

## La patrimonialización de la gastronomía venezolana como estrategia de desarrollo turístico

María Cristina Alcántara<sup>1</sup>, Omaira Longa Faría<sup>1</sup>, Bertha Rivas Alfonso<sup>1</sup>.

**Resumen:** En este estudio se desarrolla el concepto de *patrimonialización* aplicado a la gastronomía como un valor destacado dentro de la herencia cultural de Venezuela, para promover la identidad de los destinos turísticos, mediante la conformación de productos únicos, bajo la estructura de pequeñas y medianas empresas en un ambiente de sostenibilidad. Desde el punto de vista metodológico este estudio es de tipo exploratorio, dado los escasos antecedentes que se encontraron sobre el tema, constituyendo una indagación cualitativa, ya que da cuenta de los factores que influyen de manera determinante en la integración de la gastronomía como parte del patrimonio cultural del país. Venezuela debe retomar su oportunidad como destino turístico capitalizando la experiencia acumulada, y aplicando fórmulas viables que consideren las dimensiones sociales y económicas del país, ajustadas a sus ventajas competitivas reales, tales como unidades de negocios las cuales se perfilan hacia la formación de redes de servicios y rutas gastronómicas, teniendo como referencia la estrategia de aplicación de la *patrimonialización*. *An Venez Nutr 2004; 17(1): 18-24.*

**Palabras clave:** turismo cultural, gastronomía, culinaria venezolana, *patrimonialización*, sostenibilidad, estrategia de desarrollo turístico.

### The Venezuelan gastronomy patrimony as a strategy for development tourism

**Abstract:** This article develops the concept of patrimonialization to upgrade the gastronomy as a heritage cultural value to create new an interesting tourism product and rediscovery the cultural tourism in a wide range. Because of the scarce data related with the theme, this research is exploratory and its intention is to build a conceptual base, which support another studies in this field. Venezuela still has the chance to retake its position as tourism destiny applying the experience accrued, viable solutions which take in consideration the social and economic dimension and its real competitive advantage., such as the creation of small and medium business within a sustainability environment seeking a net services conformation to develop a gastronomic routes frame at the local, regional and national level. *An Venez Nutr 2004; 17(1): 18-24.*

**Keywords:** cultural tourism, gastronomy, Venezuelan culinary, patrimonialization, sustainability, tourism develop strategy.

#### Introducción

Existe un amplio rango de actividades que pueden estar incluidas dentro del turismo cultural. Esto lo ratifica Swarbrooke (1), cuando señala que son parte del patrimonio cultural elementos tangibles e intangibles tales como: monumentos y edificios históricos; lugares donde sucedieron hechos importantes como batallas; áreas geográficas tradicionales y asentamientos indígenas; lenguaje, literatura, música y arte; eventos tradicionales y folklore; y estilos de vidas tradicionales incluyendo alimentos, bebidas y deportes.

Desde esta perspectiva, este estudio se refiere a la

Gastronomía, la cual forma parte importante de las expresiones culturales de un país, como es reiterado por De Angeli y Gironella (2), quienes señalan que el conocimiento de las cocinas locales, regionales o nacionales es de gran interés para los turistas y forma parte relevante del disfrute físico y espiritual de la experiencia turística. En este sentido, el patrimonio cultural con relación a la identidad y al cambio es un elemento que debe ser considerado en términos de la competitividad turística de los países. Es por ello, que Drucker (3) señala que la cultura debe ser gestionada como cualquier otro fenómeno empresarial.

De esta manera, este estudio acomete la gastronomía venezolana como parte fundamental del destino, para la creación y actualización de rutas gastronómicas, y el establecimiento de pequeñas y medianas empresas bajo parámetros de sostenibilidad. La orientación que se presenta desarrolla el concepto de *patrimonialización*

---

<sup>1</sup>Gerencia de los Servicios Hoteleros y de la Alimentación Universidad Simón Bolívar. Solicitar copia a: María Cristina Alcántara. Msc. Gerencia de los Servicios Hoteleros y de la Alimentación. Universidad Simón Bolívar. E-mail: malcanta@usb.ve

como una forma alternativa para situar la herencia gastronómica nacional en el destacado lugar que le corresponde por la rica gama de productos y sabores que caracterizan a la cocina venezolana.

Este estudio se tipifica como exploratorio, dado los escasos antecedentes que se encontraron sobre el tema (4). El mismo se apoyó en la estrategia de investigación de diseño bibliográfico cuya fuente principal de datos estuvo constituida por documentos escritos, seleccionados de acuerdo con la pertinencia del tema. Esta estrategia permitió una mayor orientación acerca del problema, conocimientos de trabajos y hallazgos anteriores, entre otros (5). Asimismo, se reflejan criterios, conceptualizaciones y conclusiones acordes con el pensamiento de las autoras. Su intención obedece a la importancia de estructurar una plataforma conceptual, además de criterios y enfoques que permitan desarrollar a futuro otras investigaciones en el área.

### **Turismo y gastronomía**

La historia de la humanidad puede ser relatada a través del estudio de los hábitos y productos alimentarios consumidos, por ello se señala que la evolución de la industria de los servicios alimentarios se inicia hace 30 o 40 millones de años con la transformación del mono en hombre según la teoría evolucionista (6). Hasta cierto momento, el hombre se preocupó por obtener alimentos para sobrevivir y en la medida que el suministro de éstos fue mas controlado, las personas comenzaron a comer para vivir. Sin embargo, costumbres, maneras, etiquetas y normas relacionadas con los alimentos y su consumo emergen en épocas recientes. Algunas de estas regulaciones o normas surgen por distintas razones, tales como: clima, condiciones de la tierra y ubicación geográfica, entre otras. No obstante, los hábitos alimenticios se reglamentaron cada vez más por un sentido de propiedad que de sobrevivencia: el comer se vinculó a una expresión de identidad. Como consecuencia de este hecho, la producción de alimentos se consideró una actividad relevante, en la cual, la ejecución de quien los preparaba se constituía en elemento artístico, dando lugar así a especialidades características de cada región o localidad, originándose lo que hoy se conoce como especialidad gastronómica.

La alimentación ha sido señalada por la sociología como uno de los casos de estudio más instructivo, dado que su preparación y consumo están conectados estrechamente a muchos otros procesos de la vida social. Actualmente, es una de las actividades de mayor generación de empleo en el ámbito mundial. Por ejemplo, cuando se

revisan las cifras de la industria de la restauración para 1997, el número total de restaurantes a nivel mundial era de 8.066.233, generando un número total de empleos de 48.243.774 y ventas totales de \$703.929.790.208 (7). Esta industria continúa en franco crecimiento en términos de unidades de negocios y de consumo. Asimismo, tiene un significado preeminente como expresión cultural, la cual es referida como un tópico general dentro de la cultura contemporánea (8).

Las prácticas culinarias se asocian con el estilo de vida y se puede suponer que es la última fuente metafórica del concepto de sabor. Por otra parte, la alimentación es un tópico de gran contenido psicológico y emocional, dentro de un rango amplio de fenómenos que van desde la “comida de mamá”, hasta enfermedades como la anorexia nervosa. En concordancia con esta polivalencia de significados, las prácticas de la alimentación pueden ser utilizadas como un laboratorio para comprender las relaciones sociales, y la manera cómo diferentes culturas preservan su sentido de identidad a través de ellas; por ejemplo, los noruegos ingieren truchas a diario, los chinos consumen soya en sus diferentes formas y los venezolanos sustituyen el pan por la arepa en los diferentes turnos de comida. Lo cierto es, que las prácticas alimentarias revelan las características propias de cada región, localidad o lugar, y definitivamente constituyen uno de los valores más ilustrativos de las costumbres, tradiciones y usos de los pueblos. Estos aspectos contribuyen con la preservación de la identidad de cada comunidad y minimiza la estandarización de la cultura. Asimismo, la satisfacción gastronómica está en primer lugar de los placeres derivados del viaje. La impresión favorable o no que tendrá de ella el viajero, puede condicionar su valoración y recuerdo de los restaurantes que ha visitado y de todo lo que ha visto y vivido en el viaje (9).

Así, a través del tiempo, en cada espacio geográfico se ha ido generando una cultura culinaria diferenciada, que viene determinada por los productos que pueden elaborarse en dicho espacio, más la creatividad que se ha aplicado en la preparación de especialidades, las cuales han originado la cultura gastronómica de cada pueblo (10). Entendiéndose entonces como gastronomía el arte de preparar y apreciar una buena comida, representando un símbolo muy importante de la identidad de los pueblos (11). Bajo estas premisas, se considera que las especialidades gastronómicas son parte fundamental del patrimonio cultural de cada destino y como tal se constituyen en un valor del mismo.

Por lo tanto, conocer un pueblo significa conocer su paisaje, su arquitectura, su literatura, sus monumentos,

su cultura culinaria y su gastronomía, entre otros, estas últimas representan un arte social, con un lenguaje universal comprensible por todos los hombres, porque involucran a la alimentación, el cual es un acto no limitado por fronteras, pleno de humanidad, de creatividad, depositario de tradiciones seculares y por ello vínculo del hombre con su pasado. Así se ha verificado, que existe otra dimensión del acto alimentario muy ligada con el bienestar social, derivada de la conciencia de una tradición que al ser apreciada y cultivada, refuerza la autoestima y apuntala la identidad cultural (12).

En tal sentido, el organismo internacional UNESCO (13) ha otorgado a la gastronomía el lugar privilegiado que se merece, ya que los alimentos y las bebidas son, entre los productos de un país, una de las más importantes expresiones culturales y de acuerdo con estudios de este organismo, el nivel cultural de los pueblos se mide por tres criterios: cocina, cerámica y música.

Estos hechos conllevan a la revalorización de la representación social y a la imaginación, facetas asociadas espontáneamente con la comida y conectadas con una mitología de la “tierra” y sus productos tradicionales. Comer en un sitio determinado convierte al comensal, de espectador en protagonista, y esto le permite encontrarse con otra cultura en un nivel íntimo en forma más concreta, a través de sabores, colores, preparaciones, aromas, combinaciones y creatividad. Es por ello, que al interpretar una situación histórica de los rituales en la mesa, pueden establecerse los valores fundamentales de una cultura, lo cual permite su mejor comprensión (14). Es decir, la gastronomía puede tener una función conmemorativa y como parafraseó Barthes (15), ayuda a los comensales de estos tiempos a entender su propia identidad en toda su originalidad, en su expresión contemporánea, permitiéndoles percibir enriquecimiento en alteraciones.

Bajo esta concepción, la gastronomía de un pueblo es un hito clave en su historia y a través de ella se puede profundizar en el conocimiento de la vida económica, social, cultural, psicológica, ambiental y hasta religiosa. Así, la gastronomía nacional es un atributo de relevo que pasa de generación en generación, enriquecida por los cambios en los procesos y la tecnología.

En este sentido, Molina (16) apunta, que la última parte del siglo veinte se caracterizó por la existencia de transformaciones sociales, culturales y tecnológicas que parecen no tener un final inmediato, contribuyendo a que el progreso tiende a extenderse por varios caminos, sin mostrar indicios de interrupción, tal vez por aquello de que las crisis generan salidas y aperturas en todos los ámbitos. Precisamente, el turismo ha sido

considerado como una salida para el desarrollo socio - económico de los países. Sin embargo, en la última década ha surgido una preocupación creciente en virtud de que dicha actividad no ha reportado los beneficios esperados. Específicamente, Venezuela, dentro del ámbito latinoamericano y mundial está señalada como uno de los principales países productores y exportadores de petróleo. Esta industria ha sido la principal fuente de ingreso desde los años 20 y en la actualidad representa aproximadamente 2/3 del PIB del sector público. Esta realidad ha determinado que el desarrollo socio - económico nacional gire en torno a la industria petrolera.

Bajo estas condiciones la actividad turística no ha tenido gran relevancia como herramienta de desarrollo socio - económico, si bien es cierto, ha sido considerada en los diferentes Planes de la Nación como una prioridad. No obstante, la declaración de prioridad no ha estado acompañada por la definición de una visión, estrategias, programas y planes de acción para solventar las carencias estructurales que sirvan de bases para el desarrollo de una actividad turística sostenible.

En tal sentido, es posible precisar que aún cuando la actividad turística en Venezuela no ha alcanzado las expectativas que se tenían, hasta el presente se ha acumulado una experiencia (gestión, operación, formación, tecnología, mercadeo, etc.) valiosa que puede servir de apalancamiento para dicha actividad, bajo parámetros de viabilidad, sostenibilidad y participación de los sectores público y privado, dado que Venezuela mantiene su potencial turístico gracias a la riqueza de los recursos naturales, culturales y humanos que posee.

### **Gastronomía y culinaria venezolana**

Venezuela es un país pleno de ricas tradiciones culturales, las cuales reflejan el perfil cultural de las diversas regiones que conforman el territorio nacional. Estas manifestaciones culturales pueden ser atributos muy locales que sólo se practican en pequeñas y distantes poblaciones, lo que ha originado que algunos platos de la gastronomía nacional hayan sido sustituidos por costumbres y prácticas globalizadoras, tales como, la generalización de las hamburguesas y los “cinamon roll” en el consumo nacional. En este sentido se comprende, que en ciertas ocasiones, ha existido desconocimiento o desinformación asociado algunas veces a un débil sentido de pertenencia nacional y limitada divulgación (17). La realidad señala que la gastronomía venezolana no ha sido considerada en su verdadero potencial, ni aprovechada como recurso turístico. Las referencias que mencionan a esta importante expresión cultural

como recurso turístico son muy escasas. No obstante, las manifestaciones culinarias son susceptibles de ser rescatadas en la medida en que se vinculen con la concepción de patrimonio cultural, resaltando la dimensión en términos de su valor y su integración con el resto de los atributos que conforman la identidad nacional.

Dentro de este marco, la mayor parte de las tradiciones culturales venezolanas, cualquiera que sea su situación actual, son el resultado de un proceso de transferencia de costumbres, modos de vida, creencias, mitos o leyendas entre los grupos que inicialmente entraron en contacto: españoles y aborígenes. Más adelante, con la llegada del esclavo negro, traído de África, se conformó una trilogía de la que va a surgir la verdadera cultura venezolana producto del mestizaje de estos grupos étnico - culturales. La conjunción de estos grupos influyó la identidad cultural gastronómica (siglos XVI y XVII), dando paso a innumerables claves que, en conjunto, constituyen las raíces de la cultura venezolana, integrándose a su vez una porción importante de la identidad gastronómica. En los Cuadros 1 y 2, se observan algunas manifestaciones alimentarias originadas por dicha influencia.

Cuadro 1: Manifestaciones alimentarias según Grupos Étnicos

Aborígenes	Espanoles	Africanos
Consumo de maíz, yuca, papa, complementado con piezas de cacería y pesca, frutas y raíces.	Introducción de nuevos productos animales y vegetales: carne de vacuno, porcino, aves, huevos, aceites, especies, harina de trigo, vino, arvejas, ajos, cebolla, lentejas, melones, rábanos, ajoporros, lechuga, caña de azúcar.	Consumo e introducción de cereales (mijo y sorgo) tubérculos, granos, verduras, frutas (plátanos, cocos, e higos), así como carne de ovejas, cabras, uso del aceite de palma y miel.

Fuente: Diseño Propio con base a la información recabada (2002)

Estos tres grupos étnicos se consolidaron en el período colonial y se encuentran aún presentes en todas las expresiones de la cultura nacional. Los patrones europeos prevalecieron sobre el demás, no obstante la presencia indígena, y en menor grado la africana, le dan carácter distintivo a la cocina venezolana y gran diversidad en sus especialidades regionales (18). Esto

Cuadro 2: Preparaciones emblemáticas de la cocina venezolana por regiones

Región Central: Dto. Federal, Carabobo, Aragua, Miranda, Vargas y Yaracuy	
Platos Casabe, tequeños, quimbibó porteño, empanadas con caraotas negras, sopa de mute, polenta, pastel de pollo, escabeche, olleta de gallo, chalupa.	Dulcería Jaleas (guayaba, membrillo y mango); ponqué, dulces en almíbar, islas flotantes, hojaldres, cabello de ángel, dulce de toronja, de sidra, conservita de leche, quesillo, torta de guanábana, torta de coco con crema, torta de jojoto, torta de queso, torta melosa, merengón, Juan sabroso, panelitas de San Joaquín.
Región Occidental: Zulia, Falcón y Lara	
Platos Pan de horno caroreño, pan de tunja, acema de maíz, pan de canilla e muerto, pan de horno de trigo y de maíz carriaco, pan de nueces, hervido de chivo, mondongo de chivo, bollos pelones, tostones, sancocho de armadillo, armadillo asado, plátano con queso blanco de año.	Dulcería Jalea de hicos, dulce de hicos, jalea de mango, conserva de plátanos, calabazate, majarete, mandoca, manjar blanco, dulce de limonsón, besito zuliano, arroz con leche, buñuelos de yuca con miel, torta de maduro, cabello de ángel, huevos chimbos, dulce de leche, catalina.
Región Andina: Mérida, Trujillo y Táchira	
Platos Pan de maíz, de avena, pan negro o integral, pan de mantequilla, pan de leche, pan de agua, pan de queso, pan de yuca, arepas de harina de trigo, sopas (de papas, de apio, de arveja, de cereales, de plátano verde), mondongo, pizca andina, ajíaco, albóndigas de marrano, mechado de marrano, gallina rellena, lechón horneado, chorizo, trucha horneada y trucha frita, sancocho de gallina y de res.	Dulcería Bizcochos, pan aliñado dulce, pan azucarado, quesadillas, almidonitos, paledonias, roscas, señoritas, galletas, alfondoque, alfajor, almojábanas, majarete, melcocha, conservas, confites, melindre, bocadillos (guayaba, plátanos, apio o yuca), polvorosa, mandoca, templones, dulces brillantados, higos.
Región Llanera: Cojedes, Portuguesa, Barinas, Apure y Guárico	
Platos Casabe, cachapas, empanadas, sopa de picadillo, sopa de plátano verde, sopa de cochino, sancocho de gallina, guisados de pescados de río, guisado de lapa, carne asada de aves, pisillo de chiguire, rabo de baba y venado, palo a pique llanero, carne en vara, perico, niños rellenos, venado asado.	
Región Oriental: Nueva Esparta, Sucre, Monagas, Anzoátegui y Delta Amacuro	
Platos Casabe, cachapas, pan de leche, pan de pasas, empanadas con pescado, gofio, paté banan, sancocho de res barcelonés, sancocho de pescado frito, cuajado oriental, chucho frito, pastel de chucho, arroz con chipichipe, chivo guisado, cazón a la Juan Griego, corbullón de mero, escabeche sucrense, talkarí de chivo, chorizo, morcilla.	Dulcería Piñonate, cocadas, besito de coco, tunja, conservas (guanábana, dátíl, guayaba, jobo, lechosa, mango, mamey, plátano, tamarindo, vinagrillo y coco), bocadillos (guayaba y mango), melindre, papeloncito, la rosca, el suspiro, la cajetita.
Región Guayana: Bolívar y Amazonas	
Platos Pelao de gallina, sopa dorada, catara, guarusé, cucurito, pijiguao, sapoara, el pavón, el lau lau (frito o hervido), cuajado de morrocoy, el tortuguillo.	

Fuente: Diseño Propio con base a la información recabada (2002)

se evidencia en el tipo de alimentos consumidos, sus formas de preparación, condimentación, conservación, usos de utensilios, métodos de cocción y procesamiento difundidos por estos grupos étnicos base de nuestra nacionalidad. Por lo tanto, la cocina criolla es aquella generada en tierras del nuevo mundo, producto del intercambio cultural entre europeos, americanos y africanos que actualmente comparte la población venezolana (19).

En esta perspectiva, la gastronomía venezolana se mantiene como parte fundamental del patrimonio cultural, con un valor intrínseco, y puede ser un valor agregado dentro de la actividad turística, constituyéndose en una oferta válida de los distintos destinos en el ámbito nacional. De esta manera, se reconoce al turismo como creador de impresiones de las tradiciones en el terreno local y regional para atraer a los turistas.

El análisis precedente, permite señalar que dentro de la cocina criolla existen preparaciones emblemáticas que representan la herencia cultural venezolana, ya que en ellas se funden los aportes de los grupos indígenas, europeos y africanos; por ejemplo, la hallaca, la arepa, la empanada y el casabe, entre otros. Otras preparaciones son específicas de la cocina regional, donde tuvieron mayor o menor influencia cada uno de estos grupos étnicos, dependiendo de los procesos históricos locales de formación de sus sociedades y de los recursos disponibles en el medio geográfico regional. Estas preparaciones se presentan en el Cuadro 2 (anexo), en el cual se refleja la presencia de una cocina tradicional con un repertorio extenso, que puede ser desarrollado bajo estrategias de competitividad, con una perspectiva de actuación local y visión nacional. Es decir, como señala Rosen, Digh, Singer y Phillips (20), cada país debe encontrar un equilibrio saludable entre preservar la identidad, sobrevivir y prosperar dentro de un sistema globalizado. Este hecho ha impulsado a las naciones a desarrollar nuevos modos de pensamientos y actuaciones locales y globales. En consecuencia, se impone el reconocimiento de las prácticas alimentarias, no solamente de los productos en sí mismos, sino también de los diferentes medios físicos o equipos y rituales que se utilizan en su preparación y en su consumo (21), como un modo de actuación local.

Visto de esta forma, en este estudio se establece que la *Patrimonialización* de la Gastronomía es el proceso de revalorización de las prácticas culinarias, tanto de sus productos como de los medios físicos o equipos y rituales que se utilizan en su preparación, los cuales son característicos de un área geográfica y han constituido un valor cultural a través de las generaciones,

considerándose válidas aquellas prácticas que a través del tiempo han necesitado embellecimiento, adaptación o creatividad para ser preservadas. Ejemplo de lo anterior, es la arepa, cuya masa originalmente se obtenía del grano de maíz, después de ser pilado, cocido y molido, hoy se utiliza una harina de maíz precocida, reduciéndose así el proceso de preparación pero conservando sus atributos y la tradición.

### **Discusión**

El proceso de la globalización está presente en el mercado venezolano, teniendo gran incidencia en el sector de los servicios de alimentos y bebidas, específicamente, los tipificados como restaurantes de comida rápida (fast food), los cuales han obtenido la preferencia de los clientes por sus características de eficiencia, calidad del producto/servicio, rapidez, trato cordial al público, higiene, toma asertiva de decisiones y tecnología, elementos que están dentro de sus estrategias gerenciales como medio para la optimización de sus operaciones y la obtención de la productividad y rentabilidad deseadas (22). La competencia, bajo reglas internacionales, plantea retos que nunca antes habían sido enfrentados y se observa que productos y servicios no se adaptan fácilmente a estas reglas.

No obstante, como lo señala Warde (23), la paradoja de la situación contemporánea es que a pesar de las poderosas tendencias globalizadoras, las diferencias locales continúan siendo importantes. Es decir, aun cuando las rutinas de vida de las personas puedan ser similares de lugar a lugar, el afecto por su propia localidad está muy arraigado. En consecuencia, las comunidades mantienen, en líneas generales, ciertas prácticas tradicionales como es el caso de las prácticas culinarias, las cuales reflejan en muchos sentidos la cultura local, regional o nacional de los pueblos.

Así, la *patrimonialización* es relevante frente a la mencionada dinámica, ya que, a través de su inserción en este escenario, se establece que uno de los valores de la cultura venezolana permanezca a través del tiempo y se transforme en una ventaja competitiva en actividades tales como el turismo.

Una de las estrategias viables podría ser la creación de unidades de negocios en el área de servicios de alimentación, con una oferta de preparaciones representativas de la culinaria venezolana, con estructuras de costos diferenciadas, un producto de alta calidad y la participación comunitaria. Se plantea entonces como alternativa la integración de la *patrimonialización* de la gastronomía venezolana en un proceso de cinco fases

atendiendo a un orden práctico para su aplicación, como se puede observar en el Cuadro 3.

Cuadro 3. Aplicación Estratégica del Concepto de Patrimonialización

Fase I ¿Dónde estamos ahora?	1.- Identificación del Patrimonio Gastronómico: culinaria, tradición, práctica, producto, equipos. 2.- Perfil de la Ubicación: económico, poblacional, capital humano, climatológico, tecnológico, cultural, entorno legal, infraestructura básica y de servicio, estructuras turísticas, vocación del área, otros. 3.- Concepto de producto/servicio: restaurantes, dulcerías, ventas ambulantes, paradores, otros. 4.- Consumidor: Demanda actual, demanda potencial, oportunidades.
Fase II ¿Dónde nos gustaría estar?	Definición de una política de Estado con intervención local, regional y nacional que establezca un entorno macroeconómico favorable e impulse el área tecnológica hacia la formación de pequeñas y medianas empresas. 1.- Unidades de Negocios: definición del producto/servicio, estructura de costos, equipamiento, procesos, recursos humanos calificados, segmentación, aprovisionamiento. 2.- Redes de Servicios: modalidades de operación, asociación con productores, asesorías técnicas, acceso a los sectores productivos, financieros, científicas, educativas y tecnológicas, sostenibilidad. 3.- Rutas Gastronómicas: Agencia de gestión, el valor de la gastronomía como producto de la cultura nacional.
Fase III ¿Cómo llegamos allá?	1.- Planificación Táctica: <ul style="list-style-type: none"> <li>•Determinación de objetivos, filosóficos, financieros, de desarrollo y calidad.</li> <li>•Programas en: adiestramiento acelerado, revalorización del turismo cultural, desarrollo de cooperativas, financiamiento, etc.</li> </ul> 2.- Planificación Estratégica: <ul style="list-style-type: none"> <li>•Proyección y expansión de la red de servicios.</li> <li>•Desarrollo de rutas gastronómicas en el ámbito local, regional y nacional.</li> </ul>
Fase IV ¿Cómo nos aseguramos que llegamos allá?	Agencia de Gestión: Programas de seguimiento y control
Fase V ¿Cómo sabemos que llegamos?	Agencia de Gestión: Programas de evaluación. Proyección y expansión de la red de servicios considerando criterios de sostenibilidad.

Fuente: Diseño Propio (2003)

Lograr la combinación que genere una organización de acuerdo con lo expresado en dicho esquema, es lo relevante para alcanzar una posición competitiva local, nacional y global. Por lo tanto, este proceso de *patrimonialización* permitirá el ajuste de la gastronomía criolla a reglas internacionales, no sólo para seguir las tendencias del siglo veintiuno, sino para afianzar y crear las denominadas rutas gastronómicas. Sí la decisión esta asociada al desarrollo de pequeñas empresas, esta debe estar conectada con la formación de cadenas o redes de servicio donde cada eslabón representado por productores agrícolas, artesanos, transportistas, servicios de seguridad, asesorías técnicas: legales, marketing, adiestramiento, financieras y económicas, entre otros, sea un valor agregado para la misma. Dicha estructura proporcionará el acceso a los grandes sectores productivo, financiero, científico, tecnológico y educativo.

Según el Cuadro 3, cada eslabón o unidad de negocios debe definir claramente el producto que ofrece, la estructura de costos, equipamiento, procesos, recursos humanos, proveedores, segmentos de mercados y valor agregado que aporta. A su vez, los integrantes del tejido productivo deben plantear una agencia de gestión, cuya principal función sea coordinar el esfuerzo de desarrollo, mantenimiento, control, evaluación y proyección de la red, dirigida a la estructuración de rutas gastronómicas. En este sentido, el pensamiento de las autoras circunda alrededor del enunciado de sostenibilidad, al proponer la creación de organizaciones con formas, escalas y niveles que ocasionen el menor trastorno posible a la ecología local, con menores niveles de inversión, bajos costos de operación, con la posibilidad de inserción en las comunidades como entes generadores de empleo y con la intención intrínseca de promover los valores culturales de cada región (24).

En este sentido se comprende, que existe un gusto criollo que compartimos, y que se ha enriquecido por la influencia de otras culturas. El proceso de *patrimonialización* fortalecerá la culinaria nacional impulsando el desarrollo de los procesos y la creación de productos únicos y sostenibles, que conformen una oferta competitiva dirigida a la estructuración de rutas gastronómicas, en las cuales la participación comunitaria represente un valor agregado dado su rol protagónico dentro del proceso.

Visto de esta forma, el valor de la gastronomía como producto nacional determina acciones precisas hacia la *patrimonialización* de dicho valor. Mantenerlo sólo como un concepto mistifica la posibilidad que le da su función rememorativa a través de la cual puede

ser comprendida la identidad nacional, además de ofrecer elementos originales que, combinados con una estructura organizacional sostenible, puede representar la ecuación del éxito. Es decir, el correcto balance entre valores culturales, identidad y cambios.

La gastronomía criolla es un valor cultural importante que puede y debe ser integrado a los destinos turísticos, dado que ofrecerá a los visitantes nacionales o foráneos el conocimiento de las cocinas: local, regional y nacional. Dado este marco, la alternativa con mayor fortaleza en el proceso de *patrimonialización* de la gastronomía venezolana es la creación de redes constituidas por unidades de negocio que aporten a dicha red un valor agregado. Por consiguiente, a través de la revalorización de la gastronomía nacional se puede promocionar el uso de determinados alimentos, propiciándose la renovación de su consumo, así como procesos, equipos y rituales utilizados en su preparación, los cuales se convierten en claves de la identidad nacional, y en ventajas comparativas en actividades tales como el turismo.

### Referencias

1. Seaton A. Tourism the state of the art. The future of the past: heritage tourism into the 21st century (Swarbrooke, J.). Wiley & Sons. England, 1994:222-229.
2. Galindo, P. El Capital Humano en la Industria Turística del Siglo XXI. Conferencia en el Recinto Ferial Juan Carlos I. España, 1996, Enero: 143-151.
3. Rosen R, Digh P, Singer, M. y Phillips, C. Éxito Global y Estrategia Local. Bergara. Argentina, 2000:41-46.
4. Hernández R., Fernández C. y Baptista, P. Metodología de la Investigación. McGraw-Hill. Colombia, 1997:58-60.
5. Universidad Nacional Abierta. Técnicas de Documentación e Investigación II. GILBERT. Caracas, 1982:234.
6. The Foodservices Editors of CBI. The Professional Host. USA, 1980:1-5.
7. International Labor Office, ILO. Human Resources Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering and Tourism Sector. ILO. Geneva, 2001:82.
8. Warde, A. Consumption, Food and Taste. Sage Publications. London, 1997:18-22.
9. Bernard, A. y Domínguez, P. Rutas de Arte y Gastronomía una propuesta inexplorada. Estudios y Perspectivas en Turismo. 2001, 10:76-90.
10. Galindo, P. El Capital Humano en la Industria Turística del Siglo XXI. Conferencia en el Recinto Ferial Juan Carlos I. España, 1996, Enero: 143-151.
11. Delgado, C. Diccionario de Gastronomía. Alianza. Madrid, 1996:114.
12. Lovera, J. Importancia de la Investigación Histórica para la alimentación. Caracas, Venezuela, El Universal 1998, Sep. 19:3-18.
13. Mazzucato, A. La Gastronomía arte y parte de la Buena Mesa. Caracas, Venezuela, El Nacional 1997, Feb.: G 15-17.
14. Poulain, J. Gastronomic Heritages and their Touristic Enhancement. Ponencia presentada en el XIV Congreso Mundial de Sociología. Canadá, 1998:27-30.
15. Barthes, R. Mythologie. Seuil. Paris, 1957:18.
16. Molina, S. Modernización de Empresas Turísticas. Diana. México, 1994:37-45.
17. EL Nacional y Fundación Bigott. Atlas de Tradiciones Venezolanas. Fascículos 6-10. Caracas, 1998: 7.
18. Fuentes, C. y Hernández, D. Fogones y Cocinas Tradicionales de Venezuela. Cavendes. Caracas, Enero 1993:45-68.
19. Lovera, J. Historia de la Alimentación en Venezuela. Centro de Estudios Gastronómicos. Venezuela, 1998:3-16.
20. Rosen, R., Digh, P., Singer, M. y Phillips, C. Éxito Global y Estrategia Local. Bergara. Argentina, 2000:41-46.
21. Riviere, C. Les rites profanes. PUF. Paris, 1995:31.
22. Rivas, B., Alcántara, M. y Longa, O. Influencia de la Cultura Corporativa de los Servicios de Comida Rápida en la Formación y Capacitación de su Recurso Humano. Proceedings. Latin American Tourism in next Millennium: Education, Investment and Sustainability. Panamá, 1999:60.
23. Warde, A. Consumption, Food and Taste. Sage Publications. London, 1997:18-22.
24. Alcántara, M. y Longa, O. Posadas Turísticas y Medio Ambiente. IV Congreso de CIMA 97. Caracas, 1997:135-139.