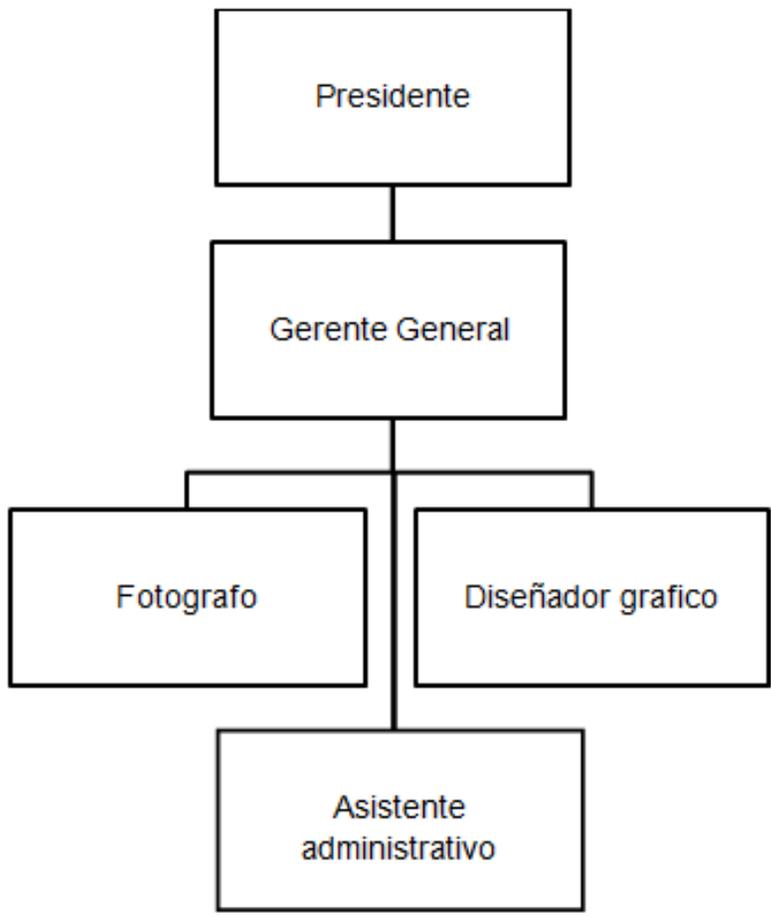


Grafico 19. Propuesta Estructura organizativa Asociación Margarita Gastronómica

Nota: Hernández, López y Rodríguez con base en Escorcía (2017)

Tabla 3. Funciones de la Asociación Margarita Gastronómica en el marco de la celebración de las Cenas de La Cordialidad.

Cargo	Funciones
Presidente	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar los participantes de las Cenas de la Cordialidad - Designar responsables de las áreas de servicio, protocolo y cocina. - Determinar sede para la celebración de las Cenas de la Cordialidad. - Fomentar alianzas estratégicas y comerciales. - Negociar con los patrocinantes los aportes para la realización de las Cenas de la Cordialidad. - Desarrollar técnicas de comunicación para captar público objetivo. - Supervisar las tareas del personal implicado en el desarrollo de las Cenas de la Cordialidad

Gerente general	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar la minuta operativa para el desarrollo de las Cenas de la Cordialidad - Elaborar voucher informativo de términos y condiciones alusivas a las Cenas de la Cordialidad. - Establecer pautas protocolares referidas a las Cenas de la Cordialidad. - Evaluar el cumplimiento de los objetivos planificados para el desarrollo de las Cenas de la Cordialidad.
Diseñador grafico	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar bocetos y artes gráficas de avisos, artículos y publicidad de los eventos organizados por la Asociación Margarita Gastronómica. - Elaborar el arte de las Cenas de la Cordialidad (invitaciones, entradas, flyers, entre otros).

Fotógrafo	<ul style="list-style-type: none"> - Gestionar redes sociales - Promocionar las Cenas de la Cordialidad a través de las redes sociales. - Recopilar la memoria Fotográfica de los eventos organizados por la Asociación Margarita Gastronómica.
Asistente administrativo	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar respaldo administrativo de los eventos realizados - Establecer citas entre el ente organizador y colaboradores - Contactar colaboradores y personal de apoyo para las Cenas de la Cordialidad. - Informar al personal implicado en la celebración de las Cenas de la Cordialidad (presidente, gerente general, fotógrafo, diseñador, chefs

	participantes y patrocinadores) sobre novedades y eventualidades para la celebración del evento.
--	--

Nota: Hernández, López y Rodríguez con base en Escorcia (2017)

– **Selección, capacitación del personal de apoyo**

Como se mencionó anteriormente, el éxito de un evento depende del potencial de sus colaboradores, es decir, el ingenio, habilidades y destrezas de los mismos son esenciales para proveer una celebración que satisfaga las exigencias de sus espectadores.

La selección de los colaboradores a participar en la celebración de la segunda Cena de la Cordialidad, estuvo determinada por la Asociación Margarita Gastronómica, quienes de acuerdo a sus alianzas estratégicas eligieron, según negociaciones previas.

Luego de haber escogido a la selección del personal que colaboraría en la celebración de la segunda Cena de la Cordialidad, se procedió a la capacitación e instrucción de los mismos, con la finalidad que pudiesen estar a la altura, exigencias y profesionalidad que demandaba el evento.

– **Elaboración de check list o mecanismo de control**

El control representa una oportunidad para los organizadores de obtener información clave y oportuna sobre el evento luego de su

finalización, en este sentido, se deben proveer herramientas que faciliten la obtención veraz de resultados, que permitan establecer mejoras correctivas como parte del proceso de mejora continua, con el propósito de innovar y de corregir fallas que no se puedan presentar en eventos posteriores.

Cabe mencionar que, la Asociación Margarita Gastronómica, no cuenta con un mecanismo de control físico, en la organización de las Cenas de la Cordialidad, por consiguiente, el control que se emplea está determinado por opinión que proporcionan los diferentes benefactores que acuden a la celebración de las mismas.

A continuación se presenta una propuesta de check list para las etapas de planificación, organización y control del evento Cenas de la Cordialidad (tabla 4)

Tabla 4. Propuesta check list para planificación, organización y control para las Cenas de la Cordialidad

CHECK LIST PLANIFICACION DEL EVENTO	SI	NO	OBSERVACIONES
<i>5 Días anticipación:</i>			
Confirmación invitados			
Confirmación transporte para el traslado			
2Días anticipación:			
Chef encargados del menú en la isla de margarita			
Insumos para coctel de bienvenida			
Insumos para elaboración de menú			
Insumos para coctel de armonía y cierre			
CHECKLIST GENERAL DE	SI	NO	OBSERVACIONES:

PRODUCCION			
Llegada del personal de apoyo al restaurante Guillermina 3:00pm			
Distribución del personal de apoyo			
Inducción previa para personal de cocina por parte de los chef			
División de tareas para la realización del mise en place del menú			
Observación: cada plato, trago y componente del menú debe tener su mise en place			

Continúa

Cont. Tabla 4

Ejemplo del mise en place de la 1era entrada de la segunda Cena de la Cordialidad del año 2016

SARDINA EN DOS TEMPERATURAS CON FUNCHE CRIOLLO	SI	NO	CANTIDAD:	OBSERVACIONES:
Sardinas abrazadas en casabe				
Sardinas encebichadas				
Funche criollo porcionado				
Reducción de ají margariteño en tetero				
Plato ovalado marco azul				

Continua

Cont. Tabla 4

CHECKLIST DE SERVICIO Y BARRA	SI	NO	OBSERVACIONES:
Llegada del personal de apoyo al restaurante guillermina 3:00pm			
Inducción previa para todo el personal de servicio por parte del capitán de sala			
Montaje de mesas listo 6:00pm			
Vajilla seleccionada limpia en cada estación según su uso			
Cuartería limpia y pulida de acuerdo al plato			
Cristalería limpia y pulida			
Mise en place para cocteles listo			
Para la Bienvenida:	SI	NO	
Host en la entrada del restaurante			
WelcomeDrink listo			
Para desarrollo del servicio:			
Mesoneros divididos según rango asignado			
Sardinias en dos temperaturas listas para servir 8:30pm			
Bollos pelones listos para servir 8:45			
Corbullon de pescado listo para servir 9:15pm			
Tarkari de cabrito listo para servir 9:45pm			
De puro coco el majarete listo para servir 10:15pm			

Continua

Cont. Tabla 4

Para cierre del evento:	SI	NO	OBSERVACIONES
Coctel para brindis de cierre 10:30pm			
Brigada completa en sala para su reconocimiento 10:30pm			
Realización de sorteo sorpresa 10:45pm			

Nota: Hernández, López y Rodríguez con base en García (2014)

4.1.2 Etapa del evento.

Esta etapa hace referencia a la ejecución de las actividades, pautas y lineamientos planificados para la realización de la segunda Cena de la Cordialidad en el restaurante Guillermina. Las actividades estuvieron determinadas por cada uno de los diferentes comités, que trabajaron mancomunadamente, con el fin de alcanzar la meta planteada con la celebración del evento.

Esta segunda fase se inicia con una reunión previa, antes de comenzar el evento. La Asociación Margarita Gastronómica citó a los colaboradores seleccionados a las 3:00 pm en el restaurant Guillermina, con el fin de distribuir, organizar y coordinar las tareas a desempeñar en las áreas de protocolo, producción y servicio. Para ello se designó un dirigente para cada área quien deberá asegurarse de llevar a cabo lo planificado, cada una de las personas se reúne con cada integrante de su brigada para establecer los últimos detalles una hora antes de dar inicio al evento (gráfico 20)



Gráfico 20. Chef Héctor Romero coordinando con su brigada de cocina durante la Cena de la Cordialidad

Nota: tomado del facebook de Margarita Gastronómica (2016)

Para la segunda Cena de la Cordialidad se designaron como dirigentes del área de protocolo a Marcia Rodríguez (Host del restaurante Guillermina), Héctor Romero para la parte de producción y Juan Vásquez para el área de servicio (gerente para la fecha del restaurante Guillermina).

En la segunda Cena de la Cordialidad, se pautó un punto de encuentro para los comensales o benefactores, con hora de llegada estimada a las 7:00 pm. El punto de encuentro fue el Hotel La Samanna ubicado en la avenida Francisco Esteban Gómez-

Porlamar. Allí los estuvo aguardando el personal directivo de Margarita Gastronómica liderado por el señor Fernando Escorcía quien les hizo entrega de una chapa portadora del logo de la Asociación Margarita Gastronómica y les dió la bienvenida con un mojito de mango hecho a base de Ron Santa Teresa Linaje. Seguidamente, fueron acompañados hasta las unidades de transporte tipo Vans, proporcionada por la empresa de turismo Turaser (gráfico 21).

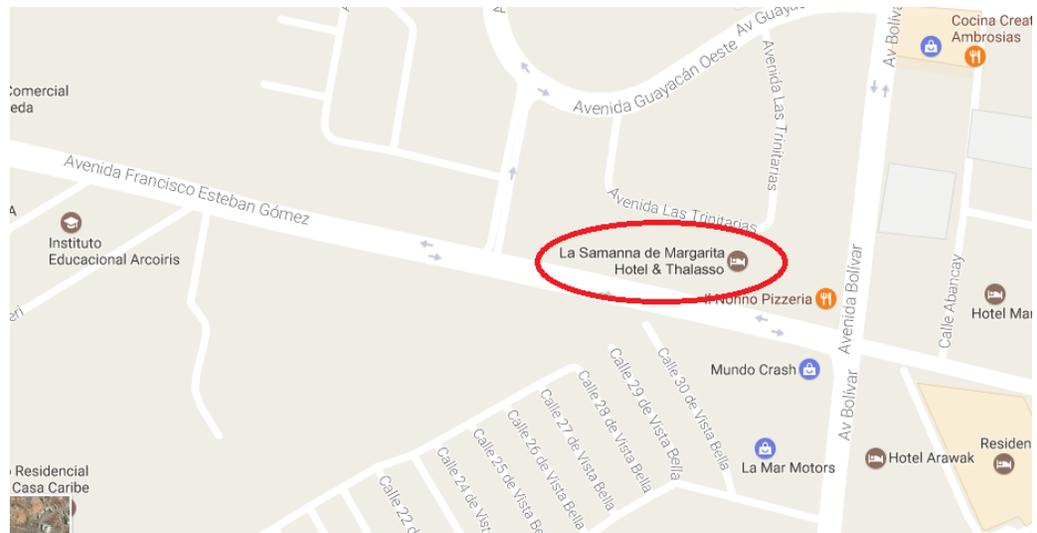


Gráfico 21. Punto de encuentro para la segunda Cena de la Cordialidad, año 2016

Nota: tomado de Google maps (2017)

La hora de Salida desde el punto de encuentro al Restaurant Guillermina, se pautó a las 7:30 pm. Durante el traslado, los comensales o benefactores fueron dotados de una pequeña charla o tertulia introductoria, dirigida por el Señor Fernando Escorcía, donde se les explicó en resumen las actividades que se llevarían a cabo

durante la celebración de la Segunda Cena de la Cordialidad. La hora estimada de llegada al restaurant fue a las 8:00 pm.

Una vez llegaron los comensales a la sede, el personal de protocolo les dio la bienvenida y fueron chequeados en lista a través de la verificación del código numérico de sus entradas respectivas. Seguido de esto fueron dirigidos hasta sus mesas previamente seleccionadas y reservadas (gráfico 22).



**Gráfico 22. Público asistente a la Cena de la Cordialidad
restaurant Guillermina**

Nota: Tomado del Facebook de Margarita Gastronómica (2016)

Consecutivamente, el presidente de la Asociación procedió a dar inicio formal al evento con sus palabras de bienvenida y agradecimiento (gráfico 23).



**Gráfico 23. Palabras del presidente de Margarita Gastronómica
Fernando Escorcía**

Nota: Tomado del Facebook de Margarita Gastronómica (2016)

Luego, los Chef invitados, fueron llamados al salón para que dieran a conocer sus platos, explicando su composición y estructura (gráfico 24).



Gráfico 24. Chef Héctor Romero explicando sus creaciones durante la segunda Cena de la Cordialidad, año 2016

Nota: Tomada del Facebook de Margarita Gastronómica (2016).

El menú que se diseñó y llevó a cabo consistió en un Menú de 5 tiempos, denominado también cinco gourmet, el cual inició con el Welcome drink (coctél de bienvenida), “mojito de mango” elaborado con Ron Santa Teresa Linaje (grafico 25).



Gráfico 25. Coctél de bienvenida “mojito de mango”

Nota: Tomado del Facebook de Margarita Gastronómica (2016).

Una vez estando la brigada de cocina lista para iniciar el menú aproximadamente a las 8:30 pm, se apertura con la entrada en dos tiempos que consistió en:

Primer tiempo:

Sardinas en dos temperaturas por el Chef Oscar Rodríguez del restaurante Guillermina con armonía “coctel Arismendi” por Ron Linaje Santa Teresa (merey, ají dulce y limón), (grafico 26).



Gráfico 26. Sardinas en dos temperaturas, primera entrada de la 2da Cena de la Cordialidad año 2016.

Nota: Tomado del Facebook de Margarita Gastronómica (2016)

Segundo tiempo: servido aproximadamente a las 8:45 pm.

Bollo pelón de frutos del mar a cargo del Chef Tomás Martino (gráfico 27)



Gráfico 27. Bollo pelón de frutos del mar

Nota: Tomado del Facebook de Margarita Gastronómica (2016)

Terminada la degustación de las entradas se procede a continuar con los platos principales, aproximadamente a las 9:15 pm, divididos también en dos tiempos.

Primer principal:

Corbullón de pescado con plátano pintón caramelizado, cebolla asada y tomate Cherry ahumado a cargo del chef invitado Hector Romero con armonía de una copa de vino blanco Chardonay (misiones de rengo), (gráfico 28).



Gráfico 28. Corbullón de pescado con plátano pintón caramelizado, cebolla asada y tomate Cherry ahumado durante la 2da Cena de la Cordialidad, año 2016.

Nota: Tomado del Facebook de Margarita Gastronómica (2016)

Segundo principal:

Tarkari de cabrito con papas guisadas, zanahorias bebés caramelizadas, tirabeques y berenjenas en tempura por los chef Héctor Romero y Tomás Martino con armonía de una copa de vino merlot (Misiones de Rengo), (gráfico 29).



**Gráfico 29. Tarkari de cabrito con papas guisadas, zanahorias
bebés caramelizadas, tirabeques y berenjenas en tempura**

Nota: Tomado del Facebook de Margarita Gastronómica (2016)

Como último plato del menú, se degustó aproximadamente a las 10:15 pm el postre en un solo tiempo acompañado de su armonía.

Postre:

De “puro coco” el majarete a cargo del chef Héctor Romero con armonía cóctel Matasiete por Ron Linaje Santa Teresa (coco y sirop de almendras), (gráfico 30).



Gráfico 30. Postre de puro coco, el majarete durante la 2da Cena de la Cordialidad, año 2016

Nota: Tomada de Facebook de Margarita Gastronómica.

Para dar cierre formal del evento, una vez degustado el menú aproximadamente a las 10:30 pm, el presidente de la Asociación Fernando Escorcia procedió a llamar al personal de cocina y de servicio para en conjunto dar unas palabras de agradecimiento a todos los asistentes y a todo el personal que hizo posible la celebración de la cena, de esta manera y con mucho orgullo recibieron todos un merecido aplauso (gráfico 31).



Gráfico 31. Momento cuando el Sr Fernando Escorcía, dirige unas palabras de culminación, durante la Cena de Cordialidad.

Nota: Tomada del Facebook de Margarita Gastronómica (2016)

Posteriormente, se llevaron a cabo tres rifas en donde los benefactores participaron y se llevaron como regalo botellas de vino y botellas de Ron Santa Teresa (gráficos 32, 33, 34).



Gráfico 32. Ganadora del sorteo de la segunda Cena de la Cordialidad en el restaurante Guillermina

Nota: Tomada del Facebook de Margarita Gastronómica (2016)



Gráfico 33. Ganadora del sorteo junto al presidente de la Asociación Margarita Gastronómica

Nota: Tomada del Facebook de Margarita Gastronómica (2016)



Gráfico 34. Ganador en el sorteo de la segunda Cena de la Cordialidad en el restaurant Guillermina

Nota: Tomada del Facebook de Margarita Gastronómica (2016)

Finalmente, se realizó un brindis de cierre liderado por el Somelier Ricardo Hernández de Hacienda El Tanque, donde se degustó Ron Santa Teresa Linaje Solera 1796.

Luego de haber culminado la cena, los comensales proceden a tomar nuevamente la ruta que los llevaría al punto de encuentro en el Hotel La Samanna.

A continuación se muestra, imágenes alusivas al emplatado de diferentes platillos del menú durante la degustación de la segunda Cena de la Cordialidad celebrada en el restaurante Guillermina el año 2016. (Gráficos 35, 36, 37).



Grafico 35. Emplatado de Sardina en dos temperaturas durante la 2da Cena de la Cordialidad, año 2016.

Nota: Tomado del Facebook de Margarita Gastronómica (2016)



Gráfico 36. Emplatado bollo pelón de frutos del mar

Nota: Tomado de Facebook de Margarita Gastronómica.



Gráfico 37. Emplatado de puro coco el majarete

Nota: Tomado de Facebook de Margarita Gastronómica (2016)

El siguiente gráfico contiene los chef participantes de la segunda Cena de la Cordialidad, del año 2016 (gráfico 38)



Gráfico 38. Chef invitados Héctor Romero, Tomás Martino y Oscar Rodríguez participantes de la segunda Cena de Cordialidad en el restaurante Guillermina

Nota: Tomada de Facebook de Margarita Gastronómica (2017)

Cabe mencionar que, los delantales que utilizaron los chef participantes, fueron suministrados por la empresa aliada comercial y patrocinante, “Uniformese”.

El siguiente gráfico, contiene parte de la brigada de cocina, participante en la celebración de la segunda Cena de la Cordialidad, realizada en el restaurante Guillermina, año 2016 (gráfico 39).



Gráfico 39. Brigada de cocina del restaurante Guillermina

Nota: Tomado de Facebook de Margarita Gastronómica

En el gráfico 40, se pueden visualizar, dos benefactoras, promocionando la Cena de la Cordialidad celebrada en el restaurante Guillermina en las diferentes redes sociales que gestiona la Asociación Margarita Gastronómica.



Gráfico 40. Benefactoras de la segunda Cena de la Cordialidad, año 2016

Nota: Tomada del Facebook de Margarita Gastronómica (2016)

4.1.3 Etapas de post-evento

El post-evento hace referencia a las actividades que se llevan a cabo después de la realización de un evento, enfocándose en el desmontaje del salón, análisis de los resultados, envío de notas de agradecimientos, entre otros. Permite evaluar el impacto en el evento, el cual debe ser tomando en cuenta para la mejora continua y el crecimiento del mismo.

- **Desmontaje del evento**

El desmontaje del evento estuvo a cargo de las diferentes brigadas que forman parte del personal que labora normalmente en las instalaciones del restaurant Guillermina en conjunto con los colaboradores de las diferentes escuelas de cocina que prestaron apoyo el día del evento.

- **Análisis de los resultados**

Como se mencionó anteriormente, Margarita Gastronómica no cuenta con un mecanismo de control físico que les permita verificar si lo planificado fue ejecutado sin ningún percance, sin embargo, toma en cuenta las sugerencias suministradas por sus invitados, siendo los mismos organizadores quienes se encargan de recopilar dicha información a través del contacto directo con los benefactores.

- **Publicación de notas de prensa**

Días posteriores a la celebración del evento, Margarita Gastronómica emite una nota de prensa en la página web de la asociación, donde expresa sus agradecimientos a los colaboradores y da una reseña sobre la experiencia vivida en la celebración de la segunda Cena de la Cordialidad.

– **Envío de cartas de agradecimiento**

La asociación Margarita Gastronómica a pocos días de haber culminado la celebración de la Cena de la Cordialidad, en el restaurant Guillermina, procedió a enviar un comunicado de agradecimiento vía whatsapp y correo electrónico a sus benefactores y patrocinadores.

– **Publicación de fotos en redes sociales**

Esta actividad consiste en “subir” fotos a las diferentes redes sociales gestionadas por la asociación, Facebook, twitter, Instagram y el blog del presidente de la misma (gráfico 41, 42).



Gráfico 41. Álbum en Facebook de la Cena de la Cordialidad celebrada en el restaurante Guillermina gastronómica (2017)

Nota: Tomado del Facebook de margarita gastronómica (2016)



Gráfico 42. Publicación en instagram de la segunda Cena de la Cordialidad celebrada en el restaurante Guillermina junio, 2016

Nota: Tomada de instagram de margarita gastronómica (2017)

4.2 Aspectos protocolares utilizados durante la segunda Cena de la Cordialidad celebrada en el restaurant Guillermina, en el marco de la quinta edición de Margarita Gastronómica, año 2016.

Criterios protocolares

– La precedencia

La Cena de la Cordialidad fue realizada en el restaurante Guillermina, en la cual el Sr Fernando Escorcía presidente de la Asociación Margarita Gastronómica, fue el encargado de inaugurar el evento con unas palabras de bienvenida, quien luego procedió a dar derecho de palabra a los chef invitados Héctor Romero, Tomás Martino

y Oscar Rodríguez, quienes hablaron sobre sus propuestas y explicaron la composición de sus platos.

– **La Puntualidad**

La puntualidad es vital en la organización de cualquier evento, en este sentido, la Asociación Margarita Gastronómica requirió que sus colaboradores y personal de apoyo de las diferentes escuelas de cocina, estuviesen a las 3:00 pm para realizar el montaje del evento, el cual estaba previsto para comenzar a las 8:00 pm

– **El Ente Responsable del Acto**

El responsable de la celebración de las Cenas de la Cordialidad es el Sr Fernando Escorcía presidente de la Asociación Margarita Gastronómica y sus colaboradores.

Elementos Protocolares

El comité organizador de la segunda Cena de la Cordialidad se encargó de gestionar e implementar los elementos protocolares necesarios para que en conjunto a los criterios brevemente descritos, le den formalidad a la celebración del evento. Los elementos protocolares deben ser utilizados para el fin que están diseñados, es decir, que cumplan su función siendo prácticos y sencillos.

Los elementos protocolares sirven como herramientas para el desarrollo adecuado del ceremonial y protocolo aplicado en la Cena de la Cordialidad celebrada en el Restaurante Guillermina, lo cual facilita la consecución de la meta mediante la aplicación de los mismos.

Cabe mencionar que, las mismas pueden sufrir modificaciones, debido a imprevistos de último momento, no obstante, lo más adecuado, es que se trate de cumplir lo planificado en la medida que sea posible.

En la celebración de este evento, existen elementos claves que contribuyen a darle carácter formal al mismo, además de ser relevante para su ejecución, estos corresponden al montaje donde se realiza el evento. Entre los elementos protocolares que estuvieron presentes en la segunda Cena de la Cordialidad en el restaurante Guillermina, se pueden destacar:

– **El Auditorio**

No se concibe un auditorio como tal, pero si un espacio para dar el inicio y cierre a la segunda Cena de la Cordialidad del año 2016, la cual se llevó a cabo en el Restaurante Guillermina, en la Asunción municipio Arismendi.

– **Vocativo**

El saludo inicial fue realizado principalmente por el comité organizador, en este caso por Margarita Gastronómica, aunque poco formal, estuvo acorde al rango y/o jerarquía que poseían los invitados especiales y benefactores . El trato de cortesía mayormente utilizado fue el de Señor, Señora.

– **Indumentaria**

Esto hace referencia a la vestimenta de los participantes del evento, chefs invitados, brigada de cocina, brigada de servicio que requieren estar debidamente uniformados para darle prestancia y elegancia al evento. En cuanto a los chefs invitados y brigada de cocina, ellos vestían uniformes de cocina que consistían en una filipina blanca, pantalón negro, zapatos cerrados y delantales con el logo de la asociación a cargo del evento, en este caso Margarita Gastronómica. Por otro lado, la brigada de servicio vestía el uniforme reglamentario del restaurant Guillermina el cual consiste en pantalones color caqui, camisa blanca de botones con corbatín color caqui y zapatos negros (grafico 43).



Grafico 43. Indumentaria de la brigada de servicio, brigada de cocina y chefs invitados

Nota: tomada de Facebook Margarita Gastronómica (2016)

– **Recepción de los asistentes**

Se les recibió con un cóctel de bienvenida al momento de la entrada al restaurant, dicho cóctel fue diseñado por el restaurant Guillermina.

– **Montaje del salón**

Se realizó en el área del salón del restaurante, bar y pantry para un total de 59 pax (tabla 5, gráfico 44).

Tabla 5. Distribución de los comensales por mesa

Cantidad de mesa por pax	Total
1 mesa de 6 pax	6
1 mesa de 3 pax	3
3 mesas de 2 pax	6
6 mesas de 4 pax 2 mesas de 10 pax	24 16
13 mesas	59 pax

Nota: elaborado por Hernández, López y Rodríguez 2016

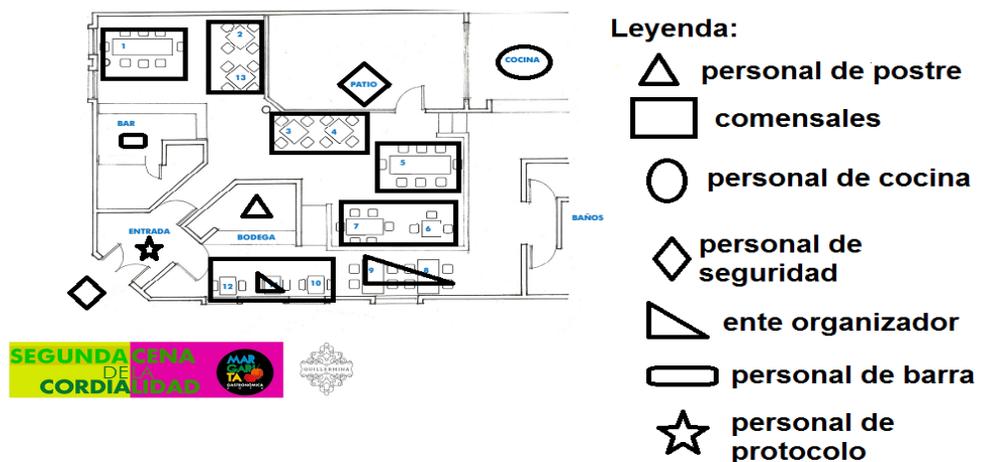


Gráfico 44. Croquis de distribución de los comensales, personal de servicio, cocina y el ente organizador, durante la Cena de la Cordialidad

Nota: suministrado por la Asociación Margarita gastronómica (2017)

– **Seguridad**

El servicio de seguridad fue proporcionado por el restaurante sede para la celebración del evento, en este sentido, fue proporcionado por el restaurant Guillermina, este servicio fue prestado para velar por el bienestar y seguridad integral de las personas que se encontraban en el evento, el personal que prestó este servicio se encontraba ubicado, en la entrada del establecimiento.

– **Transporte**

El transporte fue proporcionado por un aliado estratégico, patrocinador Turaser,

4.3 Aspectos promocionales llevados a cabo en la segunda Cena de la Cordialidad realizada en el restaurant Guillermina, en el marco de la quinta edición de Margarita Gastronómica año, 2016

Los aspectos promocionales utilizados en la segunda Cena de la Cordialidad realizada en el restaurant Guillermina consistieron en una serie de herramientas que fueron empleadas con el fin de dar a conocer las Cenas de la Cordialidad, a través de las redes sociales. Estas estuvieron a cargo del comité de comunicación y promoción de Margarita Gastronómica, estas herramientas fueron aprobadas por el comité general y se idearon con el fin de dar a conocer al público

objetivo, la venta de la Cena de la Cordialidad, mediante la comunicación y promoción en las redes sociales, Facebook, instagram, twitter y medios de comunicación en radio y prensa, mediante una gira de medios.

Las cenas de la Cordialidad, tiene como uno de sus propósitos difundir la gastronomía margariteña, lo cual implica que la Asociación Margarita Gastronómica diseñe técnicas de comunicación y marketing , con el fin de transmitir un mensaje, que sea percibido por su público objetivo; benefactores, patrocinadores, invitados especiales, entre otros. Es por ello que, se considera relevante conocer cuáles son las oportunidades y beneficios que se pueden conseguir, con la realización y participación en la celebración de una Cena de la Cordialidad.

Los beneficios y oportunidades que una Cena de la Cordialidad proporciona a sus participantes, son los siguientes:

- Dar a conocer su oferta gastronómica
- Comunicar y promocionar su personal Branding
- Fomentar nuevas alianzas estratégicas y/o comerciales
- Concebir nuevos productos y servicios
- Crear nuevas relaciones publicas

En relación al marketing, la Cena de la Cordialidad Celebrada en el restaurante Guillermina, permitió a la Asociación sin fines de lucro Margarita Gastronómica, difundir un mensaje a su público objetivo, promoviendo sus productos y servicios.

En este sentido, las Cenas de la Cordialidad representan una oportunidad para el sector gastronómico del estado Nueva Esparta, para dar a conocer sus propuestas gastronómicas y quienes conciben majestuosos platos y bebidas.

La celebración de una Cena de la Cordialidad, implica un mercado meta, por consiguiente Margarita Gastronómica, debe desarrollar técnicas y herramientas para captar la atención de su mercado objetivo. En definitiva, la celebración de la Cena de la Cordialidad, realizada en el restaurante Guillermina, requirió el uso de diversas técnicas de marketing, a saber: la publicidad, relaciones públicas, relación con los medios de comunicación y marketing directo. A continuación se describirá cada una de ellas.

– La publicidad

Hace referencia a la difusión de una idea, con la finalidad de captar un público objetivo, al dar a conocer sus productos y servicios. La publicidad es una herramienta de comunicación efectiva, para las organizaciones su empleo es vital para vender su marca, es decir, las organizaciones deben desarrollar técnicas para comercializar sus ideas y propuestas.

El propósito de la publicidad es establecer una conexión emocional entre el consumidor y el mensaje, para ello es vital tener desarrollado un mensaje claro, que permita atraer la atención de su demanda, en este sentido, las organizaciones al momento de

planificar un evento, deben tomar en cuenta esta variable, para garantizar el éxito del mismo.

– **Las relaciones públicas**

Desde el punto de vista de un evento social, este tipo de herramienta juega un papel relevante dentro de las actividades a desarrollar. El comité organizador de la segunda Cena de la Cordialidad del año 2016, decidió reservar un total de 10 invitaciones las cuales fueron distribuidas en este caso 4 para los dueños del restaurante Guillermina quienes cedieron las instalaciones para la realización del evento y el resto entre sus patrocinantes.

– **La relación con los medios de comunicación**

Los organizadores fundamentalmente manejaron relación comunicacional de forma radial, de igual forma llevaron a cabo una promoción previa al evento en una gira de medios donde se encargan de promocionar el evento y resaltar la importancia que este tendrá en los diferentes ámbitos, turísticos, gastronómicos, y culturales en los que se enmarca.

– **Marketing directo**

Para ello los organizadores mediante sus redes sociales, Instagram, Facebook, Twitter, página web oficial de la asociación y el blog oficial del director de la asociación, tuvieron comunicación directa con el público haciendo uso efectivo de estas herramientas

dando a conocer los aspectos resaltantes del evento, en este caso la propuesta gastronómica y los invitados que la llevaron a cabo, así como también la información pertinente a tal evento, fecha, lugar, hora, forma para la adquisición de las entradas entre otros.

A continuación se presenta una tabla sobre los tipos de herramientas utilizadas para promocionar la segunda Cena de la Cordialidad en el Restaurante Guillermina (tabla 6).

Tabla 6. Técnicas de marketing utilizadas para promocionar la Cena de la Cordialidad

Instrumento empleado	Soporte	Logo
Publicidad	Notas de prensa, reportajes	
Relaciones públicas	Giras de medio Organización y participación en eventos	
Relación medios de comunicación	Facebook, twitter, Instagram, blog oficial del presidente de margarita gastronómica	

Marketing directo	Correo electrónico y whatsapp	
----------------------	-------------------------------------	--

Nota: elaborado por Hernández, López y Rodríguez (2017)

– **Patrocinadores**

Como se mencionó anteriormente, los patrocinadores son esenciales en la realización de las Cenas de la Cordialidad, a continuación se presenta los patrocinadores y sus aportes para el desarrollo de la Cena de la Cordialidad celebrada en el restaurante Guillermina (tabla 7)

Uniformese	Vestimenta chef invitados	
------------	---------------------------------	--

Tabla 7. Patrocinadores oficiales de la Cena de la Cordialidad de Guillermina

Patrocinadores	Aporte	Logo
Maloka Hotel Boutique & Spa	Alojamiento	
Banco de desarrollo de América Latina	Monetario	
Santa Teresa	Bebidas alcohólicas	
Universidad Corporativa Sigo	Infraestructura	

Instituto Iberoamericano De Recreación, Turismo y Gastronomía	Personal de apoyo	
Frigorífico Los Tavares	Insumos alimenticios	
Cámara de Turismo del Estado Nueva Esparta (CTENE)	Permisología e imagen de respaldo	
Cámara de Comercio Puerto Libre y Producción de Nueva Esparta	Permisología e imagen de respaldo	
Tecni Books	Sede para la venta de entradas	
Turaser	Transporte	

– **Público objetivo**

El público objetivo se refiere a la persona o grupo de personas, en los que la organización centra su comunicación para captar su mercado, debido a que consideran que los mismos pueden hacer uso de sus bienes y servicios.

Entre el público objetivo de las Cenas de la Cordialidad se pueden destacar:

- Patrocinadores
- Benefactores
- Gastrónomos
- Chef
- Someliers
- Estudiantes
- Comerciantes
- Profesionales

CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de la presente investigación, se indagó en las áreas de conocimientos de; eventos, ceremonial y protocolo y marketing de eventos con relación al objeto de estudio que fueron las Cenas de la Cordialidad realizadas por la Asociación Margarita Gastronómica en las cuales se puede concluir que:

- Son cenas formales, benéficas organizadas por la Asociación Margarita Gastronómica
- Sirven como difusión y promoción de la gastronomía típica margariteña.
- En materia turística, promueve el desarrollo turístico-cultural e incentiva a la comunidad gastronómica a ser partícipes del mismo.
- Los comensales que asisten a la celebración de las cenas se les denomina benefactores, ya que su aporte contribuye con la realización de los diferentes eventos llevados a cabo por la Asociación Margarita Gastronómica.
- Es un evento que contribuye a crear un ambiente de cordialidad entre sus organizadores y benefactores.

- El comité organizador está conformado por el presidente de la Asociación Margarita Gastronómica, gerente general, diseñadora gráfica, asistente y fotógrafo.
- Sirve como herramienta de personal *branding* a los Chef residentes e invitados para dar a conocer sus propuestas gastronómicas, siendo esto relevante su formación y crecimiento profesional.
- De acuerdo a las características de los eventos, las Cenas de la Cordialidad se consideran un evento mixto, social, cultural, gastronómico, nacional, cena formal, privado y abierto.
- La planificación previa de la realización del evento Cenas de la Cordialidad es de gran importancia para el éxito de la misma.
- Las Cenas de la Cordialidad se iniciaron en la II edición de Margarita Gastronómica
- Son celebradas antes del mes de octubre, porque su propósito consiste en la recaudación de fondos para los eventos organizados por la asociación Margarita Gastronómica para dicho mes.
- Son cenas de alta cocina con un personal especializado en el área de gastronomía, servicio y protocolo.
- El ente organizador fue el responsable de gestionar los elementos y criterios protocolares.
- La Asociación Margarita Gastronómica no cuenta con un mecanismo de control al momento de organizar las Cenas de la Cordialidad.

- Las Cenas de la Cordialidad se han realizado en diferentes restaurantes y hoteles de la Isla de Margarita, Estado Nueva Esparta.
- Los patrocinadores son un factor clave para la realización de las Cenas de la Cordialidad.
- Las herramientas de marketing empleadas para comunicar las Cenas de la Cordialidad fueron; relaciones públicas, marketing directo, relación con los medios de comunicación y publicidad.
- Las Cenas de la Cordialidad son promocionadas a través de notas de prensa, radio y redes sociales.
- Las redes sociales impulsan el marketing online de la Asociación Margarita Gastronómica, en este sentido, la organización centra sus herramientas de mercadeo y promoción en facebook, twitter instagram y whatsapp para dar a conocer las Cenas de la Cordialidad.
- Las alianzas estratégicas y patrocinadores aportan: infraestructura, insumos, transporte, promoción, entre otros, para la celebración de cada una de las Cenas de la Cordialidad.

RECOMENDACIONES

- Desarrollar una herramienta de control en físico, para llevar un respaldo eficiente de la planificación y organización, con relación a las actividades y tareas a ejecutar.
- Continuar esta labor, toda vez que fomenta la cultura y gastronomía y como resultado incrementa el turismo local de la entidad.
- Se recomienda realizar un estudio financiero para verificar la rentabilidad del evento
- Realizar una reunión final entre el organizador y los colaboradores del mismo, para debatir sobre el evento y tomar medidas correctivas que contribuyan al proceso de mejora continua.
- Incluir la participación de entes gubernamentales: gobernador, Ministerio del Poder Popular para el Turismo, para contribuir al impacto social del evento y captar la atención de nuevos segmentos de mercado.
- Definir un comité encargado para la organización de ceremonial y protocolo, que facilite la ejecución de las Cenas de la Cordialidad.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Alta cocina: está vinculada con la etnicidad, así como también el uso de técnicas culinarias considerando los detalles en las presentaciones siendo estas artísticas y sumamente cuidadosas. (Hernández, López y Rodríguez ,2017).

Calidad de servicio: expectativas intangibles que se le ofrece a un cliente al momento de servirles o atenderles. (Hernández, López y Rodríguez ,2017).

Cenas de la Cordialidad: Evento realizado por la Asociación Margarita Gastronómica donde se ofrece un Menú especial hecho por chefs venezolanos resaltando la gastronomía y productos autóctonos, esto con el fin de recaudar fondos para el calendario de eventos del mes de octubre de la organización. (Hernández, López y Rodríguez, 2017).

Cinco gourmet: Menú que consta de abreboca, entrada, principal, limpia paladar y postre, también llamado Menú a 5 tiempos, de allí derivan los menús a tiempos, pueden ser desde 3 tiempos hasta los que el encargado de la realización del menú lo considere, requiere de una previa planificación y organización.(Hernández, López y Rodríguez, (2017).

Comensal: Persona que hace uso del servicio de alimentos y bebidas en cualquiera de sus ámbitos (restaurantes, café, bares)(Hernández, López y Rodríguez ,2017).

Conciencia turística: Gestión que busca crear responsabilidad respecto a la actividad turística y lo que esta comprende en todos sus niveles, para el adecuado desarrollo, aprovechamiento y sustentabilidad de la misma. (Hernández, López y Rodríguez ,2017).

Cultura: Conjuntos de costumbres y creencias aunadas a los aspectos humanos de determinado grupo social. (Hernández, López y Rodríguez ,2017).

Cultura gastronómica: conjunto de costumbres y creencias relacionadas específicamente a la comida de determinado grupo social, considerándose como parte importante y esencial de las raíces de ellos, desde el punto de vista de que un plato de comida puede definir todo un País. (Hernández, López y Rodríguez ,2017).

Gastronomía: Arte que se dedica a estudiar los diferentes componentes culturales tomando como punto de partida y eje central la comida. (Hernández, López y Rodriguez ,2017).

Gastrónomo: Profesional encargado de ejecutar el estudio gastronómico desde sus diferentes ámbitos, por lo tanto un gastrónomo también posee un paladar conocedor y exigente. (Hernández, López y Rodríguez ,2017).

Identidad gastronómica: concepto que define a través de productos locales, comida típica, y autóctona de una localidad las raíces de sus habitantes (Hernández, López y Rodríguez ,2017).

Promoción turística: acción que busca impulsar las riquezas y atractivos de determinada zona o localidad con potencial turístico, para su aprovechamiento. (Hernández, López y Rodríguez ,2017).

Margarita Gastronómica: Asociación sin fines de lucro encargada de realizar eventos (ferias, rutas gastronómicas, conversatorios, cenas de la cordialidad) en la Isla de Margarita con el fin de impulsarla y posicionarla en el mercado turístico basándose en su raíz gastronómica. (Hernández, López y Rodríguez ,2017).

Runner: Personal perteneciente al área de sala de un restaurante, su función es mantener la vajilla seca, limpia y ubicarla en cada una de las estaciones de cocina a la que corresponda, así como también tener la cubertería seca y pulida, funciona como comunicador entre sala y cocina siendo intermediario entre Capitán de mesoneros y Chef encargado con el objetivo de en conjunto ofrecer un servicio de calidad con tiempos justos, al finalizar la jornada debe realizar conteo de cubertería y entregarlo al Capitán. (Hernández, López y Rodríguez ,2017).

REFERENCIAS

Ancaro (2010). **La importancia nutritiva de la cena**. Pagina web en línea. Disponible en: <http://www.nutridieta.com/la-importancia-nutritiva-de-la-cena/>

De la Riva, J (2010). **Tipos de servicio**. Página web en línea Disponible en: <https://www.directoalpaladar.com/cultura-gastronomica/tipos-de-servicio>

Desbordes, M y Falgoux, J (2006). **GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO**. Documento en línea. Disponible en: https://books.google.co.ve/books?id=aeei83kr9pyc&dq=etapas+eventos&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Gardey, J y Pérez, A (2011). **Definición de cena**. Pagina web en línea. Disponible en: <http://definicion.de/cena/>

Martel, C (2012). **Ser un buen anfitrión: con invitados en casa, ¿a quién sirves primero el vino?**. Pagina web en línea. Disponible en: <https://www.trendenciashombre.com/lifestyle/ser-un-buen-anfitrion-con-invitados-en-casa-a-quien-sirves-primero-el-vino>

Paredes, C (2010). Cordialidad. Pagina web en línea. Disponible en: <http://cordialidadvalorhumano.blogspot.com/>

Protocolo y etiqueta Copyright © (1995-2017). **Buenas maneras, saber estar, protocolo ceremonial- protocolo y etiqueta**. Pagina web en línea. Disponible en: <https://www.protocolo.org/>

Soto, C (2004). Las buenas maneras: Usos y costumbres sociales. El protocolo. Documento en línea. Disponible en: https://books.google.co.ve/books/about/las_buenas_maneras.html?id=qcgv6t-6y1gc&redir_esc=y

Tejada, D (2006). ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN. CALIDAD, NUTRICIÓN, PRODUCTIVIDAD Y BENEFICIOS. Documento en línea. Disponible en:

https://books.google.co.ve/books?id=gxtf74wtncayc&dq=planeacion+menu&source=gbs_navlinks_s

Viudes, P (2013). *Guía para hacer marketing de contenidos en social media a partir de eventos*. Pagina web en línea. Disponible en; <http://www.pacoviudes.com/guia-marketing-de-contenidos-en-social-media-eventos/>

Winterman, D (2012). ***Historia del desayuno, el almuerzo y la cena***. Página web en línea. Disponible en: <http://www.diasdehistoria.com.ar/content/historia-del-desayuno-el-almuerzo-y-la-cena>

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

TÍTULO	Aspectos organizacionales, protocolares y de comunicación de marketing de la Segunda Cena de la Cordialidad en el marco de la V Edición de Margarita Gastronómica año 2016
SUBTÍTULO	

AUTOR (ES):

APELLIDOS Y NOMBRES	CÓDIGO CULAC / E MAIL
Hernández R., Gabriel A.	CVLAC: 23.770.298 E MAIL: gahr9304@mail.com
Lopez V., Elimar D	CVLAC:20.534.767 E MAIL:e
Rodriguez D., Oriana M	CVLAC: 24.355.045 E MAIL: ordepablos@mail.com
	CVLAC: E MAIL:

PALÁBRAS O FRASES CLAVES: Evento, Protocolo ,Marketing, Cenas de la Cordialidad, Gastronomía.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ÁREA	SUBÁREA
Hotelería	Organización de eventos
	Ceremonial y protocolo
	Marketing de eventos

RESUMEN (ABSTRACT):

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general conocer el proceso de gestión de eventos, ceremonial, protocolo y gestión de marketing de la segunda Cena de la Cordialidad realizada en el restaurante Guillermina, orientado en el previo estudio de la trayectoria de las mismas hasta el año 2016.

La presente investigación se considera de tipo documental y de campo, de carácter exploratorio-descriptivo. Para la recolección de datos, se empleó la revisión bibliográfica, libros electrónicos, archivos en PDF y páginas web,

asimismo se desarrollaron entrevistas semi-estructuras con el personal que conforma la organización Margarita Gastronómica, con el fin de obtener información oportuna para el sustento y desarrollo de la investigación al aplicar conocimiento teórico-practico en el estudio de la gestión de eventos, ceremonial, protocolo y gestión de marketing aplicado a las Cenas de la Cordialidad año 2016.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

CONTRIBUIDORES:

APELLIDOS Y NOMBRES	ROL / CÓDIGO CVLAC / E_MAIL				
Soniuska Valerio	ROL	CA	AS	TU X	JU
	CVLAC:	10.936.711			
	E_MAIL	Sonvale1970@gmail.com			
	E_MAIL				
Cruz Jiménez	ROL	CA	AS	TU	JU X
	CVLAC:	4.647.520			
	E_MAIL	Cruz.jimenez@gmail.com			
	E_MAIL				
Cristina Marcano	ROL	CA	AS	TU	JU X
	CVLAC:	10.199.696			
	E_MAIL	Eventos.udone@gmail.com			
	E_MAIL				
	ROL	CA	AS x	TU	JU
	CVLAC:				
	E_MAIL				
	E_MAIL				

FECHA DE DISCUSIÓN Y APROBACIÓN:

2017	02	23
AÑO	MES	DÍA

LENGUAJE. SPA

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ARCHIVO (S):

NOMBRE DE ARCHIVO	TIPO MIME
Trabajo_de_grado_ Hernández_Gabriel_López_Elimar_Rodriguez_Oriana	.docx
Trabajo_de_grado_ Hernández_Gabriel_López_Elimar_Rodriguez_Oriana	.pdf

CARACTERES EN LOS NOMBRES DE LOS ARCHIVOS: A B C D E
F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z. a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z. 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9.

ALCANCE

ESPACIAL: _____ (OPCIONAL)

TEMPORAL: _____
(OPCIONAL)

TÍTULO O GRADO ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Licenciado en Hotelería

NIVEL ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Pregrado

ÁREA DE ESTUDIO:

Hotelería

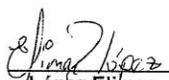
INSTITUCIÓN: Universidad de Oriente, Núcleo Nueva Esparta

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

DERECHOS

Artículo 41 del reglamento de trabajo de pregrado (Vigente a partir del II semestre 2009, Según comunicado CU-034-2009). "Los Trabajos de Grado son Propiedad exclusiva de la Universidad y sólo podrán ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien lo participará en Consejo Universitario"


Hernández Gabriel
Autor


López Elijar
Autor


Rodríguez Oriana
Autor


Lcda. Cristina Marcane
Jurado Principal


Lcda. Soniuska Valerio
Jurado Principal


Lcda. Cruz Jiménez
Jurado Principal

¡POR LA COMISION DE TRABAJO DE GRADO