

**Facultad de Ingeniería Industrial
Departamento de Turismo**

Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciado en Turismo

**Título: ACTIVIDADES SOCIOCULTURALES PARA INSERTAR EN EL PROGRAMA
DE ANIMACIÓN DEL HOTEL “BRISAS COVARRUBIAS”**

Autora: Dunia Tereza Hernández Escobar

**Holguín
2013**

**Facultad de Ingeniería Industrial
Departamento de Turismo**

Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciado en Turismo

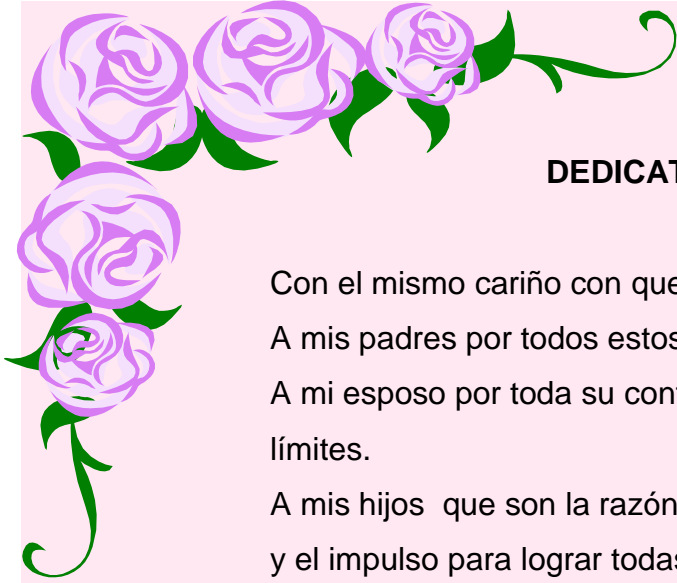
**Título: ACTIVIDADES SOCIOCULTURALES PARA INSERTAR EN EL PROGRAMA
DE ANIMACIÓN DEL HOTEL “BRISAS COVARRUBIAS”**

Autora: Dunia Tereza Hernández Escobar

**Tutor: MSc. Arnel Cruz Aguilera. Profesor Asistente
Departamento de Turismo. Universidad de Holguín**

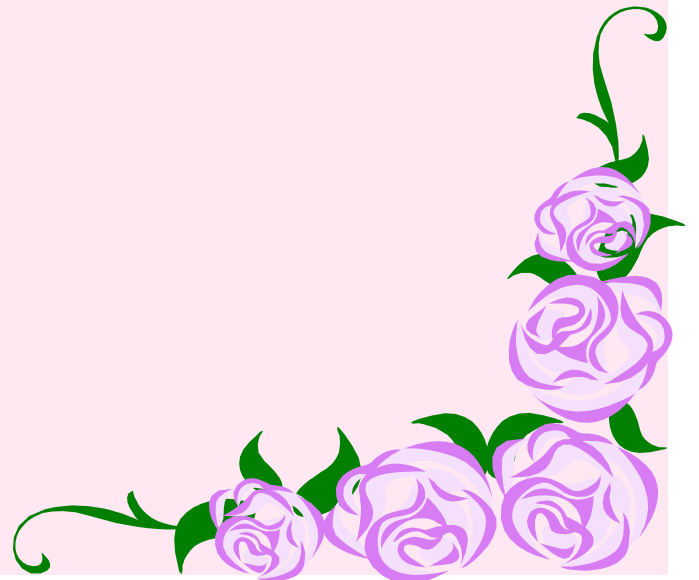
**Consultante: EPG. Hermes Infante Miguel. Profesor Asistente
Universidad V. I. Lenin. Las Tunas**

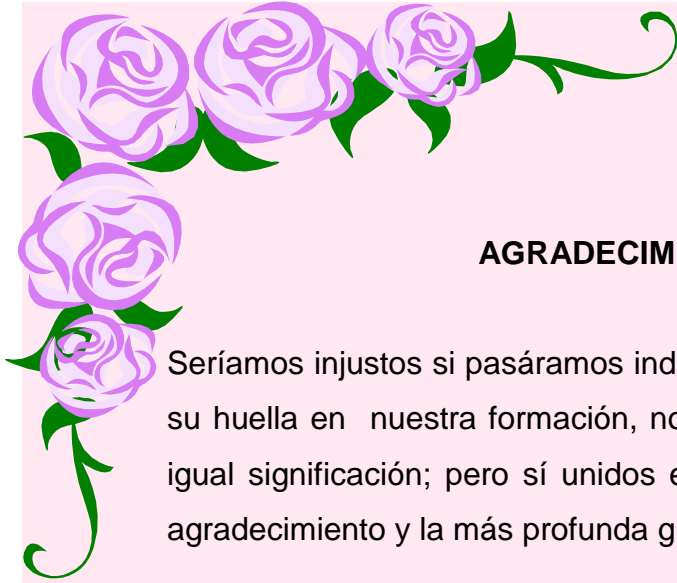
**Holguín
2013**



DEDICATORIA

Con el mismo cariño con que se cultiva un sueño, dedico este trabajo:
A mis padres por todos estos años de dedicación, sacrificio y esfuerzo.
A mi esposo por toda su confianza, por su paciencia y entrega sin límites.
A mis hijos que son la razón de mi vida que me dan el amor, la fuerza y el impulso para lograr todas mis metas.



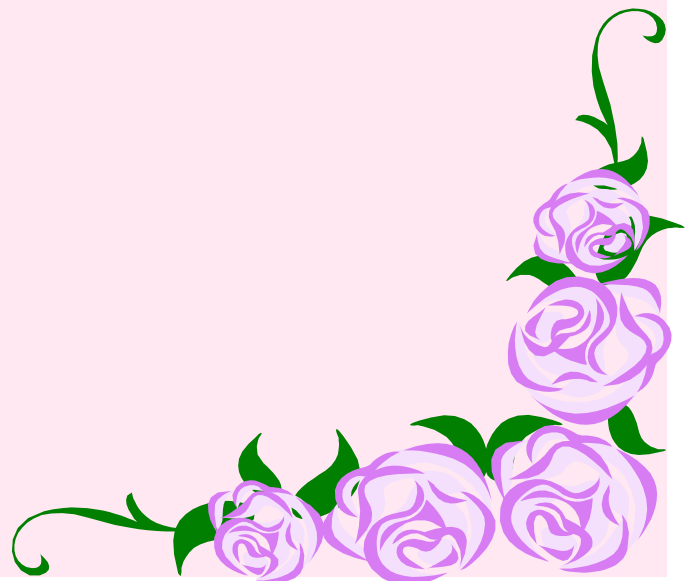


AGRADECIMIENTO

Seríamos injustos si pasáramos indiferentes frente a quienes han plasmado su huella en nuestra formación, no todos desde iguales posiciones ni con igual significación; pero sí unidos en un mismo deseo. Por eso mi eterno agradecimiento y la más profunda gratitud a todos.

Esta tesis no habría sido posible sin la valiosísima ayuda de mi consultante Hermes y mi tutor Arnel a quienes deseo expresar mi más sincera e inmensa gratitud por su invaluable contribución.

No hubiera podido sobrellevar las exigencias de la preparación de esta tesis sin el apoyo incondicional de mi familia. Les estoy muy agradecida pues a pesar de la distancia física y el tiempo que he dejado de dedicarles a mis hijitos Alain y Kendrito, y a mi esposo, me han motivado constantemente con su amor y confianza para que realizara este trabajo.



Resumen

La animación turística es considerada uno de los procesos claves de las instalaciones hoteleras, pues tributa a elevar el índice de satisfacción de los clientes y a lograr la diferenciación de una entidad. En la actualidad, uno de los principales problemas que afecta la gestión de este proceso es la no concepción de manifestaciones artístico-culturales derivadas de la animación sociocultural en los programas de animación. En el Hotel “Brisas Covarrubias” se materializa esta situación; este hotel, ubicado en la provincia de Las Tunas y a cuarenta y dos kilómetros de la ciudad de Puerto Padre, carece de un programa de animación que agrupe y diversifique una propuesta de actividades que integren las diferentes expresiones de la Cultura Puertopadrense y Tunera. Teniendo en cuenta estas deficiencias la presente investigación propone actividades derivadas de la animación sociocultural con la finalidad de mejorar el programa de animación actual del Hotel “Brisas Covarrubias”, las mismas responden a las exigencias de los clientes que son quienes realmente evalúan su oportunidad de aplicación. Para la realización de esta investigación se utilizaron los métodos del nivel teórico, empírico y estadísticos que posibilitaron identificar las deficiencias y trazar las acciones pertinentes en virtud de alcanzar los resultados esperados.

Abstract

The tourist entertainment is one of the key department of the hotel's facilities that tribute to lift the clients' index of satisfaction. One of principal problems than affect the present-day design of the programs of entertainment is the non-existence in the same one of artistic-cultural manifestations derived of the sociocultural entertainment. In the Hotel Brisas Covarrubias, located in Las Tunas province, 42 km of Puerto Padre city, becomes evident the lack of program of entertainment that joins and diversify a proposal of activities that integrate the different expressions of Tunas' culture. The present investigation intends to design a system of activities derived of sociocultural entertainment with the purpose to improve the tourist entity's program of present-day entertainment that it responds to the clients' requirements and, in this way, permit lifting the index of the client's satisfaction with the implementation of the same one. For the realization of the dissertation were utilized theoretical, empirical and statistical methods that made possible identifying the deficiencies and to draw the pertinent actions by virtue of reaching the expected result.

Índice

CONTENIDO	Págs.
Introducción	1
Capitulo I. Marco Teórico-Referencial de la investigación	5
1.1 Animación Turística. Evolución y definiciones	5
1.1.1 Tendencias de la animación	10
1.1.2 La animación turística sustentable	11
1.2 Animación sociocultural. Evolución y definiciones	12
1.2.1 Las manifestaciones artísticas en el contexto turístico	15
1.2.2 El animador turístico. Características generales	17
1.3 Programas de animación. Aspectos fundamentales	20
1.3.1 Las actividades recreativas de la animación	24
Capitulo II. Actividades socioculturales para insertar en el Programa de Animación del Hotel “Brisas Covarrubias”.	31
2.1 Caracterización del Hotel “Brisas Covarrubias”	31
2.2 Diagnóstico de las características de los clientes	36
2.2.1 Comportamiento de la satisfacción de los clientes en el periodo 2011-2012	38
2.3 Diagnóstico del proceso de animación turística del Hotel	40
2.4 Descripción de las actividades socioculturales a insertar en el programa de Animación del Hotel.	41
2.5 Resultados del comportamiento de la satisfacción de los clientes después de insertadas las actividades socioculturales en el Programa de Animación del Hotel	55
Conclusiones	57
Recomendaciones	58
Bibliografía	59
Anexos.	

Introducción

Existen en el mundo infinidad de áreas, regiones y países que cuentan con la presencia de numerosos recursos naturales, patrimoniales o socioculturales, elementos que resultan de interés para un mercado turístico y que fusionados armónicamente con otros factores como accesibilidad, transporte, infraestructura y restauración, incentivan el desplazamiento de las personas sin importar la distancia ni la época del año y contribuyen a satisfacer sus necesidades y expectativas.

Es por ello que la actividad turística ha logrado expandirse rápidamente en los últimos años, para ocupar en el presente un tercer puesto en la generación de divisas económicas a nivel mundial. Esta propagación se debe entre otros motivos, al tiempo de ocio disponible de los individuos generalmente en países desarrollados, y el poder contar con un sustento económico para realizar esta actividad.

Esto ha provocado que el cliente sea cada vez más exigente y demande servicios turísticos que respondan a sus intereses y necesidades, dejando atrás lo que para algunos empresarios hoteleros todavía es fundamental, pero que para otros ya es insuficiente: buena cama, comida, televisión y sol y playa. Los clientes buscan “cosas” diferentes a las que habitualmente tienen en sus residencias, y sus vacaciones se convierten en una posibilidad de experimentar y disfrutar encuentros con otras culturas, descubrimiento de la historia y la evolución de otros pueblos. Han pasado de ser simples espectadores a actores principales de su tiempo libre, dejando el interés por llevar sus vacaciones de forma pasiva y en su lugar desean vacaciones activas o productivas y la animación turística se ha convertido en la herramienta ideal para favorecer dicho objetivo.

La animación turística es un factor de desarrollo de las sociedades a través del fomento a la cultura y el rescate de las raíces de los pueblos. Aparece como una estrategia de desarrollo integral con resultados basados en otros estilos de la animación existentes: animación social, cultural, artística, deportiva y educativa y que por consecuencia todas

estas actividades surgen de la animación sociocultural la cual centra sus esfuerzos en comprender el entorno y en actuar para modificarlo intentando crear una situación mejor. Cuenta siempre con la implicación y participación de las personas y colectivos a los que va dirigida.

Actualmente la animación turística forma parte importante del diseño de los productos turísticos empresariales, es decir que para competir con eficiencia y eficacia hay que tomarla en cuenta en la amplia gama de posibilidades para ofertar los productos a los diferentes segmentos de la demanda turística mundial.

Cuba es uno de los países del Caribe de mayor desarrollo turístico, y cuenta con regiones de gran potencialidad para desarrollar el turismo que aún no se explotan en su plenitud, tal es el caso de la provincia Las Tunas. Esta región posee un gran potencial de recursos naturales, culturales y patrimoniales; anualmente desarrolla eventos culturales únicos en el país entre los que se destacan la “Jornada Cucalambeana” y el “Festival Nacional de Magia Ánfora”; además cuenta con numerosos artistas de la plástica, artesanos, músicos que cultivan los géneros tradicionales, compañías de danza, teatro e instituciones como la Filial del Fondo de Bienes Culturales, el Centro Provincial de la Música y otros que promueven y comercializan diferentes manifestaciones artísticas propias de la provincia. Su propuesta de alojamiento turístico está integrada principalmente por los hoteles Las Tunas, Cadillac y Brisas Covarrubias.

El Hotel “Brisas Covarrubias”, el de mayor categoría, contemplado en la modalidad Sol y Playa, se comercializa por el destino Holguín lo cual resulta bastante engañoso para el cliente. Sus programas de animación reflejan claramente la pérdida de los valores culturales y autóctonos de la región, las actividades son repetitivas y limitadas a determinadas propuestas que se desarrollan en otros hoteles del mundo. En estudios realizados por el Departamento de Animación en el periodo 2011 – 2012, se pudo constatar que a pesar de los esfuerzos que se realizan en esta dirección, aún subsisten insuficiencias las cuales se expresan en los siguientes aspectos:

- 1.- Insuficiente desarrollo de actividades socioculturales dirigidas a las manifestaciones artísticas
- 2.- No se inserta el Hotel a las actividades y conmemoraciones que se desarrollan en la ciudad de Las Tunas y el municipio de Puerto Padre

- 3.- Carencia de fichas técnicas de algunas actividades socioculturales que se realizan
- 4.- Desactualización de algunas fichas técnicas de las actividades socioculturales que se realizan
- 5.- Insuficientes actividades socioculturales dirigidas a los niños y las niñas, así como a las personas discapacitadas.

Lo analizado hasta aquí constituye la situación problemática que fundamenta la investigación. Por lo que de lo anterior se deriva el siguiente **problema científico**: ¿Cómo potenciar la animación sociocultural en el Hotel “Brisas Covarrubias” para elevar la satisfacción de los clientes con el proceso de animación turística?

En correspondencia con la problemática planteada el **objeto estudio** se define como el proceso de gestión de la animación turística.

El **objetivo general** consiste en diseñar actividades socioculturales que tomen como referencia las manifestaciones artísticas y culturales de Las Tunas, para insertarlas en el Programa de Animación del Hotel “Brisas Covarrubias”.

Para alcanzar el objetivo general se establecieron como **Tareas de Investigación**:

1. Elaborar el marco teórico referencial de la investigación
2. Caracterizar el estado actual del desarrollo de la animación turística en el Hotel “Brisas Covarrubias”
3. Diseñar actividades para potenciar las manifestaciones artísticas y culturales de Las Tunas en el Programa de Animación del Hotel “Brisas Covarrubias”
4. Validar las actividades para potenciar las manifestaciones artísticas y culturales de Las Tunas en el Programa de Animación del Hotel “Brisas Covarrubias”.

El **campo de acción** que se aborda es el Programa de Animación del Hotel “Brisas Covarrubias”.

Para dar solución al problema científico se formula la siguiente **idea a defender**: si se diseñan e insertan actividades socioculturales que tomen como referencia a las manifestaciones artísticas y culturales de Las Tunas, en el Programa de Animación del Hotel “Brisas Covarrubias” se contribuirá a elevar la satisfacción de los clientes con el proceso de animación turística.

Durante la realización de este estudio se utilizan **métodos de investigación teóricos y empíricos**. Entre los primeros se pueden mencionar el *análisis y síntesis* de la

información obtenida a partir de la revisión bibliográfica y de la experiencia de especialistas y trabajadores consultados, el *histórico-lógico* para estudiar la evolución del problema, el *hipotético-deductivo* para analizar el proceso de verificación de la idea a defender formulada. Entre los segundos se utilizan la *observación* para obtener información primaria sobre lo relacionado con el objeto de investigación y el campo de acción, la *entrevista* para recolectar la información necesaria y el *análisis de documentos* existentes en el hotel relacionados con el tema abordado.

Para su presentación esta tesis se estructura de la forma siguiente: una introducción donde se caracteriza la situación problemática y se fundamenta el problema científico a resolver; un capítulo I, que contiene el marco teórico-referencial que sustenta la investigación; un capítulo II, que parte de la caracterización del hotel “Brisas Covarrubias”, se describen las quejas de los clientes relacionadas con el proceso de animación, se proponen actividades para insertar en el programa de animación del hotel, y por último se mide el impacto en los clientes que han tenido las actividades implementadas; un cuerpo de conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación; la bibliografía consultada; y finalmente, un grupo de anexos de necesaria inclusión como complemento de la investigación desarrollada.

Capítulo I: Marco teórico-referencial de la investigación

Este Capítulo tiene como objetivo crear la base teórica que sustente el estudio del problema científico planteado en la introducción de la presente tesis. Se estructura en tres epígrafes, primeramente se hace una descripción de la evolución y conceptos de la animación turística y sociocultural donde se incluyen las tendencias actuales, definiciones relacionadas con la actividad, las características que deben tener los animadores, aspectos esenciales de los programas de animación y las actividades recreativas con sus diferentes clasificaciones.

En la Figura 1 se representa el hilo conductor seguido para la elaboración del marco teórico- referencial.

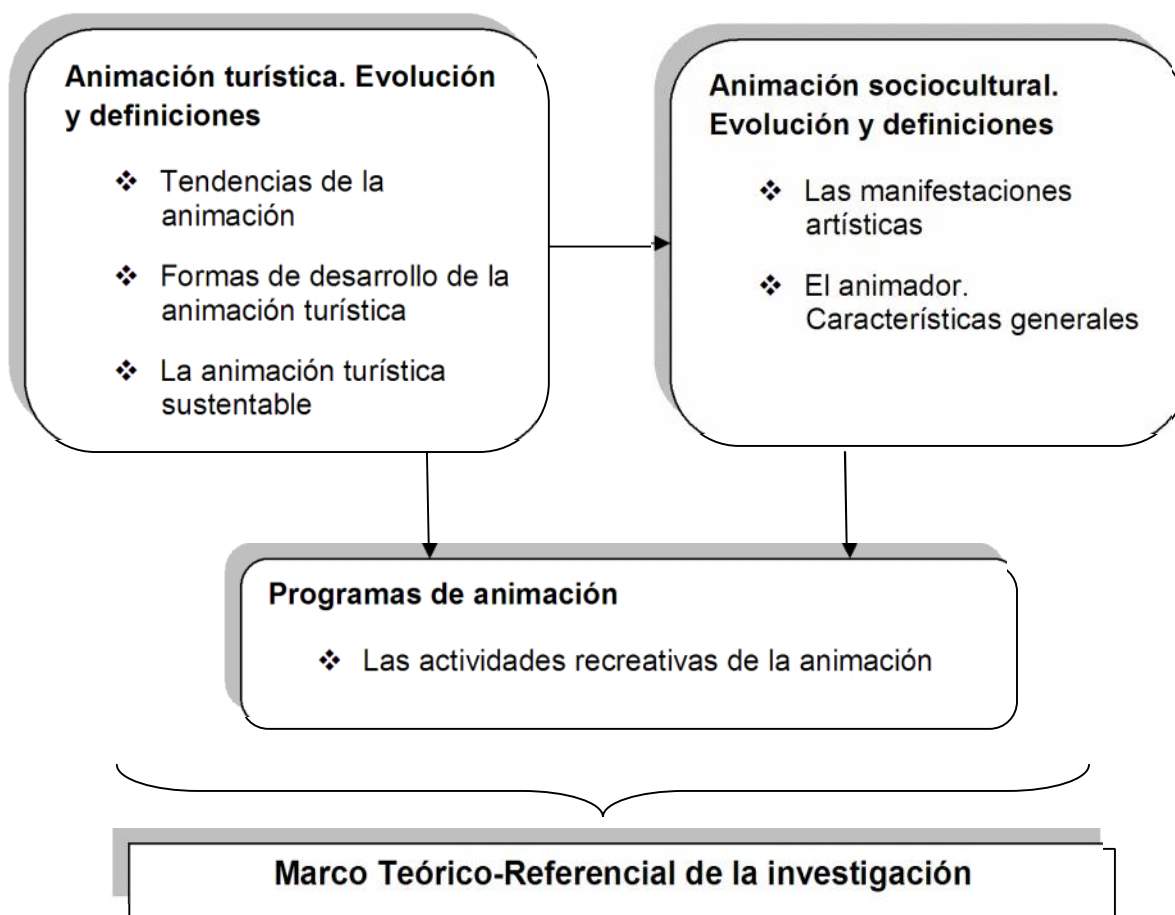


Figura 1: Hilo conductor para la elaboración del Marco Teórico- Referencial de la investigación

1.1 Animación turística. Evolución y definiciones

La animación se ha convertido en un elemento de obligada presencia para la optimización del tiempo libre de los clientes, con el desarrollo de la industria del turismo la demanda de personal para esta actividad ha crecido extraordinariamente; ha llegado a constituir un nuevo mecanismo o fenómeno de perfeccionamiento de la oferta, que es muy utilizado para elevar el grado de satisfacción de los grupos turísticos y contribuir a obtener mejores resultados económicos.

Después de la segunda guerra mundial comienza en Francia las primeras acciones en el campo de la animación turística, específicamente en la empresa internacional francesa Club Mediterráneo. Se crea el equipo los 60 (*Gentils Organisateur*) que tenían como objetivo incentivar el contacto social y el trabajo en grupo en el periodo de vacaciones, dotar los sujetos de la alegría y la diversión en esa etapa de descanso.

En Francia hacia los años 1970 el interés se centraba en la animación con talleres ya fueran de artesanía, cerámica o laboratorio de fotografía, en los años 1980 se evoluciona hacia una animación basada en excursiones en plena naturaleza.

A principio de los años 1990 solo los grandes hoteles con importantes recursos económicos contaban con personal de animación y este servicio estaba considerado como complementario, otorgaba un valor añadido al hotel en estos años se evidencia también una tendencia hacia la práctica de deportes más vigorosos, tanto en la montaña como en el mar.

En la década del 2000, las principales motivaciones se centran en la interacción de los clientes con el entorno, proporcionando un descanso relacionado con el divertimento y la posibilidad del intercambio enriquecedor de valores culturales entre los clientes y el lugar visitado.

Actualmente esta actividad se ha perfeccionado y ha evolucionado de manera tal que se han creado equipos de trabajo constituidos por animadores como eje esencial y otros colaboradores como técnicos de audio, directores artísticos, cuerpos de baile, profesionales del deporte, entre otros que contribuyen al desarrollo de actividades especializadas para satisfacer los intereses multivariados que presentan los turistas.

Según Blanco Feria (2008), el rápido desarrollo de la animación, desde los años 1950, ha estado asociado a diferentes factores políticos, económicos y sociales entre los que se encuentran:

- El rápido desarrollo económico y el crecimiento de los ingresos engendrados por el aumento de la productividad, mas una mayor disponibilidad del tiempo libre
- La generalización de la vacaciones pagadas
- El crecimiento proporcional de ciertos grupos de población especialmente de las jóvenes y de las personas de edad, mientras que disminuye la población intermedia, la población activa
- La masificación resultante de los movimientos de industrialización, urbanización, crecimiento demográfico y desarrollo de grupos humanos que tienden a la desorganización legal y social y la inadaptación.

La animación turística es una tendencia dentro de la actividad hotelera que ha surgido para cubrir las necesidades de los consumidores de los servicios turísticos como resultado del desarrollo de este sector. De este modo las carencias, que en un primer momento planteó la demanda de dicho tipo de actividades, se ha consolidado como un departamento de la estructura organizativa hotelera de tanta importancia como cualquier otro.

Hay que recordar que la sociedad actual es reconocida como Sociedad del Ocio y que los turistas son cada vez más experimentados. Precisamente la creciente importancia del tiempo libre es la que ha hecho que la animación turística adquiera una gran relevancia.

El concepto de “animación” empieza a surgir formando parte de unas vacaciones más selectivas, más pensadas, más participativas del medio que se visita, en suma más enriquecedoras para el cuerpo y el espíritu del individuo que busca en su desplazamiento una sinergia de su actividad turística.

Concebirla como una simple ocupación “recreativa” del tiempo libre es un error, ya que el turismo es algo más; es convivencia, folklore, cultura, costumbres, paisajes panorámicos, raíces, gastronomía, artesanía, etc., concebida así permite el desarrollo y el crecimiento humano del turista.

Varios autores han definido la animación turística desde diferentes perspectivas. Según Abreu Hernández (2005), la animación turística es el conjunto de técnicas socio-psicológicas y actividades que se producen en instalaciones turísticas y de recreación en general o partiendo de ellas encaminadas a proporcionar una estancia divertida y placentera; estimulando y posibilitando la participación directa o indirecta, mediante la utilización de los recursos humanos y materiales, y el producto turístico en su conjunto. De la Tejera Segura (2008) plantea que la única realidad que permite el enriquecimiento de la experiencia turística por medio de una mayor integración en el medio visitado y de una más importante participación en la vida social y cultural del lugar de vacaciones.

Sobre el vocablo animación hay dos realidades, una relativa a las relaciones interpersonales y colectivas, la otra referida a las relaciones a partir de la tarea y de los resultados generados por esta. En ambas dimensiones, la animación es intermediaria, no teniendo un objeto preciso que caracterice el contenido de su actividad

La animación, como el conjunto de técnicas proyectadas con un carácter multivariados dirigido a elevar la calidad del producto turístico y aumentar la participación con el más alto grado de disfrute y de reconocimiento por parte de los turistas, tiende a crear las condiciones necesarias para aumentar el grado de satisfacción del turista a partir de su auto relación, al poder participar voluntaria y espontáneamente en la organización de actividades recreativas. Las cuales permiten eliminar las ofertas recreativo-turísticas y aunar voluntades mediante un conjunto de técnicas de carácter socio-psicológicas que originan motivos e influyen en la decisión del sujeto-turista pretendiendo resolver sus expectativas, necesidades e intereses.

La animación realizada con personal capacitado con aptitudes y de una gran agudeza en la psicología del grupo puede lograr en el turista extraordinarias modificaciones de aptitudes y estados de ánimo negativos en positivos.

Según la definición de Abreu Hernández (2009), la animación turística o animación hotelera (alternativa de entretenimiento y ocupación de tiempo libre del turista) es un conjunto de técnicas derivadas de la recreación que permiten planificar, organizar y desarrollar diferentes actividades o juegos, con el objetivo de crear un ambiente favorable en un grupo, contribuyendo al incremento de las relaciones sociales en el

mismo y a la satisfacción de los intereses y necesidades de las personas en su tiempo libre.

Los objetivos que cumplimenta la animación son:

- Garantizar una estancia agradable de descanso activo al turista, creando un ambiente hospitalario, alegre y de buen humor
- Divulgar el producto turístico y su calidad
- Estimular la gestión de ventas o incrementar progresivamente sus resultados
- Lograr la conformación de una imagen que promueva el prestigio de las instalaciones turísticas, creando precedentes positivos y de esta forma elevar el índice de repitente
- Posibilitar un uso óptimo de los medios y recursos que se dispone
- Poner el conjunto de servicios en función de la animación y dirigirlos al fin común de satisfacer las necesidades recreativas y cognitivas del turista
- Que el cliente se sienta satisfecho dentro del hotel y regrese al año siguiente a pasar sus vacaciones a ese mismo hotel y se lo comente a familiares y amigos
- Vincular al huésped con la naturaleza, el medio ambiente y la recreación permitiendo que unido a ello conozca más sobre la cultura y tradición de la región
- Elevar la calidad de vida de los huéspedes, ofreciéndoles actividades que le permitan mantenerse en buen estado físico y mental durante el tiempo que duren sus vacaciones
- Crear una ventaja competitiva, lo cual establece una oportunidad de mercado, esto es diferenciación, desarrollar servicios con cualidades distintivas importantes para que sean percibidos como algo único por el consumidor
- Fomentar la comunicación entre animadores y trabajadores de otros departamentos del hotel, así mismo, brinda la posibilidad de que los animadores realicen un marketing más efectivo sobre el hotel, efectúen relaciones públicas y ventas
- Que los huéspedes se interesen por las costumbres y tradiciones de una zona determinada
- Vincular al cliente con la comunidad, aportándole conocimiento sobre el patrimonio histórico y sociocultural de la región.

Estos objetivos deben estar en correspondencia con los cambios que se producen en la conducta y las exigencias de los clientes.

1.1.1 Tendencias de la animación

La tendencia actual se aleja de la oferta clásica y trasnochada y de la imitación de otras ofertas de éxito, cultura, arte, medio ambiente, multimedia, fuego, luces, agua, música, entre otros, son conceptos que aparecen hoy a la hora de elaborar un programa.

Cuidar el cuerpo y relajar la mente se ha convertido en un nuevo objetivo de los clientes que pretenden “llevar a casa” una experiencia, una sensación de bienestar y descanso.

En cuanto a la animación se revelan las siguientes tendencias:

- Encuentros con otras culturas, descubrimiento de la historia y la evolución de otros pueblos
- Viajes con animación temática
- Tendencia a desarrollar programas de animación mas enfocados hacia los valores culturales y hacia el entretenimiento de la persona, surgimiento de empresas de animación que brindan servicios integrales y especializados a los hoteles
- Contratación de turoperadores a empresas de animación
- Crecimiento de los presupuestos destinados a esta actividad
- Diseños de hoteles con nuevos teatros de operaciones para la animación
- Mejoras sustanciales en los bienes materiales básicos, es decir, alimentación y vestido
- Acceso más fácil a la información y a la cultura
- Generalización de las vacaciones como una necesidad mas dentro del contexto que trata de mejorar, aliviar o poner a punto el estado psicosomático de una persona que vive en centros industriales y urbanos
- Desarrollo y crecimiento humano del turista. Mayor integración con el medio que visita, descubrimiento personal, relación entre las personas y de la creatividad.

La rápida expansión que ha tenido el turismo temático y el concepto de las vacaciones activas ha creado un contexto dentro del cual las actividades de animación han ganado una creciente importancia. El turista busca relacionarse con las comunidades locales y conocer sus tradiciones, lo cual obliga a los gestores hoteleros a diseñar sus programas de animación teniendo en cuenta los elementos representativos de la cultura del territorio donde se desempeñan.

1.1.2 La animación turística sustentable

Según la definición de Brundtland (2009), se entiende por desarrollo sustentable satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades.

Como es sabido, la calidad de la experiencia turística depende no solo de las atracciones principales ofrecidas en el destino, sino también de la infraestructura y los servicios disponibles.

En este sentido, el turismo busca incentivar y colaborar con las mejoras de servicios e infraestructura que se realicen en las regiones en las que se desarrolla, especialmente, los de tipo sanitario, pues los turistas dan prioridad a los aspectos relacionados con la salud. Dichas mejoras suelen extenderse a otros servicios: alumbrado, recogida de basura, mejora de las comunicaciones, nuevas sucursales de entidades financieras, etc. Con ello, la calidad de vida de los residentes se eleva.

Por otro lado, el turismo suele estimular el interés de los residentes por la propia cultura, sus tradiciones, costumbres y patrimonio histórico. Además, muchos de estos elementos son rescatados y puestos en valor cuando hay demanda de turistas.

El ejemplo más grande de sustentabilidad lo brinda la naturaleza, que es capaz de integrar millones de especies de flora y fauna como un todo único; pero el hombre siendo el animal más civilizado se comporta de forma contraria, destruyendo en segundos lo que tardó siglos en formarse como es el caso de los bienes naturales.

Abreu Hernández (2009) plantea que la animación turística sustentable procura mediante un grupo de actividades recreativas profesionalmente organizadas y planificadas, relacionar a los clientes de una institución turística, con la vida natural, el medio ambiente, entre ellos y con la comunidad local.

Se puede asegurar que el servicio de animación turística es un promotor de iniciativas para un desarrollo sustentable porque facilita la integración y participación en sus actividades de niños, jóvenes, adultos, tercera edad, personas con atenciones especiales, en fin , de toda la familia; mediante sus actividades permite el rescate y difusión del patrimonio cultural local y nacional; realiza acciones que permiten armonía entre huéspedes y la interacción de los mismos con la naturaleza; optimiza la utilización de toda la infraestructura hotelera; promueve la economía local a través de la generación de nuevos empleos; realiza un gran número de actividades no contaminantes y utiliza para su desarrollo algunos medios de transporte que tampoco contaminan y además aumenta las posibilidades lúdicas para los huéspedes y la comunidad.

1.2 Animación sociocultural. Evolución y definiciones

En el origen de la animación sociocultural se destacan dos grandes corrientes ideológicas: por una parte la corriente de “desarrollo comunitario”, enraizada en los movimientos de educación popular que desde el siglo XIX trataba de llevar la cultura allí donde más dificultad tenía que llegar; y por otro lado, la corriente social del estado del bienestar, que se desarrolla en Europa y Estados Unidos, que sustenta la “civilización del ocio”.

El devenir de la animación sociocultural ha evolucionado al ritmo de la propia evolución de la sociedad, hasta llegar a un punto en que el desarrollo actual de las tecnologías de la información y comunicación junto con la deslocalización y desbordamiento de culturas y flujos humanos, económicos y sociales, están determinando una progresiva transformación de los ámbitos y referentes tipológicos de la animación sociocultural, desde un primer nivel grupal (mediados del siglo XX), caracterizado por la búsqueda de identidades colectivas en términos de clase, ideologías o creencias, hasta el ámbito virtual o ciberespacial de principios del siglo XXI, pasando por un estado intermedio (último cuarto de siglo XX) con predominio de la búsqueda de intereses culturales y/o territoriales.

Toda esta evolución lleva a la necesidad de redefinir la animación sociocultural a la luz de la actual transformación social caracterizada por tres rasgos fundamentales:

1. El advenimiento de una sociedad del conocimiento basada en la expansión de la información, el acceso masivo a tecnologías de la comunicación y a través de ellas de la gestión y producción de información y por lo tanto, de conocimientos
2. Una globalización ambivalente que además de las dimensiones económicas, financieras y tecnológicas ha producido un desbordamiento de las coordenadas espacio-temporales de nuestra existencia, planteando importantes desafíos en el plano de la identidad cultural
3. Crisis y transformaciones de los Estados Nacionales y las modalidades de participación ciudadana y gestión política.

Esta redefinición de la animación sociocultural pasa por la revisión de sus ejes axiomáticos anclados en los conceptos de relación, comunicación, grupo-comunidad, participación, creación, formación, cooperación y auto-organización a la luz del nuevo paradigma emergente de la complejidad y del surgimiento de las tecnologías de la información y comunicación que se expresa en la estructura de Red como canal primordial de comunicación, información, relación y organización social.

Este ambicioso reto de unificar y adaptar el papel de la animación sociocultural a las nuevas tecnologías y coordenadas espaciotemporales de la sociedad a partir de su fecunda identidad y de sus múltiples y comunes peculiaridades socioculturales históricas y lingüísticas, es el que ha asumido La Red Iberoamericana de Animación Sociocultural (RIA).

Este amplio colectivo de universidades, organizaciones sociales, asociaciones de animadores socioculturales, investigadores, etc.; ha desarrollado una plataforma multimedia para realizar webconferencias, educación a distancia, blogs, podcasts, entre otros.

El concepto y el desarrollo de la animación surgieron en Francia en la segunda mitad del siglo XX en el contexto social e histórico asociado a la posguerra, como una respuesta a los impactos sociales y culturales producidos por esa crisis y en especial a la parálisis social a la que quedaron sometidos la mayoría de los sectores populares. Surgen así un conjunto de prácticas sociales que dan lugar a campamentos y colonias de vacaciones, bibliotecas populares, casas de la cultura y casas de jóvenes.

La animación sociocultural centra sus esfuerzos en comprender el entorno y en actuar para modificarlo intentando crear una situación mejor. Cuenta siempre con la implicación y participación de las personas y colectivos a los que va dirigida.

Según la UNESCO (1982), la animación sociocultural se puede definir como el conjunto de prácticas sociales que tienen como finalidad estimular la iniciativa y la participación de las comunidades en el proceso de su propio desarrollo y en la dinámica global de la vida socio-política en que están integrados.

Ezequiel Ander, (2006), uno de los maestros de la animación sociocultural en el mundo, plantea que la misma es un instrumento metodológico para sensibilizar, tensar y movilizar a la gente. Se utiliza con otras metodologías de intervención, en especial en el trabajo social, el desarrollo de la comunidad y en la educación de adultos.

Por su parte Ucar (2008) plantea que la animación sociocultural es un proceso susceptible de intervención tecnológico-educativa en una comunidad delimitada territorialmente, que tiene por objetivo convertir a sus miembros, individual y socialmente considerados, en sujetos activos de su propia transformación y la de su entorno, de cara a la consecución de una mejora de su calidad de vida.

Para Ventosa (2009), la animación sociocultural es un modelo o estrategia de intervención socioeducativa caracterizado por llevarse a cabo a través de una metodología participativa destinada a generar procesos autoorganizativos individuales, grupales y comunitarios orientados al desarrollo social y cultural de sus destinatarios.

Como se puede apreciar, la animación sociocultural es una práctica social pedagógica y cultural que se relaciona estrechamente con la educación no formal. Es una praxis que tiende a generar procesos participativos en la población con una intencionalidad que vincula la política cultural con el desarrollo cultural de una sociedad en un determinado momento histórico.

Es importante aclarar que son objetivos de la animación sociocultural la promoción de valores, ser elemento transformador, establecerse como cauce de participación, ser catalizadora de las iniciativas populares y la promoción de la vida asociativa. Por otra parte, exige en el hombre no sólo la capacidad de contemplar la realidad social, sino la capacidad de reflexión-acción y la transformación de la misma, llevada a cabo desde dentro; para conseguir este objetivo la animación sociocultural exige que el hombre

conozca la realidad en la que vive, no de una forma parcializada, sino desde los distintos ángulos y vertientes que ésta presenta. Pretende también la animación sociocultural que los hombres aúnen fuerzas a través del encuentro y agrupaciones con la finalidad de construir entre todos una sociedad más humana y solidaria. Finalmente, pretende incidir en la realidad social, intentando no reproducir las estructuras sociales vigentes, sino colaborando con las fuerzas orientadoras de su transformación.

1.2.1 Las manifestaciones artísticas en el contexto turístico

Desde el punto de vista conceptual y teórico, la animación turística es un fenómeno inseparable de las manifestaciones artísticas culturales. El hecho de que no siempre los gestores de la actividad lo perciban así, es uno de los mayores lastres que en la actualidad impiden el desarrollo de una animación más plena y auténtica.

A los visitantes para los cuales se organiza la animación les interesa conocer acerca de la historia del país o la región que visitan, la evolución de su creatividad cultural, bellezas naturales, y expresiones artísticas en su variedad, todo esto expresado con profesionalidad, cordialidad, respeto, o sea con cultura, se convierte en un incentivo mas y de hecho en un elemento de animación.

Las diferentes manifestaciones artísticas en el contexto turístico son: literatura, danza, teatro, cine, música, artes plásticas, fotografía, magia y artesanía. Cada ser humano ha ido acumulando vivencias, experiencias, conocimientos que hacen que cada persona grupo o nación tengan sus propias características intrínsecas, que los hagan distinguirse de otros.

El hombre como ser individual y la sociedad como colectivo están en constante transformación y cambio. La identidad cultural, por consiguiente es igualmente un proceso en movimiento, que sufre transformaciones siempre relacionadas con las raíces culturales de la sociedad, las diferentes técnicas a través de las cuales se aplican las manifestaciones artísticas en la animación turística se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1: Técnicas a través de las cuales se aplican las manifestaciones artísticas en la animación turística.

Fuente: García Ricardo, 2009.

Manifestaciones artísticas	Técnicas a utilizar
Literatura	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lecturas de libros ➤ Conferencias ➤ Clases de idioma ➤ Exposiciones y subastas de libros ➤ Presentaciones de libros ➤ Debates de libros ➤ Dramatizaciones de literatura
Danza	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Clases de bailes (bailes tradicionales, danza folclórica, etc.) ➤ Competencias de baile ➤ Juegos donde se utilice el baile
Teatro	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Actividades de imitación artística ➤ Juegos dramatizados ➤ Trabajos con marionetas y títeres ➤ Cuentos e historias dramatizadas
Cine	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Exposición de cine cubano ➤ Programas de videos ➤ Trabajo con multimedia ilustrativa
Música	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Clases de música ➤ Karokes ➤ Presentaciones de grupos artísticos ➤ Juegos con efectos de sonido
Artes plásticas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Exposiciones de pintura ➤ Presentaciones de esculturas ➤ Visitas a monumentos ➤ Competencias de dibujos

Fotografía	➤ Exposiciones fotográficas
Magia	➤ Presentaciones de magia ➤ Espectáculos circenses
Artesanía	➤ Talleres de aprendizaje de producción artesanal y presentaciones de obras manuales.

Para que este conjunto de técnicas se implementen, se requiere de un personal con las competencias necesarias para desarrollarlas; en los hoteles este personal se agrupa en el equipo de animación.

1.2.2 El animador turístico. Características generales

El término de animador normalmente se utiliza para referirse a un equipo de animación, aunque excepcionalmente en algunas circunstancias el animador interviene a título individual. El animador es la persona que dinamiza y ayuda a organizar el proceso de animación, es el técnico que ayuda a las personas y los grupos, grandes o pequeños, a que planifiquen sus actividades, las pongan en práctica y consigan sus objetivos.

En tanto la animación es un importante eslabón del turismo moderno, el animador es la persona que apoyada en los conocimientos, capacidades y aptitudes requeridas, permite materializar los fines de la actividad, es decir cómo se expresan algunos autores:

Carmenate (2007) reconoce al animador como la persona capaz de pensar, elaborar, planificar y ejecutar un programa de animación y luego investigar su aceptación o grado de éxito. Sus responsabilidades fundamentales son:

- Crear, proponer, ejecutar y organizar programas de animación, acorde con los gustos, preferencias, intereses y expectativas de los diferentes mercados turísticos y en concordancia con las características socioeconómicas y demográficas de cada grupo turístico
- Animar espectáculos artístico-musicales, actividades deportivas, culturales, festivas, juegos, competencias para el entretenimiento y diversión, actos conmemorativos, sociales e históricos y cualquier otra actividad dirigida a lograr la animación en los establecimientos turísticos

- Ejercitar sistemáticamente sus capacidades de imaginación, iniciativas e improvisación mediante la creación de nuevas actividades que se ajusten a los requerimientos del tipo de turista que recibe el establecimiento, proponiéndolas a sus superiores y ejecutándolas con previa aprobación de estos
- Preparar, organizar y proponer los premios para los turistas ganadores de concursos y competencias
- Acompañar y estimular a los turistas ganadores de su establecimiento a los encuentros, concursos y competencias que se realicen nivel de zona o complejo
- Ejecutar la decoración y ambientación de áreas o locales donde se realicen las actividades programadas
- Elaborar guiones y fichas técnicas para cada una de las actividades del programa de animación
- Coordinar con el resto de las áreas del establecimiento las actividades a realizar
- En el caso de instalaciones que reciben turismo internacional, coordinar e informar a los representantes extranjeros las actividades del programa de animación
- Mantenerse atento y receptivo a las opiniones, criterios, sugerencias y estado de ánimo de los turistas, canalizándolas adecuadamente a través de la dirección del establecimiento
- Participar personalmente en las actividades organizadas
- Confeccionar y ejecutar previa consulta con sus superiores, programas emergentes cuando por cualquier razón no pueden ejecutarse las actividades programadas
- Proponer cambios y modificaciones en el programa de animación
- Garantizar la ejecución, cumplimientos y resultados de los programas elaborados, rindiendo información periódica a sus superiores
- Establecer comunicación con los turistas con vistas a lograr su confianza y participación en las actividades
- Coadyuvar y actuar como promotor del producto turístico, contribuyendo a llevar la gestión económica

- Planificar y promover las necesidades de recursos materiales de apoyo para la ejecución de los programas y controlarlos una vez asignados
- Operar los equipos de audio de menor grado de complejidad ocasionalmente y cuando esto se requiera
- Cuidar de su presencia personal y su vestuario de acuerdo a cada ocasión
- Cooperar en estudios de investigación que permitan conocer el grado de aceptación y disfrute de las diferentes actividades de animación que se programen
- Participar en las reuniones de información donde se dé a conocer los programas de animación durante la estancia de los turistas
- Observar un comportamiento adecuado, cortés, amable y simpático con los turistas
- Observar y dar cumplimiento a las orientaciones metodológicas y normativas emitidas por los niveles superiores sobre la actividad, adecuándolas cuando proceda a las características específicas del establecimiento
- Asistir a seminarios, conferencias y cursos en materia de animación que orienten los niveles superiores
- Realizar cualquier otra actividad propia de su cargo.

Los animadores diseñan, organizan y dirigen variadas actividades que pueden ser deportivas, socioculturales, infantiles, nocturnas, etc., para que todos los huéspedes se sientan en la instalación mejor o igual que si estuvieran en su casa.

Los animadores además de las actividades, les brindan información sobre las características del hotel y la comunidad; realizan marketing, relaciones públicas, gestiones de venta y permiten a cada persona disfrutar de las actividades que más le agraden sin obligación alguna, fidelizándolos de esta forma para que regresen nuevamente a la región.

El animador actúa con y sobre la persona. La persona es el sujeto y destinatario de la animación. Son innumerables las características propias de un animador sociocultural, tampoco se puede decir que es un superhombre con valores múltiples, pero sí debe poseer actitudes y aptitudes.

Según García Ricardo (2009), las aptitudes de un animador sociocultural son:

- Capacidad de comunicación y diálogo
- Capacidad de escucha
- Capacidad de acogida, que implica: apertura, sociabilidad y disponibilidad, flexibilidad, tolerancia y participación, aceptación y confianza en el grupo, entrega, vocación social y altruismo, desinterés y espontaneidad, sinceridad, respeto y discreción, amabilidad y sentido del humor
- Capacidad de empatía, compromiso y deseo de no figurar
- Entusiasmo, vitalidad y dinamismo, optimismo, imaginación, madurez emocional, control y desequilibrio, confianza en sí mismo, tolerancia a la frustración, firmeza de carácter, débil irritabilidad, tenacidad y espíritu democrático
- Inteligencia despierta, capacidad de reflexión, de análisis y de síntesis, flexibilidad y objetividad
- Capacidad para investigar y evaluar, sentido de la organización
- Capacidad de adaptación, así como preparación técnica, salud satisfactoria y resistencia física y voluntad de perfeccionamiento.

No obstante, el perfil de un animador estará dado por su temperamento, carácter, personalidad individual; su estilo tomará forma con la práctica, sin olvidar jamás que es un ser humano con virtudes y defectos en vías de superación.

1.3 Programas de animación. Aspectos fundamentales

La animación turística se desarrolla y se lleva a vías de hecho a través de dos formas fundamentales:

1. El plan de animación que es el conjunto de líneas generales de acción que traza directamente los contenidos de la animación en función de los elementos, recursos y medios de la infraestructura y el del producto turístico que se tiene en cuenta para la organización de las actividades de carácter animativas.
2. El programa de animación que es el conjunto de actividades de animación, ordenadas y adecuadamente dosificadas durante un periodo de tiempo, que guía a la animación dentro y fuera de la instalación turística. Se expresa comúnmente

mediante un documento que de manera pormenorizada, expone las actividades concretas a brindar diariamente a los turistas durante su tiempo de estancia.

Según Carmenate Harris (2007), el programa de animación es un documento que recoge todas las actividades a realizar diariamente a lo largo de un período de tiempo determinado y constituye el instrumento mediante el que se expresa el trabajo de animación.

Cada instalación hotelera o extrahotelera confeccionará su propio programa adaptado a las características y ubicación de la misma. Este programa debe surgir como una prolongación derivada del proyecto operativo de animación del hotel, determinados con mayor claridad los puntos señalados y exigidos en la metodología del mencionado proyecto operativo.

Para García Ricardo (2009) los programas de animación deben llevar los siguientes requisitos técnicos-metodológicos:

- Recursos naturales, culturales, deportivos, históricos y económicos de interés turístico enclavado dentro o en el entorno de la zona o territorio turístico de la instalación y/o centro o complejo turístico, así como también aquellos cuyas distancia horaria y kilométrica permitan su integración al sistema de animación
- Posible explotación de los recursos turísticos antes citados, realizando su mayor o menor demanda, o su mayor o menor rentabilidad
- Cantidad de turistas objetos de la programación
- La programación de actividades de acuerdo a la composición del grupo, según su mayor o menor grado de heterogeneidad, teniendo en cuenta: edades, sexos, nacionalidades, estrato socio- económicos, gustos, preferencias, motivaciones, intereses, expectativas y otros factores que por su interés haya que considerar
- Diversificación de los juegos y actividades que se programan, evitando las actividades reiteradas dentro del período de estancia de los turistas
- Incorporación de actividades fundamentales cubanas, sin excluir las de carácter internacional
- Organización de actividades para la bienvenida y la despedida
- Ordenamiento lógico y conveniente de las actividades en el programa según los intereses principales del turista y las posibilidades de la entidad para dar a

- conocer el producto cubano en los primeros días de su estancia, con vista a promoverlo para su consumo o disfrute posterior
- Concebir actividades diarias de animación en correspondencia con los intereses y gustos de los clientes
 - Incorporar actividades tanto deportivas, socioculturales, artístico- musicales, festivas, así como de entretenimiento y diversión
 - Tener en cuenta que las actividades programadas de acuerdo a su clasificación deben estar ubicadas por sesiones del día en:
 - ✓ Mañana: actividades deportivas en playas, piscinas y terrenos deportivos y en la naturaleza
 - ✓ Tarde: actividades socioculturales, de entretenimiento, distracción y algunas deportivas
 - ✓ Noche: actividades festivas, artístico- musicales.
 - Adecuación del horario de realización de cada actividad, teniendo en cuenta el tiempo a emplear por el turista en la satisfacción de sus necesidades vitales como comer, dormir y otras, y en concordancia con los horarios de servicios gastronómicos del establecimiento hotelero o extrahotelero
 - Que el programa responda a fines de entretenimiento a la vez que a propósitos comerciales refiriéndose este aspecto a la posibilidad de elevar la gestión de ventas por cada actividad planificada, fundamentalmente en las festivas nocturnas
 - Conveniente selección de los locales donde se desarrollan las actividades previendo los aspectos siguientes:
 - ✓ Que exista vinculación con los servicios gastronómicos
 - ✓ Relativamente apartados de los módulos habitacionales
 - ✓ Agradables al turista
 - ✓ De fácil acceso
 - ✓ Capacidad instalada.
 - Cantidad y tipos de recursos a utilizar para cada una de las actividades, considerando el total de turistas hospedados, la composición de equipos deportivos y otros factores

- Tiempo promedio de cada actividad en evitación de la pérdida de calidad y logrando el equilibrio emocional que estas requieren por parte del turista
- Factores o áreas de servicios del establecimiento hotelero o extrahotelero o de otro tipo que participan o se realizan en cada actividad, de manera que se logre una unidad de acción de la cual se obtenga resultado satisfactorio
- Tipos de premios y forma de premiación teniendo en cuenta la importancia de la actividad, competencia o concurso, complejidad de éste y otros aspectos a considerar, así como cuantificar la cantidad de premios necesarios para el período de realización del programa de animación
- Desarrollo detallado de la actividad de acuerdo a la ficha técnica donde estará concebido el guión de cada una de las actividades a realizar de manera que se tenga una orientación o conocimiento de los propósitos a lograr, de las personas que participan, los factores que intervienen, los recursos que se necesitan, de los datos e información de los suministros al turista y otros aspectos de interés para ellos, sin que esto quiera decir que se limitan las posibilidades de expresar comportamientos espontáneos por parte de quien las anime
- Cada actividad de ser denominada para su identificación con un nombre que resulte atractivo y promocional, ya que este incide en la participación y constituye la idea central del contenido de la actividad
- La programación de actividades teniendo en cuenta la ocasión más apropiada para su realización, siendo este un elemento que influye en la motivación y por consiguiente en la participación del turista.

La diferencia sustancial entre el plan de animación y el programa de animación consiste en que el primero trata la línea de acción de una empresa o complejo donde se detalla el conjunto de ofertas y servicios incluidos en los mecanismos organizativos, determinación del cronograma de puesta en marcha y reparación de diferentes instalaciones y demás aspectos necesarios a considerar, que permitan proyectar un nivel de información conveniente; mientras que el programa de animación es la solución y organización de las actividades consideradas en el plan y aquellas que por las características del centro en cuestión pueden ser incluidas en un programa organizado pero con carácter netamente opcional.

Resulta necesario destacar que todo programa de animación debe contener los siguientes documentos normativos:

- Programa general de animación
- Programa emergente
- Hoja de trabajo diario
- Guión
- Ficha técnica.

1.3.1 Las actividades recreativas de la animación

Las actividades constituyen el contenido, la esencia de los programas de animación turística y atendiendo a sus características se clasifican en actividades artísticas-culturales, actividades deportivas y de entretenimiento, actividades festivas y actividades infantiles.

Se denominan actividades de animación artística-cultural, al conjunto de actividades en las cuales se implican manifestaciones de la cultura artística y literaria, existe un nivel de intercambio social, transmitiéndose mensajes culturales y sociales.

Esta categoría de actividades presenta diversas manifestaciones particulares entre las que se encuentran:

- Actividades artístico-musicales:

Especial importancia dentro del contexto de los planes y programas de animación se le concede a este conjunto de actividades, por cuanto en ellas se ponen de manifiesto los valores culturales más representativos del territorio. Los medios o vías que posibilitan la realización de estas actividades son: la música grabada, la música viva, las brigadas artísticas, juegos de habilidades, didáctica gastronómica, didáctica de artes plásticas, divertimientos literarios y los juegos de conocimientos.

La música grabada responderá a los gustos y preferencias de los turistas con que se trabaja. Para ello se precisa de una estrategia musical que combine:

- Música cubana tradicional reconocida internacionalmente
- Música cubana contemporánea que se puede promover por su calidad
- Música internacional contemporánea de actualidad y ritmos internacionales populares

- Para el turismo internacional, música del país de origen de los turistas

La calidad de la música viva es un aspecto de suma importancia dentro del trabajo de animación, ya que los grupos musicales que laboran en un establecimiento, son el portador más directo al turista de la sonoridad musical y la profesionalidad de los intérpretes locales.

En las actividades de animación que tengan implícitos la utilización de un grupo musical para amenizar el bailable o como parte de la propia actividad, es responsabilidad del animador velar por la organización del guión de estas, siendo imprescindible para ello:

- Tener en cuenta las distintas tandas bailables de música viva que serán interpretadas y su duración
- Que el grupo musical elabore el guión musical de cada una de las actividades en coordinación con el animador
- Que una vez iniciada la tanda bailable, ésta se desarrolle de forma ininterrumpida, erradicando los descansos entre una pieza y otra.

Las brigadas artísticas son un conjunto armónico de diferentes manifestaciones culturales, con temáticas definidas, estando integradas por elementos tanto musicales, danzarías, como de pantomimas, circenses u otras. El espectáculo de la brigada artística debe reflejar el más alto nivel de desarrollo de la actividad artística nacional y sintetizar las experiencias más avanzadas en el desarrollo de esta actividad internacionalmente.

Los juegos de habilidades se fundamentan en demostrar la destreza en la realización de diferentes ejercicios a modo de diversión. Estos juegos pueden efectuarse con música o sin ella. Entre ellos se pueden utilizar: baile de la silla, la escoba bailarina, el baile de la cajita de fósforos, el plátano equilibrista, y en general una cantidad innumerables fruto de la creación popular y también técnica de los animadores y especialistas, como sucede con todas las demás manifestaciones.

En los juegos de conocimientos se trata de transmitir y comprobar de forma amena, diversos conocimientos elementales acerca de la cultura en general y del producto turístico en particular, lo cual debe redundar en una cierta promoción indirecta.

Entre estos se pueden utilizar: quién conoce más de Cuba, quién conoce más a...., qué sabe usted de deporte, etc....

La didáctica gastronómica consiste en la enseñanza elemental para la elaboración de platos y bebidas nacionales e internacionales. Entre estas actividades se pueden utilizar clases de cocina cubana y cócteles cubanos.

➤ **Didáctica de artes plásticas:**

Estas actividades se refieren a la enseñanza elemental de algunos aspectos de la cultura popular. Entre estos se encuentran las clases de artesanías, grabados, etc.

➤ **Divertimientos literarios:**

Esta actividad se desarrolla sobre la base de textos literarios susceptibles a ser utilizados en función de la animación y la participación del turista en los contenidos de determinadas actividades generales. Se utilizan décimas, fábulas y cuentos populares.

➤ **Actividades socio – culturales generales:**

Bajo esta denominación se agrupan aquellas actividades generales que pueden ocupar una sesión completa de animación (una mañana, una tarde o noche) dentro de la cual se realizan diversos juegos que obedezcan o no a asuntos o temas centrales. Ejemplo de estas son: show en familia, fogata cultural, encuentros de la amistad, clases, etc.

➤ **Representación dramática:**

Consiste en la representación de una pieza dramática o humorística que podrá ser más o menos improvisada, o bien representación mímica o fono mímica.

Actividades de animación deportiva y de entretenimiento

Estas actividades implican las diversas maneras en las que pueden ser utilizados los juegos deportivos en su carácter recreativo como son: competencias, simultáneas, encuentros amistosos entre grupos que pueden formarse espontáneamente o ser previamente seleccionado y exhibición de diferentes deportes.

Estas actividades también tienen manifestaciones específicas como:

➤ **Juegos acuáticos:**

Están considerados aquellos juegos que se realizan en piscinas y playas fundamentalmente, en ríos y presas y sus alrededores. Ejemplos: carreras de balsas, competencias de natación, de botes de remos, baloncesto acuático, búsqueda de objetos, etc.

➤ **Juegos terrestres:**

Esta gama de juegos requieren de áreas determinadas para su desarrollo, en algunos casos delimitadas y en otros sin este requerimiento, se pueden efectuar al aire libre y bajo techo. Entre ellos: tiro al barril, carrera de sacos, tracción de la soga, competencias de diferentes deportes, gimnasia matutina, tesoro escondido, etc.

➤ **Juegos de entretenimientos:**

Como su propio nombre lo indica son juegos que no requieren de esfuerzo físico ni mental, sino sirven puramente para la diversión.

Entre estos: juegos de las guiñas, competencias de piernas de hombres, el cóctel estrafalario, etc.

➤ **Juego de enigmas y problemas:**

Este tipo de juego resulta muy atractivo y agradable como pasatiempo en momentos en que no haya música, exista mal tiempo y sobre todo para organizar grupos y darles participación a los integrantes de estos y requiere cierto grado de concentración intelectual por parte de los participantes.

Se distinguen en este grupo, la adivinación fingida, quién coge la última carta, eligiendo a comensales, adivine cuatro números, el canal estrecho, así como los de geometría y física recreativa.

Actividades de animación infantil

Son el conjunto de actividades propias para niños que pueden ser tanto culturales, como deportivas o meramente de entretenimiento y sus principales manifestaciones son:

➤ **Juegos didácticos:**

Estos se clasifican como tal por la relación directa que tiene el entretenimiento del niño con sus diferentes niveles educacionales o sea por la didáctica del juego en relación con el conocimiento. Entre estos: atrapando colores, animal marcado, imitación de animales, los trabajadores, jugando a la geografía, etc.

➤ **Juegos de entretenimiento y diversión:**

Se realizan para darle empleo al tiempo libre vacacional del niño en forma amena y utilizando las potencialidades de carácter que estas poseen. Se distinguen entre estos: el lobo y los corderos, el tilín tilín, el ratón y el gato, la gallinita ciega.

Actividades de animación festiva:

La operación del programa de animación hay que conceptualizarlo en dos momentos importantes:

- Animación diurna.
- Animación nocturna.

En la animación diurna los programas de animación deben aplicarse de manera equilibrada, es decir, de acuerdo a los ritmos y las edades de los turistas. La operación de los programas de animación diurna exige movimientos rítmicos de alta y baja intensidad que permitirá el éxito del desarrollo de las actividades dentro y fuera de la estructura turística.

La animación turística requiere del aprovechamiento de los recursos naturales y culturales para la realización de los programas, permitiendo así una valoración óptima del medio natural y del contexto al que pertenecen.

Animación nocturna:

Estas actividades caen a menudo en eventos limitados y repetitivos dentro de un espacio recreativo que persigue una tónica de espectacularidad y un rendimiento participativo con escasa integración humana y reducido logro de satisfacer factores reales y objetivos didácticos para el cliente. La animación que se pone de manifiesto es la animación socio- cultural y la animación festiva y artística.

La animación nocturna se puede clasificar de la siguiente forma:

- Espectáculos artísticos (Orquestas y grupos musicales, bailes folclóricos y populares, variedades artísticas, cantantes, cómicos, etc.)
- Noches tematizadas (Preparadas por los clientes, los trabajadores y los animadores)
- Grandes espectáculos de superproducción

- Actividades organizadas (Variedades creativas, números en relación a la temática del día, etc.)
- Juegos nocturnos especiales
- Actividades organizadas de salón (Casino, circos, kermeses, ferias, karaoke, etc.)
- Ilusionismo - Magia
- Conferencias y audiovisuales (Películas, Diaporamas, Debates, etc.)
- Cenas especiales (Espectáculos, tematizadas, eventos, etc.)
- Animación festiva y bailable
- Actividades de playa (Lunadas, noches de piratas, cenas románticas, etc.)
- Actividades de competencia.

Estos programas deberán consultar e involucrar en primera instancia al cliente y dejar atrás la idea de que “el espectáculo lo hacen únicamente los animadores para los turistas”. Este tipo de actividades de animación son las dedicadas a la celebración de fechas tradicionales, celebraciones de cumpleaños, aniversarios, carnavales, etc., son en conclusión fiestas.

Esta modalidad animativa tiene sus fundamentos en las fiestas, festivales y actividades que dan un motivo de celebración. Están incluidos también en este grupo los festejos nacionales e internacionales. Ejemplos: festival de cine, carnaval caribeño, festival de moda cubana, festival de comisión, celebración de cumpleaños colectivos, aniversarios de bodas, etc.

Pasos metodológicos para la realización de actividades socioculturales:

- Saludo
- Presentación: se menciona el nombre del animador y se realiza la motivación de la clase
- Presentación del tema: se menciona el tema de la actividad y el contenido
- Desarrollo: se ejecuta el contenido o tema a partir de los gustos o intereses del cliente
- Evaluación: para las clases se realiza un resumen parcial del contenido dado

- Conclusiones: se dan las gracias por su participación, se introduce el tema de la clase siguiente y se da promoción a la actividad que sigue en el programa.

Indicaciones metodológicas generales:

- Se debe preparar con anticipación el área o local con los medios que requieran la actividad
- Las actividades deben adecuarse a todos los clientes que participan
- Los temas deben ser fáciles y de interés para todos los clientes
- Las actividades deben ser creativas y dinámicas que cumplan con los requisitos de la recreación
- Al final de cada actividad realizar un resumen parcial de todo lo dado
- Utilizar medios de enseñanza para facilitar la adquisición de las habilidades.

Capítulo II: Actividades socioculturales para insertar en el Programa de Animación del Hotel “Brisas Covarrubias”

El presente Capítulo se encuentra estructurado en cuatro epígrafes, primeramente se realiza una descripción de la instalación objeto de estudio, así como los principales mercados emisores, luego se analiza las deficiencias principales encontradas en el programa de animación y otras planteadas por los clientes, se mencionan las manifestaciones artísticas-culturales más importantes de la provincia Las Tunas concluyendo con las actividades propuestas de animación sociocultural.

2.1 Caracterización del Hotel “Brisas Covarrubias”

El Hotel “Brisas Covarrubias” se abre al turismo internacional el 18 de diciembre de 1998 pero con el nombre de “Villa Covarrubias”, perteneciente en ese momento al Grupo Hotelero Gran Caribe. Este producto de marca propia, pasa a ser propiedad del grupo Cubanacan el 1^o de enero del 2006, donde comienza a operar como marca Brisas.

La marca Brisas está integrada por hoteles de categoría cuatro estrellas, ubicados en primera línea de playa, de modalidad Mega Todo Incluido, destinados con preferencia al segmento de familia, con especial atención a los niños con programas de cuatro a 12 años que incluye clubes infantiles, áreas de juegos y animación especializada.

Cuenta con alto estándar de alojamiento con variados tipos de habitaciones. Amplias ofertas gastronómicas en restaurantes a la carta, mesas buffet y servicios gastronómicos las 24 horas del día. Servicio de bodas y paquetes de luna de miel. Servicios notariales con pago adicional. Programas de animación diurna y nocturna, con marcado acento de cubanía, con clases de bailes e idioma español, deportes náuticos no motorizados, clases de iniciación de buceo, bicicletas, salas de juegos, canchas de voleibol, baloncesto y tenis con iluminación, gimnasio, sauna e hidromasajes. Para clientes que repiten su visita se incluyen programas especiales de atención.

Además, se brindan otros servicios no incluidos en el paquete, como buceo, deportes náuticos motorizados, masajes, salones de belleza, servicio de tintorería, llamadas internacionales, salas de Internet y servicios propios de un Todo Incluido con categoría cuatro estrellas.

Misión de Brisas Covarrubias:

“Brisas Covarrubias”, ideal para disfrutar en familia y descansar bajo el cálido sol del trópico, se distingue por la belleza de sus playas y la calidad de sus servicios, apoyada en una tecnología de avanzada y una filosofía de mejora continua que trabaja por la competitividad, la eficacia y la eficiencia.

Visión de Brisas Covarrubias:

Convertirnos en los preferidos de Hoteles Cubanacan, caracterizados por convertir expectativas en experiencias inolvidables.

Servicios que se ofrecen:

- **Alojamiento**

La Villa está distribuida en 26 bungaloes de hasta dos niveles, de cinco; seis y ocho habitaciones cada uno, que suman un total de 180 habitaciones, de ellas dos son suites, 32 triples y 34 con camas matrimoniales.

Todas las habitaciones tienen vista al mar y cuentan con balcón, mini-bar, secador de pelo, aire acondicionado, teléfono con salida internacional, baño privado con agua fría y caliente, televisor por vía satélite con más de siete canales; además se oferta servicios de cuna, cama extra y de lavandería-tintorería.

Entre las habitaciones se encuentra una acondicionada para minusválidos, contando el hotel con acceso para ellos.

- **Recepción**

Este servicio se ofrece las 24 horas, pago con tarjeta de crédito, alquiler de caja de seguridad, ventas de tarjeta prepagadas (telefónicas), custodio de equipajes, servicio de fax, venta de platos opcionales (langosta) masaje, buceo, snorkel, venta de diferentes

ofertas con variados servicios y precios para clientes directos, así como el servicio de matutino e información al cliente.

- **Restauración**

Los servicios de restauración (Todo Incluido) se distribuyen en: restaurante “El Dorado”: con una capacidad para 180 clientes con servicio de mesa buffet y bar en desayuno, almuerzo y comida; brinda una variada oferta de cocina internacional acorde con las nuevas tendencias de la restauración, caracterizada por las noches temáticas y un servicio personalizado, con horario de servicio desde las 07:00 hasta las 09:30 horas para el desayuno, desde las 12:30 hasta las 14:30 horas para el almuerzo y desde las 18:30 hasta las 21:30 horas para la comida.

Ranchón de Playa “Vista Mar”, con capacidad de 100 plazas, posee bar, parrillada y buffet, ofreciéndose un variado servicio que va desde comidas rápidas y ligeras hasta menús más complejos, elaborados con la utilización de equipos estandarizados de moderna tecnología; con horario de servicio desde las 09:00 hasta las 16:00 horas.

En el Ranchón de playa está ubicado el restaurante Especializado “Covazul”, con capacidad de 50 plazas, ofrece servicios de comidas especializadas entre las que se encuentran platos Italianos y marineros, el horario de atención a clientes es desde las 18:30 hasta las 22:30 horas, se establecen ofertas para el mismo distribuidas en dos turnos de entrada de dos horas cada uno; dentro de los estándares de la marca se establece que los clientes deben pasar en su estancia al menos dos veces por este restaurante.

En el Snack Bar “Cobo Bar”, se brinda una oferta de bebidas nacionales y alimentos ligeros con capacidad para 65 clientes, abierto las 24 horas.

Aquabar: con servicio a la piscina y variada oferta de bebidas nacionales, cuenta con capacidad de 8 plazas y su horario de servicio es desde las 10:00 hasta las 17:00 horas.

Lobby-bar “Las Caletas”: abierto desde las 09:00 hasta las 23:00 horas, brinda una variada oferta de coctelería y bebidas nacionales e internacionales, tiene una capacidad para 24 clientes.

Discoteca “Sol Arena”: abierta desde las 23:30 hasta las 02.00 horas, con variada oferta de rones cubanos y amplia coctelería, así como música cubana e internacional, muy actualizada y variada.

- **Recreación y Animación**

Las actividades diurnas comienzan a las 09:00 horas hasta las 17:30. Todas las noches un espectáculo diferente a las 21:30 y a partir de las 23:30 es tiempo de disco hasta las 02:00.

La instalación cuenta con diferentes espacios en los que se realizan las actividades recreativas diurnas y nocturnas:

- Club house
- Club de niños
- Cancha polivalente
- Cancha de tenis
- Área piscina
- Área playa
- Área de tiro
- Área discoteca
- Escenario
- Lobby bar.

También tiene incluido en su programa de animación, una oferta de espectáculos en correspondencia a los diferentes segmentos (familias, niños, parejas, solteros).

Se realizan diariamente varias actividades de animación como stretching, bailes caribeños, juegos, clases de español, de música, de bailes, de artesanía, actividades para niños, cóctel “La Puesta del Sol”, celebraciones de cumpleaños, aniversarios, compromisos y fiestas de repitentes, entre otros. Manteniéndose informados a los clientes de estas actividades mediante las pizarras informativas existentes en las diferentes áreas.

Los servicios recreativos incluyen además, piscina con áreas para niños y adultos, actividades náuticas no motorizadas (Todo Incluido), buceo (opcional), actividades náuticas motorizadas (opcionales), juegos de mesa y billar, ejercicios aeróbicos, entre otros.

Existe un personal especializado en el equipo de animación que se encarga del cuidado de los niños, realizando varias actividades en la playa, excursiones a otros lugares, mini-disco, mini-show “Jugando a ser grande”. Estas actividades se realizan en la semana en dependencia de la cantidad de niños y comienzan a las 10:00 horas. Existe un gimnasio dotado de modernos equipos tales como: bicicletas estáticas, trotadores, pesas, etc. El programa de animación que se implementa está diseñado para una semana.

- **Otros Servicios**

- ✓ Servicio de bodas y paquetes de luna de miel
- ✓ Servicios notariales
- ✓ Servicio de fax y correo electrónico las 24 horas
- ✓ Buró de Turismo de Cubatur para la venta de excursiones con destinos a La Habana, Santiago de Cuba, playa Santa Lucía, Delfinario de la Bahía de Naranjo, recorridos por las ciudades de Holguín, Las Tunas y Puerto Padre, visitas a lugares históricos, de interés cultural, etc
- ✓ Servicio de Cambio de Moneda (CADECA)
- ✓ Alquiler de autos y taxis a través de Transtur
- ✓ Tienda mixta de la Cadena Caracol S.A.
- ✓ Tienda del Fondo de Bienes Culturales
- ✓ Consulta médica las 24 horas
- ✓ Masajes, fango terapia y acupuntura
- ✓ Cabinas telefónicas de ETECSA (dos) para el servicio público en CUC y se ofertan tarjetas prepagadas

Los servicios eléctricos se reciben a partir de una planta generadora situada a dos kilómetros aproximadamente de la instalación, la cual es operada por la Empresa Geysel, con una capacidad de 800 KW hora. Los servicios de acueducto se reciben desde una planta desalinizadora de nueva adquisición, operada por personal de la Empresa de Recursos Hidráulicos. Existe un contrato con la Empresa de Comunales de la provincia que se encarga de la limpieza de la playa y de recoger los desechos de la instalación. El sistema de evacuación y tratamiento residual se realiza a través de una laguna de oxidación distante de la instalación con los requerimientos técnicos. El relleno

sanitario no cuenta con las especificaciones de calidad requeridas. Para los servicios de comunicación se cuenta con una pizarra telefónica con conexión a una pizarra digital por medio de radio enlace con acceso internacional.

El Departamento de Animación

El departamento de animación está integrado por 12 trabajadores:

- Jefe de Animación (1)
- Animador Turísticos (5)
- Operador de Audio y Luces (1)
- Encargados de Actividades y Medios de Recreación (3)
- Instructor de Buceo Una Estrella (1)
- Lancharo Marinero (1)

Nivel Escolar	Mujeres	Hombres	Total
Universitario	3	-	3
T/M	1	-	1
12 grado	-	8	8
Total	4	8	12

Todos tienen más de 10 años en el sector turístico y más de 5 años en la actividad que se desempeñan. En el caso de los animadores turísticos, tienen son graduados del curso de animador turístico, impartido por la Escuela de Hotelería y Turismo de Holguín. Por todo esto, se considera que el personal del Departamento de animación cuenta con la formación y las características necesarias, que permiten se puedan implementar las actividades que se proponen.

2.2 Diagnóstico de las características de los clientes

El Hotel recibe principalmente clientes provenientes de los mercados emisores de Canadá y Alemania. Entre los gustos y preferencias que los caracterizan se encuentran:

Mercado Canadiense:

El mayor número de los clientes canadienses reside en la provincia de Quebec, y la otra parte proviene de Toronto. Estas provincias se caracterizan por hacer uso de los idiomas, francés e inglés. En los de Quebec predomina el habla francesa y en los de Toronto el habla inglesa.

Es un mercado de marcada estacionalidad hacia el invierno y con preferencias a los destinos de sol y playa, representando el viaje una vía para el escape de los rigores del clima.

La edad de los turistas recibidos de este mercado oscila entre los 30 – 50 años, con un poder adquisitivo de medio a bajo, manifestando como principales características en su comportamiento la tranquilidad, fidelidad, amabilidad y dados a entablar amistad. Gustan de la comida típica cubana e internacional, la música y los espectáculos cubanos y participativos.

Sus principales gustos y preferencias relacionadas con la animación turística son:

- ✓ Las familias con niños prefieren las actividades en la playa o en el hotel y las excursiones en ómnibus.
- ✓ Las personas entre 18 y 30 años se inclinan por la náutica, las motos, la animación hotelera y las discotecas.
- ✓ Las personas entre 30 y 35 años muestran preferencias por las bicicletas, las compras, la animación en el Hotel y el restaurante fuera del Hotel. Un segundo orden de preferencia lo tienen las excursiones en ómnibus.
- ✓ Los visitantes de la tercera edad reparten sus gustos principales entre el interés por la historia y las compras.

La mayoría de los canadienses que viajan a Cuba son motivados por el “sol y playa”, aunque para determinados segmentos muestran interés por la “historia y la cultura” y la “naturaleza”

Mercado Alemán:

Este segmento de mercado arribó al Hotel en la temporada de verano de 1999, por lo general son turistas de ingreso medio; se caracteriza por buscar destinos tropicales, de entorno ecológico y seguros; disfrutan las excursiones, los viajes a conocer las ciudades del país y captar la vida de la población, las actividades de ocio y las ofertas

culturales; valoran el turismo especializado en buceo y vela, máximo interés por estas actividades náuticas.

Las principales preferencias reconocidas de los alemanes en sus viajes al Caribe son: relax (tranquilidad, poco ruido, deporte moderado), buen clima, sol y playa, belleza de la naturaleza y el paisaje, contacto con la gente y el país. Se manifiestan exigentes con los servicios. Son afables y no participativos en las actividades de animación. Edad promedio 45 años.

Un elemento característico para el mercado alemán es su preocupación por el medio ambiente y el interés por su conservación. En el destino visitado deben encontrar un medio ambiente intacto, disfrutar del paisaje y observar la flora y la fauna. Gustan de recibir información previa sobre el estado del medio ambiente en el destino seleccionado, pues rechazan entornos demasiado alterados.

2.2.1 Comportamiento de la satisfacción de los clientes en el periodo 2011-2012

Para conocer el comportamiento de la satisfacción de los clientes se analizaron las encuestas aplicadas por el departamento de Relaciones Públicas en el Hotel durante el periodo 2011-2012. No se exponen las cualidades de este instrumento de colección de información primaria pues es un instrumento que ha sido aprobado por la Cadena Cubanacán y validado en la instalación. En este periodo se aplicaron un total de 3337 encuestas, y los resultados se muestran a continuación:

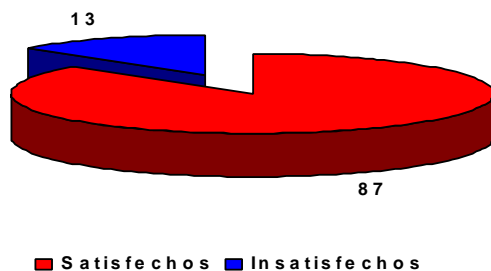


Figura 2: Por ciento clientes que se sienten satisfechos con los servicios del hotel antes de la inserción de las actividades socioculturales en el Programa de Animación del Hotel.

Fuente: Encuesta de satisfacción de los clientes en el Hotel "Brisas Covarrubias". Periodo 2011-2012.

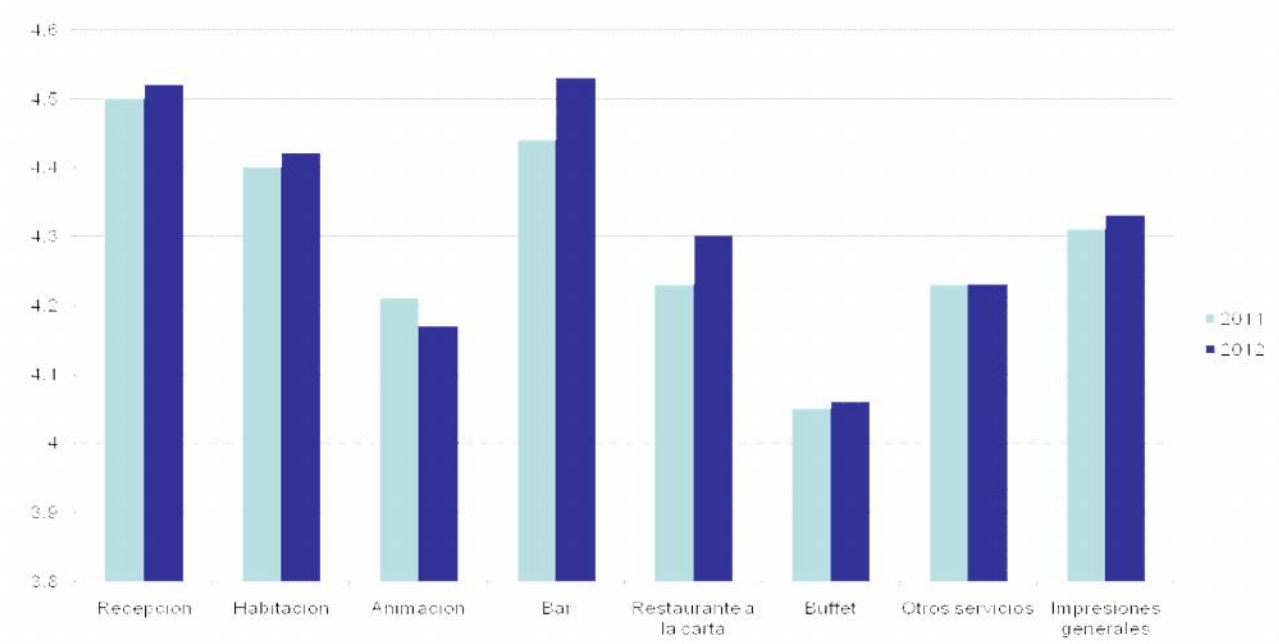


Figura 3: Índice de satisfacción de los clientes por departamentos.

Fuente: Encuestas de satisfacción de los clientes en el Hotel "Brisas Covarrubias". Periodo 2011-2012

A pesar de que los resultados no son alarmantes, si se puede apreciar que el Hotel es susceptible de mejoras para incrementar la satisfacción de los clientes; resalta que las áreas con menor índice de satisfacción de los clientes son las de Buffet y Animación, aunque de estas dos la última es la que muestra una tendencia negativa.

También se revisaron los resúmenes mensuales del Departamento de Relaciones Públicas en el periodo 2011-2012, identificándose como las quejas más generalizadas por los clientes relacionadas con el área de animación las siguientes:

- ✓ Poca música cubana en la Disco y otras áreas del Hotel
- ✓ Pocas actividades dirigidas a los niños
- ✓ Mala calidad de los espectáculos
- ✓ Poca variedad de entretenimientos
- ✓ Poca participación de los clientes en el show
- ✓ Poca promoción de las actividades recreativas.

2.3 Diagnóstico del Proceso de Animación del Hotel

Se partió de un análisis del proceso de animación que se desarrolla en la entidad tomando como referencia su diagrama de flujo (Anexo I), comprobándose que existe una secuencia lógica en las actividades que lo conforman y que el elemento crítico en el mismo es la propuesta de actividades que se recogen en el Programa de Animación.

Luego se entrevistaron (ver Guía de Entrevista en el Anexo II) los trabajadores que más relacionados están con el mismo para conocer su opinión en cuanto a la efectividad del Programa de Animación del Hotel, obteniendo los siguientes resultados:

- El 87.5% (14 encuestados) respondió que el Programa de Animación del Hotel “Brisas Covarrubias” no está diseñado para operar en correspondencia con los estándares del MINTUR.
- El 100% manifestó que aunque las actividades se encuentran bien distribuidas a lo largo del día, estas en su mayoría son reiteradas en el transcurso de la semana
- El 75.0% (12 encuestados) opinó que en las actividades socioculturales no han visto la integración de manifestaciones artísticas como la literatura, el teatro, la fotografía, las artes plásticas y el cine
- El 62.5% (10 encuestados) no observa integración del programa de Animación con actividades socioculturales relacionadas con eventos tanto internacionales, provinciales y municipales que se realizan en la provincia Las Tunas.
- El 100% planteó que no existen actividades diseñadas para los clientes discapacitados, los cuales se tienen que integrar en la oferta de animación y no existe una atención especializada para ellos
- A su vez, el 50% planteó que las actividades del Programa carecen de las fichas técnicas.

Los anteriores planeamientos, evidencian que es necesario rediseñar el Programa de Animación del Hotel sobre la base de actividades que operen en correspondencia con los estándares del MINTUR; que su distribución no sea repetitiva en la misma semana; que se incluyan actividades en la zona de playa; en sentido general, que se rediseñe de manera que se implementen más las actividades socioculturales, aprovechando las

manifestaciones artísticas como la literatura, el teatro, la fotografía, las artes plásticas y el cine; así como las potencialidades del municipio y la provincia en cuanto a eventos internacionales, provinciales y municipales.

2.4 Descripción de las actividades socioculturales a insertar en el programa de Animación del Hotel.

La provincia de Las Tunas, a pesar de no ser considerada un destino turístico, cuenta con innumerables recursos naturales y gran riqueza cultural, que combinándose se puede obtener un producto más variado y atractivo, sirviendo este como fuente de elevación de la satisfacción de los clientes que se hospeden en el Hotel “Brisas Covarrubias”; y a su vez, eleva los ingresos por concepto de turismo.

ACTIVIDADES DIURNAS:

Actividad 1. Clases de artesanía tunera. (Ver ficha técnica en el anexo III)

➤ **Título:** “¡Lo Logré!”.

Sugerencias metodológicas:

Se establecerá la coordinación previa con un artesano de reconocido prestigio por su trabajo y comportamiento social, además de contar con las condiciones materiales para desarrollar su labor. Las clases y los talleres deben ser desarrolladas por él y con la presencia del Animador Turístico, preferiblemente este último debe de tener conocimientos de esta materia.

Las clases deben contener, en su Programa, un recorrido por la Instalación, áreas externas u otras instalaciones donde se muestren las obras del artista y se expliquen sus características. Esta actividad se adaptara a los segmentos de discapacitados e infantiles.

El local debe estar decorado con elementos de la naturaleza y piezas elaboradas por los clientes de materiales diversos, incluyendo los reciclados; es importante que algunos de los materiales sean coleccionados por los propios clientes del entorno de la Instalación.

La finalidad de los trabajos será para decorar áreas del Hotel, escenarios de animación, para las premiaciones, como subvenir; además pueden incluirse en actividades tales como subastas y rifas. Las piezas deben tener el nombre del creador y la marca del Hotel.

Como el título lo anuncia, el primero en lograr confeccionar su artesanía debe de exclamar: “¡Lo Logré!”.

Acciones a desarrollar durante la clase:

- Acción 1: Presentación del Artesano y el grupo.
- Acción 2: Recorrido por la Instalación para ver muestras del trabajo del Artesano y familiarizarse con el local.
- Acción 3: Conformación de dúos de trabajo, según afinidad u orientados por el Animador o el Artesano.
- Acción 4: Explicación de las medidas de seguridad a adoptar, tanto por parte del Artesano como del Animador.
- Acción 5: Explicación teórica, por parte del Artesano y con la ayuda del Animador, acerca del trabajo a realizar.
- Acción 6: Desarrollo del trabajo artesanal.
- Acción 7: Exposición conjunta de los trabajos realizados.
- Acción 8: Selección de los trabajos ganadores y los que integrarán la Colección del Hotel.

Posibles temas de creación artesanal para clases:

Propuesta 1: Creación con madera: (Mi muñeco)

Propuesta 2: Fantasía de papel maché: (El instrumento mágico)

Propuesta 3: Pinta pintor: (Creación del mar)

Propuesta 4: Creación con elementos reciclados: (Artículos de decoración)

Propuesta 5: Fabrique su juguete: (Confecciones con coco, collares con semillas)

Otras que el Animador y el Artesano puedan crear.

Actividad 2. Nuestro arte culinario. (Ver ficha técnica en el anexo IV)

- **Título:** “¡A Comer!”

Sugerencias metodológicas:

Las clases de arte culinario se pueden desarrollar en áreas del Hotel como el restaurante, preferentemente, después del horario de almuerzo o desayuno. Los temas, en su mayoría, deben ser de platos y platillos tradicionales o en relación con la temática del menú de ese día.

Las clases serán impartidas por el Chef u otro cocinero y siempre con la presencia y apoyo del Animador. De ser posible el Animador debe de tener conocimientos de esta materia. Los platillos elaborados pueden ser utilizados para premiar otras actividades, como las deportivas.

Como el título lo anuncia, el primero en lograr confeccionar su plato debe de exclamar: ¡A Comer!

Acciones a desarrollar durante la clase:

- Acción 1: Presentación del Animador y del Chef.
- Acción 2: Recorrido por la cocina para ver cómo se realiza la labor en la Institución y familiarizarse con el local.
- Acción 3: Conformación de dúos de trabajo, según afinidad u orientados por el Animador o el Chef.
- Acción 4: Explicación de las medidas de seguridad a adoptar, tanto por parte del Chef como del Animador.
- Acción 5: Explicación teórica, por parte del Chef y con la ayuda del Animador, acerca de los platos a confeccionar.
- Acción 6: Desarrollo de los platos.
- Acción 7: Exposición conjunta de los platos confeccionados.
- Acción 8: Selección de los mejores elaborados y los que serán entregados como premios.

Propuesta de platos a confeccionar:

Propuesta 1: “Arroz con leche”:

Este plato es un dulce típico de la cocina cubana, se prepara con arroz ya cocido, leche, azúcar y al final, después de elaborado, se le puede agregar canela en polvo a gusto.

Propuesta 2: “Plato autóctono. La caldosa tunera”.

Este plato es un caldo de carne, viandas y especias.

Actividad 3. Danzas tradicionales de la provincia Las Tunas. (Ver ficha técnica en el anexo V)

Título: “Pa Puerto Padre Me Voy”.

Sugerencias metodológicas:

Las clases de baile deben ser impartidas por un Instructor de Arte, de la especialidad en danza, o un animador que conozca los pasos de los bailes tradicionales y de música.

Las clases se deben caracterizar por las demostraciones basadas en las danzas autóctonas del país, con énfasis en las de la provincia. De ahí que la selección de los temas musicales deben ser, preferentemente, de autores tuneros, pues la clase no es solo hacer bailar al cliente, sino utilizar el baile en función de un mayor conocimiento de la música cubana y en especial de la tunera.

Esto permitirá un mayor conocimiento de los clientes, nuevos y repitentes, de la música del territorio, de sus artistas; así como sus éxitos. No obstante, se recomienda realizar un diagnóstico, basado en el método de la observación, para determinar qué ritmo melódico es el más adecuado para el grupo de excursionistas.

Además de lograr el objetivo general de la actividad, la clase debe de preparar a los clientes para que participen en el Show del Hotel, integrándose a las compañías de bailes contratadas. Se deben de aprovechar los momentos de descansos para enseñarles a los turistas algunos estribillos del ritmo que se está ejercitando.

A partir de la adquisición de las habilidades, se pueden coordinar competencias con otros hoteles, presentaciones en casas de cultura o eventos competitivos municipales, los cuerpos de baile pueden ser integrados por clientes y trabajadores del hotel.

Acciones a desarrollar ante y durante la clase:

- Acción 1: Seleccionar el lugar adecuado para el desarrollo de la clase.
- Acción 2: Presentación del Instructor de Arte o del Animador.
- Acción 3: Breve reseña de la vida y obra de los autores de ritmos seleccionados.
- Acción 4: Conformación de las parejas de bailes, según afinidad u orientados por el Instructor de Arte o el Animador.
- Acción 5: Práctica de las demostraciones. (Cuantas veces se estime)

- Acción 6: Descansos para aprender estribillos de los temas. (Cuántas veces se estime)
- Acción 7: Conformación de las parejas de bailarines que participarán en el Show del Hotel. (Se puede conformar una rueda de casino)

Propuesta de temas a utilizar:

Propuesta 1: “Pa Puerto Padre Me Voy”, del reconocido Emiliano Salvador.

Propuesta 2: “Tu Me Tira a Mí las Cajas y Yo Te Tiro los Cajones” de la popular y conocida orquesta Embajadores del Ritmo.

Propuesta 3: “La Caldosa de Kike y Marina” del compositor tunero Rogelio Díaz Castillo popularizada por el conocido intérprete ya desaparecido el Jilguero de Cienfuegos.

Actividad 4. Clases de teatro. (Ver ficha técnica en el anexo VI)

- **Título:** “Los Valientes”.

Sugerencias metodológicas:

Las clases de teatro deberán ser impartidas por un Instructor de Arte, en la especialidad de teatro, con la presencia del Animador, o un animador que domine las técnicas de esta manifestación artística; previa preparación de las obras a representar.

Se sugiere representar obras que identifiquen el panorama de la historia tunera. El conductor de la clase puede seleccionar la forma de organización de la misma; aunque se recomienda iniciar la representación sin incluir a algún miembro de la excursión, para buscar en ellos la motivación a participar.

El grupo de la clase de teatro se puede vincular con el de artesanía para la confección de elementos decorativos y útiles.

Se exhorta al instructor a crear una obra, con la participación de los clientes, de manera que esta pueda ser representada por ellos en el Show del Hotel.

Acciones a desarrollar ante y durante la clase:

- Acción 1: Seleccionar el lugar adecuado para el desarrollo de la clase.
- Acción 2: Presentación del Instructor de Arte, en la especialidad de teatro, o del Animador.

- Acción 3: Breve reseña de la obra a representar y del autor de la misma; así como de los premios alcanzados por ella. (Si los tiene).
- Acción 4: Exposición de la obra por parte del Instructor, animador y otro personal del hotel seleccionado.
- Acción 5: Explicación de las técnicas de la dramaturgia a emplear por cada personaje.
- Acción 6: Conformación del grupo de actores y actrices.
- Acción 7: Práctica de la obra. (Cuantas veces se estime)
- Acción 8: Selección de la obra para representarla en el Chow del Hotel.

Propuesta de temas a dramatizar:

Propuesta 1: “La llegada de Cristóbal Colón”.

Propuesta 2: “La historia del indio Hatuey”.

Propuesta 3: “Cuentos de La Edad de Oro”, de José Martí.

Actividad 5. Artes plásticas tuneras. (Ver ficha técnica en el anexo VII)

- **Título:** “Arco iris”.

Sugerencias metodológicas:

Se establecerá la coordinación previa con un Instructor de Arte en la especialidad de Artes Plásticas. Las clases y los talleres deben ser desarrolladas por él y con la presencia del Animador Turístico, preferiblemente este último debe de tener conocimientos de acerca de la pintura.

Las clases deben contener, en su Programa, una exposición de obras de artistas del territorio. Esta actividad se adaptara a los segmentos de discapacitados e infantiles.

El local debe estar decorado con obras de artistas y del propio Instructor. Los trabajos que resulten premiados podrán utilizarse para exposiciones transitorias en el Lobby del Hotel o incluirse en actividades tales como subastas y rifas. Las piezas deben tener el nombre del creador y la marca del Hotel.

Acciones a desarrollar durante la clase:

- Acción 1: Presentación del Instructor de Arte y el grupo.
- Acción 2: Recorrido por la exposición.

- Acción 3: Explicación teórica, por parte del Artesano y con la ayuda del Animador, acerca del trabajo a realizar.
- Acción 4: Conformación del trabajo.
- Acción 5: Desarrollo del trabajo.
- Acción 6: Selección de los trabajos ganadores y los que integrarán la Exposición transitoria en el Lobby del Hotel, la subasta o la rifa.

Posibles temas de creación:

Propuesta 1: “La playa”.

Propuesta 2: “El fondo marino”.

Propuesta 3: “El hotel”.

Propuesta 4: “Puerto Padre”.

ACTIVIDADES NOCTURNAS

Actividad 1: Cine cubano. (Ver ficha técnica en el anexo VIII)

- **Título:** “El Séptimo Arte”.

Sugerencias metodológicas:

Antes de proyectar la película el Animador debe orientar a los clientes con un breve comentario del contexto sobre la temática de la película a visualizar. La misma debe de proyectarse, preferiblemente, en pantalla grande y en horarios de la noche. Los lugares para la actividad pueden ser en áreas como escenarios, discoteca, lobby u otro del hotel que reúna las condiciones de visibilidad y acústica.

Al concluir la proyección se puede desarrollar un Cine Debate, para lo cual el animador debe de realizar un trabajo de mesa que le permita una preparación adecuada de manera que asegure el éxito del mismo. Este tipo de actividad puede desarrollarse en la jornada del “Festival Cinemazul”.

Para el Cine Debate la autora propone los siguientes aspectos a tener en cuenta:

- Momento histórico que representa el filme.
- Uso de la fotografía.
- Valor del guión.

- Mejor actuación masculina.
- Mejor actuación femenina.
- Tema de la película.
- Los dos momentos más significativos de la película.
- Qué otro final le hubiera dado al filme.

Acciones a desarrollar durante la clase:

- Acción 1: Coordinación con el cine para la selección y presentación de la película.
- Acción 2: Selección del lugar de proyección.
- Acción 3: Breve reseña, por parte del Animador, del argumento de la película a visualizar.
- Acción 4: Orientación de los aspectos a tener en cuenta para la realización del Cine Debate.
- Acción 5: Visualización de la película.
- Acción 6: Desarrollo del Cine Debate.
- Acción 7: Reconocimiento a los que más se destacaron en el Cine Debate.

Posibles filmes a visualizar:

Propuesta 1: “Protesta de Baraguá”.

Propuesta 2: “Lucia”.

Propuesta 3: “El Hombre de Maisimicú”.

Propuesta 4: “Fresa y Chocolate”.

U otras que se encuentren en cinemateca del territorio.

Actividad 2. Actividades para niños y niñas. (Ver ficha técnica en el anexo IX)

- **Título:** “Cuando Yo Sea Grande”.

Sugerencias metodológicas:

Se debe de coordinar la presencia de titiriteros, magos, payasos, teatristas y pintores para que cada uno desarrolle sus habilidades frente a los niños y posteriormente los involucren en juegos, a partir de sus manifestaciones.

Se sugiere desarrollar esta actividad una vez por semana, lo más importante será la participación de los niños. Las convocatorias se pueden realizar en las diferentes áreas, todos los interesados tendrán la oportunidad de participar, el animador con el apoyo de un director artístico identificarán las cualidades de estos niños y los prepararán mediante ensayos.

Los niños que más se destaquen por manifestación deben ser premiados

Acciones a desarrollar ante y durante el Show:

- Acción 1: Coordinación con los especialistas.
- Acción 2: Conformación y ensayo del elenco artístico.
- Acción 3: Breve explicación de los niños y niñas para informarles en qué consiste la actividad.
- Acción 4: Selección, por parte de los niños y niñas, de la actividad en la que van a participar.
- Acción 5: Desarrollo de las actividades.
- Acción 6: Selección de los niños y niñas que más se destacaron.
- Acción 7: Premiación de los niños y niñas que más se destacaron.

Propuesta de talleres a desarrollar:

Propuesta 1: “Pintor”.

Propuesta 2: “Bailarín”.

Propuesta 3: “Circense”.

Propuesta 4: “Mago”.

Propuesta 5: “Titiritero”.

Actividad 3. Show del Cliente. (Ver ficha técnica en el anexo X)

- **Título:** “A Divertirnos”.

Sugerencias metodológicas:

El Animador, previa coordinación con los especialistas y a partir de la selección de los mejores trabajos y representaciones artísticas logradas en cada una de las actividades desarrolladas, conformará el Show con los clientes del Hotel.

Las presentaciones se deben de conformar de manera que siempre se mantenga la motivación por el mismo, o sea, intercalando las actividades pasivas (Pintura, artesanía) y las activas (Baile, teatro).

Al finalizar se deben de seleccionar cuáles de las actividades ha sido la mejor representada y hacerles un reconocimiento a los participantes de las mismas.

Acciones a desarrollar ante y durante la clase:

- Acción 1: Coordinación con los especialistas para la conformación del Show.
- Acción 2: Conformación del elenco artístico.
- Acción 3: Presentación al público del Guión.
- Acción 4: Representación del Show.
- Acción 5: Selección de las mejores obras.
- Acción 6: Entrega de reconocimientos a los clientes que representaron las mejores obras.

ACTIVIDADES PARA DISCAPACITADOS.

Actividad 1: Clases de artesanía especializada.

- **Título:** “Sí Puedo”.

Sugerencias metodológicas: Los trabajos de artesanía se utilizan como terapia ocupacional. Así por ejemplo, muchos enfermos realizan trabajos para fortalecer los músculos o para adquirir habilidad con un miembro artificial.

También sirve como terapia en diversos trastornos mentales, proporcionando una vía para expresar los sentimientos. La artesanía facilita a las personas discapacitadas la posibilidad de ocupar su tiempo y distraer la atención de sus problemas. Los animadores crearan las condiciones en cada caso para integrar a esto clientes con la clase de artesanía, se debe hacer una invitación personalizada y adoptar todas medidas necesarias para su desenvolvimiento personal durante toda la actividad.

Actividad 2: Recorridos

- **Título:** “En Armonía”.

Sugerencias metodológicas: Como los recorridos no requieren de ningún gasto, se pueden realizar por senderos que posean las condiciones, estos pueden ser las áreas externas del hotel, visitas a la comunidad, entre otros. Los animadores deben realizar invitaciones personalizadas a estos clientes y sus acompañantes.

Mediante el recorrido el animador podrá comunicar las diferentes características de la flora y fauna, idiosincrasia del cubano, hábitos alimenticios y otros que sean de interés del cliente. Lo que se pretende en sí es que estas personas no se sientan excluidas, que se integren en las actividades y que tengan una participación

Actividad 3: Vinculación con otras actividades

➤ **Título:** “Es mi Deseo”.

Sugerencias metodológicas: Los clientes discapacitados pueden insertarse en la mayoría de las actividades socioculturales propuestas en esta Tesis, por lo que se deben realizar invitaciones personalizadas y crear las condiciones necesarias en los espacios para su desarrollo. Se deben identificar las potencialidades de estos clientes y persuadirlos para que tomen lugar en presentaciones, torneos de sala, juegos de conocimientos, decoraciones, entre otros.

Actividades tematizadas a insertar en el programa de animación del Hotel “Brisas Covarrubias”

Sugerencias metodológicas: Consiste en desarrollar en el Hotel actividades complementarias y visitas a los diferentes eventos que se realizan en la provincia Las Tunas y el municipio Puerto Padre.

Actividad 1: “El día del Arte Tunero”. (Evento provincial)

Fecha de Realización: Cada 15 días

Es una propuesta que se puede desarrollar cada 15 días o dentro del periodo de los eventos internacionales que se realizan en la provincia, se pueden realizar exposiciones de diferentes manifestaciones, venta de libros de nuestra literatura, proyecciones de

documentales, cortos, películas, presentaciones de compañías danzarías, teatrales, de músicos de géneros tradicionales, entre otras.

Actividad 2: “Programa Semana de la Cultura Puertopadrense”. (Evento provincial)

Fecha de Realización: 20 al 25 de diciembre

Visita al Evento que puede comercializarse como opcional o como una propuesta de la entidad para incentivar las ventas. Se pueden realizar ventas de artesanía local, presentación de grupos musicales de la localidad así como aficionados, talleres con artistas locales, etc.

Actividad 3: “Encuentro Iberoamericano de la Décima”. (Evento internacional)

Fecha de Realización: Quincenal

Presentaciones en el Hotel de agrupaciones locales y provinciales, talleres literarios, música romántica, bailables, proyección de películas románticas cubanas, entre otros.

Actividad 4: “Festival Cinemazul”. (Evento Nacional)

Fecha de Realización: Anual. Mes de abril

Proyección de películas, cortos, documentales, venta de películas cubanas, talleres con personalidades invitadas, visita al evento que puede comercializarse como opcional.

Actividad 5: “Jornada Cucalambeana”. (Evento internacional)

Fecha de Realización: Anual. 24 al 30 de junio

Proyección en pantalla grande de filmaciones del evento con la amplificación de los grupos musicales, videos de agrupaciones cubanas, presentación de grupos invitados, visita al evento que puede comercializarse como opcional o como una propuesta de la entidad para incentivar las ventas.

Actividad 6: “Tiempo con la Danza”. (Evento Municipal)

Fecha de Realización: Anual. Mes de mayo

Montaje de una danza y presentación en el evento, invitar compañías danzarías locales al Hotel, Visita al evento que puede comercializarse como opcional o como una

propuesta de la entidad para incentivar las ventas. Programa Festival Internacional”
Ánfora” en el mes de noviembre visita al evento que puede comercializarse como
opcional o como una propuesta de la entidad para incentivar las ventas

Actividad 7: “Fiestas Populares”. (Evento Municipal)

Fecha de Realización: Anual. Del 8 al 10 de junio

Visita al evento que puede comercializarse como opcional o como premiación de los
clientes, esta actividad permite el intercambio y la inserción de los clientes con el pueblo
de Puerto Padre teniendo como ventaja la cercanía. Se pueden realizar actividades
complementarias en el hotel como ambiente de carnaval en la playa, con luces,
tarimas, música cubana, desfiles de moda, venta de artesanía, ofertas gastronómicas.

Actividad 8: “Desde tus Manos”. (Evento Municipal)

Fecha de Realización: Mensual

Programa con la Banda Municipal de Concierto. Visita al evento que puede
comercializarse como opcional o como una propuesta de la entidad para incentivar las
ventas, presentaciones en el hotel.

Actividad 9: “Bienal Nacional de las Esculturas”. (Evento Nacional)

Fecha de Realización: Cada dos años. 2013, 2015

Venta de artesanía, exposiciones, visita al evento que puede comercializarse como
opcional.

Actividad 10: “Feria del Libro”. (Evento Provincial)

Fecha de Realización: Anual. Mes de Febrero

Se pueden desarrollar exposiciones de libros, venta de los mismos, presentaciones,
intercambio con escritores locales, venta de artesanía. Participación de los clientes en
este evento que puede comercializarse como opcional o como una propuesta de la
entidad para incentivar las ventas.

Estas actividades festivas acercan la cultura de nuestro pueblo a los clientes y no
constituyen un gasto relativamente alto ya que solo concurriría mayormente en la

transportación. Estas visitas pueden realizarse en cualquier horario en dependencia del evento y su programa, para cada evento se realizará un programa de actividades y será de gran importancia la promoción del mismo

Actividad 11: “Festival Internacional Ánfora”. (Evento Internacional)

Fecha de Realización: Anual. Mes de noviembre

Este Evento es único en el país y en Latinoamérica y cuenta con la participación de afamados ilusionistas de Cuba y el extranjero incluye eventos teóricos, competencias y otras trabajos en teatros y en comunidades. Es el espacio para la confrontación de máximos representantes de la magia.

Actividad 12: “La Plástica en Abril”. (Evento Municipal)

Fecha de Realización: Anual. Mes de abril

Salón competitivo más importante que tienen los creadores de las artes plásticas en el territorio. En ella se convocan a participar a los artistas en las diferentes técnicas como pintura, escultura, cerámica, grabado y fotografía. Estas obras son expuestas en la galería del Centro Provincial de Artes Plásticas. Como su nombre lo indica tiene lugar en el mes de abril.

Otros eventos municipales en la localidad de Puerto Padre

- Festival Villa de los Molinos “Emiliano Salvador in Memoriam”
- Selección de la Sirena Azul y sus Perlas
- Jornada del Puertopadrense Ausente
- Entrega del Escudo de la Ciudad a destacadas figuras de la localidad
- Noche Culinaria, con participación especial de reconocidos Chef de otras provincias y exposición de platos tradicionales
- “Peña de Sandra Fernández”, destacada cantante puertopadrense, que ha realizado importantes giras dentro y fuera del país
- “Festival Coreográfico” en el mes de noviembre donde se exponen las diferentes formas danzarias y se premian los mejores trabajos

- “Festival Boleros de Oro” se realiza en el mes de junio y tiene su sede en la UNEAC
- “Peña de Gerardo Correderas”, canta-autor de reconocido prestigio dentro del territorio, galardonado en varias ocasiones en el Festival Villa de Los Molinos
- Expo mensual de la Galería de Arte que incluye conferencias y conversatorios
- Festival de arte culinario “Cobo Azul” convocado por miembros de la Asociación Culinaria de la República de Cuba, este evento agrupa a profesionales de todas las provincias Orientales, tiene un carácter participativo y es parte del esfuerzo que realiza nuestro pueblo para contribuir al desarrollo de la Cocina Cubana, rescatando las tradiciones culinarias con un alto sentido de Identidad Nacional
- Encuentros de Literatura y exposiciones de pintura en el Salón de la UNEAC.
- “Festival del Bolero Barbarito Diez” se celebra en el municipio de Manatí cuenta con la participación de destacadas figuras representantes de la música de nuestro país.

2.5 Resultados del comportamiento de la satisfacción de los clientes después de insertadas las actividades socioculturales en el Programa de Animación del Hotel

Una vez diseñado el nuevo Programa de Animación, a partir de enero de 2013 se han ido implementando paulatinamente las actividades. Para conocer el impacto en los clientes que han tenido estas actividades, se aplicaron nuevamente las encuestas realizadas por Relaciones Públicas, en las que se puede apreciar que ha existido una evolución en la percepción de los clientes en el periodo 2011-2013, tal como se muestra en la Figura 4.

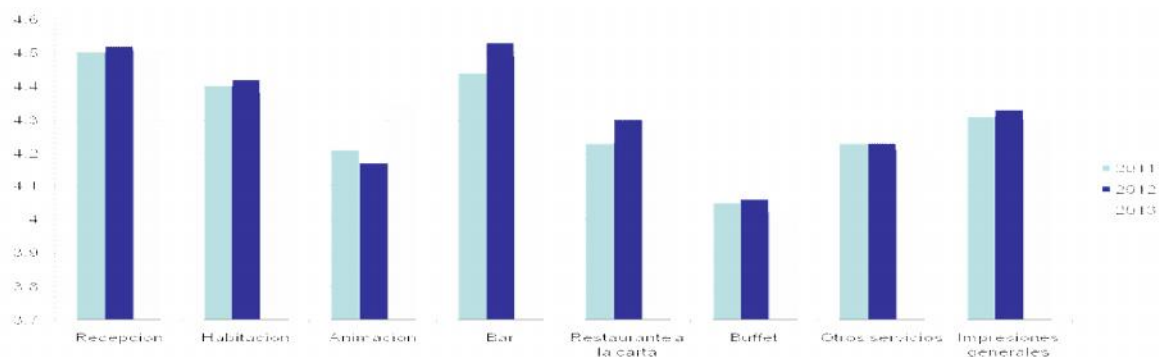


Figura 4: Índice de satisfacción de los clientes por departamentos, en el periodo 2011-2013.

Fuente: Encuestas de satisfacción de los clientes en el Hotel “Brisas Covarrubias”. Periodo 2011-2013

Opiniones de los clientes después del rediseño del Programa de Animación

Se revisaron los resúmenes mensuales del Departamento de Relaciones Públicas de los primeros cuatro meses del año 2013, identificándose como las opiniones más generalizadas por los clientes relacionadas con el área de animación las siguientes:

- ✓ Las actividades de animación que se ofertan son variadas
- ✓ Las actividades están diseñadas para satisfacer los gustos e intereses de los clientes
- ✓ Se explotan las potencialidades del hotel en el desarrollo de las actividades de animación
- ✓ Los niños tiene opciones de esparcimiento
- ✓ Los espectáculos, con la participación de los clientes, son acogedores y divertidos
- ✓ Existe calidad en la promoción de las actividades de animación.

Todo lo cual evidencia la eficacia de las propuestas desarrolladas, cumpliendo de esta forma con el objetivo trazado y dándole cumplimiento a la idea a defender enunciado al inicio de la investigación.

Conclusiones:

Como resultado de esta investigación, pudo arribarse a las conclusiones generales siguientes:

1. Los enfoques de la animación turística han transitado hasta la actual concepción integrada y de desarrollo sostenible con un profundo reconocimiento de la cultura en correspondencia con los avances de la sociedad.
2. En el Hotel “Brisas Covarrubias” durante los años 2011 y 2012 existían deficiencias relacionadas con el proceso de animación turística que afectaban la satisfacción de los clientes
3. La propuesta de actividades socioculturales recoge las principales manifestaciones artísticas y culturales del territorio tunero y además los diferentes eventos que se realizan en la provincia y el municipio Puerto Padre
4. La puesta en práctica de forma parcial de las actividades socioculturales propuestas, permitió elevar la satisfacción de los clientes del Hotel “Brisas Covarrubias”, en lo referido al Programa de Animación del mismo.

RECOMENDACIONES

Derivadas del estudio realizado; así como de las conclusiones antes expuestas, se recomienda:

1. Continuar la implementación de la propuesta desarrollada
2. Medir periódicamente la satisfacción de los clientes, para conocer el impacto de las actividades que se implementen
3. Capacitar sistemáticamente al personal del área de animación, identificando sus necesidades, para lograr estándares superiores en las actividades a desarrollar
4. Incorporar los conocimientos, resultados y experiencias de esta investigación a la enseñanza del pregrado, específicamente en las asignaturas de Gestión de Alojamiento y Gestión de Entidades de Ocio y Recreación.

BIBLIOGRAFÍA

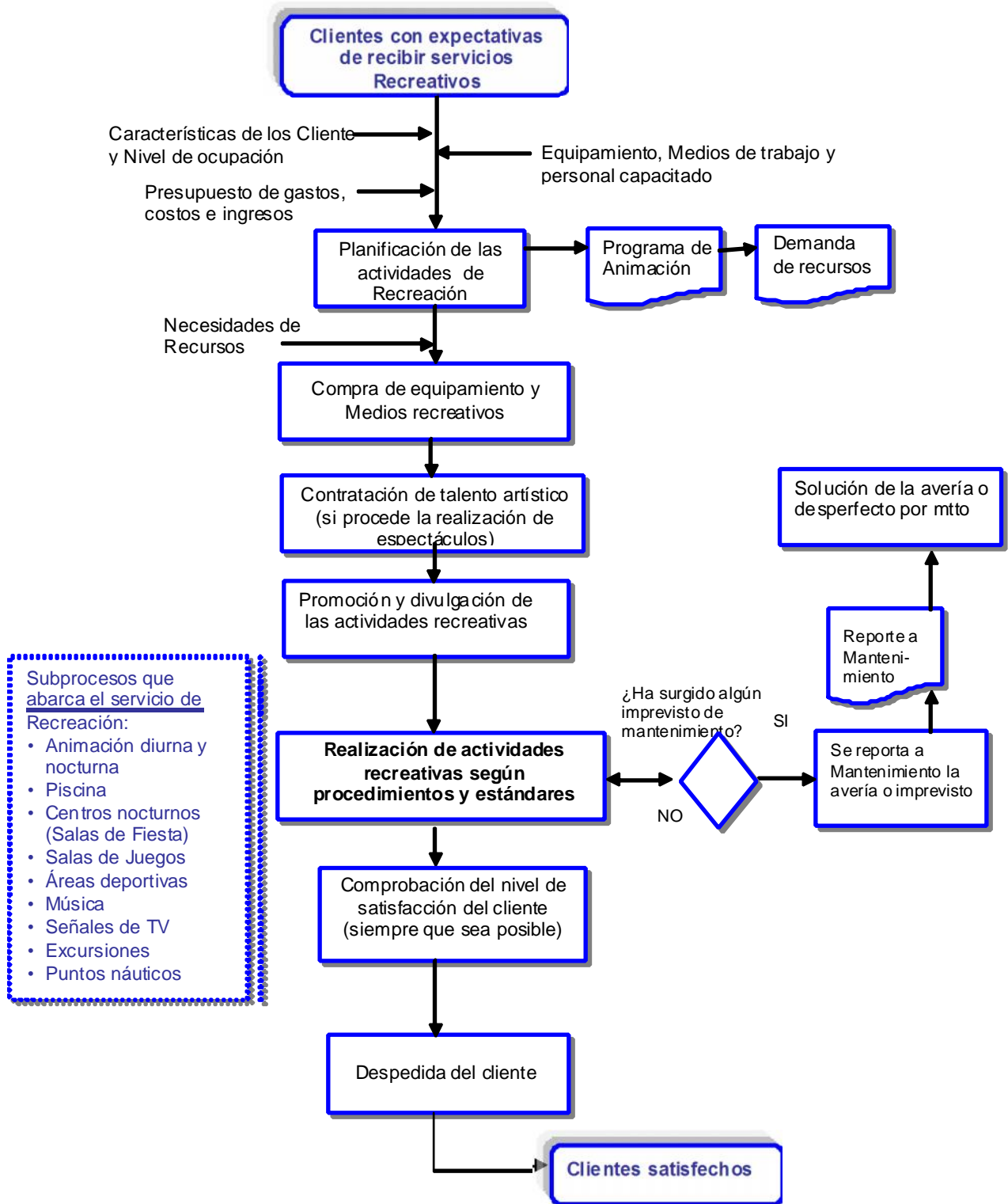
1. Ander-Eggs, E. Metodología del Trabajo social, Editorial Letras Cubanas, Ciudad de La Habana, (1989).
2. Andreeva, G. M. Psicología Social. Editorial Pueblo y Educación, Ciudad de La Habana, (1984).
3. Bermúdez S. R., Rodríguez R. M. Teoría y Metodología del Aprendizaje. Editorial Pueblo y Educación, Ciudad de La Habana, (1996).
4. Betancourt, Julián. La creatividad y sus implicaciones. Editorial Academia, Ciudad de La Habana, (1992).
5. Blanco, Ferial, M; Caba, Pérez, M; De la Ribera Blanco, Luís: Entorno Conceptual y Operacional de la Animación Turística, Módulo 1, Diplomado en Gestión de la Animación Turística, ENATUR: Escuela Nacional de Animación Turística, (2008);
6. Carmenate Harris, Y; Vázquez Hernández, J. Material Didáctico de Animación Turística. Escuela de Hotelería y Turismo "Nuevos Horizontes", Holguín. (2007)
7. Castro Ruz, Fidel. Una revolución solo puede ser hija de la cultura y las ideas, Discurso pronunciado en el Aula Magna de la Universidad de Venezuela. Editora Política, Ciudad de La Habana, (1999).
8. Centro de estudios turísticos: Estudio de Segmentación del Mercado Alemán, Universidad de La Habana. La Habana (2002).
9. Centro de estudios turísticos. Estudio de Segmentación del Mercado Británico, Universidad de La Habana. La Habana (2002).
10. Chaves, A.; Mesalles, L. El animador; cómo organizar las actividades de los clientes en un hotel divertido. Laertes. Ediciones Holguín. Holguín, (2006).
11. Chibás Ortiz, Felipe. Creatividad + Dinámica de grupo = ¿Eureka?. Editorial Pueblo y Educación. Ciudad de La Habana, (1992).
12. De la Tejera Segura, Enrique. Manual operativo de animación turística y desarrollo sustentable. Parte 2. Editorial Balcón. La Habana, (2008).
13. Freyre Roach, Eduardo Francisco. ¿Qué son los Estudios Socioculturales? Claves epistemológicas a tener en cuenta. Monografía. Universidad Agraria de la Habana, Ciudad de La Habana, (2004).

- 14.
15. Galperin, P. Introducción a la Psicología. Editorial Pueblo y Educación. Ciudad de La Habana, (1982).
16. Garayalde Fombellida, Kenia. Destino turístico Holguín; posición competitiva, estrategias y acciones para su desarrollo. Trabajo de diploma en opción al título de Licenciado en turismo. Universidad de Holguín "Oscar Lucero Moya", Facultad de Ingeniería Industrial. Departamento de Licenciatura en Turismo, (2008).
17. García Ricardo, Alberto. Propuesta de un sistema de actividades socioculturales para el hotel Brisas Guardalavaca. Trabajo de diploma en opción al título de Licenciado en turismo. Universidad de Holguín "Oscar Lucero Moya", Facultad de Ingeniería Industrial. Departamento de Turismo, (2009).
18. González Aguilera, Jorge. Fiestas tradicionales, Ediciones Holguín. Holguín, (2002).
19. Heredia, R. Dirección integrada de proyecto. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, (2003).
20. Hernández, Abreu, P. Animación Turística Magazine. Fiesta consulting. [Documento en línea], disponible en: <http://www.animacion-turistica.com>, consultada el 15 de enero del 2009.
21. Hernández, D. Programa de animación tercera edad. Tesis de Diplomado ENATUR. La Habana, (2003).
22. Ibarra Martín, Francisco: Metodología de la investigación social. Editorial Félix Varela. La Habana, (2001).
23. La Animación Turística (2009). Proyecto de Investigación para la Sociología del Ocio y el Turismo, [Documento en línea], disponible en: www.region.com.ar/animacion, consultada el 15 de enero del 2009.
24. Leontiev N. T. et al. Psicología. Editorial Universitaria, Ciudad de La Habana, (1962).
25. Llantada Marta. Revista Educación. No. 95, Septiembre- Diciembre. (1998).
26. Martín Fernández, Ramón. Principios, organización y práctica del turismo. Tomo 1. Centro de Estudios Turísticos de la Universidad de La Habana, La Habana, (2006).

27. Méndez de Campos, Luiz H. Los métodos activos en la enseñanza, en el desarrollo del Potencial humano. Editorial Trillas, Méjico, (1991).
28. Mitjás Albertina y F González. La personalidad, su educación y desarrollo, Editorial, Pueblo y Educación, Ciudad de La Habana, (1989).
29. Pérez G. Metodología de la investigación pedagógica y psicológica. 1ra. Parte. Editorial Pueblo y Educación, Ciudad de La Habana, (1983)
30. Petrovsky. A. V. Psicología evolutiva y pedagógica. Editorial. Progreso, Moscú, (1980)
31. Russeau Pupo, Buenaventura. Instrumentos teóricos y metodológicos para la Gestión cultural. Editorial Universidad del Atlántico. (1999).
32. Vázquez Hernández, José Ignacio; Carmenate Harris, Yenin: Material didáctico de animación turística, Escuela de Hotelería y Turismo Nuevos Horizontes, Holguín, (2007)
33. Vigosty, S. L. Imaginación y creación en la edad infantil. Editorial Pueblo y Educación. Ciudad de La Habana, (1987).

Anexo I: Ficha del proceso de animación en el Hotel Brisas Covarrubias

PROCESO GENERAL DE RECREACION



Anexo II: Guía de entrevista a desarrollar a los actores directos del proceso de animación

Estimados compañeros, nos encontramos inmersos en el desarrollo de una investigación con el objetivo de identificar aspectos relacionados con el programa de animación del Hotel que son susceptibles de mejora. Le pedimos nos responda las siguientes preguntas, teniendo presente que sus opiniones son de gran ayuda en la búsqueda de vías que eleven la efectividad del Hotel.

Gracias.

CUESTIONARIO

1.- ¿Considera que el Programa de Animación del Hotel “Brisas Covarrubias” está diseñado para operar en correspondencia con los estándares del MINTUR?

Sí: _____. No: _____

2.- ¿Considera que las actividades del Programa de Animación del Hotel “Brisas Covarrubias” se encuentran bien distribuidas a lo largo del día?

Sí: _____. No: _____

De responder no:

a) Que afecta a las mismas:

3.- De las actividades socioculturales que implementa el hotel:

a) ¿Considera que se integran a manifestaciones artísticas como la literatura, el teatro, la fotografía, las artes plásticas y el cine?

Sí: _____. No: _____

b) ¿Considera que se integran a los eventos tanto provinciales y municipales que se realizan en la provincia Las Tunas?

Sí: _____. No: _____

4.- ¿Cuál es su opinión acerca de las actividades de integración con la naturaleza de descubrimiento y caminatas ecológicas que desarrolla el hotel.

Anexo III: Propuesta de Ficha Técnica para la clase de artesanía tunera.

Contenido	Elementos
Nombre:	Artesanía de la provincia
Título:	“¡Lo Logré!”.
Clasificación de la actividad:	Diurna.
Número de participantes	De 5 a 10
Objetivos pedagógicos:	Motivar el conocimiento de los turistas hacia la artesanía local, a partir del logro de habilidades en las diferentes manifestaciones artesanales autóctonas, así como sus técnicas, mitos e historia mediante el trabajo en equipo.
Segmento:	Todos.
Modalidad:	Individual, parejas o equipos.
Tiempo promedio de realización:	Una hora.
Posibles lugares de realización:	Taller de artesanía.
Tiempo promedio de preparación de la actividad	Una hora.
Coordinaciones y cantidad de premios	Con el Artesano local. Las tres mejores creaciones.
Tipos de publicidad y promoción:	Carteles y murales de animación, invitación personal.

Tipo de ambientación y decoración:	Artesanal.
Materiales	Tela, hilos, pintura textil, botones, madera, semillas, güira, caracoles, conchas, corales, coco, arena, latas de bebidas, envases plásticos, alambre de cobre, metales, tornillos, tirafondos, botellas, puntillas, papel de colores, yeso, barro, acuarela, cola, acetato, cartulina, ramas, hojas secas, caña bambú, barniz, yarey, cuero, piedras, entre otros.
Herramientas	Martillo, serrucho, tijera, regla, cinta métrica, pincel, aguja, escuadra, juego de trinchas, juego de pinzas, brocha, agujeta, tambor de bordado, juego de destornilladores, taladro eléctrico, brocas, fresas, bistorís, lijas de diferentes grosor y segueta.
Actividades que se pueden vincular:	Teatro, danza, show del Hotel.
Áreas del hotel que se vinculan:	Abastecimientos, A+B.
Número de animadores:	Un animador y un artesano.
Medidor de resultados:	Encuestas de animación.

Anexo IV: Propuesta de Ficha Técnica para las clases de arte culinario.

Contenido	Elementos
Nombre:	Platillos de Cuba
Título:	¡A Comer!
Clasificación de la actividad:	Diurna
Número de participantes	Clase, de 5 a 15 participantes.
Objetivos pedagógicos:	Motivar el conocimiento de los turistas hacia el arte culinario cubano, a partir de la confección de platos sobre la base de la comida tradicional cubana, a través del trabajo en equipo.
Segmento:	Familias.
Modalidad:	Individual, parejas o equipos.
Tiempo promedio de realización:	Una hora.
Posibles lugares de realización:	Restaurante.
Tiempo promedio de preparación de la actividad	Una hora.
Coordinaciones y cantidad de premios	Con el Chef. Las tres mejores creaciones.
Tipos de publicidad y promoción:	Carteles y murales de animación, invitación personal.
Tipo de ambientación y	Culinaria.

decoración:	
Materiales:	Arroz, leche, azúcar, sal, canela en polvo, carne, viandas, especias, frijoles, ensaladas y viandas.
Herramientas:	Cocina con útiles de la misma. (Cazuelas, cuchara, espumaderas, jarros, vasos, salero, entre otros.)
Actividades que se pueden vincular:	Deportivas.
Áreas del hotel que se vinculan:	A+B.
Número de animadores:	Un animador y un Chef.
Medidor de resultados:	Encuestas de animación.

Anexo V: Propuesta de Ficha Técnica para las clases de danzas tradicionales de la provincia Las Tunas.

Ejemplos	Ejemplo 1
Nombre:	Bailes tradicionales.
Tema:	"Pa Puerto Padre Me Voy".
Clasificación de la actividad:	Diurna y nocturna.
Numero de participantes:	Grupo de 5 a 15 participantes.
Objetivos pedagógicos:	Eleva el conocimiento de la música cubana en los turistas, con énfasis en la tradicional del territorio, a partir del baile.
Segmento:	Todos.
Modalidad:	Individual y parejas.
Tiempo promedio de realización:	Una hora.
Posibles lugares de realización:	Escenario.
Tiempo promedio de preparación de la actividad:	Una hora.
Coordinaciones y cantidad de premios:	Con el Instructor de Arte. Se premiarán los que participen en actividades competitivas.
Tipos de publicidad y promoción:	Carteles y murales de animación. Invitación personalizada.
Tipo de ambientación y decoración:	Músical.

Materiales:	Trajes típicos, identificativos de los bailes tradicionales cubanos.
Herramientas:	Equipos reproductor video-audio.
Actividades que pueden vincularse	Tematizadas, Show

Anexo VI: Propuesta de Ficha Técnica para las clases de teatro.

Ejemplos	Ejemplo 1
Nombre:	Clases de teatro
Tema:	“Los Valientes”.
Clasificación de la actividad:	Diurna y nocturna.
Numero de participantes:	Grupo de 5 a 15 participantes.
Objetivos pedagógicos:	Motivar el conocimiento en los turistas por la historia y la cultura de la nación, y en especial la tunera, a partir de la manifestación del teatro.
Segmento:	Todos.
Modalidad:	Individual y parejas.
Tiempo promedio de realización:	Una hora.
Posibles lugares de realización:	Escenario.
Tiempo promedio de preparación de la actividad:	Una hora.
Coordinaciones y cantidad de premios:	Con el Instructor de Arte. Se premiarán los que participen en actividades competitivas.
Tipos de publicidad y promoción:	Carteles y murales de animación. Invitación personalizada.
Tipo de ambientación y decoración:	Maquetaría.
Materiales:	Vestuario y decoración de acuerdo al género de

	la obra a representar.
Actividades que pueden vincularse	Show.

Anexo VII: Propuesta de Ficha Técnica para la clase de artes plásticas tuneras.

Contenido	Elementos
Nombre:	Artes plásticas tuneras.
Título:	“Arco iris”.
Clasificación de la actividad:	Diurna.
Número de participantes	De 5 a 10 participantes.
Objetivos pedagógicos:	Motivar el conocimiento de los turistas hacia la manifestación de las artes plásticas locales, a partir del logro de habilidades en la manifestación de la plástica.
Segmento:	Todos.
Modalidad:	Individual.
Tiempo promedio de realización:	Una hora.
Posibles lugares de realización:	Áreas exteriores del hotel.
Tiempo promedio de preparación de la actividad	Una hora.
Coordinaciones y cantidad de premios	Con el Instructor de Arte. Todas las creaciones.
Tipos de publicidad y promoción:	Carteles y murales de animación, invitación personal.
Tipo de ambientación y	Artes plástica.

decoración:	
Materiales	Acuarelas, óleo, lápices de colores, carboncillo.
Herramientas	Pinceles, porta cuadros.
Actividades que se pueden vincular:	Teatro.
Áreas del hotel que se vinculan:	Abastecimientos, A+B.
Número de animadores:	Un animador y un instructor de arte.
Medidor de resultados:	Encuestas de animación.

Anexo: Propuesta de Ficha Técnica para la actividad cine cubano.

Contenido	Elementos
Nombre:	Cine Cubano.
Título:	“El Séptimo Arte”.
Clasificación de la actividad:	Nocturna.
Número de participantes	De 10 a 15.
Objetivos pedagógicos:	Motivar el conocimiento de los turistas hacia la historia y actualidad de la producción cinematográfica cubana.
Segmento:	Todos.
Modalidad:	Colectivo.
Tiempo promedio de realización:	Tres horas.
Posibles lugares de realización:	Lobby.
Tiempo promedio de preparación de la actividad	Una hora.
Coordinaciones y cantidad de premios	Con la dirección del cine municipal. El que más se destaque en el Cine Debate.
Tipos de publicidad y promoción:	Carteles y murales de animación, invitación personal.
Tipo de ambientación y decoración:	Cinematográfica

Materiales	Soportes electrónicos.
Herramientas	DVD.
Actividades que se pueden vincular:	Teatro y danza.
Áreas del hotel que se vinculan:	Abastecimientos, A+B.
Número de animadores:	Un animador.
Medidor de resultados:	Encuestas de animación.

Anexo IX: Propuesta de Ficha Técnica para el Show de los Niños y las Niñas.

Contenido	Elementos
Nombre:	Actividades para niños y niñas.
Título:	"Cuando Yo Sea Grande".
Clasificación de la actividad:	Nocturna.
Número de participantes	De 10 a 15.
Objetivos pedagógicos:	Desarrollar actividades que propicien en esparcimiento de los niños y niñas.
Segmento:	Todos.
Modalidad:	Colectivo.
Tiempo promedio de realización:	Una hora.
Posibles lugares de realización:	Escenario.
Tiempo promedio de preparación de la actividad	Una hora.
Coordinaciones y cantidad de premios	Con los especialistas en las diferentes materias. Los que más se destaquen por materia.
Tipos de publicidad y promoción:	Carteles y murales de animación, invitación personal.
Tipo de ambientación y decoración:	Infantil

Materiales	Trajes típicos, identificativos de los bailes tradicionales cubanos. Acuarelas, lápices de colores, carboncillo. Vestuario y decoración de acuerdo al género de la obra a representar. Libros. Cuadernos para colorear.
Herramientas	Equipos reproductor video-audio. Pinceles, porta cuadros, regla, pincel, brocha.
Actividades que se pueden vincular:	Teatro, danza, pintura.
Áreas del hotel que se vinculan:	Abastecimientos, A+B.
Número de animadores:	Un animador.
Medidor de resultados:	Encuestas de animación.

Anexo X: Propuesta de Ficha Técnica para el Show del Cliente.

Contenido	Elementos
Nombre:	Show del Cliente
Título:	"A Divertirnos".
Clasificación de la actividad:	Nocturna.
Número de participantes	50 a 100.
Objetivos pedagógicos:	Desarrollar actividades que propicien en esparcimiento de los clientes del Hotel.
Segmento:	Todos.
Modalidad:	Colectivo.
Tiempo promedio de realización:	Dos horas.
Posibles lugares de realización:	Escenario.
Tiempo promedio de preparación de la actividad	Dos horas.
Coordinaciones y cantidad de premios	Con los especialistas en las diferentes materias. Las obras que más se destaquen.
Tipos de publicidad y promoción:	Carteles y murales de animación, invitación personal.
Tipo de ambientación y decoración:	Show

Materiales	Trajes típicos, identificativos de los bailes tradicionales cubanos. Vestuario y decoración de acuerdo al género de la obra a representar.
Herramientas	Equipos reproductor video-audio. Escenografías. Trajes de bailes típicos cubanos.
Actividades que se pueden vincular:	Teatro, danza, pintura.
Áreas del hotel que se vinculan:	Abastecimientos, A+B.
Número de animadores:	Un animador.
Medidor de resultados:	Encuestas de animación.