



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

**ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL
PRODUCTO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO MANEIRO, ESTADO
NUEVA ESPARTA**

Trabajo de Grado, Modalidad Investigación, Presentado como requisito
parcial para optar al Título de Lic. En Turismo.

Presentado por:

Br. Marcano Bellorin, Diosmari
Br. Rodríguez Baez, Michelle A.

Guatamare, octubre de 2005

DEDICATORIA

A mi madre Raquel por orientarme y darme ánimo, a mi padre Alcides por representar la figura paternal siempre presente en mi hogar, a mis hermanos Rhandall, Ronny y Dioscineth quienes me demostraron que la alegría, entusiasmo y perseverancia son factores importantes para lograr las metas. Mi familia ha sido en todo momento el motivo de inspiración desde el inicio de mis estudios hasta la actualidad, fortaleciendo el amor, el respeto, la comunicación y la armonía en nuestra relación familiar, la cual siempre ha sido guiada por el supremo creador del universo: nuestro padre celestial Dios Jehová y la virgen María nuestra madre celestial; quienes me han colmado de energía y esperanza para este gran momento y que en honor a ellos llevo mi nombre, Diosmari.

Diosmari Marcano

AGRADECIMIENTO

A Dios todo poderoso, a la virgen Maria bajo la advocación de la virgen del Valle, al arcángel Miguel por darme fuerza, poder y protección, al arcángel Gabriel por ser mi mensajero de iluminación en el desarrollo de este trabajo y a San Judas Tadeo por permitir su fluidez. A todos ellos gracias por su asistencia espiritual.

A los siguientes profesores: Manuel Camacho y Marynès Murillo quienes transmitieron aliento, confianza, seguridad y decisión para el inicio de este trabajo, finalmente y en forma muy especial a la profesora Claudia Marín quien por su paciencia, dedicación y optimismo se pudo culminar este trabajo. Gracias a todos ellos, quienes en su momento dedicaron su tiempo y aportaron su granito de arena.

A todas las personas que contacté y a las que trabajaban en todas las instituciones que visité, las cuales brindaron valiosa información para el desarrollo de este trabajo.

Y a una compañera de estudio, Yasmín Ortiz; quien aportó una idea inicial y que sirvió de base al nombre del tema seleccionado.

Diosmari Marcano

DEDICATORIA

A Dios todo poderoso por estar conmigo en todo momento de mi vida, por darme la fuerza y salud para seguir luchando hacia el logro de mis objetivos y uno de ellos es mi tesis. Gracias Señor.

A mis padres que los amo con todo mi corazón que me dieron el ser, a mi mamá Yaneth por sus consejos, por su cariño incondicional por aquella estampita de la virgen de coromoto que me dio al comenzar mis estudios universitarios para que me hiciera el milagro de culminar mis estudios con éxito no lo voy a olvidar nunca mamá. Te amo.

A mi papá Johnny por su lucha constante en sacarme adelante por su ayuda en mis estudios, por ser una guía en mi vida con sus consejos y porque simplemente lo amo.

A mi hermano Alejandro que lo quiero mucho.

A mi novio Anthony por estar conmigo todos estos años y los que faltan te amo mucho mi rey.

Muy especialmente a los santos Elegua, Obatala, Yemaya, Chango y Oshún que siempre me han ayudado en todo momento, de todo corazón gracias.

Michelle Rodríguez.

AGRADECIMIENTO

A mis padres porque sin ellos no hubiese podido lograr mi objetivo.
Gracias.

A mi hermano por su gran ayuda en la realización de este trabajo y en todo de verdad mil gracias hermano.

A Anthony por su cariño y amor y porque siempre pude contar con el.
Gracias mi rey.

A Diosmari por su interés, por su amistad y por haber sido buena compañera de tesis. Gracias

A la profesora Claudia Marín por haber aceptado ser nuestra asesora con mucho cariño mil gracias.

A la profesora Marynés Murillo por darnos las herramientas necesarias para la elaboración del trabajo de grado. Gracias.

Al profesor Camacho por su entusiasmo en que termináramos el trabajo. Gracias.

A mis abuelas que las quiero muchos gracias por sus consejos.

A todas aquellas personas que de una u otra forma me ayudaron para culminar con éxito mi tesis. Gracias a todos.

Michelle Rodríguez.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
CAPITULO I. EL PROBLEMA.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Objetivo general	7
1.3. Objetivos específicos	7
1.4. Justificación.....	8
CAPITULO II. MARCO REFERENCIAL.....	10
2.1. Antecedentes de la investigación	10
2.2. Bases teóricas.....	12
2.3. Definición de terminos	29
CAPITULO III. MARCO METODOLOGICO	32
3.1. Alcances y delimitación	32
3.1.1. Nivel de Investigación.....	32
3.1.2. Área de Estudio	32
3.2. Diseño de la investigacion.....	33
3.2.1. Primera Etapa.....	34
3.2.2. Segunda Etapa	35
3.3. Sujetos de investigación.....	35
3.3.1. Población.....	36
3.3.2. Tipo de muestreo	36
3.3.3. Tamaño de la muestra	36
3.4. Fuentes de información.....	38
3.4.1. Fuentes Primarias.....	38

3.4.2. Fuentes secundarias.....	39
3.5. Técnicas de recolección de datos	39
3.6. Procesamiento y análisis de los datos	42
3.7. Presentación de la información	44
CAPITULO IV. PRESENTACION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS.....	45
4.1. Reseña histórica del municipio maneiro.....	45
4.1.1. Aspectos físicos-naturales	47
4.1.1.1. Aspectos Climáticos	47
4.1.1.2. Temperatura.....	48
4.1.1.3. Precipitación.....	48
4.1.1.4. Vegetación	48
4.1.1.5. Relieve	48
4.1.1.6. Hidrografía	49
4.1.2. Infraestructura de apoyo.....	49
4.1.2.1. Acueductos	49
4.1.2.2. Cloacas	49
4.1.2.3. Drenaje.....	50
4.1.2.4. Recolección y Disposición de Desechos Sólidos	50
4.1.2.5. Servicio de Electricidad	51
4.1.2.6. Telecomunicaciones.....	52
4.1.2.7. Vías de Comunicación	52
4.1.2.8. Accesibilidad	53
4.1.2.9. Servicios de Transporte Turístico del Municipio Maneiro	54
4.1.3. Aspectos generales de la población.....	55
4.1.3.1. Población	55
4.2. Descripción del producto turístico presente en el municipio maneiro.	58
4.3. Descripción de los atractivos naturales y culturales.	61
4.4. Descripción de la planta turística	81
4.5. Resumen del producto turístico presente en el municipio maneiro	95

4.6. Demanda turística nacional e internacional.....	96
4.6.1. Demanda turística nacional	97
4.6.1.1.- Sexo	98
4.6.1.2. Edad.....	99
4.6.1.3 Nivel educativo	101
4.6.1.4. Estado civil	102
4.6.1.5. Procedencia	104
4.6.1.6. Actividad económica	105
4.6.1.7. Ocupación profesional.....	107
4.6.1.8. Propósito de la visita	108
4.6.1.9. Organización del viaje	110
4.6.1.10. Visita al destino	111
4.6.1.11. Permanencia	113
4.6.1.12. Medios de información	114
4.6.1.13. Imagen del destino	116
4.6.1.14. Grupo de viajeros	117
4.6.1.15. Acompañantes	118
4.6.1.16. Tipo de hospedaje	120
4.6.1.17. Atractivos turísticos	122
4.6.1.18. Regreso.....	123
4.6.1.1. Resumen perfil del turista nacional	125
4.6.2. Demanda turística internacional	127
4.6.2.1. Sexo	127
4.6.2.2. Edad.....	128
4.6.2.3. Nivel educativo	130
4.6.2.4. Estado civil	131
4.6.2.5. Actividad económica	133
4.6.2.6. Ocupación profesional.....	134
4.6.2.7. MOTIVO DE LA VISITA	136

4.6.2.8. Organización del viaje	138
4.6.2.9. Primera visita.....	140
4.6.2.10. Permanencia	142
4.6.2.11. Grupo de viajeros	143
4.6.2.12. Acompañantes	144
4.6.2.13. Tipo de hospedaje.....	146
4.6.2.14. Atractivos turísticos	148
4.6.2.15. Medios de información	149
4.6.2.16. Imagen	151
4.6.2.17. Regreso al destino	152
4.6.2.18. Resumen perfil del turista internacional	154
4.7. Superestructura turística	156
4.7.1. Alcaldía del municipio maneiro	157
4.7.2. Corpotur corporación de turismo de estado nueva esparta	163
4.7.3. Cámara de turismo del estado nueva esparta	175
4.7.4. Fondo mixto estatal de promoción y capacitación para la participación turística del estado nueva esparta	178
4.7.5. Folletos de las distintas agencias de viajes del municipio maneiro	181
4.7.6. Material promocional diseñado por la superestructura turística para dar a conocer el producto turístico del municipio maneiro.....	183
4.8. Análisis dofa en los mecanismos de comercialización del producto turístico del municipio maneiro	185
4.8.1. Resumen del análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta el municipio maneiro.....	201
4.9. Comercialización del producto turístico presente en el municipio maneiro	203
CONCLUSIONES	214
RECOMENDACIONES	216

REFERENCIAS 218
ANEXOS..... 221

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1	2
Atractivos Turísticos Del Municipio Maneiro	2
Cuadro 2	14
Componentes Básicos Del Producto Turístico	14
Cuadro 3	41
Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos.....	41
Cuadro 4	60
Inventarios De Los Atractivos Turísticos Del Municipio Maneiro.....	60
Cuadro 5	78
Actividades Culturales Del Municipio Maneiro Durante El Año 2004	78
Cuadro 6	96
Distribución Absoluta Y Porcentual De Turistas Nacionales E Internacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	96
Cuadro 7	98
Distribución Absoluta Y Porcentual Del Sexo De Los Turistas Nacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	98
Cuadro 8	100
Distribución Absoluta Y Porcentual De La Edad De Los Turistas Nacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	100
Cuadro 9	101
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto Al Nivel Educativo De Turistas Nacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	101

Cuadro 10	103
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto Al Estado Civil De Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	103
Cuadro 11	104
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto Al Lugar De Procedencia De Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	104
Cuadro 12	106
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto A Actividad Económica De Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	106
Cuadro 13	107
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto A La Ocupación Profesional De Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	107
Cuadro 14	109
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto Al Propósito De La Visita De Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro	109
(Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	109
Cuadro 15	110
Distribución Absoluta Y Porcentual Con Respecto A La Organización Del Viaje De Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	110
Cuadro 16	112
Distribución Absoluta Y Porcentual Con Respecto A La Primera Visita De Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto- Septiembre 2004), Del Estado Nueva Esparta.....	112
Cuadro 17	113

Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto A La Permanencia De Turistas Nacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto- Septiembre Del Año 2004), Estado Nueva Esparta	113
Cuadro 18	115
Distribución Absoluta Y Porcentual Acerca De Los Medios De Información Por Los Cuales Los Turistas Nacionales Llegaron Al Destino (Agosto- Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	115
Cuadro 19	116
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto A La Imagen Que Les Causó A Los Turistas Nacionales La Visita Al Municipio Maneiro (Agosto- Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	116
Cuadro 20	117
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto A Los Grupos De Viajeros De Los Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto- Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	117
Cuadro 21	119
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto Al Número De Acompañantes De Los Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto- Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	119
Cuadro 22	121
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto Al Tipo De Hospedaje Utilizado Por Los Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	121
Cuadro 23	122
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto A Los Atractivos Turísticos Que Motivaron A Los Turistas Nacionales Durante Su Visita Al Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	122
Cuadro 24	124

Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto Al Regreso A La Isla De Margarita De Los Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	124
Cuadro 25	127
Distribución Absoluta Y Porcentual Del Sexo De Los Turistas Internacionales Que Visitan En Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	127
Cuadro 26	129
Distribución Absoluta Y Porcentual De La Edad De Los Turistas Internacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	129
Cuadro 27	130
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto Al Nivel Educativo De Los Turistas Internacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	130
Cuadro 28	132
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto Al Estado Civil De Los Turistas Internacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	132
Cuadro 29	133
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto A La Actividad Económica De Los Turistas Internacionales Que Visitan En Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	133
Cuadro 30	135
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto A La Ocupación Profesional De Los Turistas Internacionales Que Visitan En Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	135
Cuadro 31	137

Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto Al Propósito De La Visita De Los Turistas Internacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	137
Cuadro 32	139
Distribución Absoluta Y Porcentual Con Respecto A La Organización Del Viaje De Los Turistas Internacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	139
Cuadro 33	141
Distribución Absoluta Y Porcentual Con Respecto A La Primera Visita De Los Turistas Internacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	141
Cuadro 34	142
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto A La Permanencia De Los Turistas Internacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	142
Cuadro 35	144
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto A Los Grupos De Viajeros De Los Turistas Internacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	144
Cuadro 36	145
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto Al Número De Acompañantes De Los Turistas Internacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	145
Cuadro 37	147
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto Al Tipo De Hospedaje Utilizado Por Los Turistas Internacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	147
Cuadro 38	148

Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto A Los Atractivos Turísticos Que Motivaron A Los Turistas Internacionales Durante Su Visita Al Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	148
Cuadro 39	150
Distribución Absoluta Y Porcentual Acerca De Los Medios De Información Por Los Cuales Los Turistas Internacionales Llegaron Al Destino (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva	150
Cuadro 40	151
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto A La Imagen Que Les Causó A Los Turistas Internacionales Que Visitan En Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	151
Cuadro 41	153
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto Al Regreso A La Isla De Margarita De Los Turistas Internacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	153
Cuadro 45	196
Matriz De Impacto Dofa Ponderado.....	196
Cuadro 46	206
Cuadro 47	208
Cuadro 48	212

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1	97
Distribución Absoluta Y Porcentual De Turistas Nacionales E Internacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre2004), Estado Nueva Esparta.	97
Gráfico 2	99
Distribución Porcentual Del Sexo De Los Turistas Nacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	99
Gráfico 3	100
Distribución Porcentual De La Edad De Los Turistas Nacionales Que Visitan Al Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta .	100
Gráfico 4	102
Distribución Porcentual En Cuanto Al Nivel Educativo De Los Turistas Nacionales Que Visitan Al Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	102
Gráfico 5	103
Distribución Porcentual En Cuanto Al Estado Civil De Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre2004), Estado Nueva Esparta	103
Gráfico 6	105
Distribución Porcentual En Cuanto Al Lugar De Procedencia De Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	105
Gráfico 7	106
Distribución Porcentual En Cuanto A Actividad Económica De Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	106

Gráfico 8	108
Distribución Porcentual En Cuanto A La Ocupación Profesional De Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	108
Gráfico 10	111
Distribución Porcentual Con Respecto A La Organización Del Viaje De Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto- Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	111
Gráfico 11	112
Distribución Porcentual Respecto A La Primera Visita De Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto- Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.	112
Gráfico 12	114
Distribución Porcentual En Cuanto A La Permanencia De Turistas Nacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto- Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	114
Gráfico 13	115
Distribución Porcentual Acerca De Los Medios De Información Por Los Cuales Los Turistas Nacionales Llegaron Al Destino (Agosto- Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	115
Gráfico 14	117
Distribución Porcentual En Cuanto A La Imagen Que Les Causó A Los Turistas Nacionales La Visita Al Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	117
Gráfico 15	118
Distribución Porcentual En Cuanto A Los Grupos De Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	118
Gráfico 16	120

Distribución Porcentual En Cuanto Al Número De Acompañantes De Los Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	120
Gráfico 17	121
Distribución Porcentual En Cuanto Al Tipo De Hospedaje Utilizado Por Los Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	121
Gráfico 18	123
Distribución Absoluta Y Porcentual En Cuanto A Los Atractivos Turísticos Que Motivaron A Los Turistas Nacionales Durante Su Visita Al Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	123
Gráfico 19	124
Distribución Porcentual En Cuanto Al Regreso A La Isla De Margarita De Los Turistas Nacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	124
Gráfica 20	128
Distribución Porcentual Del Sexo De Los Turistas Internacionales Que Visitan En Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta .	128
Gráfica 21	129
Distribución Porcentual De La Edad De Los Turistas Internacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nuevaesparta.....	129
Gráfica 22	131
Distribución Porcentual En Cuanto Al Nivel Educativo De Los Turistas Internacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta Fuente: Elaboración Propia.....	131
Gráfica 23	132

Distribución Porcentual En Cuanto Al Estado Civil De Los Turistas Internacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	132
Gráfica 24	134
Distribución Porcentual En Cuanto A La Actividad Económica De Los Turistas Internacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	134
Grafica 25	136
Distribución Porcentual En Cuanto A La Ocupación Profesional De Los Turistas Internacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	136
Grafica 26	138
Distribución Porcentual En Cuanto Al Propósito De La Visita De Los Turistas Internacionales Que Visita El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	138
Grafica 27	140
Distribución Porcentual Con Respecto A La Organización Del Viaje De Los Turistas Internacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	140
Grafica 28	141
Distribución Porcentual Con Respecto A La Primera Visita De Los Turistas Internacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	141
Grafica 29	143
Distribución Porcentual En Cuanto A La Permanencia De Los Turistas Internacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	143
Grafica 30	144

Distribución Porcentual En Cuanto A Los Grupos De Viajeros De Los Turistas Internacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	144
Grafica 31	146
Distribución Porcentual En Cuanto Al Número De Acompañantes De Los Turistas Internacionales Que Visitaron El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	146
Grafica 33	149
Distribución Porcentual En Cuanto A Los Atractivos Turísticos Que Motivaron A Los Turistas Internacionales Durante Su Visita Al Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	149
Grafica 34	150
Distribución Porcentual Acerca De Los Medios De Información Por Los Cuales Los Turistas Internacionales Llegaron Al Destino (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	150
Grafica 35	152
Distribución Porcentual En Cuanto A La Imagen Que Les Causo A Los Turistas Internacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.....	152
Grafica 36	153
Distribución Porcentual En Cuanto Al Regreso De Los Turistas Internacionales Que Visitan El Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta	153

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	4
Medios De Informacion Sobre La Isla	4
Tabla 2	82
Establecimientos De Alimentos Y Bebidas De Maneiro	82
Tabla 3	84
Alojamiento Turístico Del Municipio Maneiro	84
Tabla 4	94
Listado De Agencias De Viajes Y Turismo Del Municipio Maneiro	94

CAPITULO I. EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

La Isla de Margarita cuenta con 124 atractivos naturales y 138 culturales e históricos (CORPOTUR, 2003), lo cual la convierte en un destino turístico por excelencia. Toda esta variedad de atractivos turísticos son los que hacen que el turista se traslade desde su lugar de origen al destino turístico, complementado con las facilidades y accesibilidad constituyen el producto turístico, los cuales permiten la permanencia agradable en el lugar. Cárdenas, F.(1982) define el producto turístico como el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, para un confort material o espiritual, en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

El primer componente, atractivos turísticos, representa uno de los más importantes debido a que son la materia prima del turismo, sin la cual un país o una región no podrían emprender el desarrollo (porque faltaría lo esencial y porque sólo a partir de su presencia se puede pensar en construir una planta turística que permita explotarlo comercialmente). (Roberto Boullón, 1990).

En este sentido, la Isla de Margarita caracterizada por ser un destino de sol y playa, está comprendida por once municipios, entre los cuales se encuentra el municipio Maneiro, su capital es la ciudad de Pampatar, siendo sus principales poblados: La Caranta, El Paraíso, San Lorenzo, Playa

Moreno, Playa el Ángel, Jorge Coll., Maneiro, los Robles, las Fundaciones Y Apostadero.

El Municipio Maneiro, posee diversos atractivos turísticos desde playas, obras de ingeniería, obras de arte y técnicas (cuadro 1), capaces de atraer flujos turísticos y que pueden ser aprovechados turísticamente.

CUADRO 1
ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO MANEIRO

CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	HOMBRE UBICACION	UBICACION
Sitios Naturales	Costa	Playa	Terminal	Punta Ballena Pampatar
			Pampatar	Bahia Pampatar
			La Caranta	Bahia Pampatar
			Circulo Militar	Pampatar
			Playa Moreno	Bahia Pampatar
			Playa El Angel	Bahia Pampatar
	Laguna	Laguna Gasparico	Sector Agua de Vaca	
Lugar de Pesca	Pampatar	Bahia Pampatar		
	Cueva		El Bufon	
Museos y Manifestaciones Culturales	Obras de Arte y Técnica		Iglesia Cristo del Buen Viaje	Pampatar
			Iglesia Nuestra Señora del Pilar	Los Robles
			Exposicion de Mariposas	Urb. Playa El Angel N° 30
	Obra de Ingenieria	Piedra del Angel Paseo del Angel	Playa Moreno Playa Moreno	
	Lugares Históricos		Castillo San Carlos Borromeo	Pampatar Sector La Caranta
Folklore	Musica y Danza		Fortin de La Caranta Casa Amarilla	Pampatar
	Comida y Bebida Tipica		Diversiones Populares	Pampatar
			Dulceria Criolla	Pampatar
			Empanadas de Cazón	Pampatar- Los Robles
	Artesania y Arte		Hervido de Pescado	Pampatar
		Taller de Artesania	Pampatar	
Acontecimientos Programados	Religiosos		Nuestra Señora del Pilar	Los Robles
			Cristo del Buen Viajes	Pampatar
			Cruz de la Ermita	Los Robles
	Recreativo		Parque Diverland	Av. Jovito Villalba

Fuente: Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR, 2003)

Además de sus atractivos naturales y culturales; lo que hace del Municipio Maneiro un sitio obligado de visita por parte de turistas y residentes, el mismo cuenta con los centros turísticos recreacionales Lagunamar y Diverland, además ha incorporado alternativas recreacionales e infraestructura turística (Margarita en tus manos, 2001), tales como:

- Centro Comercial Rattan Depott
- Centro Comercial Sambil de Margarita
- Centro de Bateo

En este sentido el municipio Maneiro posee atractivos, en los cuales se podrían implementar estrategias de comercialización que favorezcan su desarrollo, mediante el conocimiento de los deseos, motivaciones, gustos, preferencias y necesidades del turista, los cuales son esenciales para que se traslade al destino turístico; dentro de los factores que influyen en la toma de decisión del viaje, se encuentran los distintos medios promocionales, así como lo demuestra el perfil del turista nacional (CORPOTUR, 2004) en la tabla 1.

TABLA 1
MEDIOS DE INFORMACION SOBRE LA ISLA

¿COMO SUPO DE LA ISLA?	No de Respuesta	
	2004	
	fi	%
Conocimiento Geografía de Venezuela	113	59,47
Recomendaciones	33	17,33
Agencias de Viajes	8	4,21
Publicidad en t. v.	1	0,53
Publicidad en periódicos	6	3,16
Publicidad en radio	1	0,53
Artículos de prensa	1	0,53
Artículos en Revista	—	—
Guía Turística	3	1,58
Otros/No Especificó	4	2,11
No Contestó	20	10,53

Fuente: Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR, 2004)

Es importante que la Isla de Margarita y más específicamente el Municipio Maneiro dé a conocer los atractivos turísticos y demás potencialidades que posee, los cuales requieren ser comercializados para que el turista conozca su existencia a través de los distintos medios de información, y lograr que sea mayor el porcentaje de agencias de viajes, publicidad en televisión, radio y prensa, guías turísticas, entre otros, ante el Conocimiento de la Geografía de Venezuela y Recomendaciones,

representados con un 59,49% y 17,33% de los turistas que visitan la Isla de Margarita.

Por otra parte, se evidencia a través del estudio del turista nacional (CORPOTUR,2004), que un mayor número de turistas respondieron no haber recibido información del destino, reflejado en un 63,68% en comparación a quienes respondieron si con un 34,21%, lo cual significa una deficiencia en la promoción, lo que es corroborado en estadísticas de CORPOTUR,2004. La existencia de poca información y promoción de la actividad turística se encuentra relacionado con la situación actual en el Municipio Maneiro, reflejado en el Plan Estratégico de Turismo 2003 – 2007 elaborado por INATUR.

A pesar de la variedad de recursos naturales y culturales los cuales permiten aumentar las fortalezas turísticas se pudo encontrar evidencias mediante entrevistas no estructuradas al concejal del Municipio Maneiro, Dr. Harold Velásquez en diciembre 2003 y enero 2004, igualmente el asesor del Alcalde, Prof. Rafael Santaella en julio 2004, que el problema relacionado con la falta de comercialización del producto turístico se encuentra manifestado a través de los siguientes descriptores:

- Inexistencia de un plan de políticas de comercialización del producto turístico en el Municipio Maneiro.
- Inexistencia de objetivos comunes entre organismos públicos y entes privados para desarrollar la actividad turística.

- Ausencia en la Alcaldía de Maneiro de un plan de promoción y desarrollo turístico para el Municipio. (Plan de Gestión Maneiro 2001-2004).
- Inexistencia de una dirección de turismo en la Alcaldía del Municipio Maneiro.
- Inexistencia de módulos de información turística para el Municipio Maneiro.
- Falta de información publicitaria (folletos, mapas, afiches, videos y otros) acerca del producto turístico del Municipio Maneiro.
- Falta de presupuesto para invertir en el desarrollo de la actividad turística.

Como se puede observar existen problemas que restringen el desarrollo de la actividad turística y uno de éstos específicamente es la falta de comercialización del producto turístico por parte de los entes privados, como elementos vinculados a la gestión de la actividad turística y son los que influyen significativamente en la afluencia de turistas.

De esta manera se origina el problema que identifica y motiva la presente investigación del cual se presenta la siguiente interrogante:

¿Qué estrategias de comercialización para el producto turístico se pueden ejecutar en el Municipio Maneiro?

Y ésta a su vez se sistematiza en las siguientes interrogantes:

- 1- ¿Cuáles son las características del producto turístico, presente en el Municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta?
- 2- ¿Cuál es el perfil del Turista Nacional e Internacional, que visita el Municipio Maneiro en Agosto-Septiembre 2004?
- 3- ¿Cuál es la opinión de los representantes de organismos públicos y entes privados en cuanto a los programas y proyectos del producto turístico que se lleva a cabo en el Municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta?
- 4- ¿Cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del producto turístico en el Municipio Maneiro?
- 5- ¿Cuáles estrategias de comercialización se pueden implementar para el Producto Turístico del Municipio Maneiro, sustentado en metas, acciones, responsables y producto esperado?

1.2. Objetivo general

Formular estrategias de comercialización del producto turístico del Municipio Maneiro - Estado Nueva Esparta.

1.3. Objetivos específicos

- Describir la situación actual del producto turístico presente en el Municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta.

- Caracterizar el perfil de la demanda Nacional e Internacional que visita el Municipio Maneiro.

- Indagar la opinión de los representantes de organismos públicos y entes privados acerca de los programas y proyectos del producto turístico que se llevan a cabo en el Municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta.

- Analizar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del Producto Turístico en el Municipio Maneiro.

- Diseñar estrategias de comercialización del producto turístico, presente en el Municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta, sustentado en metas, acciones, responsables y producto esperado.

1.4. Justificación

De acuerdo a las potencialidades existentes en el área de estudio, se procederá a la formulación de estrategias de comercialización para el producto turístico presente en el Municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta, en este sentido, la implementación y ejecución de estas estrategias tendrán como objetivo principal dar a conocer el producto turístico del municipio, incrementar el flujo turístico hacia dicho lugar generando así beneficios económicos en la zona.

Por tal razón, la investigación servirá como base para las investigaciones futuras que realicen en área de estudio y como aporte para las instituciones y organismos vinculados con la actividad turística del Estado Nueva Esparta como la Alcaldía del Municipio Maneiro, CORPOTUR,

Cámara de Turismo de Nueva Esparta, Fondo Mixto y otros entes privados, para que realicen programas, acuerdos y convenios en pro del desarrollo de la actividad turística del Municipio Maneiro.

Este estudio, teórica y metodológicamente, será un aporte de carácter científico al Centro de Investigaciones Turísticas (CITUR), que pertenece a UDONE, bajo la línea de investigación Marketing Turístico y Hotelero, que comprende los estudios de política de promoción y comercialización y a desarrollar planes de Marketing Turístico.

CAPITULO II. MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes de la investigación

Al revisar documentos relacionados con el tema de investigación no se encontraron estudios realizados específicamente sobre el mismo que constituye estrategias de comercialización del producto turístico de Maneiro. Sin embargo existen documentos que aportan valiosa información al estudio que se realiza, a nivel de trabajos de grado, se encontraron investigaciones que están relacionadas indirectamente con el tema de estudio, entre las que se mencionan:

1. Estrategias de comercialización para el aprovechamiento del producto turístico presente en el municipio arismendi: estado sucre”, realizado por figueroa veruska (2000), quien señala que el municipio arismendi cuenta con una serie de atractivos naturales y culturales que lo convierten en un destino turístico. al verificar estos atractivos plantea una serie de estrategias de comercialización para el aprovechamiento del producto turístico presente en dicho municipio, orientando las acciones hacia lineamientos del desarrollo sustentable y ajustándose a cada componente del producto turístico.
2. “Estrategias de comercialización del producto artesanal, como factor de aprovechamiento turístico para el municipio antolin del campo, isla de margarita”, realizado por salazar, jessica (2002); quien plantea desde el punto de vista del producto artesanal, el municipio antolín del campo, cuenta con una gama de piezas artesanales tradicionales, las cuales no son comercializadas en locales comerciales, sino en la

mayoría de los casos a domicilio, es decir, en el hogar del productor (artesano). también señala que el mercado más frecuente es el turista nacional y comunidad y que muchos de los productos que son vendidos en los locales pertenecen a otros locales del país. para verificar esto realizó un análisis dofa que reveló las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la comercialización del producto artesanal como factor de aprovechamiento turístico para el municipio antolín del campo.

3. “Modelo de comercialización turística. un enfoque sistemático de distribución para el destino sucre en el contexto internacional”, realizado por carmen sandoval (1994), la investigación proporciona una visión global de los elementos de comercialización turística del estado sucre, estableciendo estrategias para la optimización de los recursos e integrando a los sectores públicos y privados en el desarrollo de la actividad turística.
4. “Ruta turististica integrada en los municipios mariño, maneiro, antolín del campo y arismendi del estado nueva esparta”, realizado por la cruz, uga gladis (2001), quien señala que el estado nueva esparta se ha consolidado nacional e internacionalmente como uno de los principales destinos turísticos del país, debido a la diversidad de atractivos turísticos tanto naturales como culturales que poseen, igualmente plantea que a pesar de las rutas actuales que se ofrecen en la isla sólo incluye de dos a tres atractivos de cada uno de estos municipios y no existen rutas integrales entre ellos.

2.2. Bases teóricas

En virtud de las variables del problema en estudio, de esta investigación titulado “Estrategias de comercialización para el producto turístico del Municipio Maneiro en el Estado Nueva Esparta”, Se tomaron en condiciones las siguientes teorías como apoyo científico: iniciando este estudio con el turismo, en segundo lugar, con el producto turístico y sus componentes básicos, en tal sentido, en la realización de este estudio es indispensable describirlos, haciendo énfasis en la comercialización ya que la misma es el factor principal de dicha investigación, y por ultimo se expondrán distintas estrategias de comercialización que sirvan de apoyo para la propuesta de las mismas.

El turismo es el resultado de la necesidad del hombre por conocer otros lugares diferentes del lugar de residencia habitual, lo que diferencia de otros fenómenos sociales. Al respecto, Sedek, en su libro *Introducción a la Teoría y Técnicas del Turismo* (1992: 75) expresa:

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento de individuos o grupos de personas que fundamentalmente por medios de recreación, descanso, cultura o salud se traslada de su lugar de residencia habitual a otros, en lo que no ejerce ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

Por su parte cuervo citado por Acerenza (1988:161), señala que: “El turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos.

Además, sostiene que el turismo esta conformado por los siguientes subconjuntos: transporte, alojamiento, servicios de alimentación, centro de amenidades y de diversión, establecimientos comerciales relacionados, servicios complementarios (agencias de viajes, guías de turismo, alquiler de autos, entre otros.)

El producto turístico representa el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (para un confort material o espiritual) en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes o deseo de un consumidor al que llamamos Turista. (Cárdenas, s/f: 27).

Al respecto Acerenza (1997), presenta un análisis del producto y sus componentes básicos que lo integran estos son tres: atractivos, facilidades y acceso, los cuales combinados entre si son los que dan origen al producto que efectivamente se ofrecerá a la venta en el mercado, los cuales pueden apreciarse en el Cuadro 2.

CUADRO 2
COMPONENTES BÁSICOS DEL PRODUCTO TURISTICO

Producto Turístico	Atractivos (Genera la atracción del lugar)	De sitio De eventos	Naturales Usos y costumbres Infraestructura Ferias y exposiciones Congresos Convenciones Acontecimientos especiales
	Facilidades (Permite la permanencia)	Alojamiento	Hoteles Moteles Albergues Camping Condominios
		Alimentación	Restaurantes Cafeterías Fuentes de Soda Bares
		Amenidades	Distracciones Diversiones Deportes
		Complementarios	Tours locales Excursiones
Acceso (Permite el desplazamiento del lugar)	Transportación	Aéreo Terrestre Marítimo Fluvial	

Fuente: Tomado de Miguel Acerenza. Promoción Turística: Un enfoque metodológico. 1982:19.

Desde el punto de vista del marketing, los atractivos turísticos existentes en una región receptora pueden ser de dos tipos: atractivos de sitios y atractivos de eventos.

Los atractivos de sitios, están determinados por las condiciones naturales, los factores de vida y actividad humana existentes en el lugar o situadas en sus alrededores y que constituyen el principal motivo para que el turista lo visite. Estos atractivos pueden clasificarse en tres tipos: los naturales, referidos al paisaje, clima, flora, fauna, etc., los relacionados con los usos y costumbres de la población, es decir, todo lo referente a sus manifestaciones culturales y los relacionados con la infraestructura, entre los que pueden mencionarse las características generales de las aglomeraciones urbanas y las realizaciones técnicas contemporáneas, entre otros.

Los atractivos de eventos, son aquellos donde un acontecimiento se constituye en el principal factor para que el turista visite el lugar, como son: ferias y exposiciones, los congresos y convenciones, y los acontecimientos especiales, tales como: un evento deportivo, un festival y otros.

En algunas ocasiones estos dos tipos de atractivos se combinan entre sí y aumentan la atracción del lugar como destino turístico.

El segundo componente está constituido por las facilidades existentes en el destino, ellas permiten la permanencia y el disfrute de una estancia agradable, comprendidas por todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento y la alimentación, igual que las distracciones, amenidades y servicios complementarios para atender adecuadamente al turista.

El tercer y último elemento es el acceso, es decir, la disponibilidad de transporte y de aproximación desde el lugar de origen del turista al destino turístico.

El primer componente, atractivos turísticos representa uno de los más importantes, debido a que son la materia prima del turismo, sin la cual un país o una región no podrían emprender el desarrollo (porque faltaría lo esencial y porque sólo a partir de su presencia se puede pensar en construir una planta turística que permita explotarlo comercialmente (Roberto Boullón. 1990:46).

Para poder dar a conocer el producto turístico hay que realizar un análisis sólido de los mercados así como el estudio del cliente como eje central, con el fin de conocer que producto turístico debe ofrecerse, cuales son los precios más adecuados para atraer y conservar la clientela, cuáles son los mercados que más utilidades rinden, qué calidad deben tener los servicios otorgados, hasta dónde se puede incrementar la oferta, cuáles son las opiniones y deseos de los turistas respecto al producto que se ofrece y a través de qué canales debe transmitirse la publicidad del producto.

Es por esto que, (Cárdenas: 1926, 26) para la investigación de mercados turísticos realiza tres etapas en lo que se refiere a la determinación y análisis de la demanda:

1. Una investigación del mercado emisor que se tiene interés en explotar.

2. Una investigación del mercado receptorivo (país interesado en atraer al mercado del país emisor), cuando los turistas provenientes del país emisor se encuentran de visita en el país receptor.

3 .Una investigación de mercado receptorivo, cuando los turistas del país emisor se encuentran de regreso a su país.

La primera etapa tiene como finalidad determinar el mercado potencial y el producto turístico que se debe preparar, a efecto de elaborarlo conforme con los gustos, deseos, la capacidad económica, el grado de cultura y otras características esenciales de los futuros turistas.

La segunda etapa, es para conocer la opinión de los turistas del país emisor, sobre el grado de satisfacción que les brinda el producto turístico que se esta consumiendo. Y la tercera etapa, es para determinar cuál fue el grado y satisfacción final que les produjo el producto turístico consumido.

Las dos últimas etapas conforman el denominado perfil del consumidor turístico, este perfil tiene gran importancia en la toma de decisiones por parte de los operadores de turismo. Cuando el estudio del perfil se realiza sobre las bases de la clientela surgen las siguientes interrogantes:

¿Qué debe ofrecerse? Para que un país, región o localidad pueda saber qué ofrecer, requiere levantar un inventario de los recursos naturales, humanos y culturales, la dotación turística, accesibilidad y la infraestructura de apoyo turístico.

¿A quién debe ofrecerse? Aquí es donde interviene la investigación de mercados, que como ya se indicó es la que determina o asegura un buen

número de clientes, los cuales serán los futuros consumidores del producto turístico; según la profesión, el sexo, el estado civil, la edad, el país o localidad, el ingreso entre otros. También la investigación de mercados permitirá saber cuándo se debe ofrecer el producto turístico, (temporada alta, baja o durante todo el año) pues esta actividad está afectada por la estacionalidad y por las condiciones económicas de los clientes, entre otras, determinará además donde debe ofrecerse: si a través de agencias, de líneas aéreas, individualmente o en forma combinada.

¿Cómo debe ofrecerse? Esta parte le corresponde al marketing turístico (paquetes turísticos, individualmente o en forma combinada) refiriéndose a la ejecución de actividades, entre ellas la promoción que tiene como finalidad persuadir al turista potencial para que se desplace a consumir el producto turístico. Las técnicas del marketing tienen que ser sólidas y efectivas, pues en turismo es el cliente quien se traslada, por tanto su venta puede realizarse en el lugar de producción o fuera de él, es decir, en el punto de origen de la demanda

Es por esto, que la promoción y comercialización como elementos del marketing turístico debe girar entorno al turista quien representa la demanda y para conocer los distintos tipos de demanda; Roberto Boullon (1990:30) indica lo siguiente:

- **Demanda Real:** Cantidad de turistas que hay en un momento dado, y la suma de los bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores de ese lugar durante el tiempo de su estadía.

- **El turista real o consumidor potencial:** Este debe tomarse en cuenta para diseñar las campañas publicitarias de cada centro turístico, de modo que lleguen a los visitantes durante el tiempo de su estadía con la intención de motivarlos a que visiten el mayor número posible de lugares y aumenten el gasto en razones que desconocían antes de viajar a ese sitio.
- **Demanda histórica:** Comprende el registro estadístico de las demandas reales ocurridas en el pasado, y el análisis de sus variaciones y tendencias para deducir el ritmo de su evolución.
- **Demanda futura:** Comprende el resultado del cálculo que habrá de realizarse tomando en cuenta las series cronológicas de la demanda histórica de un lugar dado, para proyectar a partir del presente y mediante la aplicación de fórmulas sistemáticas.
- **Demanda potencial:** Es la que podría obtenerse de una plaza de mercado emisor no conquistado, hacia otra plaza de mercado receptor.

Las necesidades, deseos y motivaciones de los turistas son las que hacen posible que exista una demanda, convirtiéndose estos en demandantes de lo que se ofrece en un destino turístico. Sin estos estudios es muy difícil saber qué es lo que debe hacerse o construirse para aumentar

la demanda de todos y cada uno de los servicios de un centro turístico y por la suma de ellos, de un país o de una región.

Para esto, es necesario que la región o el país posea los servicios que suministran los elementos de la planta turística y algunos bienes no turísticos (Boullón: 1990,34), atractivos naturales y culturales; y que se encuentren en optimas condiciones para que turista se pueda desplazar, constituyendo la oferta en la cantidad de mercancía o servicios que entran en el mercado consumidor a un precio y por un periodo dado.

Al respecto, Jiménez Guzmán (1990:128) define el marketing turístico, de la siguiente manera: “El marketing permea todo el proceso productivo turístico y se ocupa de identificar y satisfacer las necesidades del turista – consumidor de un producto totalmente (diferente)”.

De esta manera, el marketing turístico es la aplicación de estrategias de acción elaboradas a través de un proceso planificado que englobe los recursos físicos y humanos con que se cuentan, de tal forma que se logre la satisfacción de los turistas y permitan la obtención de óptimos resultados.

El enfoque del marketing turístico en la comercialización del producto, identifica todas aquellas acciones destinadas a la promoción y venta de la oferta turística, con el fin de estimular la afluencia de visitantes a un determinado destino.

Por ello, la utilización del marketing como instrumento destinado a incrementar el desarrollo del turismo, podría llevarse a cabo a través de un proceso (Acerenza: 1991,210), sintetizado en las siguientes actividades: la obtención de información para la toma de decisiones, preparación de plan de

marketing, ejecución de los diferentes programas integrantes del plan y el control de la gestión.

La primera es la mas importante actividad dentro del proceso y se realiza a través de una investigación de marketing, a fin de reunir información relacionada con: el mercado en el cual se va a actuar (región emisora), las características del consumidor y su comportamiento con respecto al viaje, las ofertas presentadas por los países o regiones competidoras (región receptora), los canales de distribución empleados por la competencia y las características de los medios de difusión.

Desde esta primera actividad, con información producto de la investigación de marketing y la información proveniente de otras áreas (especialmente lo que concierne a políticas, los objetivos y estrategias de desarrollo del sector) se toman las decisiones que posteriormente orientaran todo el proceso de comercialización y venta de la oferta turística.

De este mismo modo, es importante para el logro del plan establecer una serie de actividades a través de la cual se encausarán los esfuerzos tendientes al logro de los objetivos (Acerenza: 1991,210):

A) Planificación y desarrollo del producto.

El producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones materiales e inmateriales que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. Es en realidad, un producto compuesto y que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.

El primero y mas importante de estos componentes, lo constituyen los atractivos turísticos, por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista desde el punto de destino de su viaje y son los que generan una corriente turística hacia su localización.

B) Selección de los canales de distribución.

Los canales de distribución se refieren a las estructura formada por la propia organización de venta del producto, además de las organizaciones de ventas individuales de todos los diferentes intermediarios que intervienen en este proceso de comercialización del producto que se esta considerando. La selección de los canales de distribución apropiada, permite la transferencia de los productos al mercado, de tal manera que se encuentre al alcance del turista cuando este tome su decisión de compra.

C) Fijación del precio de venta del producto.

La fijación de precio es normalmente una tarea difícil dentro del marketing, en turismo esta adquiere aun más relevancia, debido a que el costo de los servicios tiene una especial significación en la selección por parte del turista, del lugar de destino hacia el cual se dirigirá a pasar sus vacaciones. En turismo no puede decirse que exista verdaderamente un producto que pueda catalogarse como nuevo, puesto que en la mayoría de los casos de variaciones de un producto conocido, que se ofrece como alternativa en el mercado, el precio de venta se convierte en uno de los elementos diferenciadores más importantes y sobre el cual, normalmente recae la mayor atención de las actividades de promoción.

D) Determinación de las acciones promocionales.

Las últimas decisiones por adoptar antes de pasar a ejecutar las acciones, son las que se refieren a las actividades por desarrollar en el campo de la promoción, a efecto de brindar la cobertura adecuada de las operaciones de venta llevadas a cabo en el mercado durante el proceso de comercialización y lograr así una decisión de compra por parte del turista favorable al destino. Las actividades de promoción son aquellas que tienen como fin persuadir al turista potencial para que éste adopte una decisión de viaje favorable a los intereses del destino y se llevan a cabo en dos niveles: en un nivel institucional, es decir, en el nivel de destino turístico, y en un nivel de producto específico o sea en el nivel de producto que los prestadores de servicios nacionales ponen a la venta en el mercado.

Al respecto, estas actividades que se llevan a cabo en el proceso de comercialización son importantes para consolidar el producto turístico ofrecido, igualmente es necesario tomar en cuenta las funciones universales de la comercialización:

Función de Venta: Requiere promover el producto.

Función de compra: Busca y evalúa bienes y servicios.

Función transporte: Traslado.

Función almacenamiento: Implica guardar los productos de acuerdo con el tamaño y calidad.

Función estandarizar y clasificar: Incluye ordenar los productos de acuerdo al tamaño y la calidad.

Función financiación: Provee el efectivo y crédito necesario para operar producir, vender, comprar y almacenar.

Toma de riesgo: Entraña soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización.

Una vez que el producto turístico se va a conocer a través de todo este proceso de comercialización del potencial presente en el destino y cambio a tendencias positivas, entonces se elevará el número de turistas o flujo turístico.

La comercialización se ocupa de todo aquello que los clientes desean, y deberían servir de guía para lo que se produce y ofrece. La utilidad de posesión significa obtener un producto y tener el derecho de usarlo o consumirlo, la utilidad de tiempo significa disponer del producto donde el cliente lo desee.

Antes de exponer las distintas estrategias de comercialización del producto turístico presentada por varios autores se definirá el concepto de estrategia:

Es el planteamiento general sobre la forma como se debe conducir un hecho o actividad, a fin de que alcance satisfactoriamente los objetivos que se han fijado y se aproxime por lo tanto a la situación deseada. (Hoyos 1998:34)

Stanon (1999) plantea estrategias que parten de una matriz producto-mercado existente, nuevos mercados, productos actuales y nuevos productos; algunas de estas estrategias son las siguientes:

1. Estrategias de segmentación:

- Agregar los mercados
- Concentrarse en un solo segmento
- Seleccionar varios segmentos como mercado meta

2. Estrategia de mezcla de productos:

- Posicionamiento del producto
- Posicionamiento en relación con un competidor
- Posicionamiento en relación con una clase del producto o atributo

3. Estrategia de canales de distribución:

- Distribución intensiva
- Distribución selectiva
- Distribución exclusiva

4. Estrategia de precios

- Precio descremado del mercado
- Fijación de precios de penetración en el mercado

Fabio Cárdenas (1991). Establece tres estrategias de comercialización diferentes, una vez determinados los segmentos turísticos.

1. La Comercialización Indiferenciada.

En este campo se opta por no distinguir entre los primeros segmentos y prefiere llevar una política de agregación, de combinación promoviendo un solo producto que responde a todos los deseos de los consumidores. La idea de fondo reposa en que los diferentes segmentos no son opuestos, es decir, que los puntos comunes no son muy superiores a los diferentes existentes lo que justifica claramente tal política.

Las principales ventajas de una estrategia de comercialización turística indiferenciada son:

- Disminución de costos, como consecuencia de producciones más numerosas.
- Los recursos necesarios para realizar estudios de comercialización son menos importantes al dirigirse al mercado total.
- Los gastos publicitarios se encuentran mejor repartidos.

Por el contrario como inconveniente existen las consecuencias de la propia falta de segmentación. En la práctica el producto comercializado con estas estrategias es agregado en cada segmento del mercado por otro producto de la competencia, mas adaptado a este grupo. Esto resulta más verdadero cuando los segmentos son más diferenciados entre sí.

2. La Comercialización Diferenciada:

Se lleva a cabo una política basada en la gama de productos: cada producto responde mejor a los deseos de cada segmento del mercado, en consecuencia, tiene una penetración importante en dicho segmento. Una política diferenciada cuesta más caro, pero permite conocer y cubrir mejor el mercado, esta se ajusta a la demanda y según la evolución de sus gustos, su recompensa la encontrará en un alto incremento de las ventas.

3. La Comercialización Concentrada.

En este caso solamente se ataca a algunos subsegmentos de la misma en la cual puede ocurrir que no se este preparado para comercializar otros segmentos de mercado.

Al considerar el objetivo general de la presente investigación “Formulación de Estrategias de Comercialización para el Producto Turístico del Municipio Maneiro en el Estado Nueva Esparta”; la clasificación de las estrategias propuestas por los autores pudieran ser un punto de referencia para las futuras estrategias que se formularán con la investigación respetando siempre el criterio de dar cabida a la institución general y a la creatividad individual de la formulación de estrategias competitivas.

En relación con la comercialización, Kotler (1992), la define como "...la introducción de un nuevo producto en el mercado" (p.294). De igual forma Cárdenas (1998) la define como: "El conjunto de todas las actividades que la empresa debe realizar para crear, promover y distribuir productos o servicios de acuerdo con la demanda de los clientes actuales o potenciales y las posibilidades de la empresa para producirlos".

En un sentido amplio, la comercialización consiste en el análisis, la planificación, la ejecución y control de acciones y programas destinados a realizar intercambios, a fin de alcanzar los objetivos perseguidos y la satisfacción al consumidor turístico. Esta se integra igualmente con la investigación de mercados (también denominada investigación comercial), y planificación comercial, comunicación organización de ventas y distribución.

Como su nombre lo indica, la investigación de mercados realiza análisis cualitativo y cuantitativo del mercado, el análisis del producto turístico y de publicidad y de la publicidad y la promoción, estudio de la distribución y venta y el análisis económico y de la competencia.

Un componente esencial de la investigación de mercados es el perfil del consumidor turístico, que permite apreciar la satisfacción que obtuvo el turista con el producto que consumió. Este estudio es de gran importancia porque permite corregir o mejorar el producto que se ofrece para la venta.

Para que la actividad turística funcione adecuadamente necesita de la integración con la infraestructura y del auxilio superior que regule este proceso, el ente al cual se le llama la superestructura.

Al respecto Boullón. 1990.50, indica:

La superestructura turística comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada , encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar las relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples servicios que compone el producto turístico. La insistencia de una superestructura poderosa y sobre todo eficiente, es mucho más importante de lo que habitualmente se piensa, para que el sector turismo rinda en relación directa a la importancia de los atractivos turísticos y de la planta que construyó para explotarlos. Una de las principales funciones de la superestructura es no solo vigilar, sino intervenir activamente en el proceso turístico.

La inexistencia de una superestructura poderosa y sobre todo eficiente, es mucho más importante de lo que habitualmente se piensa, para que el sector turismo rinda en relación directa a la importancia de los atractivos turísticos y de la planta que construyó para explotarlos. Una de las principales funciones de la superestructura es no solo vigilar, sino intervenir activamente en el proceso turístico.

2.3. Definición de terminos

Actividad Turística

Representa el conjunto de actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo.

Son el objetivo de su viaje y razón por la cual requiere que le sean proporcionando los servicios turísticos. (Cárdenas Tabares, Fabio: 1986)

Atractivo Turístico

Son las materias primas del turismo, sin la cual un país o región no podría emprender su desarrollo. (Boullon: 1999,46)

Valores propios existentes, motivantes para la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo. (Dirección General de Políticas Turísticas).

Comercialización

Es el conjunto de todas las actividades que la empresa debe realizar para crear promover y distribuir productos y servicios de acuerdo a la demanda de los clientes actuales o potenciales, y las posibilidades de la empresa para producirlos (Cárdenas, 1998:86)

Demanda Turística

Es el conjunto de servicios puestos efectivamente, solicitados por el consumidor. Abarca por lo tanto todas las características del consumidor presente, es decir, cubre el mercado actual. (Boullón, 85)

Estrategias

Es un patrón de conducta observable, adoptadas por las organizaciones en respuesta imperativa a su entorno, sean estos originados por las acciones de competidores o por modificaciones del medio ambiente económico en donde se desenvuelven. (Villalba, 1996:13)

Oferta Turística

Es el conjunto de recursos turísticos y de servicios públicos en general no específicos de otras actividades. (Dirección General de Políticas Turísticas).

Es el conjunto de servicios efectivamente en el mercado. (Boullón).

Producto Turístico

Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (para confort material o espiritual) en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista. (Boullón: 86)

CAPITULO III. MARCO METODOLOGICO

3.1. Alcances y delimitación

3.1.1. Nivel de Investigación

Tomando en cuenta el problema planteado y los objetivos de la investigación, este estudio se ubica en la modalidad descriptiva. En donde se describirá la situación actual del producto turístico del Municipio Maneiro, igualmente se caracterizará el perfil de la demanda nacional e internacional del mismo, se analizará la opinión de los representantes de organismos públicos y entes privados acerca de los programas y proyectos del producto turístico y se analizará las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en los mecanismos de comercialización del producto turístico y finalmente se formularán estrategias de comercialización del producto turístico presente en el Municipio Maneiro.

3.1.2. Área de Estudio

El proyecto de investigación se encuentra enmarcado en el Municipio Maneiro - Isla de Margarita, presenta una superficie aproximada de 34,9 Km², los límites del municipio son los siguientes.

Al Norte limita con el municipio Arismendi.

Por el Este con el municipio García y Arismendi.

Al Sur con el municipio Mariño.

Por el Oeste con el mar Caribe.

En cuanto a su localización astronómica corresponde las siguientes ordenadas.

Latitud Norte. 11° 05´

Latitud Sur. 11° 00´

Latitud Oeste. 63° 45´

Latitud Este. 63° 45´

3.2. Diseño de la investigación

De acuerdo a las características del estudio, estará enmarcada en el diseño de investigación de campo no experimental realizado a través de observaciones in situ, fundamentada en una situación existente, tal como se da en su contexto natural para luego ser analizado y por lo que además es preciso mencionar que para lograr el cumplimiento de los objetivos planteados es necesario realizarse en dos etapas.

La primera abarca la descripción actual del producto turístico, la caracterización de la demanda nacional e internacional, el análisis de la opinión de representantes de organismo públicos y entes privados acerca de programas y proyectos del producto turístico en Maneiro, el análisis de la DOFA en los mecanismos de comercialización y la segunda etapa la formulación de estrategias de comercialización del producto turístico en el Municipio Maneiro.

3.2.1. Primera Etapa

Descripción de la situación actual del producto turístico en el Municipio Maneiro.

Esta primera etapa da cumplimiento a los objetivos específicos números 1, 2, 3 y 4.

Descripción de la situación actual del producto turístico Municipio Maneiro, tomando en cuenta los atractivos naturales y culturales, y para su realización se utilizarán las siguientes técnicas de investigación; una guía de observación, en esta etapa se revisará el inventario de los atractivos turísticos y demás componentes del producto turístico del Municipio de Maneiro realizado por la Dirección de Turismo del Estado Nueva Esparta y principalmente observaciones directas en el área de estudio para describir la situación actual, dando respuesta al objetivo específico N° 1.

Análisis del perfil de la demanda nacional e internacional en el Municipio Maneiro, para lograr este objetivo es necesario realizar encuestas, igualmente hacer su análisis, obteniendo información sobre la procedencia, sexo, edad, ocupación, motivación del viaje, tiempo de permanencia, entre otros; en donde se dará respuesta al objetivo específico N° 2.

Análisis de la opinión de representantes de organismo públicos y entes privados acerca de programas y proyectos del producto turístico, para lograr este objetivo se realizará entrevistas no estructuradas al personal competente de la Alcaldía del Municipio Maneiro, Gobernación del Estado Nueva Esparta, CORPOTUR, Cámara de Turismo y Agencias de Viajes.

Respectivamente realizar su análisis cumpliendo con el objetivo específico N° 3.

Y por último para conocer las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas en los mecanismos de comercialización se realizará una matriz DOFA.

3.2.2. Segunda Etapa

Formulación de estrategias de comercialización del producto turístico presente en el Municipio Maneiro.

Después de revisar diversos autores que refieren el tema de estrategias de comercialización, se escogerán las más adecuadas y se procederá a formular las estrategias con sus respectivas acciones, metas, responsables y producto esperado.

3.3. Sujetos de investigación

- Turistas: Representados en nacionales e internacionales quienes visitan el Municipio Maneiro.
- Representantes de organismo públicos y entes privados: Quienes intervienen en los programas y proyectos del producto turístico en el Municipio Maneiro, tales como:
 - Alcaldía del Municipio Maneiro

- Fondo Mixto
- CORPOTUR
- Cámara de turismo de Nueva Esparta
- Agencias de Viajes y Turismo.

3.3.1. Población

La población está representada por los turistas nacionales e internacionales que visitan el Municipio Maneiro.

3.3.2. Tipo de muestreo

El tipo de muestreo es aleatorio simple, porque los elementos se escogen en forma individual y al azar de la totalidad de la población. En este caso si una muestra de tamaño n es seleccionada de una población de tamaño N , cada una de las muestras tiene la misma probabilidad de ser seleccionadas.

3.3.3. Tamaño de la muestra

En este caso se habla de tamaño de poblaciones desconocidas o tamaño de población infinita, cuando no es posible especificar o registrar cuantos turistas nacionales e internacionales visitan el Municipio Maneiro (número de turistas que no pueden medirse fácilmente).

Cuando se habla de tamaño de poblaciones desconocidas se utiliza la

siguiente formula:
$$n = \frac{Z^2 \frac{\alpha^2}{2} \cdot p \cdot q}{E^2}$$

Donde:

$Z\left(\frac{\alpha}{2}\right)$: Valor tabulado de la distribución normal para un nivel de confianza

$1 - \alpha$

p: proporción de turistas que visitan Maneiro y que tienen como motivación visitar atractivos turísticos en el mismo.

q: proporción de turistas que no tiene como motivación visitar los atractivos turísticos del Municipio.

P*q: es el valor estimado de la varianza.

E: error máximo previsible medido en las mismas unidades de la variable de interés.

Para efectos de determinación del tamaño de la muestra se tomarán:

$\alpha = 0,05$

$E = 0,14$

$p = 0,50$

$q = 0,50$

Estos dos últimos valores se asumen para garantizar un tamaño de muestra conservador, a partir de la máxima variabilidad.

Sustituyendo la formula se tiene:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50}{(0,14)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25}{0,0196}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0196}$$

n = 49

3.4. Fuentes de información

3.4.1. Fuentes Primarias.

Constituida por la información oral y escrita, a través de la observación directa que permitirá visualizar las características actuales del producto turístico del Municipio Maneiro, entrevistas no estructuradas a los diferentes sujetos de información, organismos públicos y entes privados, específicamente a los representantes de la Alcaldía de Maneiro, Fondo

Mixto, CORPOTUR, Cámara de Turismo de Nueva Esparta y Agencias de Viajes y Turismo, y las encuestas aplicadas a una muestra específica de turistas que visitan el área de estudio y así caracterizar el perfil del turista nacional e internacional.

3.4.2. Fuentes secundarias

La información escrita se obtendrá mediante la revisión de documentos, textos, relacionados con la comercialización del producto turístico, específicamente la revisión de folletos, revistas que promocionan y más general que comercializan el producto turístico en el Municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta.

3.5. Técnicas de recolección de datos

- Observación directa en el área de estudio.

Esta técnica implica la visita al área de estudio. Municipio Maneiro de la Isla de Margarita, con la finalidad de obtener información acerca de la situación actual del producto turístico.

- Aplicación de encuestas.

Para así tener las características del perfil del turista nacional e internacional que visita el Municipio Maneiro.

- Entrevistas no estructuradas.

Efectuada a los representantes de los organismos públicos y entes privados para realizar su análisis, mediante la opinión de estos acerca de los programas y proyectos del producto turístico que se llevan a cabo en el Municipio Maneiro y por último analizar las debilidades en los mecanismos de comercialización en los entes privados.

- Revisión documental y bibliográfica

Se revisaron textos, revistas, periódicos, publicaciones en Internet y otros documentos que aportan información para sustentar teóricamente la investigación y así formular las estrategias de comercialización del producto turístico de Maneiro.

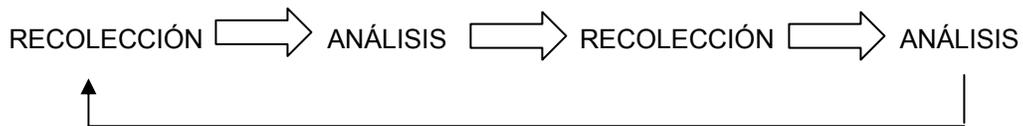
CUADRO 3
TÈCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

OBJETIVOS	FUENTES	TÈCNICAS	INSTRUMENTOS
Describir la situación Actual del producto Turístico del Municipio Maneiro	Primaria y secundaria	Observación directa	Guía de observación
Identificar el perfil de la Demanda Nacional e Internacional en el Municipio Maneiro	Primaria	Encuesta	Cuestionario
Conocer la opinión de los Representantes de organismos Públicos y entes privados, Acerca de los programas y Proyectos del producto turístico En el Municipio Maneiro.	Primaria	Entrevistas no Estructuradas	Guía de entrevista
Analizar las fortalezas, Oportunidades, debilidades, Y amenazas en los mecanismos De comercialización del producto Turístico de Maneiro	Primaria y secundaria	Entrevista y Revisión bibliográfica	Guía de entrevista

Fuente: Elaboración propia

3.6. Procesamiento y análisis de los datos

El procesamiento y análisis de los datos se realizó simultáneamente, a la recolección de los mismos, esto es:



Para este procedimiento y análisis de datos, se establecieron categorías para los mismos, es decir, se clasificó el todo en partes referidas a cada uno de los siguientes aspectos:

- Descripción de la situación actual del producto turístico presente en Municipio Maneiro.
- Características del perfil del turista Nacional e Internacional en el Municipio Maneiro Agosto-Septiembre 2004.
- Opinión de los representantes de organismos públicos y entes privados acerca de programas y proyectos del producto turístico que se llevan a cabo en el Municipio Maneiro.
- Análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del producto turístico del Municipio Maneiro.

Dichas partes continuamente se diseñaron y rediseñaron, integrando y reintegrando entre sí, de tal manera que fuera emergiendo el significado de cada sector, evento, hecho o dato (Martínez, 1997).

A medida que se fueron registrando los datos, asignándole una categoría, se compararon con los ya clasificados, para constantemente retroalimentar el proceso de categorización y análisis.

Y precisamente para poder dar respuesta o cumplir los objetivos propuestos, es necesario aplicar técnicas de recolección de datos.

Por ejemplo, para describir la situación actual del producto turístico en el Municipio Maneiro, se realizarán observaciones directas, utilizando como instrumento una guía de observación; para caracterizar el perfil del turista Nacional e Internacional en el Municipio Maneiro, se realizará una encuesta, para conocer la opinión de los representantes de organismos públicos y entes privados acerca de los programas y proyectos del producto turístico del Municipio Maneiro, se efectuarán entrevistas no estructuradas: Alcaldía del Municipio Maneiro, Gobernación de Estado Nueva Esparta, CORPOTUR, Cámara de turismo y agencias de viajes, teniendo como instrumento una guía de entrevista.

En donde se observará los dos tipos de análisis de datos: cualitativo y cuantitativo, para el primer objetivo se realizará un análisis cualitativo, en el segundo un análisis mixto y el resto cualitativo.

Teniendo presente que en el análisis cualitativo se analizan situaciones o hechos importantes para la población, comprensión de las partes, es un análisis abierto, no estructurado, se basa en técnicas de recolección de datos

sin medición numérica como las descripciones y observaciones a diferencia del análisis cuantitativo en donde se confía en una medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de las estadísticas.

3.7. Presentación de la información

Básicamente la información será presentada por los resultados obtenidos por cada objetivo.

La tabulación se realizará de forma manual y los datos se presentaran de manera grafica, cuadros, tablas y gráficos.

El procesamiento y análisis de los datos se realizará simultáneamente a la recolección de los mismos.

CAPITULO IV. PRESENTACION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Reseña histórica del municipio maneiro

El Municipio Autónomo Maneiro en el Estado Nueva Esparta está localizado en el sector Oriental de la Isla de Margarita, distribuido en dos parroquias, Aguirre y Silva, teniendo como capital la ciudad de Pampatar. Sus límites geográficos son; al Norte con el Municipio Arismendi y el Mar Caribe, al Sur con el Municipio Mariño y el Mar Caribe, al Este con el Mar Caribe y al Oeste con el Municipio Arismendi y García. Se encuentra a 8 metros sobre el nivel del mar y presenta una temperatura media anual de 28oC, posee una superficie aproximada de 34,90 Km² y una población estimada de 35.400 Habitantes (censo 2001).

Pampatar, la capital, es una de las ciudades más antiguas de la Isla de Margarita, ha sido un pueblo de pescadores cuyos inicios se remontan a los años 1530, cuando los primeros españoles decidieron quedarse en ella y para asegurar su permanencia, edificaron fortines y fortalezas con la finalidad de resguardarse de los ataques de los piratas.

Actualmente, el Municipio Maneiro posee una serie de atractivos que permiten al visitante disfrutar, como lo son su infraestructura hotelera, de servicios, de entretenimiento, además de la recepción al visitante.

Entre los sitios más visitados destacan el Castillo San Carlos Borromeo, una edificación colonial construida en 1864 y varias veces reconstruida,

cuenta con piezas de artillería muy antiguas, torteras, espadas, balas de hierro y armaduras de la época de la guerra de la independencia.

Cruzando la vía principal, se encuentra otra edificación cultural llena de recuerdos y es la iglesia del Cristo del Buen Viaje o la iglesia del “viejo”, como denominan los pescadores a su santo patrono. Así mismo, a pocos pasos de la sede restaurada de la Antigua Aduana y la Casa Amarilla, bordeando el lugar está la playa los cocos, una amplia media luna de aguas templadas y con servicios de comida y bebidas en típicos kioscos ubicados bajo cocoteros. Otros atractivos son el Fortín de la Caranta, con cañones de hierro; la Cueva el Bufón, una gruta a orillas del agua que guarda muchas leyendas y por doquier amistosos pescadores.

La ciudad de Pampatar, Capital del Municipio, se encuentra emplazada en una franja angosta entre una zona montañosa y el mar, en cuyo centro se encuentra el antiguo puerto principal, donde a partir del año 1600, partían expediciones de conquista hacia otras tierras, generándose así actividades comerciales, primero perlas y luego tabaco, ganado, dividivi y sal. Estableciéndose en esta ciudad las más importantes edificaciones de la Isla de Margarita, como lo son: el antiguo fuerte, hoy Castillo San Carlos Borromeo, la iglesia del Santísimo Cristo del Buen Viaje, la Antigua Aduana de Pampatar, la plaza Bolívar y Casas Coloniales que representan valores tradicionales de la arquitectura Venezolana. Es por ello, que el 16 de Noviembre de 1976 la Junta Protectora y Conservadora del Patrimonio Histórico de la Nación, declara al Centro Urbano de Pampatar Monumento Histórico Nacional, por reunir características de gran valor histórico y ambiental, que lo hacen merecedor de ser preservado como referencia urbanística de particular contenido y por ser ámbito de trascendentales acontecimientos históricos, de marcada influencia Regional y Nacional.

El hecho que la ciudad de Pampatar sea Patrimonio Histórico de la Nación, así como también las limitaciones topográficas y la gran densidad constructiva definida en la ciudad, no permiten intervenciones en cuanto a modificaciones de la estructura de ciudad existente, a fin de crear espacios propicios para el esparcimiento de la comunidad, así como también para el desarrollo de soluciones habitacionales para la población del Municipio Maneiro en constante aumento, por lo que la tendencia de crecimiento y desarrollo de la ciudad se ha emplazado hacia el sector Oriental creando asentamientos rurales y de alto potencial turístico en la zona.

Así, la Parroquia Aguirre es la puerta de entrada del Municipio Maneiro, cuyo centro lo representa la plaza de los Robles y su casco urbano; a partir del cual se distribuyen las arterias viales que conectan con el resto de los Municipios del Estado .El casco de los Robles es un importante espacio ubicado adyacente a la Avenida Jovito Villalba con un enorme potencial comercial y de servicios turísticos. El conjunto de la vegetación existente, como las edificaciones culturales, la cancha múltiple, los comercios que la rodean y la iglesia sede de la Virgen del Pilar, son importantes factores de la alta calificación que se unen en diferentes ocasiones para convocar con éxito al espíritu festivo de los habitantes de los Robles. Las edificaciones adyacentes sin embargo, son construcciones de poco valor arquitectónico.

4.1.1. Aspectos físicos-naturales

4.1.1.1. Aspectos Climáticos

Para la descripción y análisis de las variables climáticas se utilizó un archivo suministrado por el Ministerio del Ambiente y de los Recursos Naturales no Renovables donde se definen cada una de las variables, tales

como: temperatura, precipitación, evaporación. El clima de la región es del tipo árido y semiárido con dos períodos lluviosos y dos secos distribuidos en dos áreas geográficas bien diferenciadas. Una se ubica en el macizo montañoso oriental cuya estación lluviosa principal corresponde al trimestre noviembre-diciembre-enero, siendo diciembre el mes que presenta mayores precipitaciones. La otra, abarca el resto de la Isla cuya estación lluviosa principal corresponde al periodo junio-agosto, siendo este último el mes de máxima precipitación.

4.1.1.2. Temperatura

El Municipio Maneiro presenta temperaturas medias anuales de 27 ° C. a lo largo del año. La temperatura media anual varía entre los 27° y 28° C presentando dos máximos en los meses de mayo y septiembre y dos mínimos en enero y diciembre; con una humedad relativa media anual de 88 %.

4.1.1.3. Precipitación

La precipitación es de 438 mm.

4.1.1.4. Vegetación

Matorral y espinar, parcialmente sustituida por el urbanismo.

4.1.1.5. Relieve

Paisajes costeros y colinas.

4.1.1.6. Hidrografía

Ríos principales: chaguaramas, El Muco, El Valle, La Asunción, La Vieja, Negro, San Francisco, San Juan y Tacarigua. Los ríos permanecen secos la mayor parte del año y torrenciales por cortos periodos. Las pocas lluvias hacen que los recursos hídricos sean escasos.

Lagunas: La Restinga, Las Marides y Los Mártires.

4.1.2. Infraestructura de apoyo

4.1.2.1. Acueductos

El área está limitada por lo entregado a través de los sistemas regionales y el poco complemento que tiene de las fuentes locales, por otra parte, no existen instalaciones de almacenamiento en funcionamiento.

Este servicio debe ser objeto de mejoras así como, la construcción de sistemas de almacenamiento.

4.1.2.2. Cloacas

El Municipio Maneiro no posee fuentes locales, la recolección de agua es a través de la planta de tratamiento los Cerritos.

4.1.2.3. Drenaje

Las urbanizaciones que se han construido en el sector de los Robles (playa el Ángel, Jorge Coll, entre otros.) tienen todos drenajes internos y están conectadas a un canal abierto, que proviene de la misma población de los Robles.

La zona de Pampatar no tiene drenaje y las áreas cercanas al mar, descargan sus aguas pluviales directamente en éste. No existe una red natural primaria de cauces significantes que, permita un adecuado drenaje natural de la zona. De igual forma, no existen obras de drenaje para la captación y canalización de las aguas pluviales, sin embargo, la poca pluviosidad reinante en un clima desértico hace que esta deficiencia no sea un problema.

4.1.2.4. Recolección y Disposición de Desechos Sólidos

El servicio de recolección de desechos sólidos, está a cargo de la mancomunidad para la prestación del servicio de aseo urbano y domiciliario en el Estado Nueva Esparta (MANPRESA). Esta Mancomunidad, tiene como fin el desarrollo de las actividades relacionadas y conexas con la prestación del servicio público de aseo urbano y domiciliario en el ámbito territorial de los municipios que conforman el Estado Nueva Esparta.

Tiene como competencia planificar, programar, organizar, dirigir, coordinar, administrar, controlar y ejecutar actividades vinculadas con el objeto social, y se constituyó por un lapso de veinte años prorrogables por un periodo igual.

Trabaja con los ingresos provenientes de las alcaldías, y de los gobiernos regional y nacional.

El sistema de recolección lo realizan dos empresas privadas: Fospuca que se encarga de Mariño, y Cauvica del resto de los municipios de la Isla y por ende del área de estudio. Esta compañía consta de 10 unidades recolectoras de 9 toneladas cada una, lo que implica una capacidad de recolección de 540 T/sem para atender una demanda de 496 T/sem.

Ambas empresas recolectoras tienen capacidad de prestar un buen servicio, aspecto que se comprobó en las visitas hechas a la zona.

4.1.2.5. Servicio de Electricidad

El servicio eléctrico en el estado es prestado y administrado por el sistema eléctrico Nueva Esparta C.A. SENECA. Funciona con el sistema interconectado, a través de un cable submarino de 115 KV y 30km y dos plantas de 40MVA y cinco de 17MVA, ubicadas en la subestación Luisa Cáceres en Macho Muerto.

En el Municipio, se encuentran cinco subestaciones de producción de las siete que existen en la Isla, y dos subestaciones de distribución. Las subestaciones de producción están conectadas en 115 KV y ubicadas en Porlamar, los Robles, Pampatar y la Asunción. Por otra parte las subestaciones de distribución en Conejeros y en Porlamar están conectadas por línea de 34,5 KV.

Las subestación Los Robles surte las poblaciones de: los robles, playa el Ángel, Sabana Mar, Avenida 4 de Mayo, Achipano, la Arboleda y clínica la

Fé. Desde la subestación Pampatar se surte la urbanización Jorge Coll, centro AB, Laguna Mar, San Lorenzo, Marina Bay, Hotel Hilton, el Paraíso, la Caranta, Pampatar, Sambil, Casas del Sol y urbanización Maneiro.

La problemática principal en este sentido, está referida a la toma ilegal de los asentamientos no controlados, lo cual afecta la calidad del servicio, originando interrupciones del servicio y deterioro en las redes planificadas de urbanizaciones adyacentes.

4.1.2.6. Telecomunicaciones

El Estado, al igual que el resto del país cuenta con una sola compañía telefónica conocida como CANTV, privatizada en el año 1991. De igual manera, el estado cuenta con tres compañías de telefonía móvil celular (Movistar, Movilnet, Digitel) y varias empresas que prestan servicio de Internet a la comunidad en general. (Fondo Mixto de Turismo de Nueva Esparta: 2001).

4.1.2.7. Vías de Comunicación

El estado Nueva Esparta cuenta con un medio de televisión regional como lo es TELECARIBE, además de contar con corresponsalías de dos televisoras a nivel nacional. Hay cuatro estaciones de radio A.M. y nueve FM. En cuanto a la prensa escrita circulan cinco periódicos locales, además de todos los diarios nacionales y algunos internacionales.

4.1.2.8. Accesibilidad

Por su proximidad con el continente, es fácil llegar a la Isla de Margarita por aire y por mar.

Vía Aérea: Al Aeropuerto Internacional del Caribe General en Jefe Santiago Mariño (El Yaque - municipio Díaz), es posible arribar a través de las líneas aéreas nacionales que ofrecen diferentes horarios y vuelos desde el Aeropuerto Simón Bolívar en Maiquetía, estado Vargas y desde otros terminales en el país. Los precios dependen de la aerolínea, el día y los meses del año en que se decida viajar. También llegan vuelos internacionales, bien haciendo escala en Maiquetía o mediante vuelos charter directamente a la Isla.

Vía Marítima: Para llegar a la Isla por mar existen varias opciones: desde Puerto La Cruz, La Guaira y Cumaná en ferrys que ofrecen el servicio para pasajeros y automóviles. También hay lanchas rápidas sólo para personas, que hacen la travesía en menos tiempo. La empresa Conferry tiene traslados desde Puerto La Cruz y La Guaira en un ferry expreso (Margarita Express), que hace la travesía en 2 horas y medias El llamado ferry convencional tarda 5 horas. La empresa Naviarca ofrece el servicio desde Cumaná (6 horas) y Gran Cacique Express (no traslada vehículos) desde Puerto La Cruz y Cumaná haciendo el recorrido en 3 horas.

Acceso al municipio: El acceso al Municipio Maneiro a través de la vía terrestre por la estación de ferrys (municipio Tubores) es de 45 minutos y desde el aeropuerto internacional Santiago Mariño (Municipio Díaz) es de 30 minutos.

Al Municipio Maneiro también se puede acceder por el municipio Mariño; Av. 4 de Mayo y la Av. Bolívar llegando luego la avenida Jovito Villalba del Municipio Maneiro y de igual forma por el Municipio Arismendi vía los Robles, Av. Intercomunal Pampatar-Juangriego-Portlamar (autopista).

4.1.2.9. Servicios de Transporte Turístico del Municipio Maneiro

Parot tour S.R.L: Está localizada en la calle Corocoro de la urbanización playa El Ángel; tiene disponible una vans de 12 puestos y un coaster de 24 puestos. Con la finalidad de brindar confort y seguridad durante el recorrido y traslados que realizan; las unidades cuentan con aire acondicionado, equipos de sonido, asientos en buenas condiciones, con cinturón de seguridad, caja de herramientas, triángulo de seguridad y cauchos de repuestos, además reciben mantenimiento cada tres meses. El precio por los servicios varía dependiendo de la distancia, del recorrido y del grupo de personas, el precio máximo es de Bs. 90.000 diarios, por el alquiler de las unidades con chofer.

Servicios turísticos Yehcke: Se encuentra ubicado en la calle principal de San Lorenzo, posee dos (2) Mercedes Benz de 40 puestos y una (1) vans ford cuenta con caja de herramientas, triángulo de seguridad y caucho de repuesto para la seguridad del turista; por otra parte las unidades se encuentran en buenas condiciones, tienen equipo de sonido y aire acondicionado para brindar confort al turista. Sus tarifas para la prestación del servicio son de Bs. 90.000 diarios.

The Caribbean four Wheel Driver Tours, C. A: Esta empresa está localizada en la calle El Cristo sector La Caranta, específicamente en las instalaciones del Hotel Hipocampus Beach. De acuerdo con la información suministrada por el gerente la empresa cuenta con un (1) jeep de 5 puestos y un (1) trailer de 5 puestos, se encuentra en buenas condiciones dadas las exigencias de CORPOTUR. Para la seguridad del turista, los asientos tienen cinturón de seguridad, cada unidad tiene 2 triángulos, una caja de herramientas, un cacho de repuesto y se le realiza una revisión mecánica

cada dos meses. En cuanto a precios éstos oscilan entre Bs. 90.000 y Bs. 120.000.

4.1.3. Aspectos generales de la población

4.1.3.1. Población

Pampatar capital del Municipio Maneiro, es la ciudad a partir del cual se origina el desarrollo, tiene una superficie de 2385 hectáreas, una población de 35.884 habitantes y una densidad global de 15 habitantes por hectárea. Se dividió en siete sectores, en función de su accesibilidad, dado que existe poca o ninguna conectividad entre las urbanizaciones que lo conforman y sus características morfológicas, así se definen:

Casco de Pampatar: Este sector está conformado por el casco tradicional de Pampatar. Tiene una superficie de 75 ha, con una población de 1.802 habitantes y una densidad global de 27 hab/ha.

Predomina el uso residencial en viviendas tradicionales, existen algunos comercios aislados, y edificaciones de carácter institucional como la Alcaldía, el Consejo, Municipal, la antigua Aduana, y las de carácter histórico.

Norte de Pampatar: Incluye el barrio la Caranta los desarrollos residenciales desde punta el burrito hasta punta bergantín, campiare, la urbanización Jóvito Villalba hacia el norte, en la vía que comunica hacia Atamo. Posee como límites: al este, las salinas, al sur, el casco y la costa, al norte, el área rural de Agua de vaca. Tiene una superficie de 622 ha, incluyendo las salinas con una superficie de 81,89 hectáreas, aproximadamente y las colinas sobre la costa 80 msnm.

La población es de 8.454 habitantes y la densidad global aplicada al área urbana de 540 hectáreas es de 16 hab/ha.

Es un área predominantemente residencial, con distintas tipologías, desde viviendas de lujo, quintas, viviendas de interés social, construidas por instituciones del Estado hasta ranchos. También se encuentra la Capitanía de Puertos.

Urbanizaciones el Paraíso y San Lorenzo: Tienen una superficie de 300 ha, con una población de 2.315 habitantes y una densidad global de 8 hab/ha. Este sector posee una gran proporción de áreas desocupadas, el área residencial está representada por la urbanización el Paraíso. Se identifican otros usos como la planta de tratamiento Dos Cerritos, las oficinas y sub-estación de Seneca y el centro comercial Sambil.

Playa Moreno y Playa El Ángel: Al sur de la avenida Jovito Villalba, se encuentran las urbanizaciones Playa el Ángel y Playas Moreno (con su centro tradicional), Puerta de hierro y Casas Mediterráneas destinadas en gran parte a temporadistas. También se identifica el parque de diversiones Diverland y el canódromo (fuera de funcionamiento), así como el centro comercial Rattan Plaza.

Es importante resaltar que, en este sector está prevista la construcción de un complejo de viviendas unifamiliares y multifamiliares a ambos lados de un campo de golf que se extiende desde Rattan Plaza hasta la avenida Bolívar, al suroeste de playa el Ángel. Tiene una superficie de 2.787 habitantes y una densidad global de 7 hab/ha.

Urbanizaciones Jorge Coll y Maneiro: Se les accede desde la avenida Jovito Villalba. Tiene una superficie de 248 ha, con una población de 14.599 habitantes y una densidad global de 59 hab/ha. Presenta un área considerablemente desocupada, así como numerosas parcelas vacías dentro de los desarrollos. En estas urbanizaciones, las viviendas multifamiliares se encuentran mezcladas con las unifamiliares, existen dos centros comerciales e instituciones educativas, tanto en edificaciones ad-hoc, como en viviendas adaptadas para tal fin.

Los Robles y Las Fundaciones: Comprende el casco tradicional de Los Robles y sus desarrollos al norte, así como el final de avenida 4 de Mayo en su intersección con la avenida Jovito Villalba. Los Robles ha mantenido su tipología de viviendas unifamiliares; sin embargo, la construcción de la avenida mencionada, creó una barrera con la parte sur que presenta su misma tipología de edificaciones. El uso comercial se localiza principalmente en la redoma de los Robles. Al norte, existen conjuntos de urbanizaciones a ambos lados de la vía que conduce a La Asunción.

Tiene una superficie de 695 ha, con una población de 5.927 habitantes y una densidad global de 9 hab/ha.

Centro turístico – Recreacional Laguna Mar: Por su magnitud y ubicación se le ha considerado como un sector. Tiene un único acceso desde la vía que comunica Pampatar con Atamo. Su superficie es de 141 hectáreas.

4.2. Descripción del producto turístico presente en el municipio maneiro.

En el análisis efectuado en atención al producto turístico del Municipio Maneiro, se pudieron caracterizar los siguientes elementos:

Los atractivos turísticos presentes en el Municipio Maneiro se dividen en dos categorías: los atractivos naturales, que son aquellos creados por la naturaleza tales como: playas (Terminal, Pampatar, la Caranta, El Ángel); lagunas (laguna Gasparico); cuevas (cueva el Bufón); entre otros. Los atractivos culturales, que son aquellos elementos en que intervienen o ha intervenido la mano del hombre (Iglesia del Cristo del Buen Viaje, Castillo San Carlos Borromeo, Fortín la Caranta, Paseo el Ángel), entre otros.

La planta turística es fundamental, debido a que le permite al visitante satisfacer sus necesidades durante su estadía en el destino, como lo son el hospedaje, la comida, la recreación, entre otros. La descripción de la planta turística comprende la descripción y caracterización de todas las instalaciones que prestan servicios turísticos en el Municipio, y se dividen en las siguientes categorías: alojamiento (hoteles, posadas, cabañas, campamentos); alimentación (restaurantes, bar) y otros servicios como (agencias de viajes, arrendadoras de carros, sitios de entretenimientos, comercios, transportes).

La descripción de la accesibilidad también, es importante por cuanto va a permitir percibir las condiciones de las vialidades, de tal manera que se realicen propuestas de mejoramiento en las mismas, ya que éstas afectan el desarrollo de la actividad turística.

Esta descripción de los atractivos y la planta turística está fundamentada en el modelo de descripción y caracterización de los atractivos turísticos definido por Fabio Cárdenas (1996: 47). De acuerdo con esta metodología, se realizó la descripción y caracterización general de los atractivos y la planta turística y luego se registró cada atractivo en guías de observación a los cuales contienen datos importantes, tales como: nombre del atractivo, categoría, tipo, ubicación, servicios que ofrece, acceso, características principales y situación actual, vista del atractivo para así diferenciarlos y establecer su interés turístico.

A continuación el registro de todos los atractivos turísticos presentes en el Municipio Maneiro.

CUADRO 4
INVENTARIOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO
MANEIRO

CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	HOMBRE UBICACION	UBICACION
Sitios Naturales	Costa	Playa	Terminal	Punta Ballena Pampatar
			Pampatar	Bahia Pampatar
			La Caranta	Bahia Pampatar
			Circulo Militar	Pampatar
			Playa Moreno	Bahia Pampatar
			Playa El Angel	Bahia Pampatar
	Laguna		Laguna Gasparico	Sector Agua de Vaca
Lugar de Pesca		Pampatar	Bahia Pampatar	
	Cueva		El Bufon	
Museos y Manifestaciones Culturales	Obras de Arte y Técnica		Iglesia Cristo del Buen Viaje	Pampatar
			Iglesia Nuestra Señora del Pilar	Los Robles
			Exposicion de Mariposas	Urb. Playa El Angel N° 30
			Obra de Ingeniería	Piedra del Ángel Paseo del Angel
	Lugares Históricos		Castillo San Carlos Borromeo	Pampatar Sector La Caranta
			Fortin de La Caranta	Pampatar
			Casa Amarilla	Pampatar
Folklore	Musica y Danza		Diversiones Populares	Pampatar
	Comida y Bebida Típica		Dulcería Criolla	Pampatar
			Empanadas de Cazón	Pampatar- Los Robles
			Hervido de Pescado	Pampatar
	Artesania y Arte		Taller de Artesania	Pampatar
Acontecimientos Programados	Religiosos		Nuestra Señora del Pilar	Los Robles
			Cristo del Buen Viajes	Pampatar
			Cruz de la Ermita	Los Robles
	Recreativo		Parque Diverland	Av. Jovito Villalba

Fuente: Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR, 2003)

4.3. Descripción de los atractivos naturales y culturales.

Los atractivos constituyen el elemento básico, por cuanto son capaces de satisfacer las necesidades primarias de viaje de los turistas, aumentando la atracción del lugar como destino turístico. Son ellos quienes le dan realmente sentido a la actividad turística, por ello la importancia de mantenerlos en óptimas condiciones.

A continuación la descripción y caracterización de los atractivos naturales y culturales que componen el producto turístico presente en el Municipio Maneiro de acuerdo a la clasificación de Fabio Cárdenas (1991:37) en su libro proyectos Turísticos: Localización e Inversión.



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
 NUCLEO NUEVA ESPARTA
 ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Museo y Manifestaciones Culturales

Nombre: Casa de Aduana (FONDENE)

Ubicación: Se encuentra ubicada frente a la Plaza Bolívar, en la ciudad de Pampatar.

Acceso: El acceso es a través de la calle Joaquín Maneiro

Características Principales: Fue construido en 1863, es una casa de arquitectura colonial, la cual estuvo abandonada por muchos años y restaurada por el Fondo para el Desarrollo de Estado Nueva Esparta (FONDENE) en el año 1978 su nombre anterior era Casa de la Aduana de Pampatar, debido a que fue la antigua Aduana Marítima de Pampatar, y el nombre con que actualmente se conoce se debe a que allí funciona la sede de FONDENE.

Servicios: Cuenta con servicios de baños públicos agua potable, biblioteca e información.

Situación Actual: Como ya se mencionó, allí funciona la sede de FONDENE y esta obra arquitectónica se encuentra en muy buenas condiciones, en sus corredores se exhiben pinturas y esculturas de diferentes artistas plásticos del Estado Nueva Esparta.



Observaciones: Este lugar siempre se encuentra limpio y además la atención al público es cordial.



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Museo y Manifestaciones Culturales

Nombre: Castillo San Carlos Borromeo

Ubicación: Se encuentra ubicado en la calle Joaquín Maneiro frente a la iglesia del Cristo del Buen Viaje.

Acceso: El acceso hasta este atractivo es por medio de la avenida Jovito Villalba.

Características Principales: Es una construcción militar denominada rectangular, debido a que sus cortinas y baluarte guardan una misma dimensión entre si, tiene una planta en forma de estrella en las esquinas y cuatro (4) cortinas centrales en sus alrededores se encuentran fosas y el acceso se hace a través de un puente levadizo. Se construyó entre 1664 y 1684.

Servicios: Posee los mismos servicios con que cuenta la población de Pampatar.

Situación Actual: Actualmente se está remodelando, específicamente en la zona de los techos de madera.



Observaciones: El servicio de información es escaso y sólo cuenta con guías en la temporada alta.



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Museo y Manifestaciones Culturales

Nombre: Fortín de la Caranta

Ubicación: Se encuentra ubicada en el cerro la Caranta al otro extremo de la bahía de Pampatar.

Acceso: El acceso es a través de la calle el cristo, tomando un desvío.

Características Principales: Fue construido entre 1586 y 1595 y representa la primera edificación militar del puerto de Pampatar. Esta fue destruida en 1626 en un ataque de piratas holandeses y lo que quedó fue una batería con doce (12) cañones dispersos, en este lugar se observa una vista panorámica del lugar.

Servicios: No cuenta con ningún tipo de servicio y lo más próximos son los ubicados en las playas cercanas al lugar.

Situación Actual: Actualmente este fortín es un muro de piedra, en cuya superficie se encuentra seis cañones que se observan oxidados y con maleza, en los alrededores se pueden apreciar hierbas y otras malezas que evidencian el abandono en que se encuentran.



Observaciones: Desde este lugar se pueden observar una vista panorámica de la ciudad de Pampatar. Actualmente se encuentra contaminada con un alto grado de desechos sólidos.



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales

Nombre: Iglesia del Cristo del Buen Viaje

Ubicación: Se encuentra ubicado en la calle Joaquín Maneiro, frente al castillo San Carlos de Borromeo.

Acceso: Este es a través de la calle Joaquín Maneiro.

Características Principales: Este es de planta rectangular de una sola nave, que mide aproximadamente ocho (8) metros de largo por treinta (30) metros de ancho. En sus fachadas se pueden apreciar dos grandes contrafuertes esquineros que dan al volumen de la construcción un aspecto de solidez. La construcción comenzó a finales del siglo XVII y concluyó a principios del siglo siguiente. Su nombre se debe a la imagen del Cristo que en ella se venera. Tiene capacidad para ciento cuarenta (140) personas.

Servicios: Se ofrece el servicio religioso y cercano al mismo se cuentan con los servicios que se ofrecen en la ciudad de Pampatar.

Situación Actual: Este presenta un buen estado de conservación, aunque se observa un poco de deterioro en la pintura exterior y una vegetación del lado izquierdo, que impide la visibilidad del mismo. En la parte de la espadañada o campanario esta un poco descuidado en lo que respecta a la pintura.



Observaciones: Esta iglesia es muy visitada por turistas nacionales e internacionales, además se encuentra cercana a otros atractivos (Castillo San Carlos Borromeo, casa de la Aduana y playa Pampatar).



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Museo y Manifestaciones Culturales

Nombre: Iglesia Nuestra Señora del Pilar

Ubicación: Se encuentra ubicada en la calle Bolívar, en la población de los Robles.

Acceso: Se puede llegar a ella a través de la avenida Aldonza Manrique, desviándose hasta la calle Bolívar, también se accede por la redoma, cruce con la calle Bolívar y por último por la vía de la Asunción – Los Robles.

Características Principales: Tiene una planta rectangular que mide aproximadamente siete (7) metros de ancho esta es de una sola nave y sin adornos arquitectónicos, destacándose la torre espadaña o campanario. Fue construida en el año 1.756 y declarada monumento histórico en 1.960, según gaceta oficial No 26.320

Servicios: Los servicios con que cuenta, son los mismos con que cuenta la población de Los Robles. Las celebraciones eucarísticas se realizan los domingos en la mañana.

Situación Actual: La iglesia se encuentra en buenas condiciones, durante los últimos años se le han realizados restauraciones y mantenimiento. Sus alrededores se encuentran también en buen estado.



Observaciones: No cuenta con señalización.



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Sitios Naturales

Nombre: La cueva el bufón

Ubicación: Se encuentra ubicada al este de Pampatar en el Morro de Punta Ballena, frente al mar.

Acceso: El acceso a este atractivo es por la calle el cristo, vía [la Caranta](#), al final de éste se forma una carretera de tierra que pasa por el margen derecho de la salida de Pampatar y luego se toma un camino hacia la playa, que sin ningún desvío, conduce hacia este lugar.

Características Principales: Es una formación natural de unos veinte (20) metros de largo, formadas por formaciones rocosas de gran altura, donde las olas se estrellan contra las rocas. El origen de su nombre tiene diferentes leyendas, la más común es la que se relacionaron las correrías de un supuesto bucanero francés del siglo XVIII de nombre "Beaufon" o "bufón".

Servicios: Este atractivo no cuenta con ningún tipo de servicios.

Situación Actual: Este atractivo se encuentra en condiciones naturales, presenta construcción de casas en las montañas cercanas y el acceso se ha convertido en un vertedero de basura de las poblaciones cercanas.



Observaciones: Para visitar este lugar es recomendable ir en vehículos rústicos, debido a que una parte del acceso, es una carretera engrasonada.



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Museo y Manifestaciones Culturales

Nombre: Museo de las Mariposas

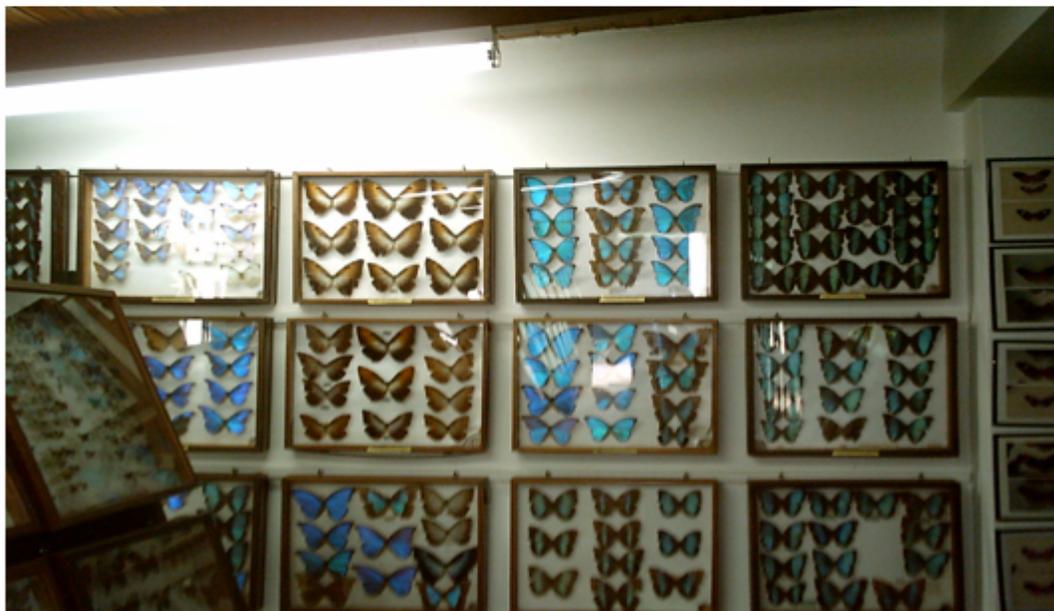
Ubicación: Se encuentra ubicado en la calle Coromoto de la Urbanización

Acceso: El acceso es por la avenida Aldonza Manrique, cruzando con la calle coromoto.

Características Principales: Este lugar, es un pequeño espacio en el que se exhiben permanentemente una colección de mariposas e insectos de otro tipo (arañas, alacranes, luciérnagas, entre otros), la colección comprende treinta y siete mil (37000) ejemplares, que han sido capturados en varios lugares del mundo durante aproximadamente cincuenta (50) años.

Servicios: Cuenta con servicios de información.

Situación Actual: Este lugar se observa limpio, y los ejemplares que allí se exhiben se encuentran conservados.



Observaciones: Este lugar no es un museo, es una colección privada, no cuenta con señalización, ni identificación del lugar, es visitado en su mayoría por turistas internacionales y aficionados a la entomología.



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Acontecimiento Programados

Nombre: Parque Diverland

Ubicación: Se encuentra ubicado en la avenida Jóvito Villalba

Acceso: Se puede llegar a través de la avenida Aldonza Manrique y por la avenida Jóvito Villalba

Características Principales: El espacio que lo comprende se puede dividir en tres (3) partes, en función de las atracciones que se ofrecen, la primera incluye un total de nueve (9) y/o instalaciones mecánicas tanto para niños como para adulto, la segunda parte esta comprendida por diferentes juegos de azar y puntería y la última parte es donde se encuentra el mundo marino (waterland) en donde se presentan diferentes espectáculos con animales acuáticos.

Servicios: Este atractivo cuenta con servicios de baños públicos, kioscos de venta de comida rápida, estacionamiento, vigilancia, teléfonos públicos y un horario comprendido de lunes a viernes de 8:00 a 9:00 PM y sábados y domingos de 4:00 a 10:00 PM.

Situación Actual: En forma general, las condiciones en que se encuentra este atractivo son buenas, según información suministrada por el personal encargado todos los aparatos están en funcionamiento y reciben mantenimientos regularmente, En cuanto a las áreas verdes se encuentran en buenas condiciones.



Observaciones: Las entradas varían según la temporada, el parque no se hace responsable por accidentes o robos ocasionados.



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Esparcimiento.

Nombre: Centro Comercial Sambil de Margarita.

Ubicación: El Centro Sambil Margarita esta situado entre las avenidas Bolívar, Jóvito Villalba y principal de San Lorenzo muy cerca de la entrada al hermoso pueblo de Pampatar, en el municipio Maneiro del estado Nueva Esparta.

Acceso: Se puede acceder por vía Pampatar.

Características Principales: El Centro Sambil Margarita es un centro de compras y entretenimiento, posee atractivos para todos los gustos; última moda en ropa y calzado para grandes y chicos, una gastronomía para deleitarse, desde comida Tex-Mex, China, Mexicana, Peruana, Italiana, Thai, Japonesa, Pollo, Dunuts, Helados y mucho más, variadas tiendas y servicios, 7 salas de Cine, Bingo, actividades infantiles y mucho más para relajarse y refrescarse en un ambiente totalmente climatizado. Con más de 200 tiendas y servicios y más de 20 opciones gastronómicas el Centro Sambil Margarita es único en su clase.

Servicios: Posee 16 restaurantes con los más variados platos, El Salón VIP se ofrece en alquiler entre otros para: Eventos Sociales, Culturales, Comerciales, Convenciones, Reuniones, Conferencias, Ruedas de Prensa, entre otros. Servicio de taxi, ofrece un práctico servicio a sus visitantes, con el carrito-coche para niños, 7 salas de Cine, Bingo, actividades infantiles, Automercado, Bancos, Farmacia y Mercado, Telefonía Celular entre otros.

Situación Actual: El Centro Comercial se encuentra en buenas condiciones, actualmente se están construyendo 500 puestos de estacionamiento.



Observaciones: Es visitado por turistas Nacionales e Internacionales, el personal de seguridad debería manejar por lo menos dos idiomas; a parte del español el inglés.



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Esparcimiento

Nombre: Centro Comercial Rattan Plaza

Ubicación: Playa el Ángel

Acceso: Por la av. Jovito Villalba

Características Principales: Posee locales comerciales acorde con el tipo de establecimiento, el centro comercial cuenta con una (1) panadería, con dos (2) agencias de viajes, un (1) gimnasio, una (1) peluquería, una (1) perfumería, un (1) restaurante, un (1) banco(Banesco), un(1) vivero, entre otros como tiendas de ropa, bisutería y zapatería. También se encuentra a las afueras rattan depot donde se consigue una variedad de productos para el hogar.

Servicios: ofrece servicios de comida, dulcería en los distintos kioscos ubicados dentro del centro comercial.

Situación Actual: Actualmente el centro comercial es muy visitado por turistas nacionales e internacionales.



Observaciones: El centro comercial se encuentra en buen estado de mantenimiento y cuenta con vigilancia las veinticuatro horas del día.



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Museo y Manifestaciones Culturales

Nombre: Piedra el ángel / Paseo el ángel

Ubicación: Se encuentra ubicado en la Avenida Aldonza Manrique, al este del Municipio Maneiro, cerca de playa el Ángel

Acceso: La llegada a este lugar es a través de la avenida Aldonza Manrique.

Y luego por un desvío (sin nombre) al lado del hotel The Hills, el cual se encuentra abandonado.

Características Principales: Inicialmente la Piedra el Angel era de formación natural, pero fue derrumbada por un fenómeno natural (mar de leva) y actualmente se encuentra una piedra con la forma pero tallada por un escultor. Además, se le construyó un paseo para llegar hasta el lugar donde esta la piedra, el cual se denomina paseo el Ángel.

Servicios: Cuenta con los mismos servicios con que cuenta playa Ángel.

Situación Actual: La piedra se encuentra en buenas condiciones, sin embargo el paseo que conduce a ella se encuentra abandonado y presenta graves problemas de deterioro.



Observaciones: Este atractivo no posee ningún tipo de señalización.



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Sitios Naturales

Nombre: Playa el ángel

Ubicación: Se encuentra ubicada en la avenida Aldonza Manrique.

Acceso: El acceso de este atractivo es por vía terrestre a través de la Urbanización "El Ángel", por vía acuática por medios de pequeñas embarcaciones.

Características Principales: Su nombre se debe a la piedra en forma de ángel. Esta playa tiene forma de bahía y una extensión de cien (100) metros de largo por veinte (20) de ancho, ocupando un área de 0,1 hectáreas, presentando arena de textura fina, agua clara, oleaje débil y poca vegetación. El uso es exclusivamente recreativo, en ella se puede practicar el submarinismo y el surf.

Servicios: Alquiler de toldos, sillas, reposadas, restaurante y alojamiento.

Situación Actual: Presenta un grado de contaminación bajo, sus alrededores se observan limpios a pesar de la presencia de limo.



Observaciones: No cuenta con establecimientos de alimentos y bebidas, ni alquiler de sillas y toldos para visitantes.



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Sitios Naturales

Nombre: Playa Circulo Militar

Ubicación: Esta ubicada cerca de entrada de Pampatar

Acceso: El acceso es por la calle Joaquín Maneiro

Características Principales: El club Circulo Militar fue construido en su cercanía, es una playa pequeña de aguas tranquilas, con oleaje débil y arena blanca y fina

Servicios: Alojamiento, alimentos y bebidas.

Situación Actual: Esta playa presenta problemas de contaminación debido a que se encuentran pequeñas embarcaciones (botes) abandonados donde se observa que arrojan basura, estos botes están ubicados en la entrada, lo que le da un desagradable aspecto a esta playa.



Observaciones: Cerca de esta playa se encuentra la posada Escuela de la Universidad de Oriente.



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Sitios Naturales

Nombre: Playa la Caranta

Ubicación: Se encuentra ubicada en el sector la caranta.

Acceso: Su acceso es por la calle el cristo.

Características Principales: Es una playa semi – caribeña, con doscientos (200) metros de longitud, treinta (30) metros de ancho y una profundidad de cero (0) a cuatro (4) metros. La vegetación es escasa y su uso es turístico.

Servicios: Posee servicios de alojamiento, restaurantes y alquiler de sillas y toldos ofrecidos por el hotel.

Situación Actual: Las aguas de esta playa se encuentran contaminadas sin embargo sus alrededores se encuentran limpios.



Observaciones: No se recomienda bañarse, por cuanto su uso mayormente es de pesca.



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Sitios Naturales

Nombre: Playa Moreno

Ubicación: Se encuentra ubicada entre las Avenidas Bolívar y Aldonza Manrique.

Acceso: El acceso puede ser por las avenidas antes mencionadas y por la vía marítima por pequeñas y grandes embarcaciones.

Características Principales: Comprende una extensión de cuatrocientos (400) metros por veinte (20) metros de ancho. Posee arena fina y textura gruesa, oleaje débil y agua turbia. Presenta vegetación escasa, predominando los misceláneos de playa. En esta playa se pueden practicar actividades como: submarinismo, vela, esquí acuático y windsurf.

Servicios: No cuenta con ningún servicio.

Situación Actual: Se encuentra rancherías que deterioran la imagen y no es apta para el bañista.



Observaciones: No cuenta con ningún tipo de saneamiento ni recolección de desechos sólidos.



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

Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro

Categoría: Folklore

Nombre: Comida Típica

Ubicación: En las diferentes playas del Municipio, restaurantes.

Acceso: por las principales vías del municipio.

Características Principales: La gastronomía de este Municipio está representada por las empanadas de cazón y los hervidos de pescado, los cuales son preparados en los establecimientos (kioscos y restaurantes), el pescado para el hervido es fresco, mientras que para las empanadas puede ser fresco o salado. También forma parte de la comida típica de este Municipio los dulces de: lechosa, arroz con coco y majarete.

Servicios: Las empanaderas no prestan servicio solo venta de empanadas

Situación Actual: Las empanaderas presentan buen estado de limpieza algunas de ellas poseen carritos de la ruta de la empanada, al igual que los kioscos.



Observaciones: Se pudo observar que la mayoría de las empanaderas son margariteñas y viven en el Municipio.

CUADRO 5
ACTIVIDADES CULTURALES DEL MUNICIPIO MANEIRO DURANTE EL
AÑO 2004

PROGRAMA/ACTIVIDAD	DESCRIPCION	SECTOR	PERIODO
Desfile de carnaval Escolar	Por las principales vías del Municipio	Pampatar	Febrero
Día de la Bandera	Paseos, bailes y exposiciones	Casco Histórico de Pampatar	12 de Marzo
Jesús de Nazareth	Paseos a Jesús de Nazareth	Los cerritos	13 al 18 de Marzo
Festividades de Cristo del Buen Viaje	Se presentan agrupaciones y orquestas musicales	Pampatar	1 al 30 Abril
- Voz infantil escolar municipal -Día del Cristo del Buen Viaje -Festividades San Antonio de Pauda	Misa solemne	Pampatar Pampatar Agua de Vaca	2-3 Y del 8 al 15 De Mayo
-Festividades a San Pedro -Fiesta a la Virgen del Carmen	Actividades Religiosas	Playa Moreno Los Robles	13 al 17 De Junio
- Día del niño -Fiesta a San Lorenzo	Actividades Culturales	Pampatar San Lorenzo	2 al 12 De julio
- Fiesta de la Virgen del Pilar	Actividades religiosas	Los Robles	4 al 30 De Octubre
Fiesta de Navidad "Se prendió la Navidad en maneiro"	Paseos, bailes, misas Villancicos y aguinaldos	Maneiro	15 al 31 De Diciembre

Fuente: Coordinación de cultura – Alcaldía del Municipio Maneiro, 2005.

**COORDINACIÓN DE CULTURA: LUIS DOMINGO MAYORA
“ALCALDÍA DEL MUNICIPIO MANEIRO”**

Programa: “Conociendo Nuestra Isla”. Es un paseo a los distintos atractivos turísticos, conociendo las tradiciones y costumbres de los pueblos.

Retablo cultural itinerante, se llevan a cabo en las distintas escuelas del Municipio se realizan décimas, Malagueñas, talleres de arte escénicas, obras de teatro, “Valores y Derechos Humanos”, charlas sobre Embarazo Precoz, drogas. Se implementan competencias en las escuelas.

En el Anfiteatro los Robles y en el Vicente Cedeño de Pampatar se presentan corales, orquestas y otros.

AGRUPACIONES DE DANZAS:

- Los Robles
- Pampatar
- “Sol, Atarraya y Sal”
- Eugenia Rodríguez
- Los Cerritos
- Mini estrellas de San Lorenzo

- Diversión la Mariposa

Escuelas de Galerón:

- Eleuterio Suárez
- Luís Guerra

Escuelas de cantos, tradicionales: Perucho Martínez

Bandas Show: María Sinforosa Reyes

Manuel Placido Maneiro

Madre Guadalupe

Grupos Musicales: Azulejo de Pampatar

Brisas Marinas

Aire, Mar y Folklore

Atarraya

Coral Vicente Cedeño

Coral Buen Pastor

Nota: Para este año se forman los Niños Cantores del Municipio Maneiro

Bibliotecas: Casa de la Cultura de Pampatar

Juan Fermín Millán Los Robles

Centro Cultural: “Las Casitas”

Centro Recreativo: “Los Chacos”

4.4. Descripción de la planta turística

A través de la observación e inventarios realizados se determinó que la planta turística presente en el Municipio Maneiro, cuenta con las condiciones óptimas para prestar un buen servicio.

TABLA 2
ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE MANEIRO

No	Nombre	Dirección	Teléfono
1	Mr Shawarma	Av. Aldonza Manrique	2670024
2	Kyoto Shushi Bar& Grill	Av.Aldonza Manrique,C.CGarden Plaza	2631668
3	Mc Donalds	C.C La Redoma	-----
4	Dolphin Ristorante & Pizzería	Av. Aldonza Manrique	2623755
5	El Caney de Felo	Vía principal los Robles	2629191
6	Rest. Mogami	Calle Los Uveros, Costa Azul	2621394
7	La Creperia del Ángel	Av.Aldonza Manrique	0414- 7895699
8	Rest. A Granel	C.C Sambil	2622492
9	Rest. Factoría Café	C.C Sambil	2622545
10	Rest. Brisas del Mar	Bahía de Pampatar	-----
11	Rest. Jardín Zulia	Bahía de Pampatar	-----
12	Rest. La Gabarra	Bahía de Pampatar	-----
13	Rest. Isoli	Bahía de Pampatar	-----
14	Rest. Mamalola	Bahía de Pampatar	-----
15	Rest. La Cabañita	Bahía de Pampatar	-----
16	Rest. Hermanos Rodríguez	Bahía de Pampatar	-----
17	Rest. Ranchos Las	Bahía de Pampatar	2626171

	Uvas		
18	Rest. Mi Sacrificio	Bahía de Pampatar	-----
19	Rest. Zulimar	Bahía de Pampatar	2623785
20	La Casa de Solís	Calle Almirante Brión	2623785
21	La Posada de Pola	Calle Almirante Brión	2622108
22	Lunchería El Clemón	Calle Almirante Brión	2670559
23	Café Trattoria Casa Caranta	Calle Almirante Brión	2628610
24	Rest. Trimar	Calle Almirante Brión	2623332
25	Rest. Por Mi	Bahía de Pampatar	0414-7908958
26	Café Italia	C.C RattanPlaza	-----
27	Mc Donalds	C.C Rattan Plaza	-----
28	Pollos Cheina	Av. Jóvito Villalba	2624604
29	Amigo`s Café Bar & Grill	C.C.Rattan Plaza	2629463
30	Pida Pizza	Av. Aldonza Manrique	2623844
31	Wasabi	Av. Aldonza Manrique	2670339
32	Karibbean coffe shop	Calle los Uveros, Costa Azul	2639315
33	Austin`s	Hotel Flamingo Beach	2621151
34	Guayoyo Cafe	Vía principal Punta Ballena, la Caranta.	2624514

Fuente: Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, mayo 2004.

TABLA 3
ALOJAMIENTO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO MANEIRO

Denominación	N.Hab	N.camás	Dirección
Hotel Margarita Lagunamar	400	1480	Sector Apostadero, vía Pampatar
Apartotel Don Juan	20	37	Calle Almirante Brión N° 10,Pampatar
Hotel Flamingo Beach	159	282	Calle El Cristo, Sector La Caranta, Pampatar
Hippocampus Beach Hotel & Resort	132	425	Calle El Cristo, Sector La Caranta, Pampatar
Casas del Sol Hotel & Beach Resort	88	447	Av. Aldonza Manrique. Urb. Playa El Ángel
Hotel Marbella Mar	93	290	Av.Aldonza Manrique c/c Chipichipi. Urb. Playa El Ángel
Posada La Bufonera Crismar	20	50	Calle Almirante Brión, Bahía de Pampatar
La Posada de Agua de Vaca	6	20	Av. Principal vía el Hato de Sabana de Guacuco
La Posada de Aleja	14	51	Calle Nueva Cádiz detrás del Círculo Militar, Pampatar

Fuente: Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR). Agosto, 2003.



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

Establecimientos de Alojamiento del Municipio Maneiro

Categoría: Facilidades

Nombre: Aparthotel Don Juan

Ubicación: Calle Almirante Brión No 10, Pampatar

Acceso: Vía principal la Caranta.

Características Principales: Es una edificación conformado por tres pisos, consta de seis habitaciones, tres sencillas con una tarifa de Bs.20.000 en temporada baja y Bs. 25.000 en temporada alta y tres dobles con una tarifa de 25.000Bs en la temporada baja y 30.000Bs en la temporada alta, además de las habitaciones tiene seis apartamentos, tres son tipo estudio con una tarifa de Bs.45.000 en temporada baja y en temporada alta es de Bs.50.000, uno para seis personas Bs. 50.000 en temporada baja y en temporada alta Bs.60.000, otro para ocho con una tarifa de Bs.65.000 en temporada baja y Bs.75.000 en temporada alta y el penthouse para diez personas con una tarifa de Bs.80.000 en temporada baja y Bs. 85.000 para la temporada alta ubicados en el último piso.

Servicios: Todas las habitaciones y apartamentos tienen aire acondicionado, cuenta también con estacionamiento.

Situación Actual: Se encuentra en buen estado de mantenimiento.



Observaciones: No cuenta con muchos puestos de estacionamiento.



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

Establecimiento de alojamiento del Municipio Maneiro

Categoría: Facilidades

Nombre: Casa del Sol

Ubicación: Final avenida Aldonza Marrriquet, frente a playa Varadero.

Acceso: Avenida Bolívar y por Pampatar.

Características Principales: Resort y apartamentos fijo, de una (1) y dos (2) habitaciones, con cocina, nevera, aire acondicionado central y Tv.

Servicios: tres (3) Piscinas a lo largo de las instalaciones, con churuatas y mini restaurantes incluidos y un (1) lobby central.

Situación Actual: Se encuentra en buen estado de mantenimiento.



Observaciones: Poca señalización en los alrededores.



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

Establecimiento de alojamiento del Municipio Maneiro

Categoría: Facilidades

Nombre: Hotel Flamingo Beach

Ubicación: Se encuentra localizado en el sector de La Caranta, en la Bahía de Pampatar, a sólo 20 minutos del Aeropuerto Internacional Santiago Mariño y a 15 minutos del centro de Porlamar.

Acceso: Calle el Cristo, sector la Caranta, Pampatar.

Características Principales: El hotel cuenta con 158 habitaciones divididas en 85 con vista al mar, 43 con vista a la montaña y a la bahía, y 30 habitaciones ejecutivas VIP. Las habitaciones están equipadas con aire acondicionado central, TV nacional e internacional, teléfono, secador de cabello, agua caliente y caja de seguridad. Las habitaciones ejecutivas cuentan con canal privado de películas, ½ botella de vino o champagne y servicio de Internet. El precio de la habitación depende del tipo y de la temporada en que se encuentre.

Servicios: Bar en el área de la piscina, restaurant Macanao para desayunos buffet, coffee shop, restaurant Austin's especializado en carnes, restaurant La Terraza especializado en pescados y mariscos y Guayoyo café concert, con espectáculos los fines de semana, 3 salones de conferencias con capacidad máxima para 300 personas. 2 Piscinas Playa, Cancha de tenis, Solarium, Tienda De souvenirs, Línea de taxis, Boutique.

Situación Actual: Se encuentra en buen estado de mantenimiento.



Observaciones: Tiene una estratégica ubicación dentro de la capital del Municipio.



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

Establecimientos de Alojamiento del Municipio Maneiro

Categoría: Facilidades

Nombre: Hotel hippocampus Beach

Ubicación: Esta ubicado en la bahía de Pampatar, a 100 mts de la playa, a 15 minutos de Porlamar y a 30 minutos del Aeropuerto Internacional Santiago Mariño.

Acceso: Calle el Cristo, sector la Caranta, Pampatar.

Características Principales: El hotel consta de 99 habitaciones completamente equipada, 33 villas completamente equipadas, todas con caja de seguridad, áreas recreativas: piscina para adulto y niños, chanchas de futbolito y volleyball, y galería comercial.

Tarifas: Del 12/09/04 al 15/12/04 con desayuno incluido.

Bs. 67.000 Hab. sencilla, Bs. 39.000 Hab. doble, Bs. 35.000 Hab. triple, Bs. 32.000 Hab. Cuádruple, niños de 6 a 12 Bs. 25.000.

Del 12/09/04 al 15/12/04 Pensión completa.

Bs. 93.000 Hab. Sencilla, Bs. 65.000 Hab. doble, Bs. 56.000 Hab. Triple, Bs. 51.000 Hab. Cuádruple, niños de 6 a 12 Bs. 27.000.

Servicios: Restaurante tipo caney, bar, con la piscina, lunchería jacuzzi, mesa de ping pong y pool, trasporte a la ciudad, guía turístico, parque infantil, gimnasio y actividades recreativas.

Situación Actual: Todos los servicios e instalaciones se encuentran en buenas condiciones.



Observaciones: El hotel cuenta con dos tipos de alojamiento: villas completamente equipadas y servicio de habitación.



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

Establecimientos de Alojamiento del Municipio Maneiro

Categoría: Facilidades

Nombre: Hotel Marbella Mar

Ubicación: Marbella Mar Hotel & Resort se encuentra ubicado en la Av. Aldonza Manrique de la urbanización Playa El Ángel.

Acceso: Avenida Aldonza Manrique, c/c Chipichipi. Urbanización playa el Ángel.

Características Principales: Cuenta con 110 habitaciones, distribuidas en habitaciones junior. Todas están provistas de kitchenette completamente equipadas, TV a color por satélite, teléfono, agua caliente y aire acondicionado. El hotel cuenta además con un restaurante, allí encontrará especialidades del mar, carnes, pastas y deliciosos postres de la región con música en vivo en las noches. Disponen de tres salones con capacidad para 65, 50 y 40 personas, para la realización de fiestas privadas, reuniones, convenciones o cualquier tipo de eventos que usted o su empresa quieran realizar. Los precios varían según el tipo de habitación y la temporada.

Servicios: El hotel cuenta con un servicio de snack para desayuno, almuerzo o cena ligera, así como con el restaurante "Dolphin Restaurant & Pizzería," Piscina, Jacuzzi al aire libre. Cancha de Básquet Ball, Agencia de viajes, Estacionamiento, Línea de taxis, Bodegón.

Situación Actual: Está ubicada en una de las mejores zonas residenciales de Margarita y muy cerca de los centros comerciales y de diversión de mayor prestigio de la isla.



Observaciones: Es muy visitado por turistas Nacionales e Internacionales en todo el año.



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

Establecimientos de Alojamiento del Municipio Maneiro

Categoría: Facilidades

Nombre: La posada de Agua de Vaca

Ubicación: Localizada en la avenida principal vía el Hato de Sabana de Guacuco.

Acceso: Se puede llegar por la vía principal de Guacuco.

Características Principales: Es una pequeña posada, la cual cuenta con seis habitaciones con un total de veinte camas, todas incluyen ventilador central en el techo de la habitación.

Servicios: Solo de Alojamiento

Situación Actual: Posee una pequeña churuata donde se presta servicio de comida pero actualmente no esta funcionando, esta posada se encuentra deteriorada en sus fachadas y en sus alrededores se observo el monte crecido.



Observaciones: No cuenta con ningún tipo de señalización para llegar a ella.

	<p>UNIVERSIDAD DE ORIENTE NÚCLEO DE NUEVA ESPARTA ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO</p>
<p>Establecimientos de alojamiento del Municipio Maneiro</p>	
<p>Categoría: Facilidades</p>	
<p>Nombre: Hotel Margarita Laguna Mar</p>	
<p>Ubicación: Se encuentra a orillas del Mar Caribe en el sector Apostadero Pampatar, apenas a 15 minutos de Porlamar y a 40 minutos del Aeropuerto Internacional Santiago Mariño.</p>	
<p>Acceso: Sector Apostadero, vía Pampatar.</p>	
<p>Características Principales: Más de 400 habitaciones cómodas, lujosas con vista panorámica equipadas con aire acondicionado central, televisión por cable, cajas de seguridad, nevera, teléfono, y con servicio de habitación. El precio varía según el tipo de habitación y la temporada.</p>	
<p>Servicios: Restaurante italiano, mexicano, marisquería, snack bar, churuata en la playa, 3 bares incluyendo lobby bar y bar en la piscina. Un teatro y 3 salones de usos múltiples para convenciones, con capacidad hasta para 900 personas. El precio varía según el tipo de habitación y la temporada.</p>	
<p>4 Piscinas incluyendo 1 olímpica, 1 de toboganes, 1 de olas, 3 Jacuzzis, Mundo acuático infantil, Laguna para deportes acuáticos. 9 canchas de competencia iluminadas, Spa & Gimnasio, Galería de tiendas, Alquiler de vehículos, Agencia de viajes, Cuidado de niños, Lavandería, Casino, Línea de taxis, Transporte a Porlamar, Servicio de Internet, Servicio médico, Estacionamiento. Ofrece ALOJAMIENTO + DESAYUNOS y el Paquete todo incluido, Sillas y Toldos en Playa y Piscinas, Actividades diurnas y nocturnas con equipo de animación.</p>	
<p>Situación Actual: Impresionante complejo turístico de confort, rodeado con más de 40 hectáreas de disfrute tropical, servicios e instalaciones en condiciones óptimas.</p>	
	
<p>Observaciones: Es un complejo turístico con una trayectoria Nacional e Internacional.</p>	



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

Establecimientos de Alojamiento del Municipio Maneiro

Categoría: Facilidades

Nombre: La posada de Aleja

Ubicación: Ubicada en la calle Nueva Cádiz, detrás del Círculo Militar, en Pampatar.

Acceso:

Características Principales: Es un edificio de tres plantas, y atendido por los estudiantes de la Universidad de Oriente, porque se trata de una posada escuela. Las 14 habitaciones son cómodas y cuestan entre 20.000 y 50.000 bolívares. Hay acceso a la playa.

Servicios: Presta servicio de sillas y toldos en la playa, y se reserva por el teléfono (0295)262 7078.

Situación Actual: Su edificación se encuentra en buen estado de mantenimiento.



Observaciones: No cuenta con estacionamiento privado.



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

Establecimientos de Alojamiento del Municipio Maneiro

Categoría: Facilidades

Nombre: Posada la Bufonera

Ubicación: Calle Almirante Brión, al lado del Restaurante Trimar en la bahía de Pampatar.

Acceso: Calle Almirante Brión, Bahía de Pampatar.

Características Principales: Posada tipo motel al borde del mar, 20 habitaciones dobles y triples todos con aire acondicionado tipo split, pequeña nevera, hornilla eléctrica para calentar café etc., baño privado con agua caliente. Tarifas: Doble Bs. 4000. Triple Bs. 45000.

Servicios: Estacionamiento en la puerta de su habitación, puerta trasera que da directamente a la playa, restaurantes playeros, cafeterías y empanadas todo muy cerca. Hora de salida y llegada es la 1 p.m.

Situación Actual: Esta posada presenta deterioro en cuanto a sus fachadas y mantenimiento en sus alrededores.



Posada la Bufonera



Observaciones: Esta Posada no cuenta con señalización.

TABLA 4
LISTADO DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO DEL MUNICIPIO
MANEIRO

Denominación	Dirección
Viajes Maso	C.C, Rattan Plaza.
Kaleidoscopio Tours	Av. Aldonza Manrique, Hotel Marbellamar, Pampatar
Seiler Travel, C.A	C.C, AB, Mezzanina Local 53 Av. Bolívar.
S.I Tours C.A	C.C. Rattan Plaza.
Ventravel Tours	C.C A.B. Piso 1
Aeropostal	C.C. Sambil Margarita M N – 17
Arena Azul Tours, C.A.	Av. Aldonza Manrique. Centro Comercial Garden plaza P.B local 5, urbanización playa el ángel- Isla de Margarita.
Turaser	Centro Comercial A B. Nivel Mezzanina. Local 37 y en el C.C. Sambil Margarita.
Centro de atención al cliente Sambil	Adyacencias del C.C. Sambil Margarita.

Fuente: Corporación de turismo del Estado Nueva Esparta, mayo 2004.

4.5. Resumen del producto turístico presente en el municipio maneiro

Una vez realizado el inventario del Producto Turístico Presente en el Municipio Maneiro se obtuvieron las siguientes conclusiones parciales:

- El Municipio Maneiro posee dos tipos de atractivos que son: En primer lugar el atractivo de sitio, conformado por los atractivos naturales y culturales, playas, la cueva el Bufón, la laguna de Gasparico la iglesia del Cristo del Buen Viaje, castillo San Carlos Borromeo y el fortín de la Caranta. En segundo lugar esta el atractivo de evento programado, el cual esta representado por los eventos culturales y musicales presentados en diciembre, carnaval, semana santa y celebraciones de los santos en su día organizados por la Alcaldía del Municipio Maneiro.
- Las facilidades turísticas encontradas fueron: Treinta y cuatro (34) establecimientos de A Y B, nueve (9) establecimientos de hospedaje, nueve (9) agencias de viajes, dos (2) centros comerciales C.C. Sambil Margarita, Rattan Plaza y el parque de diversiones Diverland.
- En lo que respecta a los medios de acceso se conoció que para el Municipio Maneiro operan líneas de transporte público desde las seis (6) de la mañana hasta las ocho (8) de la noche y la línea de taxi Sambil Margarita ubicada dentro del centro comercial su horario, las veinticuatro (24) horas del día.

4.6. Demanda turística nacional e internacional

La investigación realizada a través de la aplicación de encuesta a turistas que visitaron el Municipio Maneiro desde destinos Nacionales e Internacionales en el periodo (Agosto- Septiembre) del año 2004 permitió determinar su perfil, de tal manera que se planteen estrategias que permitan aumentar el flujo de turistas y contribuir al desarrollo turístico de la zona.

Para efectos de la investigación, se determinó una muestra de 49 turistas a los cuales se les aplicó una encuesta en los principales atractivos turísticos, centros comerciales y establecimientos hoteleros del Municipio Maneiro. Para la aplicación de dicha encuestas los turistas fueron distribuidos en 40 Nacionales representando el (81.63%) y 9 Internacionales representados en (18.37%)

CUADRO 6

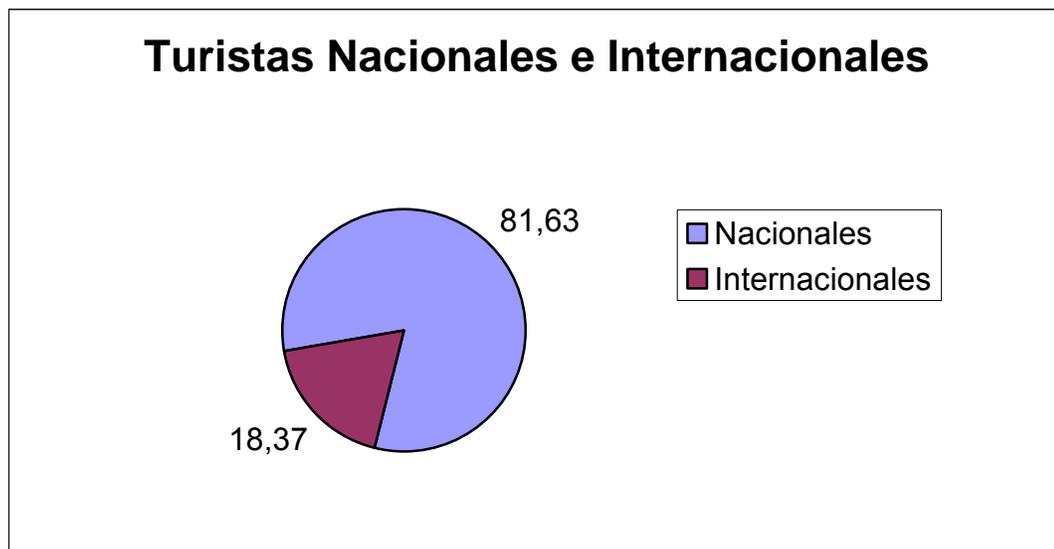
Distribución absoluta y porcentual de Turistas Nacionales e Internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.

Turistas	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Nacionales	40	81,63%
Internacionales	9	18,37%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 1

Distribución absoluta y porcentual de Turistas Nacionales e Internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1. Demanda turística nacional

Los datos que se muestran a continuación, presentan las características de la demanda turística nacional que visitó el Municipio Maneiro en el periodo Agosto-Septiembre del año 2004.

Las variables que determinaron el perfil del turista fueron:

- Variables Demográficas: sexo, edad, procedencia y estado civil

- Variables Socioeconómicas: profesión u ocupación, forma de viaje, hospedaje, servicios, tiempo de permanencia, visitas al destino.
- Variables Psicográficas: motivación del viaje, información turística, promoción del destino y deseo de regresar.

Los datos obtenidos en el análisis de estas variables, se presentan a continuación:

4.6.1.1.- Sexo

En esta categoría se puede apreciar, que el sexo femenino está representado por el 77.5% de los encuestados y el sexo masculino con un porcentaje del 22.5%, evidenciándose que son más las personas del sexo femenino que visita al municipio Maneiro con un 55% de diferencia sobre los hombres.

CUADRO 7

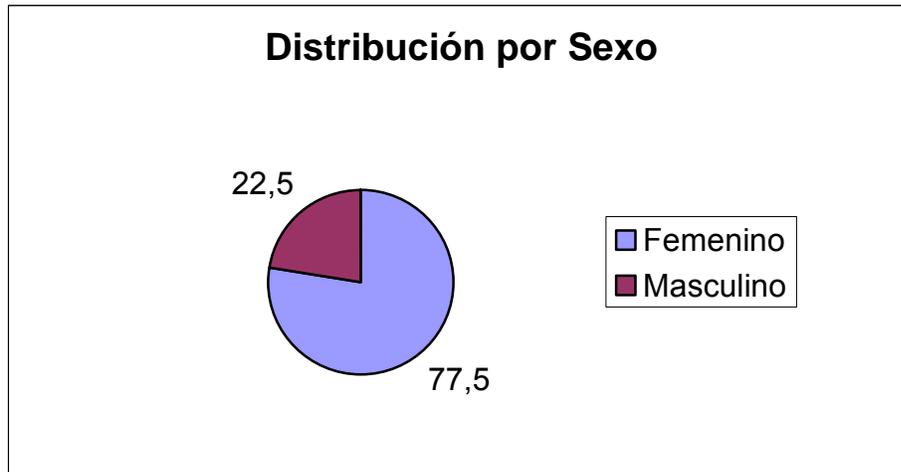
Distribución absoluta y porcentual del sexo de los Turistas Nacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.

Sexo	Turistas nacionales que visitaron El Municipio Maneiro	Variación Porcentual (%)
F	31	77.5%
M	9	22.5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 2

Distribución porcentual del sexo de los turistas Nacionales que visitan el municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.2. Edad

En cuanto a la edad de los turistas encuestados, se presentan en primer lugar personas cuyas edades oscilan entre 45 y 64 años, representando un 42.5% y muy seguido de éste, personas con edades comprendidas entre 25 y 44 años con un 40% del total, es decir en su mayoría son personas jóvenes y adultas que visitan al municipio Maneiro, quedando con poco porcentaje aquellos renglones que abarcan personas con edades de 65 años en adelante (12.5%) y con edades entre 15 y 24 años (5%).

CUADRO 8

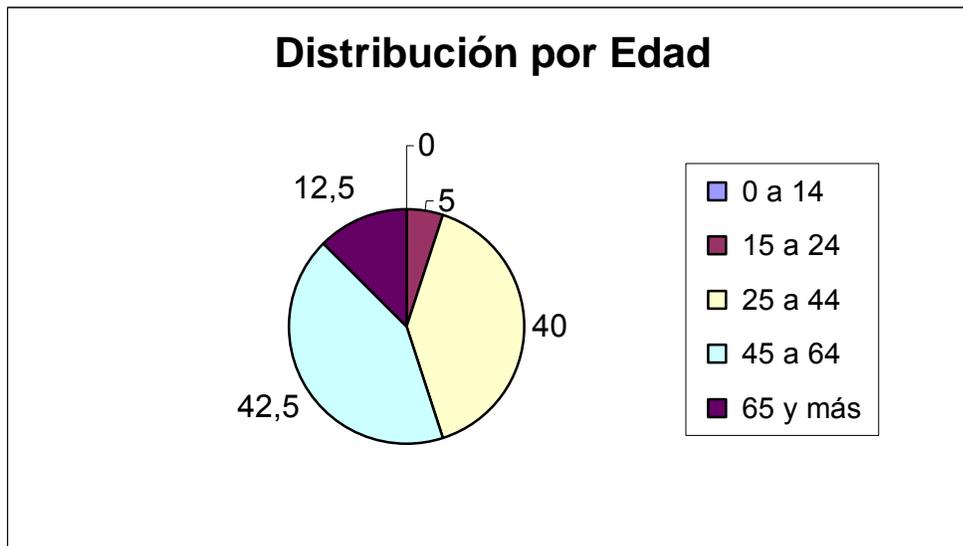
Distribución absoluta y porcentual de la Edad de los Turistas Nacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Edad	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
0 a 14 años	0	0%
15 a 24 años	2	5%
25 a 44 años	16	40%
45 a 64 años	17	42,5%
65 y más.	5	12,5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 3

Distribución porcentual de la edad de los turistas nacionales que visitan al municipio maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.3 Nivel educativo

Al analizar esta variable se pudo observar, que el municipio Maneiro fue visitado en su mayoría por turistas con estudios universitarios superiores, representando un 45% de los encuestados, seguido por turistas con estudios universitarios de grado medio con un 25% del total, observándose por lo tanto muy poca diferencia entre éstos y finalmente los estudiantes del primer ciclo que representaron el 17.5%.

CUADRO 9

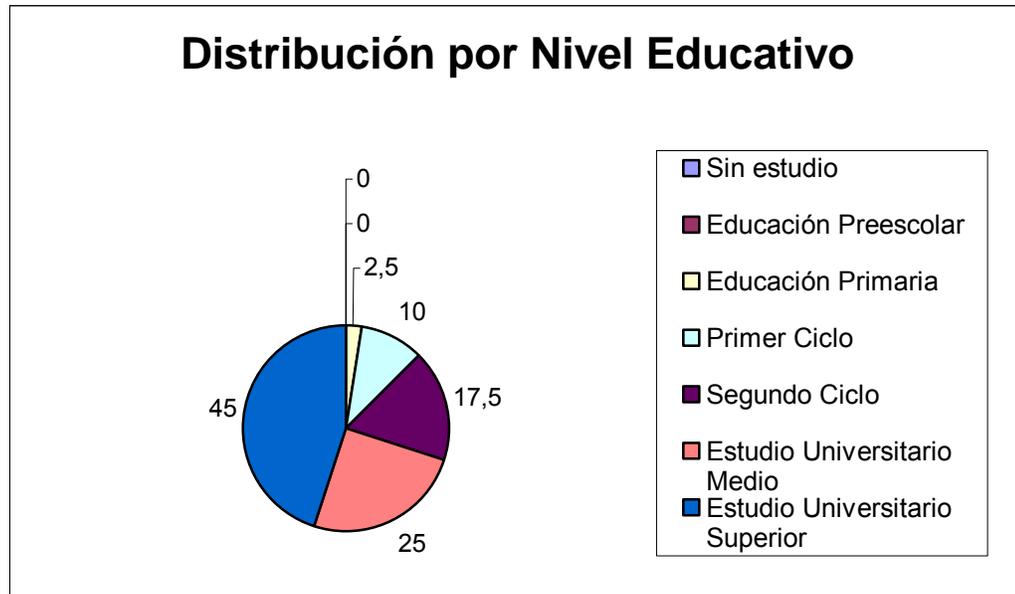
Distribución absoluta y porcentual en cuanto al Nivel Educativo de Turistas Nacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Nivel Educativo	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Sin estudio	0	0%
Educación Preescolar	0	0%
Educación Primaria	1	2,5%
Primer Ciclo	4	10%
Segundo Ciclo	7	17,5%
Estudio Universitario De grado medio	10	25%
Estudio Universitario Superior	18	45%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 4

Distribución porcentual en cuanto al nivel educativo de los turistas nacionales que visitan al Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.4. Estado civil

El estado civil de los turistas que visitan al municipio Maneiro, estuvo comprendido principalmente por persona casadas con un 45%, seguido por jóvenes solteros con un 32.5%, los divorciados representaron un 17.5% y finalmente un 5% de turistas viudos.

CUADRO 10

Distribución absoluta y porcentual en cuanto al Estado Civil de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Estado Civil	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Soltero	13	32,5%
Casado	18	45%
Divorciado	7	17,5%
Separado	0	0%
Pareja	0	0%
Viudo	2	5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia.

GRÁFICO 5

Distribución porcentual en cuanto al Estado Civil de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-septiembre2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.5. Procedencia

En función de los datos arrojados, se determina que el mayor número de turistas nacionales proceden de la gran Caracas con un valor porcentual del 45.95%, seguido del estado Bolívar con un 16.22%, y casi igual en porcentaje los procedentes de Mérida con 13.51% significando éstos una alta concentración de la muestra, los otros estados restantes arrojaron resultados bajos como Aragua y Táchira con un mismo porcentaje del 8.11%; del resto del estado Nueva Esparta, también se encontraron turistas con un 13.51% del total y finalmente se evidencia que existen otros estados de Venezuela tales como: Anzoátegui, Miranda, Monagas y Sucre de los cuales provienen turistas que visitan al municipio Maneiro en menor porcentaje.

CUADRO 11

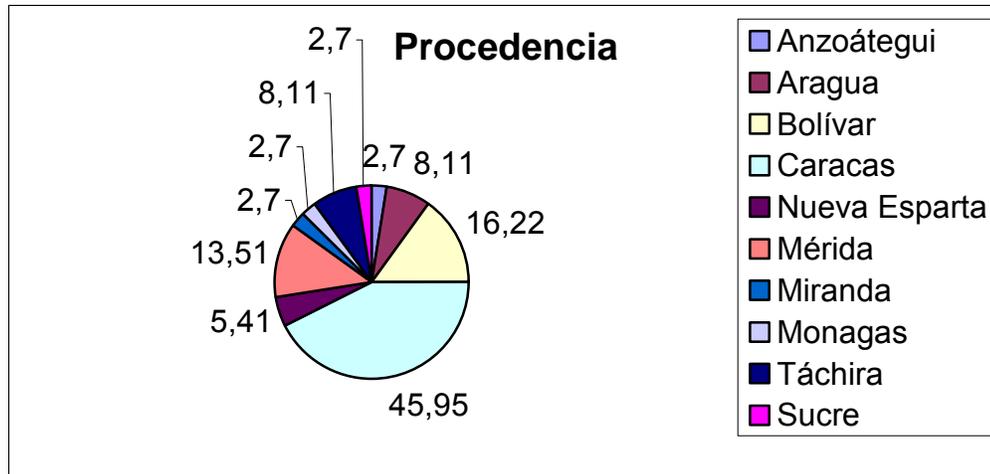
Distribución absoluta y porcentual en cuanto al Lugar de Procedencia de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Lugar de Procedencia	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Anzoátegui	1	2.7%
Aragua	3	8.11%
Bolívar	6	16.22%
Caracas	17	45.95%
Nueva Esparta	2	5.41%
Mérida	5	13.51%
Miranda	1	2.7%
Monagas	1	2.7%
Táchira	3	8.11%
Sucre	1	2.7%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 6

Distribución porcentual en cuanto al Lugar de Procedencia de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.6. Actividad económica

Esta variable arrojó, que el mayor número de turistas nacionales que visita al municipio Maneiro tienen una actividad económica activa, representada en un 65% de los encuestados, seguidos por turistas inactivos con un 35% y finalmente observándose, que no hay una población contada aparte entre los turistas encuestados.

CUADRO 12

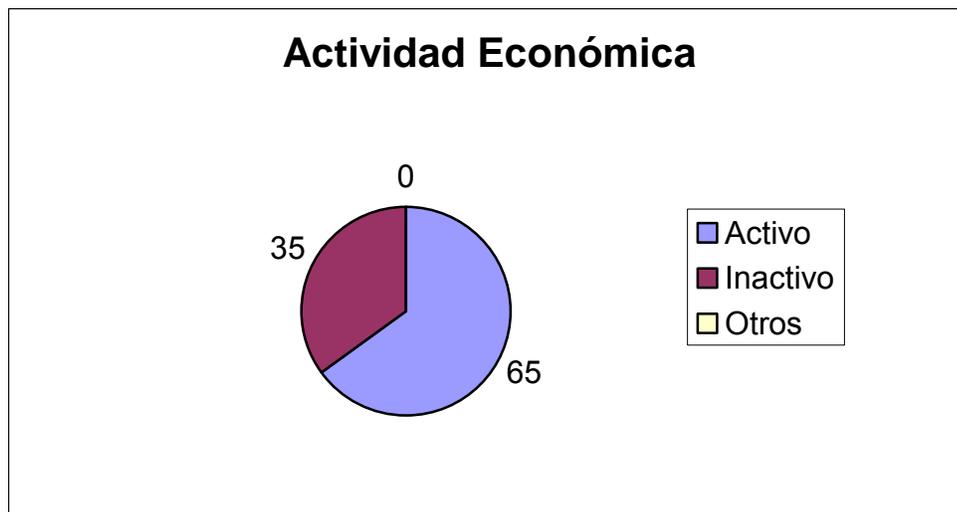
Distribución absoluta y porcentual en cuanto a Actividad Económica de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.

Actividad Económica	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Activo	26	65%
Inactivo	14	35%
Otros	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 7

Distribución porcentual en cuanto a Actividad Económica de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.7. Ocupación profesional

Con respecto a la ocupación de los turistas se pudo apreciar que existe un 25% de ocupación como administrador, seguido de un 15% representado por turistas contadores; comerciantes y médicos con el 12.5% y con igual porcentaje los ingenieros, secretarías y jubilados con un 7.5%; por último un 2.5% para trabajadores no cualificados, lo que evidencia que la gran mayoría de los turistas que visitaron al municipio Maneiro son profesionales.

CUADRO 13

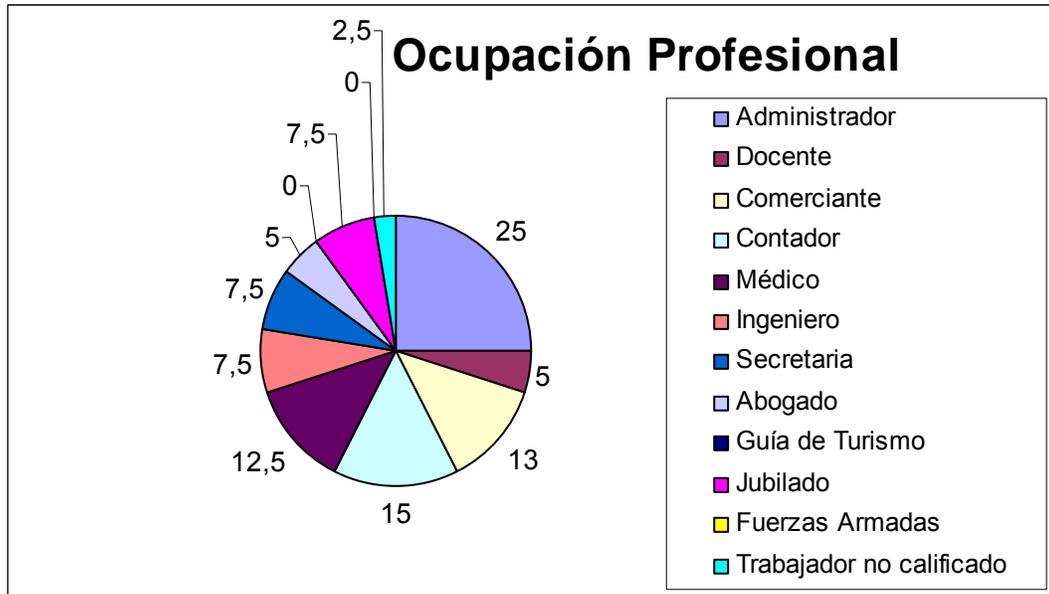
Distribución absoluta y porcentual en cuanto a la Ocupación Profesional de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Ocupación	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Administrador	10	25%
Docente	2	5%
Comerciante	5	12,5%
Contador	6	15%
Médico	5	12,5%
Ingeniero	3	7,5%
Secretaria	3	7,5%
Abogado	2	5%
Guía de Turismo	0	0%
Jubilado	3	7,5%
Fuerzas Armadas	0	0%
Trabajador no calificado	1	2,5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 8

Distribución porcentual en cuanto a la Ocupación Profesional de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.1.8. Propósito de la visita

De acuerdo a la encuesta, el 90% de la muestra en estudio expresó que su principal propósito de la visita fue el ocio, recreo y vacaciones, es decir, fines netamente turísticos, seguido por las visitas a parientes y amigos con un 5%, y un 5% restante representado por aquellas personas que se trasladan por motivos profesionales / negocios y tratamientos de salud, quedando sin porcentaje los motivos religiosos.

CUADRO 14

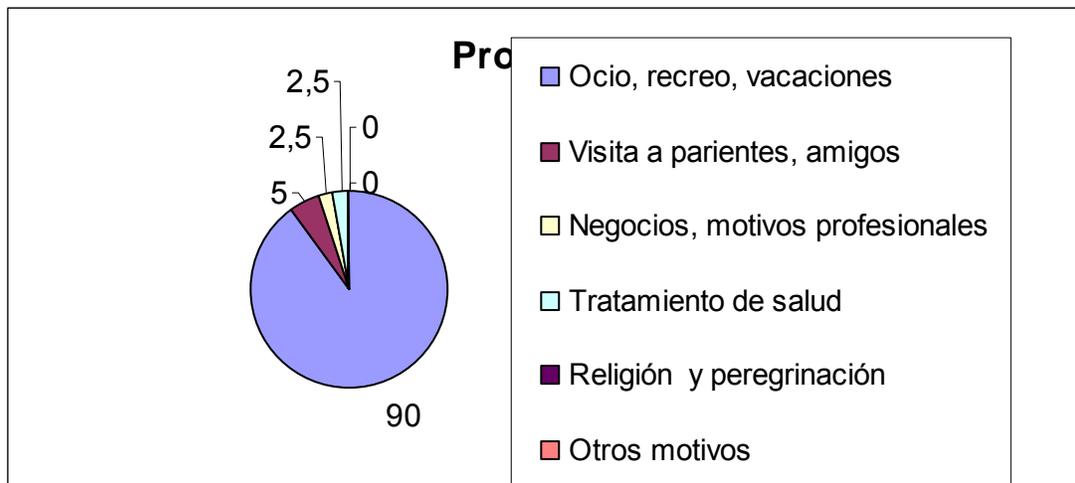
Distribución absoluta y porcentual en cuanto al Propósito de la visita de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Propósito de Visita	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Ocio, recreo, vacaciones	36	90%
Visita a parientes, amigos	2	5%
Negocios, motivos profesionales	1	2,5%
Tratamiento de salud	1	2,5%
Religión y peregrinación	0	0%
Otros motivos	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 9

Distribución porcentual en cuanto al Propósito de la visita de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.9. Organización del viaje

Al considerar este renglón, se obtuvo que un mayor porcentaje fueron reservas directas de “solo alojamiento” efectuadas por los turistas con un (47.5%), seguidos por aquellos turistas que no hicieron reservación alguna (40%), observándose muy poca diferencia con aquellos que si efectuaron reservaciones. Con muy poco porcentaje los que hicieron reservaciones “solo transporte” con un (7.5%) y finalmente reservas efectuadas a través de agencias de viajes para “solo alojamiento” un (5%) de los turistas encuestados.

CUADRO 15

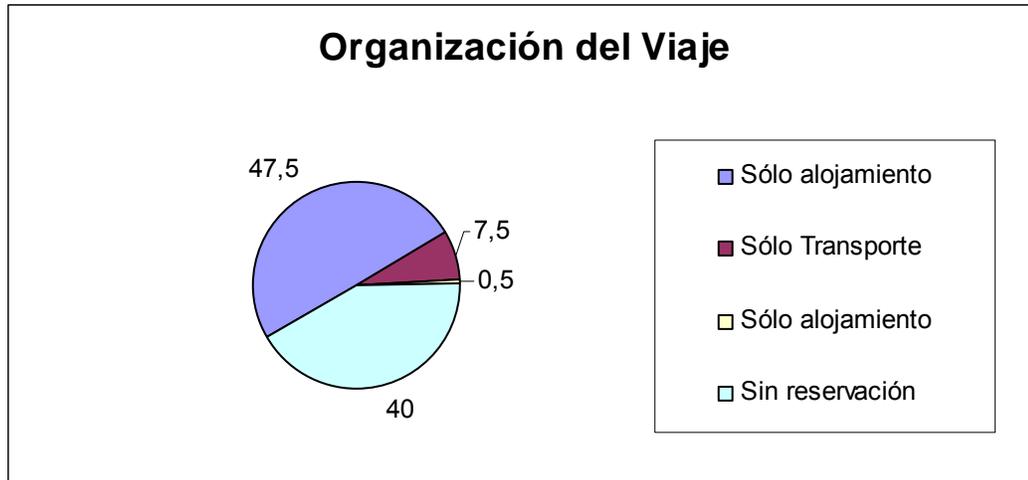
Distribución absoluta y porcentual con respecto a la Organización del Viaje de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto- Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Organización del Viaje		Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Reservas Directas	Sólo alojamiento	19	47,5%
	Sólo Transporte	3	7,5%
	Alojamiento y transporte	0	0%
Reservas a Través de Agencias de Viajes	Paquetes turísticos	0	0%
	Sólo alojamiento	2	5%
	Sólo transporte	0	0%
Sin Reserva	Sin reservación	16	40%
Total		40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 10

Distribución porcentual con respecto a la Organización del Viaje de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.10. Visita al destino

La siguiente variable evidenció que, la mayoría de los turistas ya habían visitado la isla de Margarita y por consiguiente el Municipio Maneiro con un 72.5% de los turistas encuestados, y con un 27.5% quienes respondieron que si era la primera visita que hacían al municipio; observándose el deseo del turista por regresar.

CUADRO 16

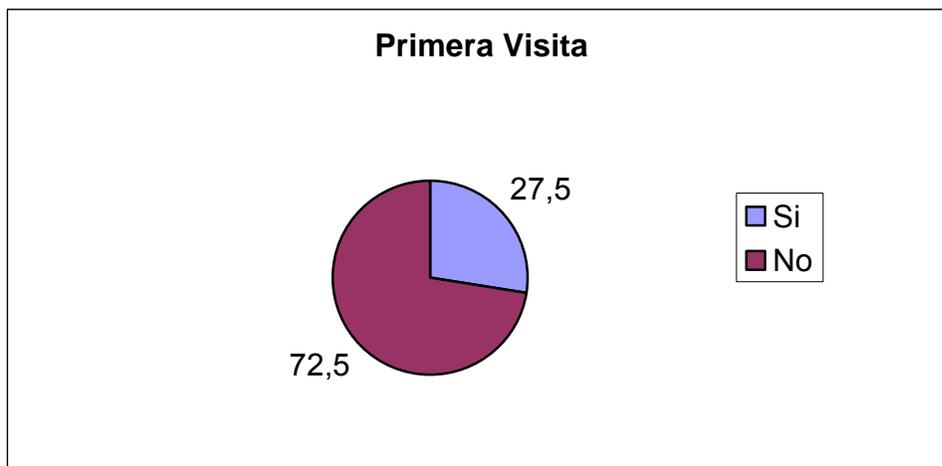
Distribución absoluta y porcentual con respecto a la Primera Visita de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto- Septiembre 2004), del Estado Nueva Esparta.

Primera Visita	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Si	11	27.5%
No	29	72.5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 11

Distribución porcentual respecto a la Primera Visita de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto- Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.



Fuente: Elaboración propia

4.6.1.11. Permanencia

De acuerdo a los resultados de la encuesta, el tiempo de permanencia estuvo comprendido en su mayoría de 4 a 7 noches, representando el 42,5% y muy seguido de éste de 8 a 28 noches con un 35%. Luego están aquellos turistas que permanecen más tiempo en el destino de 29 a 91 noche con un 12.5%, solo un 10% fue el porcentaje representado por aquellos turistas que permanecen 0 a 3 noches.

CUADRO 17

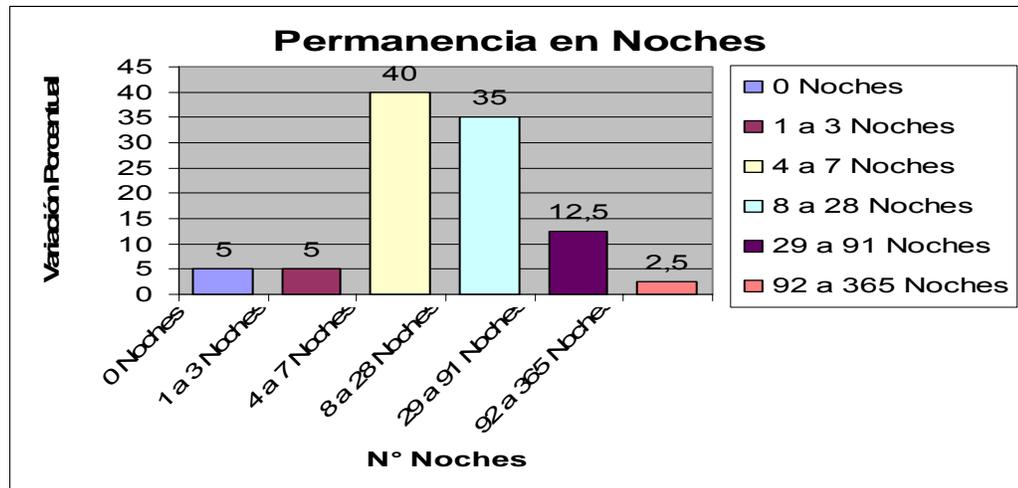
Distribución absoluta y porcentual en cuanto a la Permanencia de Turistas Nacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre del año 2004), Estado Nueva Esparta

Permanencia	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
0 Noches	2	5%
1 a 3 Noches	2	5%
4 a 7 Noches	17	42,5%
8 a 28 Noches	14	35%
29 a 91 Noches	5	12,5%
92 a 365 Noches	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 12

Distribución porcentual en cuanto a la Permanencia de Turistas Nacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto- Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.12. Medios de información

De los turistas que visitaron el Municipio Maneiro, 22 respondieron llegar al destino por conocimiento de la geografía general de Venezuela reflejado en un 55%, seguido por recomendaciones en un 32.5% y finalmente por agencias de viajes con un 12.5%, quedando sin porcentaje alguno aquella información aportada por la publicidad en televisión, periódicos, radios y guías turísticas, evidenciándose fallas a nivel del uso de estos medios para promocionar la Isla.

CUADRO 18

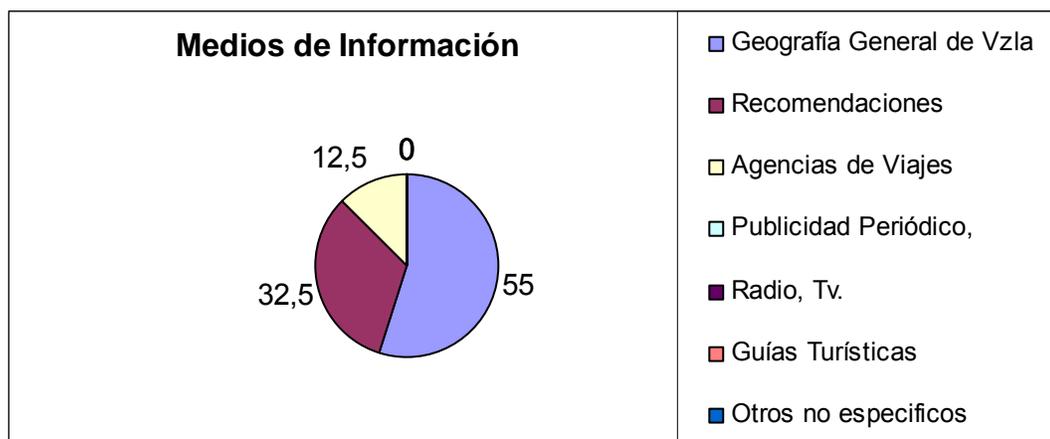
Distribución absoluta y porcentual acerca de los medios de información por los cuales los Turistas Nacionales llegaron al destino (Agosto- Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta.

Medio de Información Turística	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Geografía General de Vzla	22	55%
Recomendaciones	13	32,5%
Agencias de Viajes	05	12,50%
Publicidad Periódico, Radio, TV.	0	0%
Guías Turísticas	0	0%
Otros no específicos	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 13

Distribución porcentual acerca de los medios de información por los cuales los Turistas Nacionales llegaron al destino (Agosto- Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.13. Imagen del destino

La mayoría de los turistas que visitaron el Municipio Maneiro, opinaron tener una buena imagen del mismo (62,5%), en cuanto al mantenimiento de las calles, avenidas y centros comerciales el 22,5% expresó que era excelente y un 15% regular, lo cual permite señalar que el Municipio causó buena impresión en los turistas.

CUADRO 19

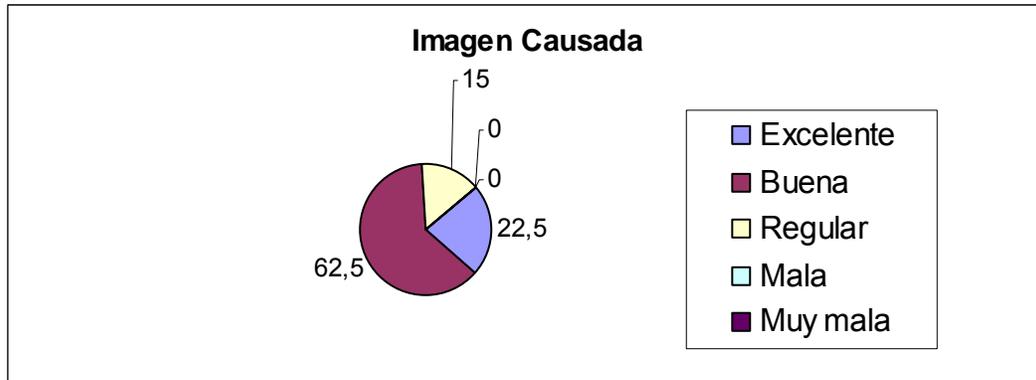
Distribución absoluta y porcentual en cuanto a la imagen que les causó a los Turistas Nacionales la visita al Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Imagen causada	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Excelente	9	22,5%
Buena	25	62,5%
Regular	6	15%
Mala	0	0%
Muy mala	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 14

Distribución porcentual en cuanto a la imagen que les causó a los Turistas Nacionales la visita al Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.14. Grupo de viajeros

La gran mayoría de los turistas (82.5%), que se trasladan al municipio Maneiro, viajan acompañados, quedando sólo un 15% de los turistas encuestados que viajan solos.

CUADRO 20

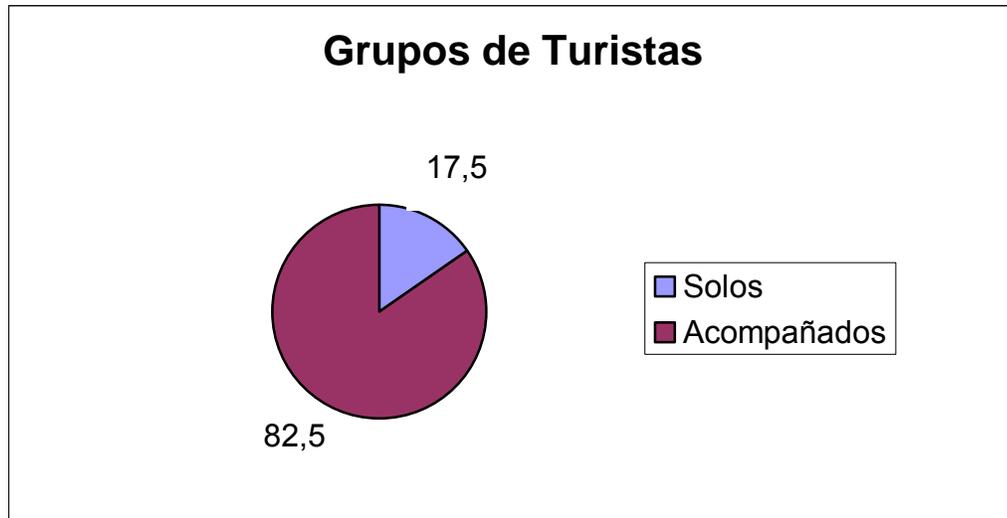
Distribución absoluta y porcentual en cuanto a los Grupos de viajeros de los Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Grupos de Turistas	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Solos	7	17.5%
Acompañados	33	82.5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 15

Distribución porcentual en cuanto a los Grupos de Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.15. Acompañantes

El siguiente cuadro refleja el número de acompañantes con los cuales el turista viaja, el 32.5% respondió viajar con cuatro personas, un 20% viaja con una persona, un 17.5% dijeron viajar con cinco personas, observándose que en su mayoría los turistas viajan acompañados y que ninguno de los turistas encuestados viajaron con ochos o más acompañantes.

CUADRO 21

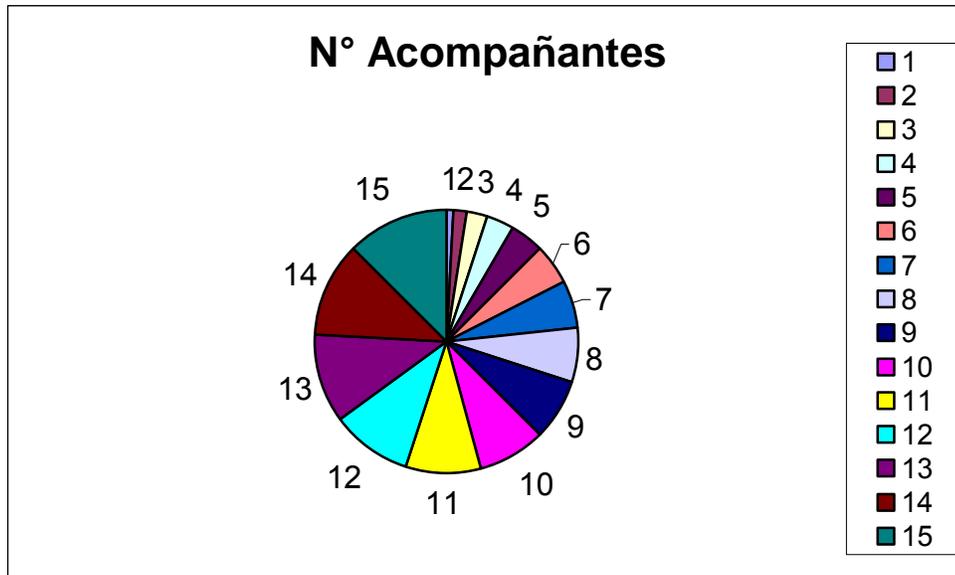
Distribución absoluta y porcentual en cuanto al número de acompañantes de los Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Nº de Acompañantes	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
1	8	20%
2	2	5%
3	5	12.5%
4	13	32.5%
5	7	17,5%
6	3	7,5%
7	2	5%
8	0	%
9	0	0%
10	0	0%
11	0	0%
12	0	0%
13	0	0%
14	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 16

Distribución porcentual en cuanto al Número de Acompañantes de los Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.16. Tipo de hospedaje

Según la encuesta el mayor número de porcentaje en el tipo de hospedaje lo obtuvieron los hoteles con un 47.5%, muy seguido están las casas de familiares y amigos con un 37.5%, un 10% respondió tener casa propia y un 5% se hospedaron en casas de alquiler, ninguno de los turistas encuestados respondieron haberse quedado en posada.

CUADRO 22

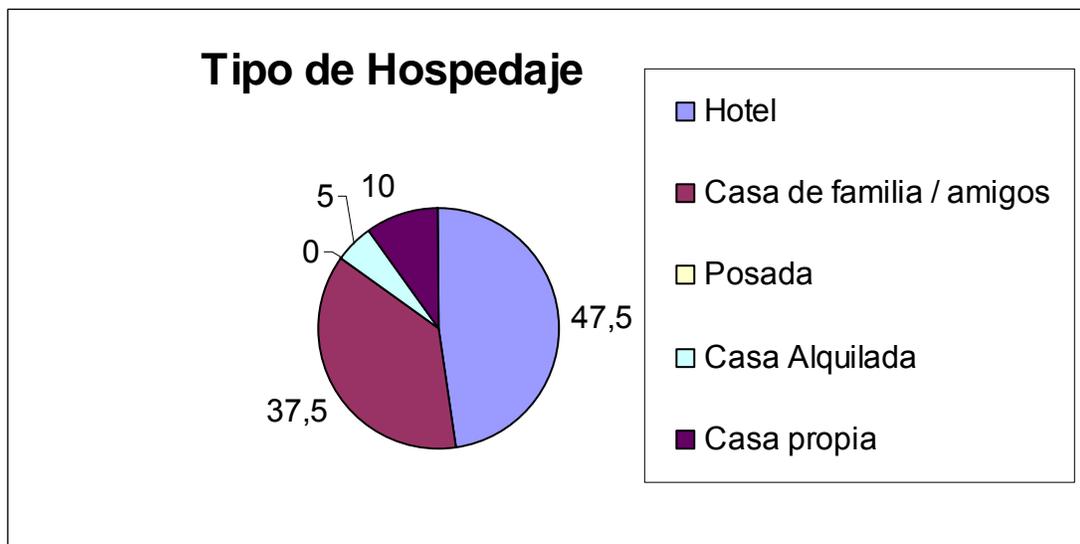
Distribución absoluta y porcentual en cuanto al Tipo de Hospedaje utilizado por los Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Tipo de Hospedaje	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Hotel	19	47,5%
Casa de familia / amigos	15	37,5%
Posada	0	0%
Casa Alquilada	2	5%
Casa propia	4	10%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 17

Distribución porcentual en cuanto al Tipo de Hospedaje utilizado por los Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.17. Atractivos turísticos

Entre los atractivos que más motivaron a los turistas a visitar el Municipio Maneiro, se encuentran en primer lugar las playas con un 47.5%, muy seguido a éstas se encuentran los museos y manifestaciones culturales con un 42.5%, lo cual representa un porcentaje importante ya que el municipio se caracteriza por tener un pasado de gran importancia histórico-cultural y por último un 10% representado por el folklore.

CUADRO 23

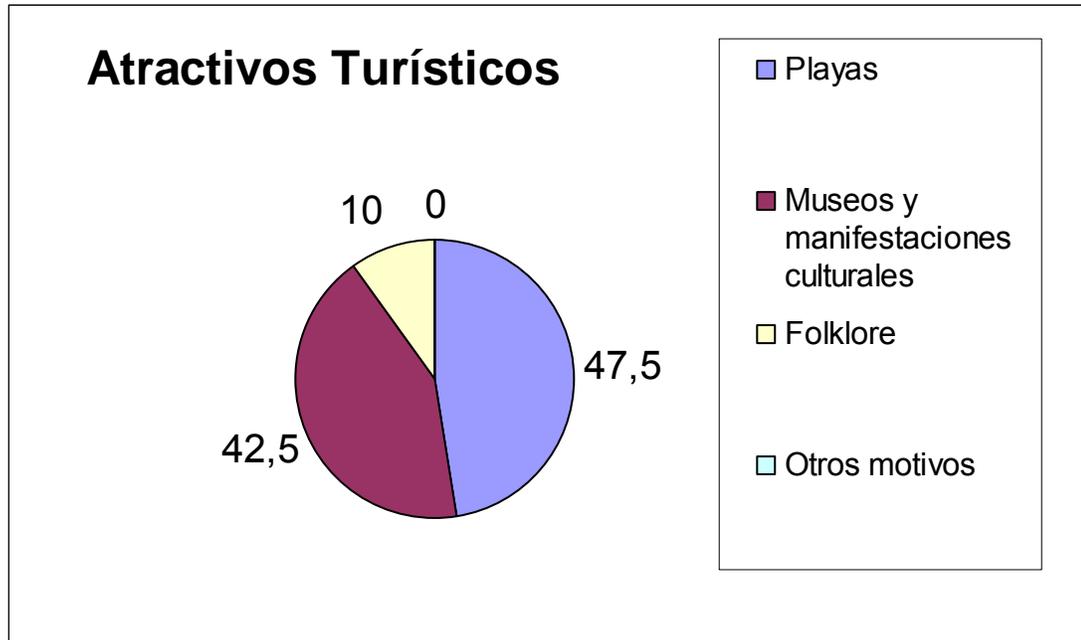
Distribución absoluta y porcentual en cuanto a los Atractivos Turísticos que motivaron a los Turistas Nacionales durante su visita al Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Atractivos Turísticos	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Playas	19	47,5%
Museos y manifestaciones culturales	17	42,5%
Folklore	4	10%
Otros motivos	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 18

Distribución absoluta y porcentual en cuanto a los Atractivos Turísticos que motivaron a los Turistas Nacionales durante su visita al Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.18. Regreso

En cuanto a la variable regreso de los turistas que visitaron el Municipio Maneiro, éstos manifestaron el deseo de regresar en un 80%, y una minoría, aunque no menos importante, del 20% reflejó no querer regresar. Aspecto este que es importante analizar.

CUADRO 24

Distribución absoluta y porcentual en cuanto al Regreso a la Isla de Margarita de los Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

¿Regresará?	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Si	32	80%
No	8	20%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 19

Distribución porcentual en cuanto al Regreso a la Isla de Margarita de los Turistas Nacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.1.1. Resumen perfil del turista nacional

Aspectos socio- económicos

- En la distribución del sexo predomina el femenino con (77.5%) sobre el masculino (22.5%)
- La edad promedio de los turistas oscilan entre los 25 y 64 años (82.5%)
- La mayoría de los turistas tienen estudios universitarios superiores (45%) y la ocupación predominante es la administración (25%)
- Los turistas que visitan el Municipio Maneiro son casados (45%)
- Un gran número de turistas provienen del Distrito Capital (45.95%) seguido del estado Bolívar (16.22%)
- Tienen una actividad económica activa (65%)

COMPORTAMIENTO DEL TURISTA EN EL DESTINO

- El (40%) de los turistas organizan su viaje de forma individual, sin utilizar ningún tipo de intermediario como agencias de viajes.
- El (72.5%) de los encuestados dijeron haber visitado anteriormente al Municipio Maneiro.

- En cuanto al tiempo de permanencia de los turistas en el destino, éste oscila entre 4 y 7 noches (40%)
- En su mayoría los turistas viajan acompañados (82.5%)
- Los grupos de viajeros están conformados por 5 personas (32.5%)
- El (45.5%) de los turistas se alojan en hoteles, seguido del (37.5%) que se alojan en casas de familiares y amigos.
- El (80%) desean regresar al Municipio Maneiro.
- El (20%) de los turistas no desean regresar al Municipio Maneiro.

MOTIVO DE VIAJE

- El principal motivo de viaje son las vacaciones (90%)
- El (55%) de los turistas llegaron al destino por conocimiento de la geografía general de Venezuela.
- El (47.5%) manifestaron que las playas son el atractivo que los motivó a viajar al Municipio seguido de los museos y manifestaciones culturales (42.5%)

IMAGEN Y PROMOCION

- El (62.5%) manifestaron que el Municipio Maneiro les produjo una buena imagen.

4.6.2. Demanda turística internacional

4.6.2.1. Sexo

En cuanto a la variable sexo, se tiene que el género masculino está representado porcentualmente con un 55,56 %, a diferencia del género femenino con un 44,44%, lo que significa el gusto por viajar a la Isla por parte de los turistas masculinos.

CUADRO 25

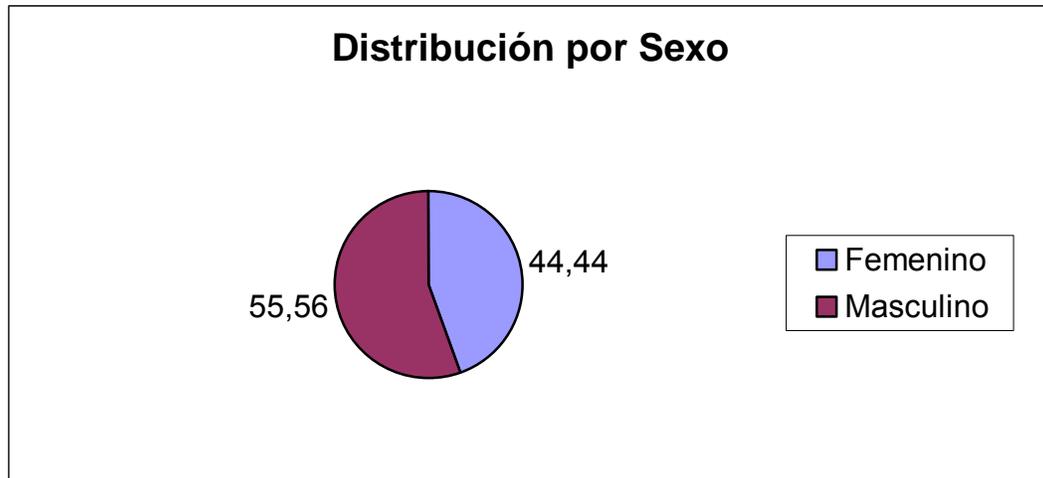
Distribución absoluta y porcentual del sexo de los turistas internacionales que visitan en Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Sexo	Turistas internacionales que visitaron El Municipio Maneiro	Variación Porcentual (%)
F	4	44,44
M	5	55,56
Total	9	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICA 20

Distribución porcentual del sexo de los turistas internacionales que visitan en Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.2. Edad

De una muestra de turistas internacionales encuestados en el Municipio Maneiro para conocer su perfil, se encontró que seis resultaron estar entre 45 y 64 años representando así el 66,67% del total personas adultas y de la tercera edad quienes viajan en búsqueda de descanso, recreación, tranquilidad, placer en el destino, es decir, el lugar que escogieron para sus vacaciones; en segundo lugar se encuentran personas cuyas edades van de 65 años en adelante, representado en un 22,22% quienes buscan paz, tranquilidad, descanso y en último lugar con un 11,11%, personas más jóvenes cuyas edades oscilan entre 25 -44 años, quienes viajan por diversión recreación y placer.

CUADRO 26

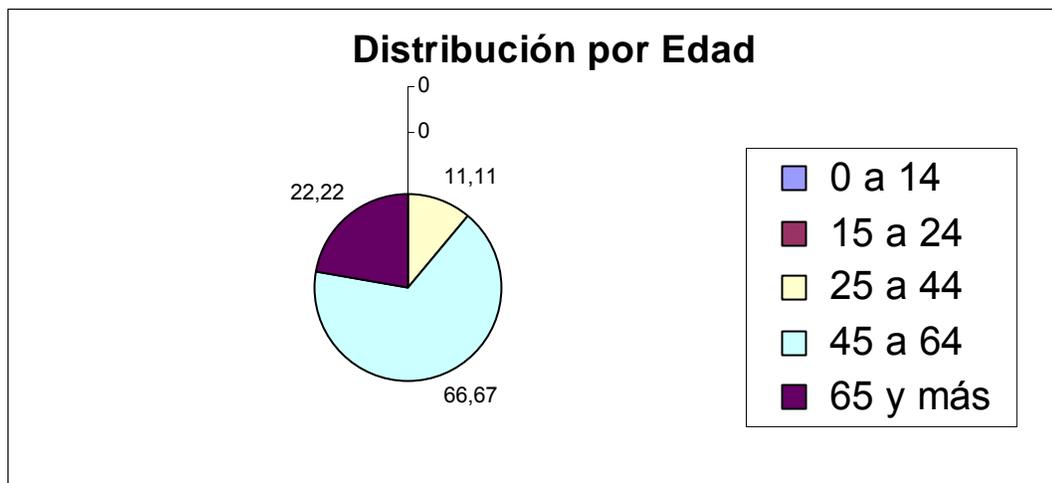
Distribución absoluta y porcentual de la edad de los turistas internacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Edad	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
0 a 14 años	—	—
15 a 24 años	—	—
25 a 44 años	1	11,11
45 a 64 años	6	66,67
65 y más.	2	22,22
Total	9	100%

Fuente: Elaboración Propia.

GRÁFICA 21

Distribución porcentual de la edad de los turistas internacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado NuevaEsparta



F

Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.3. Nivel educativo

El nivel educativo de los turistas internacionales que visitan el Municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta, está representado en su mayoría por estudios universitarios de grado medio (TSU) con un 33,33%, arrojando iguales porcentajes aquellos turistas con estudios de primer ciclo de básica, solo el 22,22% de los turistas encuestados terminaron Estudios Universitarios Superiores y el último lugar lo ocupan las personas que llegaron al segundo ciclo de básica con un 11,11%.

CUADRO 27

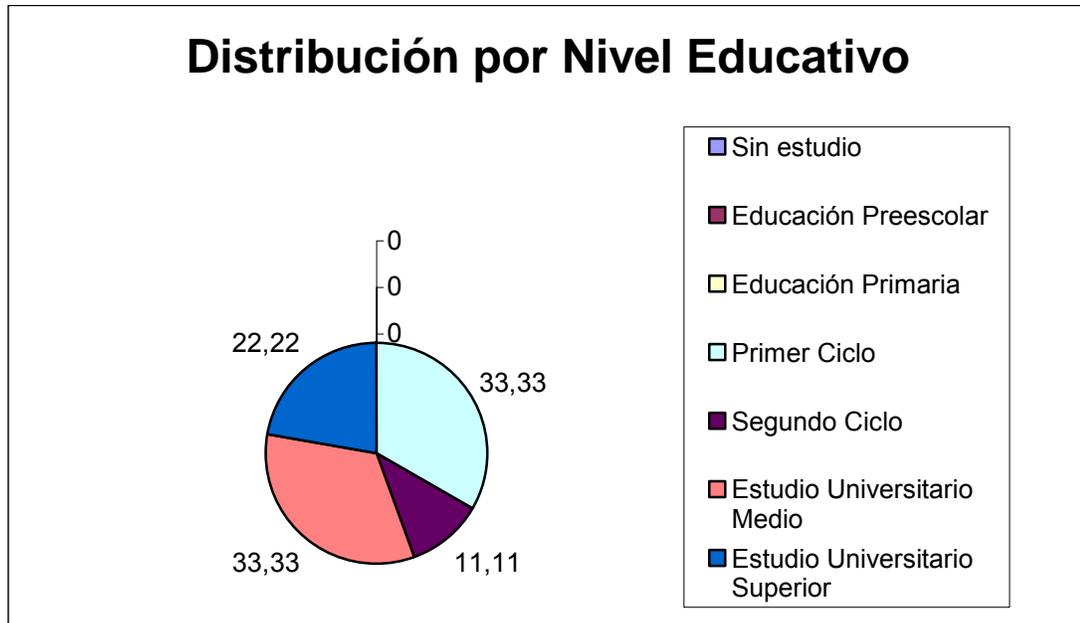
Distribución absoluta y porcentual en cuanto al nivel educativo de los turistas internacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Nivel Educativo	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Sin estudio	—	—
Educación Preescolar	—	—
Educación Primaria	—	—
Primer Ciclo	3	33,33
Segundo Ciclo	1	11,11
Estudio Universitario De grado medio	3	33,33
Estudio Universitario Superior	2	22,22
Total	9	100%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICA 22

Distribución porcentual en cuanto al nivel educativo de los turistas internacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.4. Estado civil

Con respecto al estado civil de los turistas internacionales, se tiene que el mayor porcentaje lo representan las personas casadas con un 77,78%, quienes vienen con toda la familia o solo la pareja para disfrutar de las playas, visitar los castillos, iglesias, sitios nocturnos, entre otros atractivos turísticos; seguido por los turistas divorciados representando cuantitativamente el 22,22% del total de la población, quienes buscan recrearse, salir de la rutina y disfrutar de muchos ambientes y diferentes climas en un mismo destino, sin tener ningún tipo de valor el resto de las categorías.

CUADRO 28

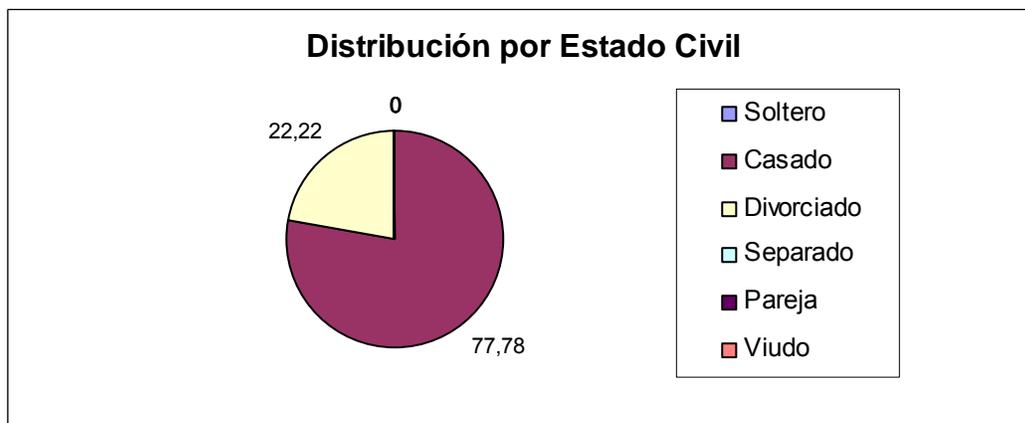
Distribución absoluta y porcentual en cuanto al Estado Civil de los turistas internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Estado Civil	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Soltero	7	77,78
Casado	—	—
Divorciado	2	22,22
Separado	—	—
Pareja	—	—
Viudo	—	—
Total	9	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICA 23

Distribución porcentual en cuanto al estado civil de los turistas internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.5. Actividad económica

De los turistas que visitan el Municipio Maneiro, en lo que concierne a la actividad turística, se determinó que el 55,56% son personas activas y el resto con un 44,44% los inactivos y ningún valor para la población contada aparte.

CUADRO 29

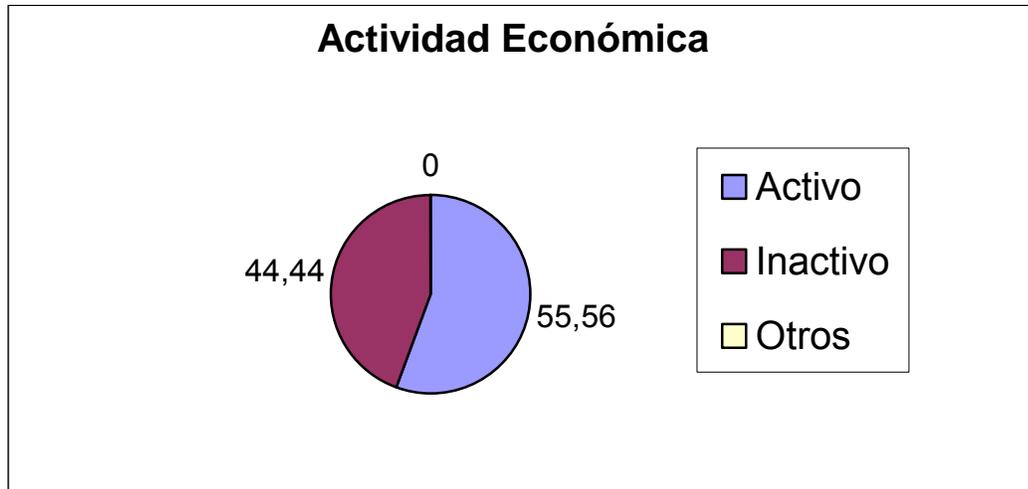
Distribución absoluta y porcentual en cuanto a la Actividad Económica de los turistas internacionales que visitan en Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Actividad Económica	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Activo	5	55,56
Inactivo	4	44,44
Población contada aparte	—	—
Total	9	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICA 24

Distribución porcentual en cuanto a la actividad económica de los turistas internacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.6. Ocupación profesional

Respecto a la ocupación profesional de los turistas internacionales que visitan el municipio, se tiene que el 33,33% son docentes, los comerciantes están representados con un 11,11%, y con igual porcentaje están los administradores y médicos. El resto (33,33%) está conformado por aquellos que respondieron tener otra profesión.

CUADRO 30

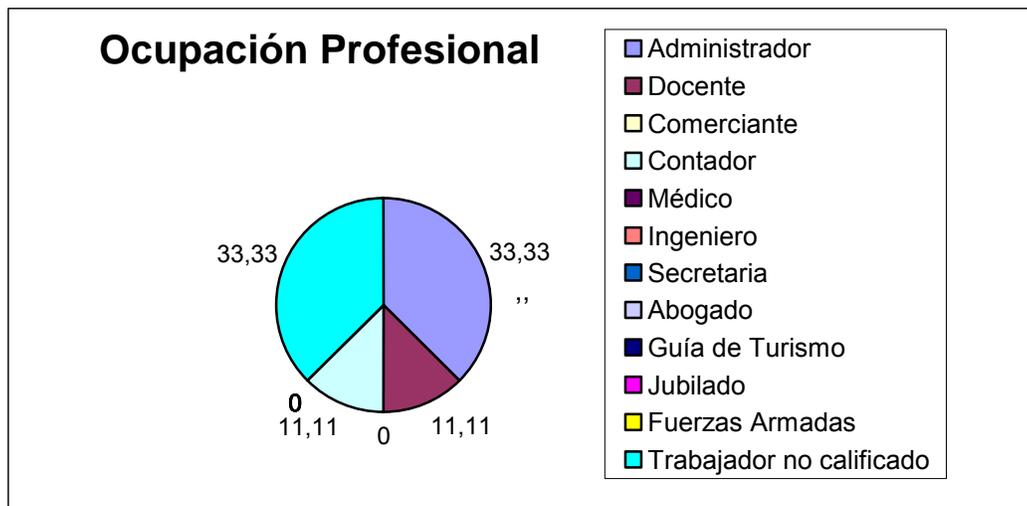
Distribución absoluta y porcentual en cuanto a la Ocupación Profesional de los turistas internacionales que visitan en Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Ocupación	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Administrador	3	33,33
Docente	1	11,11
Comerciante	1	11,11
Contador	1	11,11
Médico	—	—
Ingeniero	—	—
Secretaria	—	—
Abogado	—	—
Guía de Turismo	—	—
Jubilado	—	—
Fuerzas Armadas	—	—
Trabajador no calificado	3	33,33
Otros		
Total	9	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRAFICA 25

Distribución porcentual en cuanto a la ocupación profesional de los turistas internacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto- Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.7. MOTIVO DE LA VISITA

De los turistas internacionales que llegaron al destino se tiene que todos vinieron con propósitos turísticos, es decir, por ocio, recreo y vacaciones, teniendo como ventaja o fortaleza que el producto turístico está representado por diversos tipos de playas (oceánicas, semioceánicas), diversa vegetación, variedad gastronómica, riqueza cultural- histórica, clima variado; éstos junto a otros atractivos turísticos actúan como medio de atracción o motivo para el turista. Ninguno de los turistas internacionales, respondieron llegar al destino por cualquier otro motivo como: visitas a parientes y amigos, negocios y motivos profesionales, tratamientos de salud, religión y peregrinaciones y otros.

CUADRO 31

Distribución absoluta y porcentual en cuanto al propósito de la visita de los turistas internacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Propósito de Visita	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Ocio, recreo, vacaciones	9	100
Visita a parientes, amigos	—	—
Negocios, motivos profesionales	—	—
Tratamiento de salud	—	—
Religión y peregrinación	—	—
Otros motivos	—	—
Total	9	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRAFICA 26

Distribución porcentual en cuanto al propósito de la visita de los turistas internacionales que visita el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.8. Organización del viaje

Con respecto a la organización del viaje cinco realizaron reservas directas, solo en alojamiento el 33,33% y solo en transporte el 22,22%; y ninguno reservaciones mixtas, (alojamiento y transporte); con respecto a las agencias de viajes no hubo reservación solo venta de paquetes turísticos y en la categoría "sin reservas" solo tres personas representado en un 33,33%.

CUADRO 32

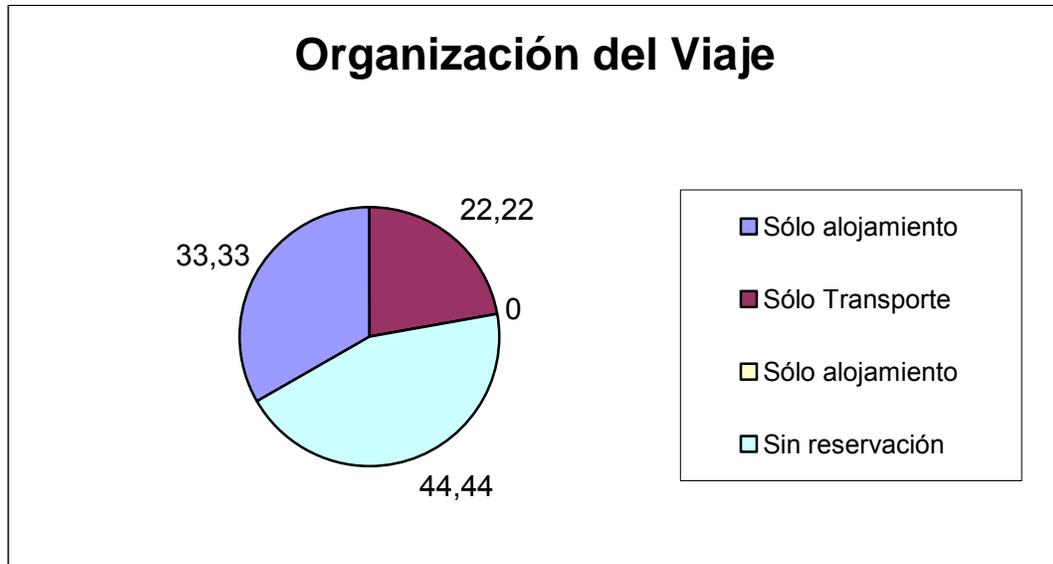
Distribución absoluta y porcentual con respecto a la Organización del Viaje de los turistas internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Organización del Viaje		Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Reservas Directas	Sólo alojamiento	3	33,33
	Sólo Transporte	2	22,22
	Alojamiento y transporte	—	—
Reservas a Través de Agencias de Viajes	Paquetes turísticos	1	11,11
	Sólo alojamiento	—	—
	Sólo transporte	—	—
Sin Reserva	Sin reservación	3	33,33
Total		9	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRAFICA 27

Distribución porcentual con respecto a la organización del viaje de los turistas internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.9. Primera visita

De los turistas internacionales que visitan el Municipio Maneiro el 33,33% respondió, que si era la primera vez que visitaban la Isla y el municipio, a diferencia de los que respondieron no haber visitado el destino por primera vez con un 66,67%, observándose una diferencia de 33,34%.

CUADRO 33

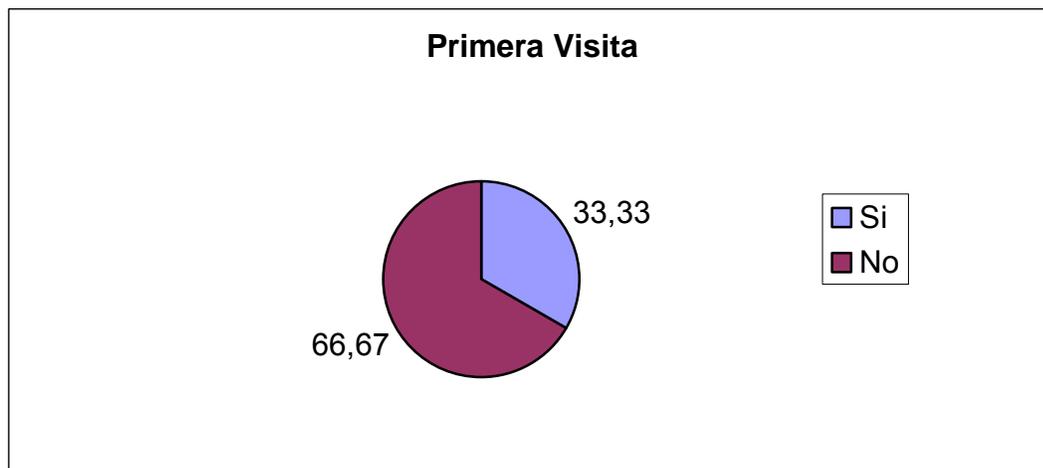
Distribución absoluta y porcentual con respecto a la Primera Visita de los turistas internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Primera Visita	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Si	3	33,33
No	6	66,67
Total	9	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICA 28

Distribución porcentual con respecto a la primera visita de los turistas internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.10. Permanencia

Los turistas que llegaron al destino para pernoctar entre 7/28 noches tienen un porcentaje de 55,56%, siendo menor el porcentaje de los que se quedan de 29 a 91 noches con un 44,44% y con un valor de 11,11% y por último sin arrojar ningún porcentajes: 0 noches, 1-3 noches y de 4 -7 noches.

CUADRO 34

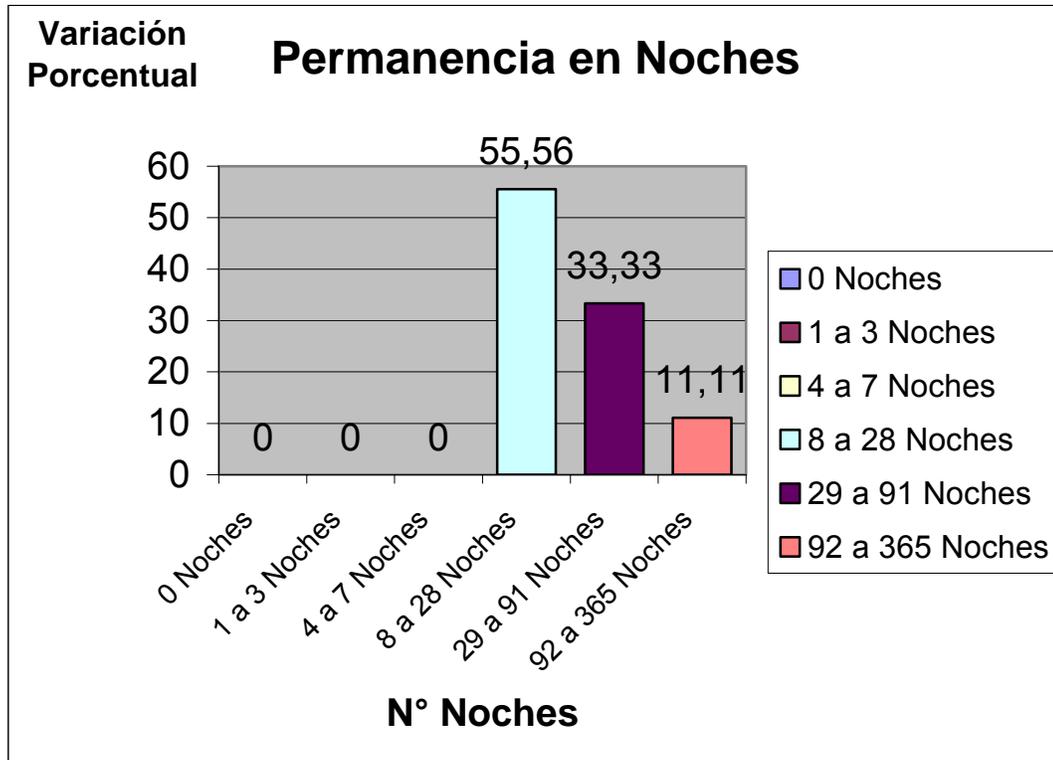
Distribución absoluta y porcentual en cuanto a la Permanencia de los turistas internacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Permanencia	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
0 Noches	—	—
1 a 3 Noches	—	—
4 a 7 Noches	—	—
8 a 28 Noches	5	55,56
29 a 91 Noches	4	44,44
92 a 365 Noches	—	—
Total	9	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICA 29

Distribución porcentual en cuanto a la permanencia de los turistas internacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.11. Grupo de viajeros

De los turistas que visitan el Municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta, en cuanto al grupo de viajeros, el 11,11% viajan solos y el mayor porcentaje lo representan turistas que viajan acompañados con un 88,89%, lo que significa que la mayoría de los turistas desean viajar en grupo.

CUADRO 35

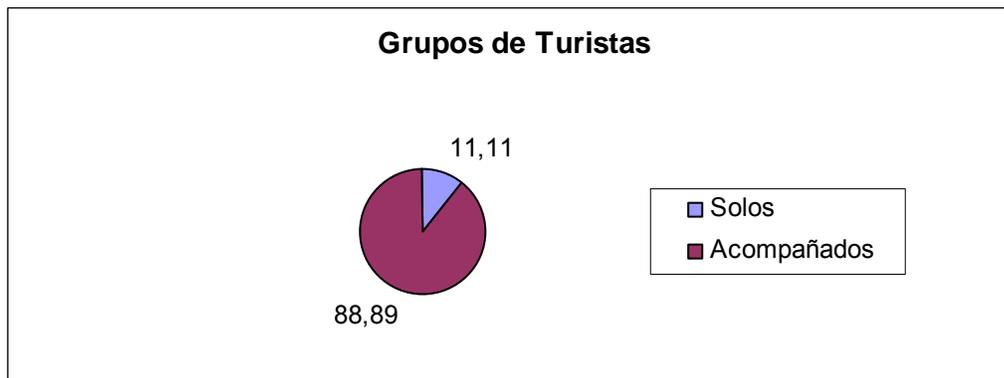
Distribución absoluta y porcentual en cuanto a los Grupos de Viajeros de los turistas internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Grupos de viajeros	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Solos	1	11,11
Acompañados	8	88.89
Total	9	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRAFICA 30

Distribución porcentual en cuanto a los grupos de viajeros de los turistas internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.12. Acompañantes

Con respecto al número de acompañantes de los turistas internacionales, se encontró que aquellos que viajan con 1,4 y 5 personas

tienen porcentajes iguales de 22,22% cada uno, a diferencia de los que viajan con 2,3 y 8 personas con un 11,11% cada uno, sin tener ningún porcentaje el resto.

CUADRO 36

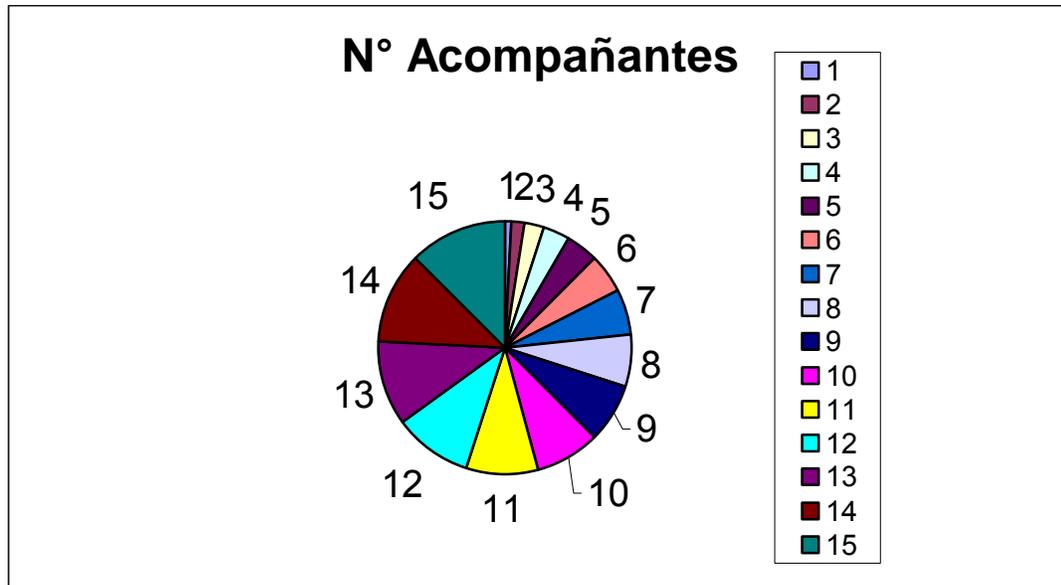
Distribución absoluta y porcentual en cuanto al número de Acompañantes de los turistas internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Nº de Acompañantes	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
1	2	22,22%
2	1	11,11%
3	1	11,11%
4	2	22,22%
5	2	22,22%
6	—	—
7	—	—
8	1	11,11%
9	—	—
10	—	—
11	—	—
12	—	—
13	—	—
14	—	—
Total	9	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRAFICA 31

Distribución porcentual en cuanto al número de acompañantes de los turistas internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia.

4.6.2.13. Tipo de hospedaje

En cuanto al tipo de hospedaje utilizado por los turistas internacionales, se tiene que tres de ellos se alojaron en hotel, representando un 33,33%, al igual que aquellos que se hospedaron en casa de familiares y/o amigos, seguido de los que tienen casa propia 22,22% y por último un 11,11% casa alquilada, sin valor alguno las posadas.

CUADRO 37

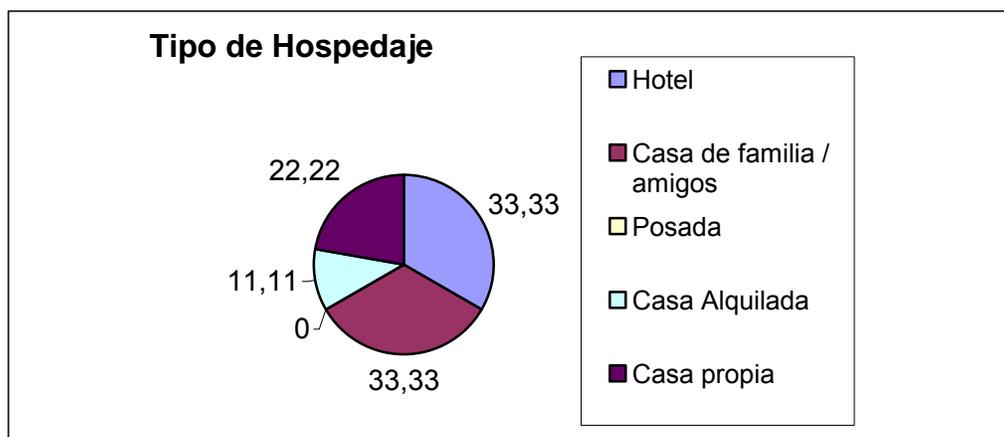
Distribución absoluta y porcentual en cuanto al Tipo de Hospedaje utilizado por los turistas internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Tipo de Hospedaje	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Hotel	3	33,33
Casa de familia / amigos	3	33,33
Posada	—	—
Casa Alquilada	1	11,11
Casa propia	2	22,22
Total	9	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRAFICA 32

Distribución porcentual en cuanto al tipo de hospedaje utilizados por los turistas internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.14. Atractivos turísticos

De los turistas internacionales que visitaron el destino el 77,78% manifestaron estar motivados por los sitios naturales, tales como playas, montañas y otros; sin ningún porcentaje están; los museos y manifestaciones culturales, el folklore y acontecimientos programados y por último, con un porcentaje de 22,22%, se encuentran otros motivos.

CUADRO 38

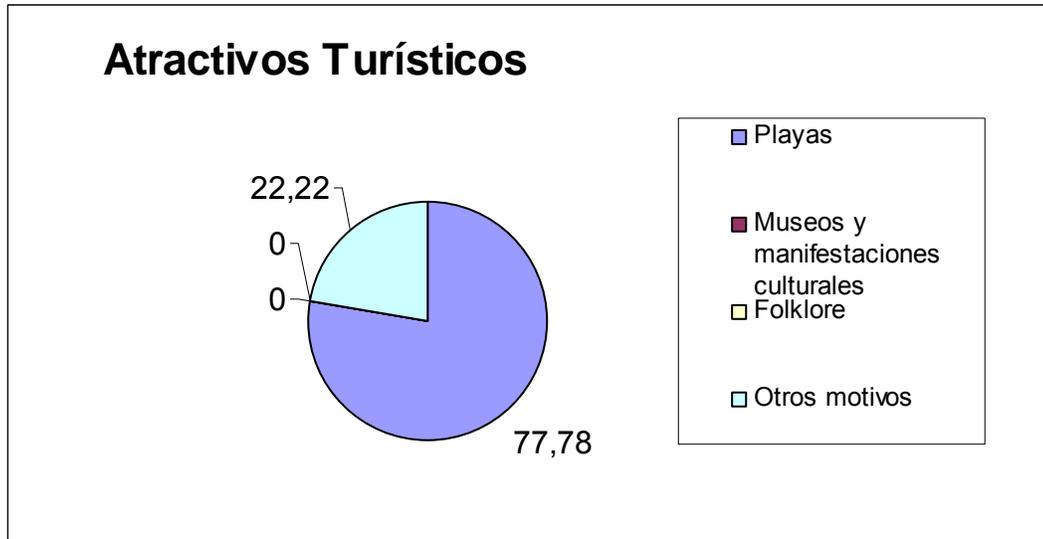
Distribución absoluta y porcentual en cuanto a los Atractivos Turísticos que motivaron a los turistas internacionales durante su visita al Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Atractivos Turísticos	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Playas	7	77,78
Museos y manifestaciones culturales	—	—
Folklore	—	—
Otros motivos	2	22,22
Total	9	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICA 33

Distribución porcentual en cuanto a los atractivos turísticos que motivaron a los turistas internacionales durante su visita al Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.15. Medios de información

En cuanto a los medios de información por los cuales los turistas llegaron al destino, se encuentra que un mayor porcentaje manifestó tener conocimiento del lugar mediante la geografía general de Venezuela con un 55,56% y por último aquellos turistas que llegaron por recomendaciones de otras personas con un 44,44%, observándose una ausencia en los demás medios de información tales como: agencias de viajes, publicidad en televisión, periódico y radio, artículos de prensa/revista, guías turísticas y otros.

CUADRO 39

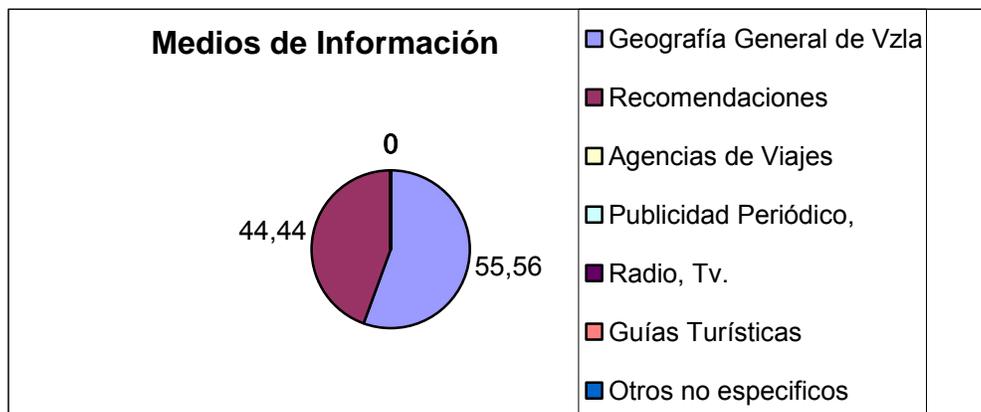
Distribución absoluta y porcentual acerca de los Medios de Información por los cuales los turistas internacionales llegaron al destino (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva

Medio de Información Turística	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Geografía General de Vzla	5	55,56
Recomendaciones	4	44,44
Agencias de Viajes	—	—
Publicidad Periódico, Radio, TV.	—	—
Guías Turísticas	—	—
Otros no específicos	—	—
Total	9	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRAFICA 34

Distribución porcentual acerca de los medios de información por los cuales los turistas internacionales llegaron al destino (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.16. Imagen

El Municipio Maneiro en cuanto a la categoría impresión por parte de turistas internacionales está fue categorizada como regular, representado por el 55,56%, luego una impresión buena con un porcentaje del 44,44%, lo que significa que hay que mejorar la imagen y por último sin ningún porcentaje se encuentra la categoría de excelente, mala y muy mala.

CUADRO 40

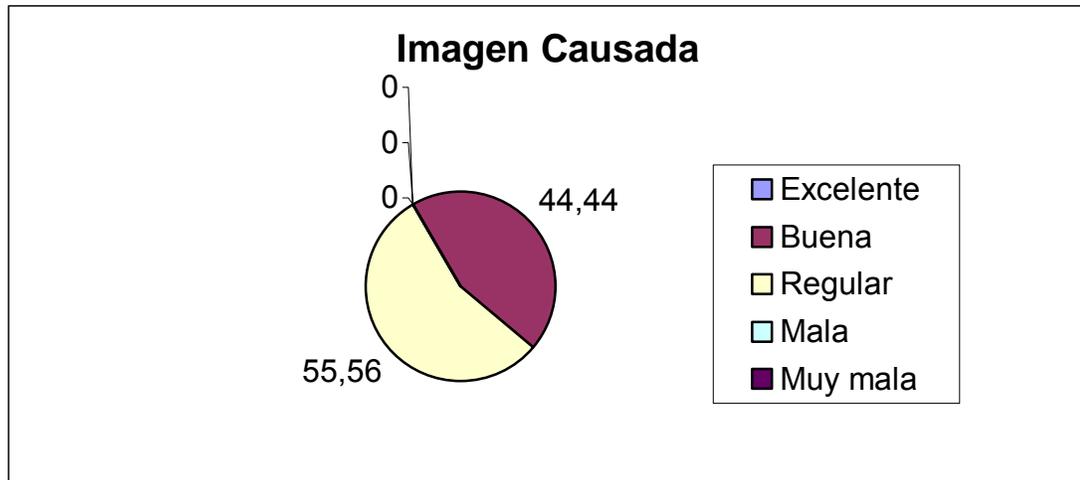
Distribución absoluta y porcentual en cuanto a la Imagen que les causó a los turistas internacionales que visitan en Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

Imagen causada	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Excelente	—	—
Buena	4	44,44
Regular	5	55,56
Mala	—	—
Muy mala	—	—
Total	9	100%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICA 35

Distribución porcentual en cuanto a la imagen que les causo a los turistas internacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.17. Regreso al destino

En cuanto al deseo de regresar al destino el 88,89% manifestó que si querían regresar a la Isla y al Municipio Maneiro y el resto con un porcentaje de 11,11%, señaló que no querían regresar. Esto significa que al turista se le hace agradable el deseo de volver al destino.

CUADRO 41

Distribución absoluta y porcentual en cuanto al Regreso a la Isla de Margarita de los turistas internacionales que visitaron el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta

¿Regresará?	Variación Absoluta	Variación Porcentual (%)
Si	8	88,89
No	1	11,11
Total	9	100%

Fuente: Elaboración propia.

GRAFICA 36

Distribución porcentual en cuanto al regreso de los turistas internacionales que visitan el Municipio Maneiro (Agosto-Septiembre 2004), Estado Nueva Esparta



Fuente: Elaboración Propia

4.6.2.18. Resumen perfil del turista internacional

ASPECTOS SOCIO ECONOMICOS:

- Con respecto a la variable sexo, predomina el género masculino con 55,56% sobre el femenino (44,44%).
- La edad promedio de los turistas oscilan entre 25 y 64 años (77,78 %).
- La mayoría de los turistas tienen estudios universitarios de grado medio (33,33%), igualmente los que tienen un primer ciclo (33,33%).
- La mayoría de los turistas que visitan el Municipio Maneiro son solteros (77,78%).
- Los turistas tienen una actividad económica activa (55,56%).

COMPORTAMIENTO DEL TURISTA EN EL DESTINO

- El 55,55% de los turistas organizan su viaje por reservas directas, seguidos de aquellos que no hacen ningún tipo de reservación con 33,33%.
- El 66,67% respondió no haber visitado anteriormente el Municipio Maneiro.

- En cuanto al tiempo de permanencia de los turistas en el destino, este oscila entre el 8 y 28 noches (55,56%).
- En su mayoría los turistas viajan acompañados (88,89%).
- Los grupos de viajeros oscilan mayormente entre 1 y 5 acompañantes (77,77%).
- El 33,33% de los turistas se alojan en hoteles, al igual que se alojan en casa de familia/ amigos, (33,33%).
- El 88,89% de los turistas desean regresar al Municipio Maneiro.

MOTIVO DE VIAJE

- El único propósito de los turistas internacionales encuestados en el destino son las vacaciones.
- El 55,56% de los turistas llegaron al destino por conocimiento de la geografía general de Venezuela.
- El 77,78% manifestaron que, las playas son el atractivo que los motivo a trasladarse al municipio, seguido de otros motivos como las compras, entre otros con (22,22%).

IMAGEN Y PROMOCIÓN

- El 55,56% de los turistas manifestaron que tienen una imagen regular del Municipio Maneiro, seguido de los que manifestaron tener una buena imagen (44,44%).

PROGRAMAS Y PROYECTOS QUE LLEVAN A CABO ORGANISMOS PÚBLICOS Y ENTES PRIVADOS, ACERCA DEL PRODUCTO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO MANEIRO.

4.7. Superestructura turística

Para dar a conocer los Planes, Programas y Proyectos del Municipio Maneiro, se efectuó una breve descripción de las funciones de los organismos públicos y entes privados vinculados con la actividad turística en el Municipio Maneiro y en el Estado Nueva Esparta. Dichos organismos están representados a nivel municipal por la Alcaldía del Municipio Maneiro, a nivel regional por la Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta (CORPOTUR) y a nivel regional y nacional la Cámara de Turismo, el Fondo Mixto del Estado (INATUR) y las distintas agencias de viajes y turismo que se encuentran en el Municipio Maneiro.

4.7.1. Alcaldía del municipio maneiro



MISIÓN

Transformar al Municipio Maneiro en un Municipio social, económico y ecológicamente sustentable, a través de la promoción del empleo productivo y la corresponsabilidad ciudadana en el ejercicio del gobierno Municipal.

VISIÓN

La consolidación de Maneiro como municipio productivo importante del Estado Nueva Esparta, a través del fortalecimiento de la vocación agroproductiva, desarrollando las potencialidades de diversificación de la actividad comercial y el impulso de procesos de gobierno a escala de la gente; así como las posibilidades de convertir las ventajas comparativas que ofrecen los recursos naturales en ventajas competitivas; con alto compromiso para el impulso del bienestar social de las y los ciudadanos, en el marco de una gestión local democrática, protagónica, participativa y de creciente autonomía, como expresión de un gobierno comunitario.

La Alcaldía del Municipio Maneiro elaboro el Plan de Gestión correspondiente al periodo 2001 – 2004, cuyo objetivo general responde a lo siguiente: “A partir del diagnostico análisis situacional de los ámbitos internos (Alcaldía) y externos (Municipio) formular un plan de gestión que basado en programas, proyectos y acciones a corto y mediano plazo, permitan optimizar

la gestión administrativa interna y a nivel del Municipio dar soluciones a los problemas básicos de la comunidad”.

En función de los objetivos específicos, 1) Identificar los aspectos que limitan la capacidad de respuesta de la gestión municipal; 2) Jerarquizar los principales problemas internos y externos de la Alcaldía y 3) Plantear soluciones a los problemas detectados mediante la formulación de programas, proyectos y acciones que, a corto y mediano plazo orienten la actuación de la Alcaldía a nivel municipal; se generaron los proyectos estratégicos que permiten cumplir la Visión y la Misión de la Alcaldía del Municipio Maneiro. Estos fueron divididos en PROYECTO ESTRATEGICO 1 el cual se encuentra dirigido al mejoramiento de las condiciones de trabajo y productividad (Nivel Interno) y PROYECTO ESTRATEGICO 2 que corresponde al mejoramiento de las condiciones de vida y participación comunitaria (Nivel Externo).

En función de los proyectos estratégicos de la Alcaldía ha gestionado la realización de los estudios correspondientes que generaron los proyectos para el mejoramiento de los servicios públicos, saneamiento ambiental, renovación urbano y de infraestructura.

Ingeniería Municipal: (Entidad federal Nueva Esparta Municipio Maneiro) Gasto de Inversión ejercicio fiscal 2005.

Ejecución de obras año 2005 primer trimestre (1/1/2005 Al 30/3/2005)

Vialidad: Aceras brocales calle libertad este los Robles Maneiro.

Contrato No: 05/2005

Fecha: 16/3/2005

Monto Contratado: 14.999.999,94

Empresa Contratista: C.C.M. Inversiones C.A

Fecha de Inicio: 23/4/2005

Fecha Terminación: 4/6/2005

Aceras prolongación Av. 4 de Mayo los Robles

Contrato No: 3/2005

Fecha: 3/3/2005

Monto Contratado: 149.999.960,30

Empresa Contratista: Inversiones Magon, C.A.

Fecha Inicio: 10/3/2005

Fecha Culminación: 7/4/2005

Acueductos y Cloacas: Obras Complementarias en culminación de constr. Tanque Australiano sector Polanco

Contrato No: 4/2005

Fecha: 8/3/2005

Monto Contratado: 69.969.983,60

Empresa Contratista: Proyectos y construcciones doble "O" C.A.

Fecha Inicio. 28/3/2005

Fecha Culminación: 28/4/2005

**Pavimentación de calles en el sector el potrero de Pampatar III
Etapa.**

Fecha: 11/3/2005

Monto Contratado. 5.699.999,87

Empresa Contratista: Arq. Rosa Virginia Villaroel

Fecha Inicio: 4/3/2005

Fecha Culminación: 28/4/2005

Ejecución de obras año 2005 segundo trimestre (1/4/2005 Al 30/6/2005).

Vialidad: Rehabilitación casco urbano Pampatar C/ José María Vargas y av. El Paseo II Etapa.

Contrato No: 08-2005

Fecha: 5/4/2005

Monto contratado: 169.999.940,25

Empresa contratista: Inversiones y Construcciones Judas C.A.

Fecha de Inicio: 6/4/2005

Fecha de Terminación: 20/5/2005

Canchas Deportivas, Plazas y Parques:

Rehabilitación parques infantiles en el municipio

Rehabilitación del parque infantil “Dámaso Villalba

Contrato No: 11-2005

Fecha: 16/5/2005

Monto Contratado: 24.999.999,88

Empresa Contratista: PROYECTOS A.S.F C.A.

Fecha de Inicio: 23/5/2005

Fecha de Culminación: 20/6/2005

Acueductos y cloacas:

Drenaje Calle la Marina Pampatar V Etapa

Contrato No: 14/2005

Fecha: 30/5/2005

Monto Contratado: 20.137.881,71

Empresa Contratista: Proyectos y construcciones Doble "O" C.A.

Refracciones fachadas y ornato de la C/Nueva Cádiz Pampatar.

Contrato No: 12/2005

Fecha: 23/5/2005

Monto Contratado: 24.999.946,05

Empresa Contratista: Construcciones ASTREA C.A

4.7.2. Corpotur corporación de turismo de estado nueva esparta



La Corporación de Turismo del Estado Nueva Esparta, Corpotur, es el órgano rector de la actividad turística, le corresponde el diseño de la política de desarrollo del sector, con base en la formulación y ejecución de programas que garanticen un equilibrio económico y social sustentable para toda la población y asegure la satisfacción de las necesidades de nuestros..visitantes.

Nos perfilamos como una organización técnica, con altos niveles de eficiencia y productividad con el propósito de consolidar al Estado Nueva Esparta como el mejor destino turístico del Caribe.

Tiene como Misión Institucional promover el Turismo como actividad económica básica del estado Nueva Esparta, a través de la definición y aplicación de políticas y procedimientos eficientes en materia turística, que permitan un desarrollo sustentable y aseguren la satisfacción de las necesidades y expectativas de la comunidad en general.

Base legal

Para cumplir con su Misión, la Ley de Reforma Parcial de Creación de la Corporación de Turismo del estado Nueva Esparta (CORPOTUR), de fecha 05 de septiembre del año 1996 de acuerdo a la Gaceta Oficial Número Extraordinario, le asigna las siguientes atribuciones:

1. Promover el desarrollo turístico del estado Nueva Esparta, mediante el aprovechamiento racional e integral de todos sus recursos naturales, históricos, arquitectónicos, de folklore y tradición.
2. Velar por la aplicación de la Ley de Turismo, su reglamento y demás normativas.
3. Promover y ayudar a desarrollar empresas locales, públicas, privadas o mixtas, que permitan el aprovechamiento adecuado de los recursos turísticos.
4. Celebrar convenios, previo cumplimiento de las correspondientes disposiciones legales, con institutos o empresas nacionales o

extranjeras, que tengan por objeto promover y desarrollar la actividad turística Estatal.

5. Llevar y mantener actualizado el Registro Turístico Estatal.
6. Administrar sus propios recursos, aquellos que les asigne el Estado, los que provengan de sus operaciones, de las donaciones y de los aportes que reciba.
7. Elaborar e implementar, de común acuerdo con las autoridades competentes mecanismos y procedimientos que permitan ajustar regular, fiscalizar y supervisar las actividades para la prestación de servicios turísticos en el estado Nueva Esparta, previo convenio con el Viceministerio de Turismo.
8. Estudiar la promoción de iniciativas, tanto del sector público como del sector privado, que propendan al desarrollo turístico del Estado.
9. Promover, organizar, regular y dirigir en el Estado, en el País y en el Exterior, ferias, exposiciones, festividades, congresos, convenciones y otros eventos de interés para la promoción del Estado.
10. Participar con el ente competente en cada caso, en la protección y conservación de los monumentos, lugares históricos, arqueológicos y demás sitios que sean declarados de interés turístico.

Adicionalmente, el Decreto con fuerza de Ley Orgánica de Turismo N° 1.534 de fecha 08 de noviembre del año 2001, asigna a los órganos estadales de turismo las siguientes atribuciones:

1. Impulsar la ejecución de sus planes, programas y proyectos turísticos conforme al Decreto Ley, sus Reglamentos y lineamientos de la política turística dictada por el Ministerio del ramo, en el Plan Estratégico de Turismo.
2. Asistir y asesorar en materia turística, a las entidades municipales ubicadas dentro de su jurisdicción.
3. Participar con los entes y organismos públicos o privados, nacionales o internacionales, en las actividades vinculadas directa o indirectamente al turismo regional.
4. Propiciar el establecimiento de centros de información y servicios turísticos.
5. Cooperar con el Ministerio del ramo en el desarrollo de los espacios turísticos, conforme a lo establecido en el Decreto Ley.
6. Incentivar y promover, en coordinación con los entes públicos o privados, a los pequeños y medianos inversionistas o prestadores de servicios en el área turística, así como a los organizadores de usuarios y consumidores turísticos.
7. Elaborar y mantener actualizadas las estadísticas de la oferta y la demanda turística en su territorio, con la cooperación de las autoridades municipales y del sector privado, en concordancia con los lineamientos dictados por el Ministerio del ramo en el Plan Nacional Estratégico de Turismo.

8. Elaborar, actualizar y publicar el Inventario de atractivos turísticos y el Catálogo Turístico Estatal.
9. Proteger la integridad del turista o usuario turístico y sus bienes, en sus regiones correspondientes, en coordinación con los órganos de seguridad ciudadana.
10. Las demás atribuidas por el Reglamento del Decreto Ley.

La Corporación de Turismo del estado Nueva Esparta como integrante del Sistema Turístico Nacional, tiene un papel fundamental en el desarrollo y consolidación de la actividad turística de la región, es por ello que con la finalidad de cumplir con su misión institucional y ejecutar las atribuciones que se le asignan en el marco jurídico existente realizó una serie de acciones enmarcadas dentro de tres ejes fundamentales: optimización del destino referida a la planificación y el mejoramiento de la calidad del servicio; promoción orientada a la definición de políticas y estrategias para dar a conocer las bondades turísticas del Estado, en el ámbito nacional e internacional; y por ultimo la sensibilización turística dirigida a incentivar en la comunidad el desarrollo de una cultura turística o cultura de servicios

Las actividades a ejecutar por la Corporación de Turismo del estado Nueva Esparta para el año 2004, estarán orientadas en tres ejes fundamentales Optimización del Destino, Promoción y Sensibilización y Capacitación guiadas por el siguiente Plan de Trabajo:

Optimización del destino

Elaboración de planes

Plan de Desarrollo Turístico Regional 2004 – 2008

Plan de Ordenamiento Territorial

Plan de desarrollo patrimonial

Ruta Fortificada

Ejecutar obras de restauración y puesta en valor Castillo San Carlos de Borromeo y otras intervenciones

Ruta Religiosa - Ruta Artesanal

Financiamiento a inversiones

Asistencia Técnica a los inversionistas

Apoyo a las Inversiones Turísticas

Captación de inversiones Turísticas

Financiamiento al pequeño empresario

Limpieza y Adecuación de Playas

Equipamiento y Señalización de Playas

Coordinación entre organismos competentes

Rescate y Reordenamiento de la Bahía del Tirano

Investigaciones Turísticas

Banco de datos turísticos

Estándares de Calidad

Asistencia Técnica a Promotores y prestadores de Servicios Turísticos

Registro Turístico Estatal

Atención de Quejas y reclamos de los servicios turísticos Fiscalización de los servicios Turísticos

Operativos Especiales

Promoción

Reforzamiento de la Imagen Institucional

Centros de Atención al turista

Campaña de Promoción Nacional

Participación en ferias turísticas nacionales e internacionales

Campaña Promoción Internacional

Ferias y Eventos Internacionales

Viajes de Familiarización

Campaña de Conciencia Turística

Publicaciones Impresas y Digitales para reforzar la plataforma de información turística del estado Nueva Esparta

Banco de Imágenes Fotográfico y Fílmico

Reforzamiento de la plataforma de Información Turística

Promoción de Eventos de Interés Turístico

Noches en el Castillo

Sensibilización y capacitación turística

Sensibilización Turística Municipal

Capacitación Turística - Ambiental y Formación de Microempresarios y Cooperativas

¡Que Bonito es mi Pueblo!

Capacitación Turística para prestadores de servicios

Capacitación Turística para prestadores de servicios OPC'S

Capacitación Turística para prestadores de servicios de Servicios Complementarios

CORPOTUR gestionó ante el Viceministerio de Turismo la reactivación del convenio suscrito con la extinta Corporación de Turismo de Venezuela (CORPOTURISMO), para la elaboración de instrumentos técnicos y teóricos necesarios para las intervenciones de rescate y conservación de las edificaciones y/o construcciones militares y religiosas declaradas Patrimonio Cultural de la Nación. Dicho convenio se aprobó por la cantidad de CIENTO CINCUENTA MILLONES DE BOLIVARES (Bs. 150.000.000,00). El Plan de Desarrollo Turístico Patrimonial que contempla proyectos como la ruta fortificada, Ruta religiosa y ruta artesanal. A continuación se detalla las actividades

Ruta fortificada

Con el objeto de crear un grupo interdisciplinario que pueda ejecutar, valorar, inspeccionar, coordinar, las actividades de restauración, conservación y mantenimiento de las fortificaciones ubicadas en la isla de Margarita se contrato a la especialista cubana en fortificaciones Licenciada (Msc.) Tamara Blanes para dictar un Curso - Taller denominado: Fortificaciones Hispanas en el Caribe, y en especial las de la isla de Margarita para su Conservación, Restauración y Puesta en Valor, dictado del 06 de octubre al 08 de noviembre del 2004 en la sede de FONDENE, los participantes fueron profesionales de diferentes áreas, tales como Arquitectos, Geógrafos, Historiadores, Licenciados en Turismo, Educadores, Especialistas en Museografía y Restauración de Obras de Arte, representantes de nueve

instituciones: Dirección de Obras Públicas del Estado, Dirección de Planificación y Desarrollo, Ministerio de Infraestructura, FONDENE, Viceministerio de Turismo, Universidad de Oriente Escuela de Hotelería y Turismo, Unidad Educativa Cristo del Buen Viaje, CORPOTUR y profesionales especialistas en el área.

El mismo se realizó con el objeto de capacitar un equipo multidisciplinario para elaborar una propuesta de alta calidad, donde se documente la historia de las fortificaciones de la Isla de Margarita, se propongan intervenciones y finalmente se elabore una ruta turística de las fortificaciones.

En tal sentido para ejecutar el producto del Curso - Taller se tramito ante el Viceministerio de Turismo los recursos para comenzar a realizar las intervenciones del Castillo de San Carlos de Borromeo en Pampatar, por la cantidad de OCHOCIENTOS MILLONES DE BOLIVARES (Bs. 800.000.000,00).

Limpieza y conservación de playas

Continuando con el “PROGRAMA LIMPIEZA Y CONSERVACIÓN DE PLAYAS”. Se ejecuto la II Etapa del proyecto, con recursos provenientes del ejecutivo regional, generando mil empleos directos y recolectando 2.000 toneladas de desechos sólidos.

Para el mes de noviembre se comenzó la III Etapa del mismo, con una generación de empleo de 810 personas y recolectando 600 toneladas de basura.

Ruta de la empanada

Una de las metas de la Corporación de Turismo del estado Nueva Esparta, es la diversificar la oferta de servicios que se ofrecen en la región es por ello que se diseñó el proyecto denominado La Ruta de la Empanada, el cual tiene como objetivo principal integrar a la comunidad a los beneficios económicos que genera la actividad turística. En tal sentido, se gestionaron los recursos ante el Viceministerio de Turismo para concretar dicho proyecto.

Inspección y fiscalización

Con el propósito de mejorar la calidad en la prestación de los servicios turísticos y dar cumplimiento al convenio firmado con el Viceministerio de Turismo (antes Corporación de Turismo de Venezuela), se aplicó un Plan de Fiscalización y Control, en el cual se obtuvo los siguientes resultados:

117 Inspecciones a Establecimientos de Alojamientos Turísticos.

62 Citaciones entregadas.

20 Notificaciones entregadas

12 Orden de Reparación emitidas

36 Quejas y Reclamos consignadas por mala prestación de servicios.

12 Operativos a empresas de Transporte Turísticos, Guías y Conductores de

Turismo

22 Inspecciones de Transporte Turístico y Terrestre.

07 Inspecciones a empresas de Agencias de Viajes

03 Inspecciones realizadas a empresas de Alimentos y Bebidas.

65 Procedimientos Administrativos entregados del Viceministerio de Turismo.

promoción del destino

Para el año 2003 y 2004 CORPOTUR como ente rector de la actividad turística continuó con la proyección de la marca turística Margarita La Sonrisa del Caribe dentro y fuera del país. En ese sentido, las acciones desarrolladas se han enfocado en:

- Apoyar y participar en gestiones y actividades de promoción y mercadeo a nivel nacional e internacional.
- Brindar información y atención turística a los diversos públicos de la Corporación: empresarios, turistas, visitantes, público en general, entre otros.
- Promocionar y difundir los atractivos y productos turísticos del estado Nueva Esparta, por medio de la marca *Margarita La Sonrisa del Caribe*, en diferentes productos comunicacionales.

4.7.3. Cámara de turismo del estado nueva esparta



La Cámara de Turismo del Estado Nueva Esparta, es una organización líder de la iniciativa privada y en general de la comunidad turística regional, que desarrolla proyectos con el propósito de consolidar las islas de Margarita y Coche en el marco del mercado nacional e internacional.

La Cámara de Turismo fue constituida el 10 de Marzo de 1978.

Visión

Nuestra organización dirige esfuerzos en pro del mejoramiento de los procesos productivos del sector, impulsando convenios interinstitucionales que conduzcan a la elevación de los niveles de competitividad, lo cual se sustenta en el diseño de una estructura organizativa, facilitadora de la participación, en el desarrollo permanente de procesos de investigación científica y técnica que impulsen el fortalecimiento del recurso humano.

La Cámara de Turismo ha concretado líneas de acción de divulgación de los proyectos y acciones que se emprenden a los fines de proyectar su imagen institucional y la de nuestro destino turístico.

Misión

Promover el desarrollo y consolidación de las empresas privadas, asociaciones y gremios del sector turístico de la región y la defensa de sus intereses.

Mediante la prestación de servicios de información, capacitación, asesoría profesional y comercial, promueve la competitividad, calidad y excelencia de sus agremiados. Orientando sus actividades por el principio de ética en los negocios.

Como genuino representante del empresariado privado del turismo e interacción con otras instituciones de carácter gremial, lideriza la formulación de planes y proyectos, así como las relaciones con el sector público para gestionar la solución de los problemas que confrontan las empresas y asociaciones empresariales afiliadas.

Una clara conciencia social anima a sus miembros a promover al turismo como el sector estratégico de la economía regional, generar empleos y estimular mejoras en la calidad de vida de la comunidad receptora, todo en el marco de una visión integral que incluye la conservación del ambiente y la preservación del patrimonio histórico cultural.

Objetivos

- Organizar solidariamente a los empresarios turísticos.

- Rescatar y potenciar la imagen y credibilidad de la capacidad de acción de la Cámara de Turismo.
- Representar dignamente y servir de portavoz de nuestros afiliados, ante las autoridades nacionales y regionales que tienen a su cargo el diseño de las diferentes políticas que orientan el sector turismo.
- Defender y promover los intereses de las empresas de servicios turísticos.
- Elaborar proyectos para la sede de la cámara de turismo.
- Prestar asistencias a los afiliados que lo requieran y que no dispongan de una organización adecuada.
- Participar activamente en eventos, foros y comisiones de trabajo que se organicen para tratar problemas de la comunidad.
- Orientar y establecer lineamientos para la promoción comercialización y mercadeo de nuestro estado, con la participación de todos los sectores de la actividad turística.
- Abogar porque el desarrollo integrar del turismo se realice también en beneficio y bienestar de la comunidad neoespartana.
- Unificar a los empresarios, que trabajan apegados a la ley, haciendo de la cámara de turismo un frente común y medio eficaz para prevenir

y alertar cualquier desviación que pueda ir en perjuicio del Desarrollo Turístico del Estado Nueva Esparta.

- Mediar con honestidad, ante las situaciones que puedan presentarse dentro de la coexistencia de intereses contrapuestos entre nuestros miembros.

4.7.4. Fondo mixto estatal de promoción y capacitación para la participación turística del estado nueva esparta



Entre las funciones de este organismo se encuentran:

- ✓ Elaboración y ejecución de los planes de promoción y mercadeo turístico para la región.
- ✓ Fortalecer y mejorar la competitividad del sector turístico del respectivo estado.
- ✓ Contribuir a la formación teórica y práctica de los recursos humanos para el sector turístico del estado, de acuerdo con sus necesidades, evolución y desarrollo, en concordancia con los programas y recomendaciones de (INATUR) Fondo Mixto De Turismo Nueva Esparta.

Objetivo principal

Incrementar el turismo receptivo nacional e internacional, la identidad de los Fondos Mixtos Estadales Establecen dos pilares fundamentales: Capacitación y sensibilización turística y Promoción/ mercadeo.

Capacitación y sensibilización turística

En el ámbito de la capacitación se persigue por un lado, mejorar la actitud del anfitrión frente a la prestación del servicio, la conservación y puesta en uso del patrimonio cultural como parte integral del producto turístico. Y adicionalmente, a través de acciones formativas dirigidas al personal de contacto con el turista, se pretende incrementar las habilidades y competencias requeridas para competir efectivamente con base en la calidad del servicio.

Proyectos del año 2004

- Campaña de Sensibilización Turística
- Capacitación de los Prestadores de Servicios Turísticos y Comerciales.
- Creación de Secciones de Documentación Turística en la Red de Bibliotecas del Estado.

- Capacitación a Cooperativistas, Pequeños y Medianos Empresarios de TTT, TTA y Posaderos Para la Elaboración de Proyectos Turísticos.
- Campaña de Sensibilización ¡Qué Bonito es Mi Pueblo!

Promoción y mercadeo

En materia de promoción y mercadeo se estima llevar adelante las acciones que permitan obtener un sistema de información de mercado (inteligencia de mercado) que documente el desenvolvimiento de los mercados turísticos y la situación competitiva de los distintos productos que integran el portafolio turístico neoespartano. Por otro lado, se plantea incrementar el conocimiento de esos productos turísticos en la demanda nacional e internacional, tanto real como potencial.

El objeto final es incrementar el volumen de ventas y mejorar la presencia del producto en los canales de comercialización para ello, se tiene entonces:

- Elaboración de Plan de Marketing del Estado
- Creación de Base de Datos de Mercado
- Banco de Imágenes Fotográfico y Fílmico
- Creación Publicaciones Digitales (CD Interactivo)

- Web Integral de Margarita
- Producción de Material Promocional
- Organización de Fam/Press Trip
- Participación en Ferias y Eventos nacionales y locales
- Participación en Ferias y Eventos Turísticos Internacionales
- Campaña de Promoción Nacional
- Campaña de Promoción Internacional

4.7.5. Folletos de las distintas agencias de viajes del municipio maneiro

Las agencias de viaje sirven como intermediarios para que el turista elija un paquete turístico en los distintos establecimientos hoteleros que se encuentran en el estado, además realizan reservaciones y confirmación para vuelos Nacionales e Internacionales, excursiones- tour por los distintos atractivos de la Isla, paseos para la Isla de Coche, Jeep Safari, entre otros. Cada municipio cuenta con varias agencias de viajes, en este caso específicamente en el Municipio Maneiro cuenta con 09 agencias de viaje para el visitante.

Las agencias de viajes se encargan de la elaboración de paquetes turísticos, paseos y promociones en parques naturales y de diversión,

alimentos y bebidas, los hoteles eligen el tipo de paquete que desea que le elaboren para ofrecerlo al turista.

Los folletos realizados por las agencias de viajes son material de buena calidad y de gran colorido. El tamaño y diseño de las letras son los adecuados ya que permiten una buena lectura. En ellos, se presenta información precisa sobre las playas y atractivos culturales e históricos más importantes del estado. Entre algunos de los paquetes diseñados por las agencias de viaje del Municipio Maneiro están:

Excursiones – tour (jeep safari, paseos a caballo en Macanao, full day a la isla de coche, parque nacional la restinga, nado con delfines, caminata a la sierra, tour de compras, tour de la isla por los distintos atractivos culturales e históricos en la cual incluyen al municipio Maneiro en visitas al castillo San Carlos de Borromeo y las distintas iglesias del municipio, full day todo incluido en paseos a catamaranes a la isla de coche; meru meru, moon dancer, fiesta caribe y north star y paseos a la isla de Cubagua en (er` sunset) tour rumbero, playero, traslado a los hoteles en el autobús sabor tours.

Las mayoría de las agencias de viajes que se encuentran en el Municipio Maneiro tienen los mismos paquetes turísticos, lo que cambia son las fotos e imágenes que tiene cada folleto. Resulta útil mencionar que es poco el material escrito sobre la promoción turística, además se hace de manera general. Al parecer la falta de presupuesto en los organismos públicos para el desarrollo de la actividad turística del estado limitan los esfuerzos de comercialización y coordinación entre organismos públicos y privados.

4.7.6. Material promocional diseñado por la superestructura turística para dar a conocer el producto turístico del municipio maneiro

Los folletos son el material más utilizado por los organismos tanto públicos como privados para promocionar al estado Nueva Esparta, éstos contienen información sobre las principales características del destino, así como fotos e imágenes que sirven de elemento motivador para el turista.

Existen otros medios promocionales como la prensa, en donde se dan a conocer las ofertas de temporada alta como: 2 x 1 en entradas a parques de diversión como “diverland”, mitad de precio a “parque el agua”, “musipan”, paseos a atractivos naturales como “la restinga”, “Macanao” entre otros y ofertas en paquetes turísticos que ofrecen los distintos establecimientos hoteleros de la Isla. La radio, es otro medio informativo para la publicidad de los establecimientos recreacionales y de hospedaje en las temporadas altas, y la televisión en donde el oriente del país cuenta con un canal llamado telecaribe, en la cual se muestran los distintos atractivos naturales, culturales e históricos del estado Nueva Esparta en la temporada alta. Cabe resaltar que, ninguna de estas promociones va dirigida específicamente al Municipio Maneiro todas son a nivel del estado.

En cuanto a los folletos, éstos son distribuidos ampliamente en la temporada alta por promotores ubicados en los puntos estratégicos de la Isla como:

- En la entrada a Pampatar Municipio Maneiro
- Centro comercial Sambil Margarita

- Avenida 4 de Mayo y Santiago Mariño
- Terminal de ferry, punta de piedra
- Aeropuerto internacional Santiago Mariño.

La información contenida en estos folletos muestra promociones en paquetes turísticos, de tal manera que el turista los prefiera como lugar de hospedaje, entre algunos de ellos están:

- Lagunamar
- Hilton
- Marina Bay
- La Samanna
- Flamingo beach
- Hipocampus

Dichos folletos también, muestran promociones en alimentos y bebidas, discotecas y parques de diversión en los distintos municipios del estado, cuando la temporada alta pasa, éstos deben ser solicitados por el visitante en los puntos específicos de atención al turista o en las mismas organizaciones como CORPOTUR, organismo que promueve los atractivos de interés turístico del estado.

La información contenida en los folletos es dependiendo del atractivo y su interés turístico en el estado, los organismos como CORPOTUR, promocionan la Isla con folletos ilustrativos en donde muestran atractivos naturales, culturales e históricos, pero deja de lado aquellos que no son tan mencionados pero que, de igual forma tienen un valor turístico importante para el conocimiento del visitante.

Fortalezas y debilidades, amenazas y oportunidades presentes en el producto turístico del municipio maneiro.

4.8. Análisis dofa en los mecanismos de comercialización del producto turístico del municipio maneiro

Al considerar el análisis previo realizado en cada uno de los capítulos ya desarrollados donde se hizo la descripción general del Municipio Maneiro; el análisis del perfil del turista nacional e internacional que ingresó al municipio, la descripción de los atractivos turísticos y la planta turística presente en el municipio, se presenta a continuación las fortalezas y debilidades; oportunidades y amenazas presentes en el producto turístico del Municipio Maneiro.

El análisis DOFA aplicado a la situación actual del desarrollo de la actividad turística en el Municipio Maneiro permitió detectar los puntos fuertes y débiles del municipio como destino turístico, sus oportunidades y amenazas, esto permitió evaluar el entorno y el grado de competitividad del municipio con otros destinos en materia turística y finalmente se aplicó una ponderación, en donde se midió el impacto (alto, medio, bajo) de dichos factores.

Asimismo, los resultados del análisis DOFA junto a las acciones de comercialización del producto turístico presente en el Municipio Maneiro por los organismos públicos y entes privados vinculados directamente o indirectamente con la actividad turística, sustentan la propuesta final de formulación de estrategias de comercialización del producto turístico del Municipio Maneiro.

A continuación se presenta la matriz DOFA aplicada al Municipio Maneiro como destino turístico de la Isla de Margarita.

CUADRO 44

MATRIZ DOFA

FORTALEZAS

1. Gran diversidad del producto turístico presente en el Municipio Maneiro (costas, playas, una laguna, una cueva, iglesias, gastronomía y tradiciones culturales).

2. Posee una variedad de atractivos culturales y de esparcimiento tales como: monumentos que guardan gran importancia histórica (castillo, fortín, iglesia, entre otros), parque de diversión (Diverland), discotecas, tres centros comerciales, dulcería criolla, que representan una ventaja para el Municipio.

3. El Municipio Maneiro presenta una oferta de alojamiento diversificada, (hoteles, posadas, cabañas).

4. Los establecimientos de alojamiento poseen altos índices de servicios complementarios tales como: áreas verdes, playas y servicio de habitación.

5. Se destaca como una de las zonas

DEBILIDADES

1. Escasos módulos o centros de información turística.

2. Escasa promoción del producto turístico.

3. Incumplimiento de los organismos públicos, entes privados y residentes para la preservación del producto turístico del Municipio Maneiro.

4. Inexistencia de una dirección de turismo en la alcaldía del Municipio Maneiro.

5. Falta de sensibilización turística en la comunidad.

6. Deficiencia del transporte público.

7. Falta de incentivo para la realización de eventos culturales, deportivos, entre otros.

8. Algunas zonas verdes se han eliminado debido a las construcciones desenfrenadas y las pocas zonas verdes que existen no se destinan para la recreación.

9. En el municipio maneiro algunos

... Continúa

Continuación...

DE MAYOR DESARROLLO HABITACIONAL, POR CUANTO LAS URBANIZACIONES PRESENTAN BASTANTE, CONSERVACIÓN OFRECIENDO UN PAISAJE URBANO MUY PRESENTABLE.

6. PRESENTAN NUMEROSOS RESTAURANTES, CAFÉS, ENTRE OTROS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, LOS CUALES SE ENCUENTRAN BIEN DISTRIBUIDOS.

7. LA DECORACIÓN DE ESTOS ESTABLECIMIENTOS SON EN GRAN PARTE LA CLAVE DEL ÉXITO, SINTIÉNDOSE EL CLIENTE SATISFECHO, EL 79% DE ELLOS POSEE AMBIENTE MUSICAL Y EL 21% CUENTA CON TELEVISORES.

8. EL MAYOR PORCENTAJE DEL PERSONAL QUE LABORA EN EL ÁREA DE ALOJAMIENTO SON VENEZOLANOS.

... Continua

ESTABLECIMIENTOS DE A Y B NO CUENTA

CON MEDIDAS DE SEGURIDAD COMO: SALIDAS DE EMERGENCIA, VIGILANCIA EN LAS ENTRADAS DE LOS MISMOS Y ADEMÁS EL PERSONAL NO ESTÁN DEBIDAMENTE UNIFORMADOS.

10. NO TODO EL PERSONAL QUE LABORA EN LAS AGENCIAS DE VIAJE SON GRADUADOS EN TURISMO O CARRERAS A FIN.

Continuación...

OPORTUNIDADES

- 1.** El Municipio presenta zonas para el comercio, pesca, turismo y agricultura.
- 2.** Existencia de escenarios naturales declarados áreas bajo régimen de administración especial aptas para el desarrollo de naturaleza suave.
- 3.** Existencia de segmentos de mercados (español, colombiano, holandeses, brasileros entre otros) y los mercados nacionales (distrito capital, bolívar, Carabobo entre otros)
- 4.** En algunos hoteles las habitaciones se acondicionan a conveniencia del huésped.
- 5.** Los establecimientos de alojamiento ubicados en el Municipio Maneiro se encuentran cerca de las playas.
- 6.** Afluencia de turistas continuos en la zona.

AMENAZAS

- 1.** En algunas playas se observan vertidos urbanos e industriales directos, residuos de embarcaciones pesqueras y zonas arenosas sin servicios de limpieza que representa gran amenaza.
- 2.** Si se continúan construyendo edificaciones que rompen con el ambiente se va a ocasionar la desarmonía o ruptura de la originalidad del ambiente.
- 3.** Falta de voluntad de los entes gubernamentales para apoyar presupuestariamente el turismo en la zona.
- 4.** Competencia más cercana en cuanto al producto turístico es el Municipio Mariño.

Fuente: Elaboración Propia.

 Universidad de Oriente Núcleo Nueva Esparta Escuela de Hotelería y Turismo		Inventario de las Agencias de Viajes
Nombre: Aeropostal	Categoría: Facilidades	Tipo: Turismo emisor y receptor
Ubicación: Centro Comercial Sambil M N- 17		
Acceso: La accesibilidad se hace posible a través de la avenida Jóvito Villalba y la avenida Luisa Cáceres de Arismendi.		
Características principales: Es un punto único que tiene la línea aérea Aeropostal dentro del Centro Comercial Sambil. Los servicios que ofrece son: venta de boletería, reservaciones; chequeo y confirmación. Es una oficina muy pequeña que cuenta con dos empleados y el horario de trabajo es el mismo del centro comercial de 10.00 AM a 10.00 PM todos los días.		
		
Observaciones: Tiene mucha ventaja, debido a que no cuenta con competencia dentro del centro comercial.		

 Universidad de Oriente Núcleo Nueva Esparta Escuela de Hotelería y Turismo		Inventario de las Agencias de Viajes
Nombre: Centro de Atención al cliente Sambil	Categoría: Facilidades	Tipo: Agencia de viaje.
Ubicación: No está ubicado dentro del plano del centro comercial Sambil.		
Acceso: Av. Jóvito Villalba y la Av. Luisa Cáceres de Arismendi.		
Características principales: Es un centro de información turística que se encarga de vender paquetes turísticos hacia Canaima, los Roques, Coche, entre otros. Además ofrecen el servicio de alquiler de vehículos. Este punto pertenece a la agencia de viaje CITUR. Tiene dos empleados y el horario de trabajo es el del centro comercial Sambil.		
		
Observaciones: Sólo uno de los dos empleados es graduado en Turismo, el otro tiene experiencia por el tiempo de servicio laborado en turismo		

 <p>Universidad de Oriente Núcleo Nueva Esparta Escuela de Hotelería y Turismo</p>		<p>Inventario de las Agencias de viajes</p>
<p>Nombre: Turismo Maso Internacional, C. A</p>	<p>Categoría: Agencia de viajes Internacional</p>	<p>Tipo: Turismo Emisivo</p>
<p>Ubicación: Avenida Jovito Villalba cruce con Andolza Manrique. CC. Rattan Plaza.</p>		
<p>Acceso: Se llega en transporte público en unidades de in-bus que van hacia Pampatar, el cual están clasificados por rutas, por ejemplo; 3, 4, 5, 6, o en vehículo propio u otro tipo de transporte.</p>		
<p>Características principales: En lo que respecta al sistema automatizado tiene computadora, teléfono, sistema de fax, pelería, escritorios, sillas, aire acondicionado e instalaciones debidamente pintadas, etc. Se ofrecen en ventas paquetes turísticos estudiantiles y en general y también boletería nacional e internacional.</p>		
		
<p>Observaciones: Dentro del centro comercial Rattan Plaza no existe ningún tipo de centro de información que facilite planos con los diferentes comercios, sus respectivos nombres y funciones.</p>		

 Universidad de Oriente Núcleo Nueva Esparta Escuela de Hotelería y Turismo		Inventario de las Agencias de viajes
Nombre: Seiler travel	Categoría: Facilidades	Tipo: Agencia de viajes turismo receptivo
Ubicación: Centro Empresarial A. B. Mezzanina, local 53 frente a Printertape.		
Acceso: Es fácil de acceder, ya que varias líneas de autobuses llegan hasta allá, ya sea por la Av. Bolívar o por la Av. Andolza Manrique.		
Características principales: Es una agencia de viajes que ofrece la venta de paquetes turísticos y boleterías nacional e internacional, siendo el mayor porcentaje en ventas de boletos Nacionales. Tienen cuatro años laborando, cuenta con tres empleados y el horario es de lunes a viernes de 8:00 AM a 12:00 PM y de 2.00 AM a 6.00 PM y los sábado labora medio día. Trabaja en base a tarifas netas. Excursiones. Full Days: Canaima, Los Roques, Coche, jeep Safari. Reservaciones, Reconfirmaciones de vuelos nacionales e internacionales, Alquiler de vehículo, Cruceros, Tramitación y renovación de pasaporte y visa Americana y Canadiense, Emisión de boletos, Accesoría en general. Actúan como intermediarios, reparten panfletos, folletos a nivel de condominios, tienen su promoción en el periódico e Internet.		
		
Observaciones: La agencia no tiene identificación fuera del centro comercial, y el local está muy escondido		

 Universidad de Oriente Núcleo Nueva Esparta Escuela de Hotelería y Turismo		Inventario de las Agencias de viajes
Nombre: Turaser	Categoría: Facilidades	Tipo: Agencia de viaje mayorista
Ubicación: Centro Comercial A B. Nivel Mezzanina. Local 37 y en el C.C. Sambil Margarita		
Acceso: Se llega en autobús o carros particulares, ya sea por la Av. Bolívar o por la Av. Andolza Manrique		
Características principales: En una agencia de viaje mayorista que trabaja con las siguientes líneas aéreas: SASCA, AEROPOSTAL, ACERCA, LASER y RUTACA. El porcentaje de turismo Nacional es más elevado que el Internacional, tiene 8 empleados, con 4 departamentos (dirección, operaciones, administración y recepción) y su horario de trabajo es de 8.00 AM a 12.00 PM de lunes a viernes y de 8.00 a 12.00 los sábados.		
		
Observaciones: El local donde está ubicado se encuentra muy escondido y no tiene identificación.		

 <p>Universidad de Oriente Núcleo Nueva Esparta Escuela de Hotelería y Turismo</p>		Inventario de las Agencias de viajes
Nombre: Kaleidoscopio Tours	Categoría: Agencia de viajes y turismo	Tipo: Minoristas
Ubicación: Av. Andolza Manrique Hotel Marbellamar		
Acceso: Su accesibilidad es posible a través de la Av. Jóvito Villalba y por la Av. Bolívar		
<p>Características principales: En cuanto a sus servicios trabajan con T. T. T. (Transporte Turístico Terrestre) y V. T. (Viajes de Turismo). No son IATA, reservaciones y ventas boletería nacional y trabajan en conjunto con: Rental Car, Full days, Catafiesta, y los servicios son en función a las exigencias del cliente. En cuanto a los Full Days son hacia la Isla de Margarita, los Frailes, Canaima, Los Roques, y la Isla de Coche y Cubagua (viola y moon dancer); paseos a caballos, full day en el hotel Coche y Yaque Paradise la Boletería Internacional la realizan junto con Mazzochi, la promoción es a través de e-mail, cartas. Traslados aeropuerto y playas cercanas, diversidad de excursiones, buceo, submarinismo, estadía en Canaima, los Roques, el Delta</p> <p>La agencia de viajes pertenece al Hotel Marbellamar y comenzó presentando servicios a los clientes del Hotel y clientes corporativos.</p> <p>Servicios extras que ofrecen: envío de boletos sin necesidad de moverte de tu lugar de trabajo. Full Days a los hoteles, full days en chivas: Rumbero y Nocturno, discotecas, casinos, playa el agua Tienen una página Web Realizan conformaciones de vuelo y reservaciones.</p> <p>Horario de trabajo: Lunes a Viernes de 8.00 AM a 12.00 PM, 2:00pm a 6:00pm y los Sábados hasta la 1.00 PM. Realizan la publicidad interna, es decir, dentro del hotel y distribuyen folletos en panadería adyacentes.</p>		
		
<p>Observaciones: En conjunto con los prestadores de servicios TURASER y AEROTUY realizan los traslados, c/u tiene un productor de servicio, actúan como intermediarios, no tienen convenios con organismos públicos</p>		

<p>otros), parque de diversión (Diverland), discotecas, tres centros comerciales, dulcería criolla, que representan una ventaja para el Municipio.</p> <p>3. El Municipio Maneiro presenta una oferta de alojamiento diversificada, (hoteles, posadas, cabañas).</p> <p>4. Los establecimientos de alojamiento poseen altos índices de servicios complementarios tales como: áreas verdes, playas y servicio de habitación.</p> <p>5. Se destaca como una de</p>	X	X	X	<p>5. Falta de sensibilización turística en la comunidad.</p> <p>6. Deficiencia del transporte público.</p> <p>7. Falta de incentivo para la realización de eventos culturales, deportivos, entre otros.</p> <p>8. Algunas zonas verdes se han eliminado debido a las construcciones desenfrenadas y las pocas zonas verdes que existen no se destinan para la recreación.</p> <p>9. En el Municipio Maneiro algunos establecimientos de A y B no cuentan con medidas de seguridad como: salidas de emergencia, vigilancia en las</p>	X	X	
---	----------	----------	----------	--	----------	----------	--

<p>las zonas de mayor desarrollo habitacional, por cuanto las Urbanizaciones, presenta bastante, conservación ofreciendo un paisaje urbano muy presentable.</p> <p>6. Presentan numerosos restaurantes, cafés, entre otros establecimientos de alimentos y bebidas, los cuales se encuentran bien distribuidos.</p> <p>7. la decoración de estos establecimientos son en gran parte la clave del éxito, sintiéndose el cliente satisfecho.</p>	<p>X</p>		<p>X</p>	<p>entradas de los mismos y además el personal no está debidamente uniformado.</p> <p>10. No todo el personal que labora en las agencias de viaje son graduados en turismo o carreras a fin.</p>			
--	-----------------	--	-----------------	--	--	--	--

<p>8. El mayor porcentaje del personal que labora en el área de alojamiento son venezolanos.</p>							
---	--	--	--	--	--	--	--

Continúa...

...continuación

OPORTUNIDADES	IMPACTO			AMENAZAS	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO		ALTO	MEDIO	BAJO
<p>1. El Municipio presenta zonas para el comercio, pesca, turismo y agricultura.</p> <p>2. Existencia de escenarios naturales declarados áreas bajo régimen de administración especial aptas para el desarrollo de naturaleza suave.</p> <p>3. existencia de segmentos de mercados (español, colombiano, holandeses, brasileros entre otros) y los mercados nacionales (distrito capital, bolívar, Carabobo entre otros)</p> <p>4. Las habitaciones en algunos hoteles se acondicionan a conveniencia del</p>	X	X	X	<p>1. En algunas playas se observan vertidos urbanos e industriales directos, residuos de embarcaciones pesqueras y zonas arenosas sin servicios de limpieza que representa gran amenaza.</p> <p>2. Si se continúan construyendo edificaciones que rompen con el ambiente se va a ocasionar la desarmonia o ruptura de la originalidad del ambiente.</p> <p>3. Falta de voluntad de los entes gubernamentales para apoyar</p>	X	X	X

<p>huésped.</p> <p>5. Los establecimientos de alojamiento ubicados en el Municipio Maneiro se encuentran cerca de las playas.</p> <p>6. Afluencia de turistas en la zona.</p>		X		<p>presupuestariamente el turismo en la zona.</p> <p>4. Competencia más cercana en cuanto al producto turístico es el Municipio Mariño.</p>			
---	--	----------	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

4.8.1. Resumen del análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta el municipio maneiro.

Una vez realizado el análisis DOFA a la situación objeto de estudio se pudo determinar que los factores internos y externos más relacionados con la escasa comercialización del producto turístico presente en el Municipio Maneiro son:

Dentro de los factores internos están:

Fortalezas

- Gran diversidad del producto turístico presente en el Municipio Maneiro (costas, playas, una laguna, una cueva, iglesias, gastronomía y tradiciones culturales).

- Posee una variedad de atractivos culturales y de Esparcimiento tales como: monumentos que guardan gran importancia histórica (castillo, fortín, iglesia, entre otros), parque de diversión (Diverland), discotecas, tres centros comerciales, dulcería criolla, que representan una ventaja para el Municipio.
- El Municipio Maneiro presenta una oferta de alojamiento diversificada, (hoteles, posadas, cabañas).
- Presentan numerosos restaurantes, cafés, entre otros establecimientos de alimentos y bebidas, los cuales se encuentran bien distribuidos.

Debilidades

- Escasos módulos o centros de información turística.
- Escasa promoción del producto turístico.
- Inexistencia de una dirección de turismo en la alcaldía del Municipio Maneiro.
- Falta de sensibilización turística en la comunidad.
- Deficiencia del transporte público.

En lo que respecta a los factores externos se encontraron las siguientes oportunidades y amenazas:

Oportunidades

- El Municipio presenta zonas para el comercio, pesca, turismo y agricultura.
- Afluencia de turistas continuos en la zona.

Amenazas

- En algunas playas se observan vertidos urbanos e industriales directos, residuos de embarcaciones pesqueras y zonas arenosas sin servicios de limpieza que representa gran amenaza.
- Falta de voluntad de los entes gubernamentales para apoyar presupuestariamente el turismo en la zona.

Estrategias de comercialización del producto turístico presente en el municipio maneiro

4.9. Comercialización del producto turístico presente en el municipio maneiro

El conocimiento de muchos de los atractivos que conforman el producto turístico del Municipio Maneiro, es escaso ésto en virtud de una débil promoción y una baja participación en los canales de comercialización, cuya utilización efectiva y eficiente, actualmente se constituye en una condición necesaria para competir con otros destinos. Tal desconocimiento es motivado por diferentes aspectos, los más relevantes son:

- Inexistencia de un plan de políticas de comercialización del producto turístico del Municipio Maneiro.
- Inexistencia de objetivos comunes entre organismos públicos y entes privados.
- Inexistencia de una dirección de turismo en la alcaldía del Municipio Maneiro.
- Inexistencia de módulos de información turística en el Municipio Maneiro.

Como se puede observar, existen problemas en el Municipio que restringen el desarrollo de la actividad turística y uno de éstos es la falta de comercialización del producto turístico por parte de los entes privados, como elementos vinculados a la gestión de la actividad turística y los que influyen significativamente en la afluencia de turistas.

Es importante reseñar además que, la situación actual del área de estudio posee condiciones desde el punto de vista turístico económico y social, a objeto que se logren establecer estrategias de comercialización del producto turístico del Municipio Maneiro.

En base a lo señalado y conociendo la situación general que presenta el Municipio como los elementos que conforman el producto turístico, el perfil de turista que lo visita, así como aquellos programas y proyectos ejecutados

por organismos públicos y entes privados del Municipio, la propuesta concreta de comercialización turística apunta a:

- Estrategias de producto.
- Estrategias organizacionales.
- Estrategias de mercado Nacional.
- Estrategias de mercado Internacional.

Estrategias de comercialización del producto turístico presente en el municipio maneiro, estado nueva esparta

Cuadro 46

4.9.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO			
Objetivo	Acción	Producto Esperado	Responsables
Posicionar los atractivos turísticos del Municipio Maneiro en el mercado Nacional e Internacional.	-Incluir dentro de los recorridos turísticos los atractivos turísticos del Municipio Maneiro.	Atractivos posicionados en el mercado Nacional e Internacional.	-Empresa Privada
	-Organizar paquetes turísticos que incluyan visitas dirigidas al casco histórico de Pampatar, (Castillo San Carlos Borromeo, iglesia Cristo del Buen Viaje, FONDENE, Casa de la...Cultura, Bahía de Pampatar).		-Empresa Privada
	-Motivar al turista a participar en las manifestaciones culturales y folklóricas tales como (festividad del cristo del buen viaje de Pampatar, festividad a San Antonio de Pauda, fiesta de navidad).		-CORPOTUR, -Fondo Mixto.

Continúa...

<p>Promocionar de manera intensiva el Municipio Maneiro.</p>	<p>-Promocionar y vender el producto turístico del Municipio Maneiro en destinos Nacionales e Internacionales, a través de agencias de viajes y turismo y operadores de turismo.</p> <p>-Ofertar el producto a través de los medios de comunicación social: prensa, radio, televisión y revistas especializadas.</p> <p>Elaborar un plan de promoción y desarrollo turístico para el Municipio Maneiro.</p>	<p>Comercialización del producto turístico presente en el Municipio Maneiro.</p>	<p>-Empresa Privada.</p> <p>- CORPOTUR.</p> <p>-Medios de Comunicación.</p> <p>-Alcaldía del Municipio Maneiro</p>
<p>Incrementar la participación del Municipio en actividades económicas, relacionadas directas e indirectamente con el turismo, comercio, pesca y agricultura</p>	<p>-Programa de sensibilización y capacitación dirigidas a la comunidad.</p> <p>-Incentivo para la ejecución de microempresas turísticas.</p>	<p>Lograr que las principales actividades económicas en el municipio sean el turismo, la pesca, la agricultura y el comercio.</p>	<p>- Fondo Mixto.</p> <p>-Alcaldía del municipio.</p> <p>-Empresarios.</p>

...continuación

Cuadro 47

4.9.2. ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES			
4.9.2.1. Para los Entes Públicos			
Objetivo	Acción	Producto Esperado	Responsable
Rescate y mantenimiento de las áreas públicas, atractivos naturales, culturales y recreativos.	<p>-Acometer campañas para el rescate de áreas públicas, culturales y recreativas (jornada de limpieza de las playas, parques, áreas verdes), de forma coordinada con empresarios, organismos públicos y comunidad; mediante la aplicación de incentivos.</p> <p>-Acometer programas de arborización y mantenimiento ornamental con la participación conjunta de la comunidad.</p> <p>-Programar campañas de sensibilización a la comunidad para la conservación urbana y ambiental</p>	Áreas públicas, atractivos naturales, culturales y recreativos puestos en valor para la actividad turística.	<p>-Cámara Municipal, oficina de Servicios Públicos, Dirección de Desarrollo Social.</p> <p>-Alcaldía del Municipio Maneiro).</p> <p>-Empresarios.</p> <p>-Ministerio del ambiente de los recursos naturales renovables (MARNR).</p>

<p>Optimización del transporte colectivo interurbano.</p>	<p>Gestionar con los organismos competentes en la materia, transportistas y comunidades, la ampliación de rutas, ubicación, construcción y señalización de paradas y programación de horarios.</p>	<p>Aumento del grado de aceptación de la comunidad receptora y visitante, en cuanto al servicio de transporte colectivo interurbano.</p>	<p>-Dirección de Planificación y Presupuesto (Alcaldía del Municipio Maneiro). -Ministerio de Infraestructura (MINFRA). -Líneas de transporte, comunidad y FONTUR.</p>
<p>Creación de la Dirección de Turismo en la Alcaldía del Municipio Maneiro.</p>	<p>Gestionar con los entes encargados de financiamiento, recursos; para la creación de la Dirección de Turismo en la Alcaldía del Municipio Maneiro.</p>	<p>Coordinación y control del área turística en el Municipio Maneiro.</p>	<p>-Alcaldía del Municipio. -Gobernación del estado Nueva Esparta.</p>
<p>Creación de módulos de información turística.</p>	<p>Gestionar con los entes encargados de financiamiento recursos para la creación de módulos de información turística.</p>	<p>Mejorar la calidad del servicio turístico.</p>	<p>-Alcaldía del Municipio -CORPOTUR. -Empresarios.</p>

<p>Capacitar en materia turística a la comunidad y a los prestadores de servicio.</p>	<p>-Realizar actividades educativas que faciliten el conocimiento y conservación de los espacios que permiten el desarrollo turístico.</p> <p>-Establecer convenios con instituciones educativas para ofrecer cursos y talleres, por ejemplo, Inceturismo.</p>	<p>Mayor número de personal calificado y capacitado en la actividad turística y comunidad.</p>	<p>-Asociación de vecinos</p> <p>-Alcaldía del Municipio.</p> <p>-Fondo Mixto.</p>
---	--	--	--

Continúa...

...continuación

4.9.2.2. Para los Entes Privados			
Meta	Acciones	Producto Esperado	Responsables
Mejorar la calidad del servicio de los establecimientos de la planta turística.	<p>-Capacitar a los prestadores de servicio turístico sobre la importancia de mantener un alto grado de calidad en los servicios que se ofrecen en los establecimientos.</p> <p>-Diseñar y ejecutar programas sobre gestión de calidad en las pequeñas y medianas empresas.</p> <p>-Restaurar la estructura física de los establecimientos hoteleros y de A y B.</p>	Optimizar la calidad del servicio de la planta turística.	<p>- Fondo Mixto</p> <p>-Empresas privadas.</p>

Continúa...

... continuación

Cuadro 48

4.9.4. Estrategias de Segmento:		Mercado Nacional	
Meta	Acciones	Producto Esperado	Responsables
-Fortalecer los mercados primarios (Dto. Capital, Ciudad Bolívar, Anzoátegui y Sucre). -Penetrar los mercados secundarios (Mérida, Táchira y Aragua).	-Ofertar paquetes turísticos a precios accesibles. -Crear campañas de promoción que den a conocer el destino frente a otros. -Establecer alianzas entre agencias de viajes y turismo y hoteles.	Lograr el fortalecimiento de los mercados primarios y secundarios que visitan el Municipio Maneiro.	-Empresas privadas. -CORPOTUR

Continúa...

... continuación

4.9.4. Estrategias de Segmento: Mercado Internacional			
Meta	Acciones	Producto Esperado	Responsables
<p>-Mantener los mercados primarios (España y Brasil), así como influir en los mercados secundarios (Francia y Holanda).</p> <p>-Mantener el segmento comprendido entre 45-65 años en adelante.</p>	<p>-Realización de convenios con empresas y organizaciones turísticas, para aumentar los flujos turísticos.</p> <p>-Organización de eventos culturales donde el turista se sienta identificado dentro del municipio.</p> <p>-Ofrecer un mejor servicio en los establecimientos hoteleros y de restauración.</p> <p>-Ofrecer paquetes de viaje, con condiciones atractivas al turista.</p>	<p>Mantener el flujo constante de turistas internacionales en el Municipio Maneiro.</p>	<p>-Empresa privada.</p> <p>-CORPOTUR.</p> <p>-Alcaldía del Municipio.</p>

Fuente: Elaboración Propia.

CONCLUSIONES

Tomando en cuenta los resultados de la situación actual del producto turístico; la caracterización y análisis del perfil de la demanda turística Nacional e Internacional que visitó el Municipio Maneiro, la indagación en la opinión de los representantes de los organismos públicos y entes privados acerca de los programas y proyectos del producto turístico que se llevan a cabo en el municipio y el análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del producto turístico, y luego de haber propuesto una serie de estrategias que permitan la comercialización del producto turístico del Municipio Maneiro, se concluye:

- Los atractivos naturales, forman parte del producto turístico y se ubican dentro de las preferencias de los turistas Nacionales e Internacionales.
- En cuanto a la planta turística, los establecimientos hoteleros en su mayoría, cumplen con las condiciones para ofrecer el alojamiento acorde a los requerimientos del visitante, por tanto turistas Nacionales e Internacionales lo prefieren como los establecimientos para hospedarse: 47% y 33% respectivamente.
- Los segmentos de mercado Nacional que más visitaron el Municipio Maneiro provienen del Distrito Capital y Ciudad Bolívar.
- Los segmentos del mercado Internacional que más visitaron el Municipio Maneiro provienen de Brasil y España.

- La demanda Nacional del Municipio esta representada por turistas del sexo femenino (77,5%) con una edad que oscila entre 25 y 64 años de edad. El 45% son casados.
- La demanda Internacional del Municipio está representada en un 55,56% por personas del sexo masculino con una edad que oscila entre 45 y 64 años. El 77% son solteros.
- La superestructura turística del Estado carecen de planes de comercialización para el Municipio Maneiro.
- La alcaldía del Municipio Maneiro no posee una Dirección de turismo lo que impide el buen desenvolvimiento de la actividad turística.
- El Fondo Mixto del estado Nueva Esparta y CORPOTUR son unos de los organismos que están mejor enfocados hacia la búsqueda del desarrollo de la actividad turística del Estado, pero deben incluir al Municipio Maneiro en planes de promoción y comercialización.
- En cuanto a la preparación y distribución del material promocional es insuficiente, además que solo pueden obtenerse en el Estado y principales avenidas del Municipio sólo en temporada alta.
- Las estrategias seleccionadas para la comercialización del producto turístico del Municipio Maneiro fueron:
 - Estrategias de producto

- Estrategias Organizacionales: para los organismos públicos y entes privados
- Estrategias de Mercado Nacional e Internacional.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se formulan a continuación tienen por finalidad específica servir de apoyo para futuras investigaciones relacionadas con la comercialización del producto turístico del Municipio Maneiro:

- Que los organismos gestores de la actividad turística en el Municipio Maneiro se comprometan realmente y ejecuten acciones enfocadas hacia el desarrollo integral del mismo.
- Que las agencias de viajes y turismo Promocionen y vendan el producto turístico del Municipio Maneiro en los destinos Nacionales e Internacionales.
- Que el Fondo Mixto Estatal de Promoción y Capacitación para la Participación Turística del Estado Nueva Esparta en coordinación con la Alcaldía del Municipio realicen Programa de sensibilización y capacitación dirigidas a la comunidad del Municipio Maneiro.
- Que exista una cooperación entre organismos públicos y entes privados, para el óptimo desenvolvimiento de programas, proyectos y planes de carácter turístico del Municipio Maneiro.

- Hacer respetar las reglas y estatutos urbanos existentes, para evitar el deterioro del paisaje.
- Involucrar a la comunidad en las actividades de mejoramiento del municipio.
- Saneamiento ambiental de de playas y otros lugares naturales, para luego establecer reglas estrictas de uso, que favorezcan la conservación de los mismos.
- Atraer inversiones foráneas, que puedan ayudar a implementar modelos turísticos más eficientes en el sector.
- Crear un plan de promoción y desarrollo turístico para la alcaldía del Municipio Maneiro.
- Crear la dirección de turismo en la alcaldía del Municipio Maneiro.
- Crear módulos de información turística para el Municipio Maneiro.
- Elaborar junto con el personal de la Universidad de Oriente, y otras personas con experiencia turística, un modelo de desarrollo turístico que se adecue a las características únicas del municipio, esto es, para romper con ese antiguo paradigma del crecimiento hotelero descontrolado.
- En general, llevar a cabo todos aquellos planes que involucren mejoras para el municipio.

REFERENCIAS

Acerenza, Miguel Ángel. (1993). **Promoción Turística.** México: Editorial Trillas, 2a reimpresión.

_____ (1998). **Administración del Turismo. Planificación y Dirección.** México: Editorial Trillas, 4ª reimpresión.

Boullon, Roberto. (1990). **Planificación del Espacio Turístico.** México: Editorial Trillas, 2ª Edición.

Cárdenas Tabares, Fabio. (1998). **Producto Turístico: Aplicación de la Estadística y el Muestreo para su Diseño.** México: Editorial Trillas, 2ª Edición, reimpresión.

_____ (1999). **Mercadotecnia y Productividad Turística.** México: Editorial Trillas. 2ª Reimpresión.

_____ (1988). **Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis del Mercado.** México: Editorial Trillas 2ª reimpresión.

Fidias, Arias. (1997). **El proyecto de Investigación.** Caracas: Editorial Episteme.

Flores Sedek, Miguel. (2000). **Introducción a la Teoría y Técnica de Turismo.** Editorial Vadell Hermanos, Valencia: Venezuela.

Hurtado de B, Jackeline (1998). **Metodología de la Investigación Holística.**
Caracas: Editorial SYPAL. 2ª Edición.

Kotler, Phillip. (1977). **Mercadotecnia. Análisis, Planeación y Control.**
México. .2ª Edición. 5ta impresión agosto.

Tamayo & Tamayo. (2001). **El Proceso de la Investigación Científica.**
México: Editorial Limusa.

Trabajos de Grado

Figueroa, Veruska. (2001). Trabajo de Grado: **Estrategias de Comercialización para el Aprovechamiento del Producto Turístico presente en el Municipio Arismendi del Estado Sucre.**

Lunar, Karina y Rosanys PERALTA. (1998) Trabajo de Grado: **Factibilidad De Aprovechamiento Turístico del Castillo San Carlos Borromeo.**

La Cruz Uga, Gladis. (2001). Trabajo de Grado: **Ruta Integrada en los Municipios Mariño, Maneiro y Antolín del Campo.**

Salazar, Yessika. (2002). Trabajo de Grado: **Estrategias de Comercialización Del Producto Artesanal.**

Sandoval, Carmen. (1994). Trabajo de Grado: **Modelo de Comercialización Turística: Un enfoque sistemático de distribución para el destino Sucre En el contexto internacional.**

Planes

CORPOTUR, (2002). **Dirección de Políticas Turísticas.**

DESPACHO DEL VICEMINISTERIO DE TURISMO, PRODUCCIÓN Y COMERCIO, (2003-2007) **“Plan Estratégico Nacional de Turismo”.**

Balán – Rivero – Fermín. (2001-2004). **Plan de Gestión Maneiro.**



**Universidad de Oriente
Núcleo Nueva Esparta
Escuela de Hotelería y Turismo
Guatamare**

ANEXOS

ENCUESTA

Este instrumento de recolección de datos da cumplimiento al segundo objetivo específico, referido a caracterizar el perfil de la demanda Nacional e Internacional en el municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta.

FECHA: ____/____/____

Responda y marque con una x la respuesta seleccionada.

Edad:

- 1) 0 - 14 años _____
- 2) 15 - 24 años _____
- 3) 25 - 44 años _____
- 4) 45 - 64 años _____
- 5) 65 y más años _____

Nivel Educativo:

- 1) Sin Estudios _____
- 2) Educación Pre-escolar _____
- 3) Estudios Primarios _____
- 4) Estudios Secundarios (primer ciclo) _____
- 5) Estudios secundarios (segundo ciclo) _____
- 6) Estudios Universitarios de grado medio _____
- 7) Estudios Universitarios Superiores _____

Sexo: M ____ F ____

Estado Civil: Casado _____ Divorciado _____
 Soltero _____ Pareja _____
 Separado _____

Nacionalidad: _____

Residencia: _____

Situación en relación a la actividad económica:**1) Activos**

- 1.1. Ocupados _____
- 1.2. Parados _____

2) Inactivos

- 2.1. Estudiantes _____
- 2.2. Sus labores _____
- 2.3. Jubilados, retirados _____
- 2.4. Voluntarios _____

2.5. Incapacitados _____

2.6. Otras situaciones _____

3. Población contada aparte

Ocupación profesional

- 1) Dirección de las empresas y de las administraciones públicas _____
- 2) Técnicos y profesionales científicos e intelectuales _____
- 3) Técnicos y profesionales de apoyo _____
- 4) Empleados de tipos administrativos _____
- 5) Trabajadores de los servicios de restauración, personales y del comercio _____
- 6) Trabajadores cualificados de la agricultura y pesca _____
- 7) Artesanos y trabajadores cualificados de industrias manufactureras, construcción y minerías _____
- 8) Operadores y montadores de instalaciones y maquinarias _____
- 9) Trabajadores no cualificados _____
- 10) Fuerzas Armadas _____

Moneda: Bolívar _____ Dólar _____ Euro _____

Respecto al viaje

▪ Propósito o motivo de la visita:

- 1) Ocio, recreo y vacaciones _____
- 2) Visita de parientes y amigos _____
- 3) Negocios y motivos profesionales _____
- 4) Tratamientos de salud _____
- 5) Religión y peregrinaciones _____
- 6) Otros motivos _____

▪ Forma de compra u organización del viaje:

1. Reservas Directas

- 1.1. Solo alojamiento _____
 1.2. Solo transporte _____
 1.3. Alojamiento y transporte _____

2. Reservas a través de agencias

- 2.1. Paquete turístico _____
 2.2. Solo alojamiento _____
 2.3. Solo transporte _____
 2.4. Otros _____

3. Sin reservas de ningún tipo _____

Primera Visita:

Si _____ No _____

Medio de transporte:

- Aéreos.** Vuelo regular _____
 Vuelo charter _____
 Otros servicios aéreos _____

Líneas Marítimas. De pasajeros

- Y ferrys _____
 Cruceros _____

Ferrocarril

- Vehículos públicos.** Autobús regular _____
 Autobús discrecional _____
Vehículos privados. Coche propio _____
 Coche de alquiler _____

Duración de la estancia:

1. 0 noches _____
2. 1 a 3 noches _____
3. 4 a 7 noches _____
4. 8 a 28 noches _____
5. 29 a 91 noches _____
6. 92 a 365 noches _____

Tipo de destino:

1. Áreas Urbanas _____
2. Estaciones balnearias, termales o de cura _____
3. Estaciones de ski y montañas _____
4. Playa y costa _____
5. Áreas de montañas _____
6. Cruceros _____

Gasto turístico (por categoría):

- 1) Viajes combinados (paquetes turísticas) _____
- 2) Alojamiento _____
- 3) Comida y bebidas _____
- 4) Transporte _____
- 5) Ocio, cultura y actividades deportivas _____
- 6) Compras _____
- 7) Otros _____

Actividades realizadas durante la visita:

1. Actividades profesionales y de negocios _____
2. Actividades personales _____
 - 2.1. Descanso, comer y beber _____
 - 2.2. Compras y servicios personales _____
 - 2.3. Asistencias a espectáculos deportivos _____
 - 2.4. Ejercicio físico y práctica deportiva _____
 - 2.5. Estudio y asistencia a actividades _____

Organizadas	_____
2.6. Actividades culturales y recreativa	_____
2.7. Actividades artísticas, hobbies, juegos	_____
2.8. Visitas a parientes y amigos	_____
2.9. Tratamiento de salud voluntarios	_____
2.10. Actividades religiosas	_____
2.11. Otra, sin especificar	_____



Universidad de Oriente
Núcleo Nueva Esparta
Escuela de Hotelería y Turismo
Guatamare

Guía de Entrevista

La siguiente entrevista ha sido estructurada para analizar la opinión de los representantes de organismos públicos en cuanto a los programas y proyectos del producto turístico en el Municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta, específicamente la alcaldía del Municipio Maneiro, y COPORTUR dando respuesta al objetivo específico No. 3 de la investigación.

Fecha: _____

Organismo: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Cargo: _____

- 1) ¿Cuáles son los programas y proyectos que este organismo posee, dirigidos al producto turístico del municipio Maneiro?

- 2) ¿Cuáles de estos programas y proyectos se están llevando a cabo, de no ser así por qué?

3) ¿Existen o existieron convenios y acciones con organismos públicos y privados para el desarrollo del producto turístico que presenta el municipio Maneiro?

4) ¿Poseen políticas de promoción?, de no ser así, ¿por qué?

5) ¿Aplican acciones de comercialización turística con investigación y sustentación de marketing?

6) ¿Cuánto del presupuesto asignado está dirigido al producto turístico en el municipio Maneiro?

7) ¿Cree Ud. que el producto turístico presente en el municipio ha sido aprovechado de la manera más idónea?



Universidad de oriente
Núcleo Nueva Esparta
Escuela de Hotelería y Turismo
Guatamare

Guía de Entrevista

La siguiente entrevista ha sido estructurada para analizar la opinión de los representantes de organismos privados, en cuanto a las acciones de comercialización del producto turístico presente en el Municipio Maneiro del Estado Nueva Esparta, específicamente Cámara de Turismo y los canales de distribución como: agencias de viaje y turismo dando respuesta al objetivo específico No. 3 de la investigación.

Fecha: _____

Organismo: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Cargo: _____

- 1) ¿Realizan investigación de mercadeo si es así como lo hacen y cada cuanto tiempo?

2) ¿Cuáles técnicas han utilizados para la comercialización del producto turístico tanto en temporada baja como en temporada alta?

3) ¿En el proceso del marketing cuales actividades podrían llevarse a cabo para incrementar el desarrollo del turismo y en que consiste cada una de ellas?

4) ¿Posen actualmente un plan integral de marketing, si es así, en que consiste?

5) ¿Cuáles son los principales métodos utilizados para fomentar la venta de un producto?

6) ¿A través de cuales canales de distribución se da a conocer el producto turístico del Municipio Maneiro?

7) ¿Cuántas rutas turísticas actuales ofrecen a nivel general en la Isla de Margarita y en que consiste cada una?

8) ¿En las rutas turísticas actuales ofrecidas en la Isla de Margarita incluyen al Municipio Maneiro?

9) ¿Cree Ud. ¿Que la comercialización del producto turístico presente en el Municipio Maneiro ayude al desarrollo de actividad turística?

Si____ No____ Porque ____

10) ¿Existen o existieron convenios con los organismos públicos para comercializar de manera conjunta e integral el producto turístico presentes en el Municipio Maneiro?



Universidad de oriente
Núcleo Nueva Esparta
Escuela de Hotelería y Turismo
Guatamare

GUIA DE OBSERVACION

	UNIVERSIDAD DE ORIENTE NÚCLEO NUEVA ESPARTA ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO
Atractivos Turísticos del Municipio Maneiro	
Categoría: Nombre: Ubicación: Acceso:	
Características Principales:	
Servicios:	
Situación Actual:	
FOTO	
Observaciones:	

Nombre de archivo: Br. Diosmari Marcano B.
Directorio: C:\Documents and Settings\UDO\Mis documentos\Tesis Juan Carlos
Plantilla: C:\Documents and Settings\UDO\Datos de programa\Microsoft\Plantillas\Normal.dot
Título:
Asunto:
Autor: Michelle
Palabras clave:
Comentarios:
Fecha de creación: 11/04/2008 11:19:00
Cambio número: 40
Guardado el: 14/04/2008 16:28:00
Guardado por: UDO
Tiempo de edición: 673 minutos
Impreso el: 14/04/2008 16:29:00
Última impresión completa
Número de páginas: 254
Número de palabras: 32.375 (aprox.)
Número de caracteres: 182.598 (aprox.)