



Universidad de Cienfuegos Carlos Rafael Rodríguez
Facultad de Humanidades
Departamento de Estudios Socioculturales.

Diseño de la investigación

*TÍTULO: PROPUESTA DE ACTIVIDADES PARA EL DESARROLLO DE LA
ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL EN EL RANCHÓN “LA AGUADA”*

Autor: Carlos Rafael Núñez Velázquez

Tutora: MSc. Imandra Mendoza Domínguez

Cotutor: Lic. Pedro Jorge Torriente Carrascosa

CURSO 2011-2012



Hago constar que la presente investigación fue realizada en la Filial Universitaria del Municipio Aguada de Pasajeros, Cienfuegos como parte de la culminación de los estudios en la especialidad de Lic. en Estudios Socioculturales, autorizando que la misma sea utilizada por la institución para los fines que estime conveniente, tanto de forma parcial como total y que además no podrá ser presentada en evento, ni publicada, sin la aprobación del autor.

Firma del Autor.

Firma del Tutor.

Los abajo firmantes certificamos que el trabajo ha sido revisado según acuerdo de la dirección de nuestro centro y que el mismo cumple los requisitos que debe tener un trabajo de esta envergadura, referido a la temática señalada.

Información Científico-Técnica.
Nombre y Apellidos.
Firma.

Computación.
Nombre y Apellidos
Firma.

Dedicatoria

A mis hijos y esposa que con profundo amor me han entregado su dedicación y apoyo, por ser lo mejor del mundo que me ha ocurrido y de quienes he recibido aliento, estímulo y comprensión aliviándome siempre la fatiga y el cansancio del trabajo.

A mis padres que me trajeron a este mundo, me educaron y condujeron por los principios de la modestia, honestidad y dedicación al cumplimiento del deber.

A mi abuela donde quiera que esté por su ternura, cariño y amor infinito.

Agradecimiento

Nuestro empeño es exitoso solo si bebemos de la fuente del talento y la experiencia acumulada por otros que en su tiempo se nutrieron del saber de quienes los antecedieron. Por esta razón quiero agradecer:

A la Revolución y en especial a mis compañeros David Soler por su incondicionalidad y sabiduría puestos en cada idea, y a Pedro Torriente por su dedicación y apoyo para la realización de este trabajo.

A los profesores de la Filial Universitaria de Aguada de Pasajeros que contribuyeron a mi formación como profesional de Estudios Socioculturales aplicando sus conocimientos y exigencias.

A dios por guiarme por el camino correcto.

A todos mis compañeros que me brindaron su apoyo en la realización de esta investigación y a aquellos que me han acompañado en estos largos años, unos con las mejores ideas pensando en mi bien y otros no con las mismas ideas, pero, que me hicieron esforzarme y crecerme.

Exergo

Para que una idea triunfe hay que pensarla bien, hay que predicarla, hay que defenderla, hay que persuadir a mucha gente y entonces, al final;

"La idea triunfa".

Fidel

Resumen

El trabajo se realiza en el campo de las relaciones turismo cultural y su empleo en los Paradores de Carretera pertenecientes a Palmares. El estudio se desarrolló a partir de un diagnóstico realizado en el sistema de acciones socioculturales en el Ranchón "La Aguada", proceso complejo que desborda sus propios límites, que se extienden a partir de una intensa interacción cultural, turística y social, constatándose que en dicha instalación no existe un proyecto estructurado de animación cultural, quedando demostrada la necesidad de este para el cumplimiento de los postulados del programa cultura turismo y la misión y visión del centro Turístico. El trabajo propone un sistema de actividades de animación sociocultural para el turismo que visita el parador objeto de estudio, que se sustenta en el método fenomenológico, del paradigma cuanti-cualitativo aportando, por tanto, una sistematización del conocimiento de la animación sociocultural para el turismo en un tipo específico de instalación.

Summary

This paperwork is developed in the field of the cultural and tourism relationships and its employment in the Highway stoppers belonging to Palmares enterprise. The studios will be developed starting from a diagnosis carried out in the system of sociocultural actions in the Ranchón "La Aguada", a complex process that overflows its own limits that extend starting from an intense cultural, touristic and social interaction, It has been verified in this installation in a structured project of cultural animation, because it doesn't exist, being demonstrated the necessity of this action for the execution of the postulates of the program culture and tourism including the mission and vision of the installation. The paperwork proposes a system of activities of sociocultural animation for the tourism that visits the installation, a main objective of study that is sustained in the phenomenological method of the cuanti-qualitative paradigm contributing a systematization of the knowledge of the sociocultural animation for the tourism in a type of specific installation.

Índice**Página**

Introducción.	1
Capítulo I: Fundamentos Teóricos: La perspectiva sociocultural para la elaboración de planes de actividades de Animación Sociocultural en los Paradores de carretera.	5
1.1 Perspectiva sociocultural en la comprensión de la animación sociocultural.	5
1.2 Política cultural y turismo.	8
1.3 La animación sociocultural como método de la de la perspectiva sociocultural y su empleo en el turismo.	10
1.4 El papel del animador sociocultural y de la práctica turística.	13
1.5 Consideraciones teóricas y metodologías sobre la elaboración del plan de acciones en la animación sociocultural.	16
Capítulo II: Fundamentación Metodológicos.	
2.1 Situación de la problemática.	21
2.2 Metodología de la Investigación.	26
2.3 La integración metodológica como estrategia de investigación.	29
Capítulo III: Análisis de los resultados.	
3.1 Características del Parador de Carretera Ranchón la Aguada.	34
3.2 Principales necesidades que se requieren para el desarrollo de la Animación Socio cultural.	38
3.3 La propuesta de plan de Acciones de Animación sociocultural para el Ranchón La Aguada.	43
Conclusiones.	48
Recomendaciones.	49
Bibliografía.	50
Anexos.	

INTRODUCCION

Las razones históricas que sostienen la identidad y la soberanía cubana tienen un fuerte contenido ético, que nació y evolucionó en la conformación de la espiritualidad nacional, forjada en el trabajo y en las luchas constantes por la independencia. El arte y la cultura constituyen una unidad indisoluble y alcanzan una elevada expresión, y en el centro de su análisis está la necesidad de trabajar en el empeño de conseguir instituciones eficaces y eficientes, con productos culturales formadores de valores, instructivos, recreativos y desarrolladores, donde en la actualidad y bajo condiciones difíciles deben mejorar su organización interna y buscar alternativas para su desarrollo.

Por su parte en Cuba desde 1959, el primer hecho cultural de connotada relevancia fue el triunfo revolucionario en sí mismo, debido al bajo nivel de desarrollo que existía anteriormente. Acto seguido al triunfo revolucionario, se desencadenó un proceso de democratización de la cultura y de institucionalización.

Con el paso de los años, se ha tratado de mejorar la política cultural cubana, incluyendo en este proceso a todos los organismos y organizaciones, tanto gubernamentales como no gubernamentales. Se dio inicio a un conjunto de programas, priorizados por la dirección de la Revolución, con la intención de crear las condiciones de infraestructuras materiales y de recursos humanos para generar iniciativas y lograr los objetivos de los programas de desarrollo cultural, en el que se encuentra el Programa Cultura Turismo.

El proceso de institucionalización en el ámbito de la cultura alcanzó nuevas dimensiones hacia finales de los años 90 cuando se produjo una grave contracción en la vida cultural del país. Las limitaciones de recursos financieros y materiales, incidieron de manera muy sensible en las industrias culturales (producción de libros, discos y películas), en el desarrollo de la enseñanza

artística, en las giras artísticas, en el movimiento de artistas aficionados y en el funcionamiento de las instituciones culturales a todos los niveles; se afectó la creación y comunicación del arte de la literatura y de la cultura en sentido general, situación esta que frente a los procesos de globalización de la información, hizo imprescindible estudiar las instituciones culturales y su eficacia, debiendo centrarse la gestión institucional a partir de diseños de estrategias que se incluirían en los programas de desarrollo cultural en cada territorio.

Cada vez más, y sobre todo a partir del 2009, los estudios relacionados con la gestión institucional de la cultura desde los procesos de comunicación de las organizaciones se hacen imprescindibles, por lo que resulta apremiante cambios y transformaciones que en el orden administrativo y cultural de las organizaciones viene exigiendo el estado cubano y donde los estudios socioculturales pueden contribuir a estos fines, dada la complejidad y flexibilidad de sus trabajos investigativos.

El arte y sus diversos géneros, están ligados a los fundamentos identitarios de Cuba como nación, constituyendo, además, un elemento esencial en la conformación de las identidades locales, de ahí que su estudio es de gran significación en la implementación de una propuesta de animación cultural que incidirá en la transformación del hacer cultural actual del Ranchón "La Aguada" como instalación del sistema de turismo.

La relación cultura turismo es medular en esta investigación. Se erige sobre determinadas relaciones de producción cultural y de estrategias de desarrollo turístico. Se trata aquí de la interacción entre roles concretos, grupos sociales e individuos como representantes de dichos grupos, por ello se requiere de un intenso trabajo en la gestión institucional que cae en el campo sociocultural.

La actividad turística tiene sus raíces en la cultura, y el éxito de esta actividad dependerá de qué importancia se le dé a la cultura, para su rescate, conservación

y difusión. Entonces el turismo permite que la cultura sea un elemento, que puesto en valor origina el interés de los visitantes, gracias a la interacción que se establece entre la comunidad y el turista, quien viene a compartir y a vivir experiencias nuevas con gente de una cultura diferente a la suya.

Asociado a este fenómeno debe considerarse la animación sociocultural como conjunto de acciones dirigidas a establecer e impulsar la relación activa entre los visitantes a las instalaciones turísticas y la cultura, con la intención de alcanzar niveles superiores en ambas. Es una práctica que se sustenta en todas las ciencias posibles y en especial de las Ciencias Sociales, la cual necesita de un enfoque sistémico, por lo que se concibe como un complejo entramado de acciones.

El siguiente estudio se desarrollará a partir de un diagnóstico realizado en el sistema de acciones socioculturales en el Ranchón "La Aguada", proceso complejo que desborda sus propios límites, que abarca una intensa interacción cultural, turística y social, constatándose que en dicha instalación no existe un proyecto estructurado de animación cultural, por lo que queda demostrada la necesidad de este para el cumplimiento de los postulados del programa cultura turismo y la misión y visión del centro turístico.

El Ranchón "La Aguada", principal parador de carretera de Cuba, pertenece a la Sucursal Extra Hotelera Palmares Cienfuegos, del Grupo Empresarial Extra Hotelero Palmares S.A. Situado en la autopista nacional, kilómetros 172, municipio de Aguada de Pasajeros. Ranchón campestre especializado en el servicio rápido de atención al cliente de carretera, consta de restaurante, bar, rápido, cabañas de alojamiento, tiendas y farmacia.

Otras facilidades que brinda son servicios de post, parqueo, servicios sanitarios, tiendas especializadas en productos culturales, y otros aledaños al Ranchón como la tienda de Caracol, la renta de autos y el servicio de combustible de CIMEX.

Por la importancia que requiere este trabajo, fue analizada la bibliografía, el sistema de documentación y las Indicaciones metodológicas que existen al respecto. Se revisaron diferentes investigaciones que abordan este tema desde distintas aristas como: "La música como proceso de intervención sociocultural: El Ismaelillo 5. Generación", de Jacomino Ruiz, Alegna (2011:23); Implementación del "Programa de Desarrollo Cultural" en la política cultural en Rodas del 2000 al 2010, de Espinosa Fernández Isaidy (2010:15), entre otras. Estos estudios permitieron desarrollar una base teórico-metodológica desde el punto de vista socio cultural con profundidad y trazar así los hitos de la presente investigación.

En el trabajo se plantea una propuesta de actividades para el desarrollo de la animación sociocultural en el Ranchón "La Aguada" de la Sucursal Palmares Cienfuegos S.A, necesaria para que sus actores sociales disfruten las diferentes manifestaciones culturales, se apropien de la identidad nacional cubana, de sus formas de comunicación, lo que favorece la materialización de las políticas culturales y comunicativas, pues son acciones dirigidas a la formación de valores estéticos e identitarios, a la vez que potencia la instalación como centro turístico.

Capítulo I: Fundamentos Teóricos: La perspectiva sociocultural para la elaboración de planes de actividades de Animación Sociocultural en los Paradores de carretera.

1.1 Perspectiva sociocultural en la comprensión de la animación sociocultural.

En los últimos años los estudios culturales dentro de las Ciencias Sociales y Humanísticas giran cada vez más a los estudios integradores y multidisciplinarios con un marcado giro antropológico, en especial para explicar la complejidad del fenómeno patrimonial por la pluralidad que él posee.

La perspectiva sociocultural asume, por tanto, los más diversos, complejos y profundos conceptos sobre cultura y nos acercamos a aquel que dentro de su epistemología la expresa como "... el saber, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y todas las demás capacidades adquiridas por el hombre como miembro de una sociedad, es decir, pautas abstractas para su desarrollo, expresadas en maneras de pensar, de sentir y de obrar compartidas en un proceso diverso y plural en constante renovación, interrelación y contextualización desde un proceso de resemantización sistemática y plural, surgido y desarrollado desde las personas, las cuales lo construyen de acuerdo con un modo objetivo y simbólico que lo identifica y construye como una colectividad particular, distinta, otorgándole sentido de identidad" Soler Marchán, S. D. (2003:9). En lo expresado anteriormente la cultura supone tanto un sistema compartido de respuestas como un diseño social de la conducta individual, por lo que se deben tener en cuenta tres características intrínsecas de lo cultural: se comparte socialmente, pues la cultura no es individual sino por definición social; se transmite, lógica consecuencia de su carácter social perdurable; requiere de aprendizajes, pues la cultura inicialmente no se tiene de manera innata, ya que se recibe mediante la interacción con otros que la poseen, proceso al que se le denomina socialización. Díaz Esperanza, H. O. (2005:41).

La cultura, entendida en su sentido amplio de producción humana, se realiza en la historia y en su decursar se modifica y ha sido interpretada de diversas formas en

el transcurso de la historia del pensamiento humano. Carlos Marx encontró relación entre esta y las condicionantes sociales desde la explicación de la totalidad que se evidencia en los diferentes tipos de sociedad y de distinciones que llevan en sí las expresiones de esa totalidad, la cual tiene una máxima expresión en las praxis humana. Thompson con una visión antropológica hace énfasis en el aspecto de la cultura que se refiere a las prácticas socioculturales, definiéndola como “el estudio de las relaciones entre elementos en una forma total de vida”. Alonso, A. (2004:18).

Desde la perspectiva sociocultural asumir las implicaciones culturales es apreciarlas desde la totalidad del fenómeno, proceso o práctica sociocultural para aprehender la acción social como un hecho dinámico, lo que posibilita un mejor entendimiento de los procesos subjetivos, unido al reconocimiento de determinadas prácticas culturales y modos de comportamientos arraigados y establecidos en una entidad propia. Díaz, E. (2008:27). La tensión experiencial de este paradigma es de importancia para la comprensión de la animación cultural, pues esta es la manera en que se expresa la interacción sociocultural, es la forma en que se relacionan los actores sociales desde una actividad principal que se sustentan en las manifestaciones culturales o artísticas, con el énfasis en los agentes creativos e históricos, conocidos como agentes socioculturales.

Estos actores sociales son portadores de patrones de interacción, que al conectarse entre sí, garantizan la ejecución de actividades que dependen de los diferentes niveles culturales contruidos en contextos diversos, según Quiñones. S. (2006:52), es fundamental para el análisis de las prácticas socioculturales.

Desde la perspectiva sociocultural estos son los dos elementos claves en el humanismo de la posición descrita, por eso, Soler Marchán, S. D. (2009:38). Plantea la necesidad de un acercamiento a teorías que legitimizan la perspectiva sociocultural y su importancia para la política turística y cultural.

Para este estudio es indispensable partir de la Política Cultural de la Revolución Cubana, el autor asume el concepto de María Isabel. Landaburo Castrillón, M. I. (2004:24), que la concibe como una manera de relacionar a las instituciones y a la

cultura orientada hacia su crecimiento sostenido; cada una de estas acciones implica un modo de relacionar a la dirección con la cultura; por esto, se entiende como un proceso comunicativo y de participación, asumiendo esta última no sólo en los límites que ofrece la satisfacción de necesidades de acceso definidos por una élite, sino incorporando también, en igual magnitud y relevancia, las expresiones culturales generadas por un accionar desde todos y por todos, que estimule, reconozca y potencie las facultades creadoras y la capacidad de aporte, latentes o manifiestas en cada individuo y en cada grupo. Landaburo Castrillón, M. I. (2004:12). El autor asume este concepto por su valía metodológica para el estudio pues la autora citada coloca dentro de las estrategias de esta política la animación cultural al concebir la política cultural como un proceso comunicativo y participativo que necesita de un recurso imprescindible que es la animación cultural.

Por eso dentro de la perspectiva sociocultural uno de sus objetivos fundamentales es la necesidad de reconocer la autoridad del MINCULT en cuanto al papel rector que le concede el Estado para la política cultural: ejercer los derechos que corresponden contra el intrusismo profesional, individual e institucional; perfeccionar los mecanismos jurídicos; lograr una centralización y coherencia en términos de política en relación con aquellos proyectos estatales que exponen las expresiones culturales, artísticas y patrimoniales donde se encuentra el área del turismo.

Landaburo Castrillón, M. I. (2004:19), se refiere a los principios de la Política Cultural de la Revolución durante el proceso histórico de construcción de la nueva sociedad, que se han puesto de manifiesto durante todos estos años, adecuándose a las condiciones materiales y a los recursos humanos existentes en cada período, teniendo como base la participación activa de los artistas, escritores y de la población en su aplicación y perfeccionamiento.

Las contradicciones propias de estos procesos se han ido resolviendo por diferentes vías en los marcos del diálogo efectivo, del apoyo de los diversos actores sociales y el protagonismo de la población para lograr un salto cualitativo

que lleve a nuestro país a ocupar un lugar cimero en la cultura y el desarrollo humano en general. Landaburo Castrillón, M. I. (2004:30). De esta manera la política cultural debe también, reconocer el vínculo entre cultura y calidad de vida y en ella el valor de la vida cotidiana, rescatando de este modo la dimensión cultural de la calidad de vida y de sus formas de participación y creación que al resemantizarse garantizan una manera de vinculación con las diferentes dimensiones de la comunidad. Para favorecer los procesos culturales se hace necesario también extraer el máximo provecho cultural de las nuevas tecnologías y las formas de socialización de ellas desde la gestión cultural, donde la animación sociocultural es la forma de actuar en la política.

1.2 Política cultural y turismo.

El autor asume los criterios de la relación cultura turismo como parte de las propias políticas culturales y turísticas de los organismos rectores. Forma parte de las transformaciones de la Política Cultural cubana a partir de la década del 90 del siglo XX y en especial en las transformaciones ocurridas entre el 2000 y el 2003 dentro del Ministerio de Cultura donde cultura-Turismo se convierte en uno de los programas priorizados de la política cultural cubana.

Este programa asume una interrelación social en función de emplear la cultura para el turismo, desarrollar un turismo exitoso, consolidado con la presencia orgánica de la cultura nacional y local, como parte misma del atractivo turístico.

El turismo, a partir de aquí, consolida su importancia creciente para el desarrollo económico del país, que continuará en el futuro; a la par, también se reconoce su papel como plataforma de irradiación de la cultura cubana e importante fuente de financiamiento de la misma, mientras que ésta también ha ido reafirmando su rol en la conformación del producto turístico y en la motivación de los turistas para seleccionar a Cuba como destino.

En este programa priorizado la política cultural cubana plantea que la comercialización de los productos y servicios culturales no admite concesiones éticas que atenten contra la absoluta defensa de los valores patrimoniales. La preservación del patrimonio cultural es un deber compartido del presente y el

futuro y el auge del turismo cubano, lejos de actuar contra ese propósito, continuará contribuyendo al mismo. (Convenio Cultura Turismo. MINCULT, 2010).

La realidad cubana coloca al país en una posición privilegiada para que esta dinámica relación entre la cultura y el turismo resulte positiva para los dos sectores. En este contexto no se debe obviar que el turismo, por sus características, está permanentemente sometido a las influencias extranjerizantes y desnaturalizadoras de la globalización capitalista, que tienden a manifestarse de formas variadas, evidentes y sutiles.

Este programa exige utilizar valores que resulten convenientes de asumir desde la cultura en el turismo cubano y permita el equilibrio institucional y social donde prevalezca siempre la identidad cubana, cuyo manejo práctico requiere de una sólida sustentación intelectual y de una aplicación funcional consecuente, que se exprese en actividades que implementen estos propios contenidos identitarios, participativos, donde se resuelve con eficacia la animación cultural turística.

El autor asume que en la actualidad el turismo es parte de la cultura como expresión sociocultural. Los procesos globales implican un acercamiento de estas en el tiempo y espacio, y abordan diferentes formas de asumirlo, de ahí la necesidad de buscar alternativas que logren la colectividad, efectos de variados tipos, a partir del proceso de comunicación entre las personas, los pueblos, las culturas donde la animación cultural por su valor interactivo y participativo logra mayores niveles de asimilación.

El paisaje cultural cubano es un incentivo para el turismo, una de sus fortalezas más valiosas por su historia y el carácter de su sistema social, curiosidad ante lo insólito o novedoso, la atracción de conocer al pequeño país que resiste la acometida del imperio yanqui, las alternativas socioculturales y económicas de las vidas cotidianas, sus aportes artísticos en la música y en la danza y sus riquezas patrimoniales. De ahí la necesidad, desde la animación, de ir a la búsqueda de la amenidad de los visitantes.

Por ello se necesita asumir las estrategias de turismo y el MINCULT en este orden dirigidos a: inserción de la vida cultural del país en el turismo, el empleo de la

vanguardia de las expresiones artísticas culturales, la identificación y conservación del Patrimonio Cultural y Natural que permite el disfrute de las identidades históricas y socioculturales, las cuales se sustentan en proyectos animadores.

Trabajar desde la animación es, por tanto, una expresión de la política cultural, de su gestión y promoción en la que la perspectiva sociocultural permite relacionar al contexto las expresiones y manifestaciones culturales que en él se producen lo cual permite compartir desde la integración sociocultural un proceso activo de aprehensión y transformación de la realidad turístico cultural a partir de patrones organizativos, de planificación y participación que tiene en los planes de animación sociocultural su formas de expresión institucional y social.

1.3 La animación sociocultural como método de la perspectiva sociocultural y su empleo en el turismo.

La animación sociocultural como conocimiento científico es reciente aún. Los términos *animation socioculturelle* y *animateur* empezaron a ser frecuentes en Francia hacia 1965 en contextos de Educación Popular y Educación de Adultos, que se daban en ateneos y universidades populares, y que adquirieron gran relevancia como consecuencia de la conciencia de clase social que adquirió el sector obrero y de los principios de la Escuela Nueva, que defendían la importancia de responder a los intereses y necesidades de la población, así como la experimentación y la cooperación.

La perspectiva sociocultural en este tipo de relación parte de que todo grupo social es cultura, y toda cultura es producida socialmente, y todas las actividades humanas interactúan indisociablemente con el grupo y su cultura, y así, si se quiere animar la economía o el comercio de un lugar, se tiene que animar un determinado modo de cultura y sociedad. Se debe reservar el término "sociocultural" para referirse únicamente a aquellos procesos de autorrealización, por medio de los cuales las personas, los grupos y las comunidades construyen su propia cultura de forma activa y responsable, aumentando su propia autonomía e independencia, y siendo protagonistas de su propio crecimiento.

Como se observa, la perspectiva sociocultural es de trascendental importancia para la animación sociocultural. El autor tras estudiar las diferentes definiciones Tejeda de Prado, Lecsý. (1999:42), Ander Egg, Ezequiel (1986:a53-55), UNESCO. (2001, Noviembre 2), Martín, Gloria (1992:22-24), De Miguel Díaz, Mario (2005:52-53), asume que la animación sociocultural es un proceso sociocultural, determinado por la acción de dinamizar, vitalizar y promover la autoconstrucción personal, grupal y comunitaria.

Desde el principio, las personas han vivido en grupos y comunidades que han tenido que organizarse de alguna manera a sí mismos, y autoconstruirse como tales grupos y comunidades, por lo tanto el autor concibe la animación sociocultural como el método de intervención de la perspectiva sociocultural, pues pone en función la relación a los individuos y a la sociedad en general, con una adecuada tecnología y mediante la utilización de instrumentos que potencien el esfuerzo y su participación social y cultural.

La expresión animación sociocultural, se difundió a partir de los años sesenta como un tipo de intervención educativa que trataba de dar respuesta, a través de la cultura, a las necesidades de participación de los ciudadanos en la vida social, política y económica de la comunidad. Desde su aparición ha habido una gran dificultad para delimitar el concepto, esto es debido a su heterogeneidad, pues abarca prácticas, instituciones, ámbitos, medios y funciones muy diversos.

Se concibe desde su interpretación instrumental como el conjunto de acciones realizadas por individuos, grupos o instituciones sobre una comunidad (o un sector de la misma) y en el marco de un territorio concreto, con el propósito principal de promover en sus miembros una actitud de participación activa en el proceso de su propio desarrollo, tanto social como cultural, aspecto este que coincide con el objeto de estudio.

Para la relación cultura- turismo, dada su importancia, el autor asume dimensiones de la UNESCO (2001, Noviembre 2), al definirla 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 sociopolítica en la que está integrada, aspecto este esencial en las expresión de la cultura y el arte. Por eso el autor asume este criterio, pues se adviene a las estrategias de la animación de turismo-cultura.

Por eso asumir la animación desde la perspectiva sociocultural implica laborar con prácticas socioculturales promotoras de valores plurales, donde se emplean los procesos de la conciencia cultural y turísticas, la libertad, la democracia y la participación; de ahí la importancia de la animación sociocultural para imbricar de forma coherente las manifestaciones culturales y artísticas.

Por eso desde la perspectiva sociocultural el autor asume el criterio de Ander Egg, Ezequiel (1986b:26), que exige dos ámbitos de su desarrollo:

Ámbito personal: Facilitar la adhesión a objetivos, conforme a las necesidades, las aspiraciones y los problemas de cada miembro y grupo social. Generar las condiciones propicias que inciten al mayor número de personas a revalorizar sus potencialidades, así como los recursos que pueden encontrar en su relación con otros. Favorecer que las personas se descubran a sí mismas. Tomar conciencia de su situación en el mundo y el papel que están llamadas a desempeñar.

Ámbito social: Participar en la vida del grupo y de la sociedad para la mejora permanente de la calidad de vida. Vivir en relación con los otros, en la aceptación y el respeto a cada uno, sus valores, creencias y las de su medio. Dar a cada uno la oportunidad de intercambiar ideas y expresarse libremente, de acuerdo con su marco de referencia. Atenuar, para finalmente eliminar, el hándicap sociocultural y propiciar igualdad de oportunidades para todos. Intentar suprimir las diferencias entre los diferentes estratos sociales.

Una particularidad de la animación sociocultural en el turismo, como en cualquier otro contexto, parte de un aspecto importante que es la cultura, para posteriormente abordar lo que conformaría su proceso de intervención sobre una realidad determinada. De este modo facilita la participación activa de todos los sujetos implicados.

Se representa al hombre en su actuación consciente, viva, que permite desarrollar una inteligencia social y creativa. La participación es vista como un proceso

dialéctico utilitario y formativo de requisitos imprescindibles cuando de animación sociocultural se trata.

En las estrategias que se conciben para este sector, se proyecta la animación sociocultural en función de la historia, las tradiciones, costumbres, de promover el patrimonio cultural, la identidad, el sentimiento de pertenencia y la cultura. Al enunciarlo como proceso complejo, obedece a su especificidad como campo del saber, donde dialécticamente interactúan la memoria histórica, el patrimonio cultural, la cultura popular y la identidad, aspectos importantes para lograr la aceptación del producto turístico.

La participación se asume, entonces, como un acto consciente y voluntario para acceder a mejores niveles de intervención en relación con la cultura. Por tanto, actúa en el complejo ámbito de la cultura, estimula y organiza a los actores desde la acción cultural; se considera un fundamento de la animación sociocultural, si se tiene en cuenta que es una labor abierta a todos, que tiene como fin desarrollar la práctica de la cultura como participación que responda a las necesidades, aspiraciones, intereses e iniciativas propias de los participantes.

1.4 El papel del animador sociocultural y de la práctica turística.

Para el desarrollo de este acápite se consultara los siguientes autores Tejeda de Prado, Lecsya. (1999:62), Ander Egg, Ezequiel (1986:a25-28), el autor asume que el animador es un agente sociocultural, es un innovador social, creador, una persona crítica y comprometida con el cambio, que persigue la construcción de un mundo mejor y más justo, en el que las personas sean las protagonistas y los poderes deshumanizadores estén ausentes.

Los animadores socioculturales como agentes deben favorecer los procesos de autorrealización, participación y empoderamiento del grupo. Para su eficacia, deben trabajar para convertirse en parte del grupo que animan de ahí la necesidad del conocimiento del contenido que asumen, la planificación organización de sus actividades y los públicos que trabajan, para que todo proceso aumente el nivel de animación sociocultural existente en un grupo o comunidad, de modo que el

mismo gane en autonomía, recursos y conocimiento, y dependa cada vez menos del exterior.

La animación sociocultural es consustancial a los grupos y las comunidades humanas, por eso no toda animación social es necesariamente animación sociocultural, aunque esta última es una metodología que podría tener cabida en todas ellas y en casi cualquier actividad humana, siempre que se entendiera dicha actividad como formando parte de un proceso de autoconstrucción del grupo o la comunidad.

Por eso son funciones del animador proyectar y garantizar con su oficio, de forma intencional y por medio de la participación, dinamizar y vitalizar las potencialidades de los individuos y los grupos, a fin de que logren la creación de su propia cultura y la construcción crítica de su realidad.

Para ello un buen animador debe en sus actividades fomentar la democracia y la participación; impulsar el asociacionismo y el fortalecimiento del tejido social, facilitando la adhesión a objetivos libremente elaborados y acordes con las aspiraciones y necesidades de cada miembro y grupo social; promover la innovación y la creación cultural; desarrollar la conciencia cívica, el sentido crítico, la integración, el vivir en relación con otras personas en la aceptación y el respeto a cada uno.

El animador sociocultural debe asegurar la cohesión y permanencia del grupo que anima desde el conocimiento de sus objetivos y metas, generar procesos de equipo desde un trabajo cotidiano y de base. Lo hace desde una Institución, es decir, de forma organizada y dentro de un marco habitual de trabajo sistemático.

El animador debe partir de una utilidad pública, pues sus acciones, planificaciones y contactos deben dar respuesta a necesidades sociales, prestando un servicio desde la pluralidad; debe responder como prácticas socioculturales a un modelo descentralizador y participativo. Supone llegar a consensos, creándose conflictos internos que tensionan su propio funcionamiento, pero que son necesarios y asumidos como forma útil de avanzar. Se desarrolla en colectivos en que

confluyen las fuerzas individuales en torno a un mismo proyecto, en el que se dan situaciones complejas y, por lo tanto, sumamente enriquecedoras.

El animador debe poner énfasis desde la perspectiva sociocultural en las siguientes dimensiones:

Lo educativo: como heredera de corrientes pedagógicas no directivas y autogestionarias, se centra en la educación no formal que con carácter permanente se lleva a cabo en Instituciones de carácter grupal.

Lo social: como forma de intervención comunitaria resolviendo problemas compartidos, aspecto realizado por medio de colectivos que priman las acciones como respuesta a la desigualdad o a la injusticia social.

Lo cultural: como forma de salvaguardar la propia cultura de agresiones externas fortaleciendo las tradiciones heredadas.

Lo artístico: Como forma de promover los mejores valores de la intelectualidad, la creación artística y las tendencias de vanguardias desde los discursos que justifican la identidad histórico cultural.

El animador es una nueva profesión turística que surge como necesidad para "animar" la vida colectiva de grupos a los que el turismo obliga a permanecer unidos durante un determinado tiempo. Facilita una respuesta superior a las soluciones individuales. Se realiza especialmente en los viajes marítimos (de cruceros), en las ciudades de vacaciones, en los campings, hoteles y en instalaciones turísticas de tránsito y en otros lugares donde se desarrolla la vida en grupo.

El animador es una profesión que se basa en una fuerte práctica de las relaciones humanas, y en un profundo conocimiento de la psicología individual y de la psicología del grupo. Su función consiste, en primer lugar, en presentar a los componentes del grupo y, en segundo lugar, en proponer y organizar juegos, concursos y todo tipo de entretenimientos, al objeto de que el tiempo de vacaciones no decaiga en interés y en alegría.

Dos fases se han observado en esta labor. La primera, ya superada, en la cual el animador (experto en juegos y entretenimientos) brilla como astro de primera magnitud agotando la capacidad de diversión de su clientela. La segunda, es aquella en la cual el animador "sugiere" en el subconsciente de alguno de ellos, generalmente el más extrovertido, un juego o concurso determinado, permitiendo que aquel se apropie de la idea y la ponga en práctica con toda su energía. El resultado es, de todos modos, el buscado por el animador.

1.5 Consideraciones teóricas y metodologías sobre la elaboración del plan de acciones en la animación sociocultural.

Se define que es muy importante la labor con los objetivos debido a su papel en la orientación del plan de acción y la visualización de las metas propuestas. Los objetivos deben expresar qué se quiere, cuándo se quiere y dónde se quiere.

Los objetivos son declaraciones cualitativas o cuantitativas de las aspiraciones de un individuo o un grupo de una organización. Es un estado futuro de una entidad o de uno de sus elementos componentes. Los objetivos pueden ser clasificados de diferentes formas, de acuerdo con su contenido, nivel, tiempo y precisión.

Por su importancia es necesario deberse en este último aspecto y explicar esta clasificación:

a) **Objetivos programáticos o de trayecto.**

Expresan un carácter continuo de los mismos en el tiempo, que sirve para orientarse, hacia dónde se dirige la organización. Se utilizan para plantear enfoques globales.

b) **Objetivos normativos.**

Expresan cuál es el estado deseado del objetivo trayecto o cualquier otro en el grado cuantitativo o cualitativo que debe satisfacerse.

c) **Objetivo tarea.**

Este es el tipo de objetivo imprescindible para dirigir. Expresa en tiempo, cantidad y cualidad lo que se desea alcanzar. Ellos definen las actividades

indispensables que hay que hacer para garantizar el cumplimiento de los planes trazados.

Los objetivos estratégicos deben expresar el trayecto de la organización para cumplir la misión y la visión acordada. En todos los casos deben utilizarse criterios de medidas como expresión del grado cuantitativo o cualitativo del cumplimiento de los objetivos, por eso, se hará una derivación que incluye tanto los de tipos normativos como los de tarea.

Kroeger, Alex. (1989:23). Plantea que el plan de acción: "Es el momento en que se determinan y se asignan las tareas, se definen los plazos de tiempo y se calcula el uso de los recursos en una presentación resumida de las tareas que deben realizarse por ciertas personas, en un plazo de tiempo específico, utilizando un monto de recursos asignados con el fin de lograr un objetivo dado; es un espacio para discutir qué, cómo, cuándo y con quien se realizarán las acciones".

Un plan de acción debe mantener una lógica que está determinada en primer lugar por la concreción de los objetivos, seleccionando la estrategia a seguir a partir de la identificación de grandes tareas y de aquí desglosar las pequeñas.

El autor plantea los criterios metodológicos para elaborar un plan de acción, el cual debe desarrollarse a partir de un trabajo en equipo. Por ello es importante reunir a los demás trabajadores comunitarios y a los miembros de la comunidad y formalizar el grupo, llamándolo "comité de planeamiento" u otra denominación.

La estructura del Plan de acción debe contemplar los siguientes elementos:

- ☐ *Qué* se quiere alcanzar (objetivo)
- ☐ *Cuánto* se quiere lograr (cantidad y calidad)
- ☐ *Cuándo* se quiere lograr (en cuánto tiempo)
- ☐ *En dónde* se quiere realizar el programa (lugar)
- ☐ *Con quién y con qué* se desea lograrlo (personal, recursos financieros)
- ☐ *Cómo saber* si se está alcanzando el objetivo (evaluando el proceso)

□ *Cómo determinar* si se logró el objetivo (evaluación de resultados)

Según Boanerge Ortiz, B.S (2008:15)", plantea que el plan de acción: "Es una herramienta eficaz que detalla proyectos y actividades, indicadores y metas a las que se comprometen las dependencias de la Entidad en una vigencia determinada, fijación de tiempos y responsables."

Al tomar en cuenta los criterios citados, el autor considera que el plan de acción es el eslabón principal para cumplimentar con eficiencia los objetivos que se traten en una investigación, programa o estrategia empresarial, porque anticipa las iniciativas más importantes para cumplir con ciertos objetivos y fines. De esta manera, un plan de acción se constituye como una especie de guía que brinda un marco o una estructura a la hora de llevar a cabo un propósito determinado.

Dentro de una empresa un plan de acción puede involucrar a distintos departamentos y áreas. El plan establece quiénes serán los responsables que se encargarán de su cumplimiento en tiempo y forma. Por lo general, también incluye algún mecanismo o método de seguimiento y control, para que estos responsables puedan analizar si las acciones siguen el camino correcto.

El plan de acción propone una forma de alcanzar los objetivos determinados que ya fueron establecidos con anterioridad. Supone el paso previo a la ejecución efectiva de una idea o propuesta.

Estos criterios metodológicos son esencial para el objeto de estudio y sirven de base para al propuesta de la tesis.

Para ello el autor considera que un plan de acción en animación sociocultural debe contemplar los siguientes aspectos:

Objetivos: Deben corresponderse con el tipo de animación sociocultural, los objetivos propios de las disciplinas de animación, los contextos y actores sociales, los contenidos que se empleen y las formas de participación.

Las acciones y actividades: Descripción en forma lógica y emergente en que se planificarán y desarrollarán las acciones previstas, de acuerdo con los principios, dimensiones y estrategias de la animación sociocultural y el área socioeconómica o institucional que las emplee.

Los responsables: Los animadores socioculturales que desarrollan las acciones de acuerdo a su experiencia, capacidad interpretativa y de actuación, nivel cultural y conocimiento de los objetivos.

Las formas de evaluación: Técnicas que se emplearon para conocer el nivel de satisfacción, transformación y conocimiento adquirido por los grupos y las comunidades a partir de la metodología empleada.

De esta forma la planificación de los procesos de animación sociocultural constituye, sin duda alguna, un proceso consciente organizativo que implica, sobre todo, acciones de investigación y reflexión en una constante evaluación institucional y social. De ahí la importancia y la novedad de este objeto de estudio.

Para la realización del plan de actividades de animación para el turismo es necesario tener en cuenta que en el mismo, la animación debe contemplar una sucesión entrelazada de los siguientes momentos: conocimiento de la realidad y diagnóstico participativo de ella; información del proyecto de acción enfocada hacia los destinatarios; conciencia y sensibilización de la colectividad receptora; participación a través de diversas plataformas y la interrelación entre sus participantes.

A continuación se sugieren algunos requerimientos.

Conocimiento: Corresponde a esta fase acciones tales como: Conocer nacionalidad, idioma e idiosincrasia, encuentros sobre «percepción de necesidades, reuniones sobre «diseño de posibilidades».

Información: Hace referencia a la canalización y la sistematización de la información sobre los recursos existentes y potenciales para el desarrollo de las acciones que se diseñan como parte de la estrategia, las acciones posibles de este apartado: definir destinatarios de la información, estudiar las entradas de

información con los criterios de: relevancia, actualización, amplitud, el estudio de las salidas de información para que llegue a los destinatarios, sea comprensible e incite a la participación; establecer canales de información diversos: personas determinadas, medios escritos, medios audiovisuales, creación de puntos estables de información.

Participación: Este momento del proceso de intervención se orienta hacia la generación de situaciones y condiciones que favorezcan la participación progresiva de los sujetos participantes, las acciones para ellas son: actividades de participación simple, exposiciones, presentación de las tradiciones, visita a lugares históricos, culturales, actividades recreativas.

Interrelación: Es el momento de la coordinación y la interconexión de iniciativas ya en marcha; se sale así del marco geográfico habitual para multiplicar la rentabilidad de lo individualizado, interrelacionando entre sí realizaciones homogéneas de las acciones: visitas e intercambios, promoción de coordinadores: culturales, laborales, creación de redes de iniciativas especializadas.

Capítulo II Fundamentos Metodológicos.

Título: Propuesta de actividades para el desarrollo de la animación sociocultural en el Ranchón "La Aguada".

2.1 Situación problémica.

Son insuficientes los estudios científicos vinculados a la proyección de actividades en los planes de acción de animación sociocultural de los paradores de carretera que existen en el Grupo Empresarial Extrahotelero Palmares, y por tanto se requiere, desde la perspectiva sociocultural, analizar este proceso y proponer un plan de acciones que posibiliten el perfeccionamiento de esta actividad.

Problema científico.

¿Cómo contribuir al desarrollo de la animación sociocultural en el Ranchón "La Aguada" de la Sucursal Extra Hotelera Palmares en Cienfuegos?

Objetivo general:

Elaborar una propuesta de actividades para el desarrollo de la animación sociocultural en el Ranchón "La Aguada", de la Sucursal Extra Hotelera Palmares en Cienfuegos.

Objetivos específicos:

1. Caracterizar el Ranchón "La Aguada" como una instalación de la Sucursal Extra Hotelera Palmares Cienfuegos.
- 2- Identificar las necesidades de animación sociocultural para el trabajo con los visitantes al Ranchón "La Aguada" en Cienfuegos.

Justificación del problema:

Para el desarrollo de este trabajo es necesario tener en cuenta que: constituye la primera aproximación de los estudios para la elaboración de actividades de animación sociocultural que se trabaja en las instalaciones extra hoteleras y en

especial para los paradores, que eleven la calidad de sus productos y la estancia de viajeros, y parte del diagnóstico que Palmares desarrolla a sus sistemas de instalaciones como consecuencia la evaluación del Programa Cultura Turismo y la evaluación de su objeto social en función del perfeccionamiento empresarial y de gestión de la calidad.

Para determinar el problema de investigación se desarrolló el estudio documental que incluyó los documentos estratégicos de Palmares, los acuerdos de la comisión cultura turismo, el objeto social de Palmares (la planeación estratégica de la organización y el Sistema de Gestión de la calidad), además, documentos normativos sobre diseños del servicio de atención al cliente, programas de trabajo, las líneas de negocio, las estrategias comerciales y económicas; fueron valorados los estudios de gestión de la calidad y de satisfacción de las expectativas y requerimientos de los clientes, las evaluaciones efectuadas por la comisión asesora y el sistema de opiniones. Por último se consultó el sistema de conferencias sobre perspectiva sociocultural del Máster David Soler que existen en la perspectiva sociocultural, varios enfoques y estudios: (Soler Marchán, S. D. (2000:15-19).

“...los cuales tienen en la práctica y en la complejidad de la interacción sociocultural una especial distinción, desentrañarla en sus componentes principales, distinciones y sistema de relaciones desde la praxis humana, la influencias en la formación de normas, conductas, imaginarios, mitos familiares y grupales, garantizan una reproducción de prácticas socioculturales que distinguen a las comunidades, en actividades sociales, culturales a partir de un proceso de contextualización sistemática y en un también complejo proceso de comunicación que influye en el comportamiento de los mismos en la vida sociocultural ”. Soler Marchán, S.D (2005:15).

En el diagnóstico efectuado se encuentra que son cuantitativamente insuficientes las investigaciones sobre el tema, sobre todo desde la perspectiva sociocultural, lo que le ofrece un mayor valor al tema objeto de estudio, pues con él se inicia, desde la perspectiva sociocultural, este tipo de investigación.

En las entrevistas, documentos valorados y en especial en las evaluaciones estudiadas y en los análisis de los especialistas de turismo y cultura se considera de gran importancia el tema, pues constituye una manifestación social cultural y un proceso complejo donde predomina la visión cultural del turismo, que se extiende a partir de una intensa interacción cultural y social y se emplea como uno de sus mecanismos fundamentales la animación socio cultural.

De igual manera, se aprecia coincidencia en la necesidad de la búsqueda de una metodología para el sector en este orden y la proposición en las acciones y actividades que puedan emplearse y generalizarse dentro del trabajo en los paradores de carretera. Por la importancia que requiere para dicho trabajo fue analizada la bibliografía y el sistema de documentación de la Sucursal Extrahoteleras Palmares Cienfuegos, las normas, procedimientos y resoluciones que organizan el trabajo de programación del turismo y de cultura, los trabajos sobre la perspectiva sociocultural y las investigaciones realizadas en la carrera con estos fines.

El problema se presenta novedoso a partir de los siguientes presupuestos:

- ❑ Son insuficientes las investigaciones sobre animación cultural en las instalaciones extra hoteleras del turismo en Cienfuegos, desde la perspectiva sociocultural.
- ❑ La animación cultural en paradores de carretera, constituye práctica y gestión sociocultural dentro de los procesos de comunicación y recreo en un tipo de instalación que se caracteriza por la afluencia de diferentes tipos de clientes y poca estancia de los mismos, por lo que necesitan de una profundización científica en las formas de realización y socialización desde los principales códigos culturales y principios de la gestión turística de las actividades que se desarrollan en el Parador Ranchón La Aguada.
- ❑ Los pocos procesos investigativos desarrollados hasta la fecha tienen un valor descriptivo, que discernió elementos de carácter histórico organizacional, estrategias de preferencias públicas de programas y temas de animación cultural. La novedad se presenta, de igual manera, si se tiene

en cuenta que en la actualidad el Parador coloca dentro de sus políticas turísticas y culturales los estudios científicos vinculados con la animación cultural y la búsqueda de planes de acciones que viabilicen la actividad animadora con un adecuado nivel de sistematicidad y rigor científico.

Esta investigación se desarrollará a partir del paradigma cuanti-cualitativo, es distintiva en los aspectos relacionados con las políticas turísticas y culturales de las sucursales extra hoteleras en Cuba y en especial Palmares Cienfuegos. Lo cuantitativo se empleará en el procesamiento de los datos del diagnóstico para la elaboración del Plan de Actividades como recurso principal en el Ranchón La Aguada.

La investigación se sustentará en las experiencias de las carreras vinculadas a las investigaciones de la perspectiva metodológica que favorece la triangulación de datos, personas, para conocer las características y diagnosticar las necesidades e implementar bajo consensos las principales acciones de animación cultural y su proyección en el Ranchón La Aguada. Además favorece la contrastación de datos e información que permita la elaboración de estas acciones de forma objetiva.

Objeto de estudio

El proceso de animación sociocultural en la red extra hotelera turística en Cuba.

Campo de estudio:

Actividades de animación sociocultural en el parador de carretera Ranchón "La Aguada" en el municipio de Aguada de Pasajeros

Idea a defender:

La elaboración de una propuesta de actividades a partir de la caracterización del parador de carretera Ranchón "La Aguada", de la Sucursal Extra Hotelera Palmares Cienfuegos y la identificación de sus necesidades animadoras extra

hoteleras contribuirá al desarrollo de la animación sociocultural en esta instalación.

Universo: Todos los trabajadores, directivos, especialistas del parador de carretera Aguada de pasajeros.

Muestra

El Parador de Carretera Ranchón La Aguada del Municipio de Aguada de Pasajeros. Se escoge esta muestra por la importancia que la misma posee en el tramo de autopista entre Ranchuelo y Jagüey, por ser un lugar de afluencia de pasajeros, turistas y conductores, por su estratégica ubicación con respecto a su posición geoespacial en la autopista, que implica un movimiento obligado para su entrada a Cienfuegos y su continuidad hacia La Habana y polos turísticos como Varadero y Trinidad.

Implica la variedad de opciones que ofrecen estos paradores para el descanso y destres de los turistas y conductores, las variadas ofertas y la vinculación inter institucional con instituciones culturales comerciales, la calidad de ambientación y confort, las posibilidades para la aplicación de la investigación.

Implica, además, las características éticas de sus trabajadores, el sentido de pertenecía de los mismos y la sensibilidad de la administración por la búsqueda de alternativas de trabajo al respecto. Por otra parte las competencias de este grupo de trabajo y la capacidad de sus trabajadores para integrarse a la idea.

Se seleccionan dos tipos de muestras.

La primera de ellas será intencional no probabilística

Trabajadores del parador:

Directivos

Especialista

Esta se empleará para la obtención de información, la contratación de datos y la validación de la información. Otra de las muestras será la de los visitantes que será la aleatoria a visitantes y especialmente será empleada en el diagnóstico y servirá desde paradigma cuanti-cualitativo como una muestra de confirmación y contrastación.

Tipo de estudio: Exploratorio: se asume el tema, pues ha sido poco abordado con anterioridad, permitirá aumentar el grado de familiaridad con los contenidos de animación sociocultural en las instalaciones extra hoteleras de Cienfuegos y en especial en el parador Ranchón "La Aguada", la posibilidad de desarrollar una investigación más completa en un contexto particular turístico cultural y real, así como identificar acciones que permitan profundizar en el análisis y conocimientos de la perspectiva sociocultural.

Se asumen los estudios exploratorios porque ellos identifican relaciones, permiten explicar las formas en que interactúan las unidades de análisis, diseñar productos animadores desde el plan de acción, facilitar la comprensión del objeto social del turismo y sistematizar procesos institucionales y de programación turística cultural.

2.2 Metodología de investigación.

Se empleará el método fenomenológico, pues constituye la experiencia vital del desarrollo, planificación y evaluación de la política turística cultural en una instalación específica que es de un sistema específico: los paradores de carretera.

El trabajo permitirá desde la perspectiva sociocultural expresar una nueva experiencia, esta no se encuentra sin conceptualizar las características propias de las investigaciones fenomenológicas.

Por otra parte, el método permite la sistematización del conocimiento en la perspectiva sociocultural, en especial de la animación sociocultural, la elaboración

de planes de acciones a partir de las formas de animación, las reinterpretaciones socioculturales, la sistematicidad de las valoraciones de especialistas y directivos para acercarse a lo explícito; facilita la autocrítica e intersubjetividad y es una explicación del significado de la acción animadora de los actores, es el pensar de la experiencia. Soler Marchan, S.D (2008:9-11).

El empleo de la animación cultural en las instalaciones extra hoteleras exige una selección de técnicas y acciones, en lo esencial vinculadas al problema como interrogación y cuestionamientos principales, entre ellas: la entrevista a profundidad, la encuesta, el análisis documental y la observación, que estará presente durante toda la investigación y en los diversos momentos de ésta.

Otro elemento, por lo cual se escoge el método es por la posibilidad que brinda para conocer los puntos de vistas de otras personas describiendo, comprendiendo, comprobando e interpretando la información obtenida para la elaboración de planes de acción de animación cultural:

"La experiencia fenomenológica parte del supuesto de que lo subjetivo no sólo puede ser fuente de conocimiento, sino incluso presupuesto metodológico y objeto de la misma ciencia. Es la propia experiencia, a través de la intuición eidética, la principal fuente de conocimiento que utiliza el investigador para tratar de acercarse al estudio, análisis y conocimiento de la realidad". Quiñones. S. (2006:13).

La objetividad es el resultado de las acciones, los procesos de intersubjetividad consciente que se producen en la animación sociocultural en sí misma, que ella produce y de ahí su necesario Plan de Acción, participa y comunica el mundo de las significaciones. Soler Marchán, S. D. (2007:7).

Como sistema de interpretación sociocultural requiere de una metodología particular de análisis en las siguientes dimensiones principales:

1. El estudio de los fenómenos desde la perspectiva de los sujetos.

2. La importancia del análisis de la interpretación del mundo por los actores sociales para el cual se comunica.
3. La reconsideración de la experiencia subjetiva como base para el conocimiento social desde el proceso de comunicación.

Esto implica que el sujeto investigador tiene un papel activo en el proceso de conocimiento. La apertura a la subjetividad en la ciencia desemboca en una concepción compleja de la *realidad objetiva* donde el método es flexible y no absoluto como ya fue señalado. Quiñones. S. (2006:16).

Así, desde esta perspectiva de la animación sociocultural se expresan las siguientes cuestiones:

- 1º. Las personas interactúan con otros sujetos y las cosas sobre la base de sus propios significantes, necesidades y acciones.
- 2º. De modo que las personas no actúan espontáneamente a partir de prescripciones ajenas a sus motivaciones y por estímulos exteriores.
- 3º. Las necesidades determinan la acción. Quiñones. S. (2006:22). Así, el investigador, desde la perspectiva sociocultural para el objeto de estudio de la comunicación, implica el empleo de los niveles de interpretación que abarquen el análisis de los sistemas de relaciones, su coherencia epistemológica y metodológica, lo cual facilita la sensibilidad para apreciar el hecho que da sentido “nunca puede darse por supuesto” y que está ligado esencialmente a un contexto. “...*La investigación sociocultural está radicalmente ligada al contexto, la cultura y el momento situacional en el que se producen los fenómenos, considerándose un proceso activo de aprehensión y transformación de la realidad desde el contacto directo con el campo objeto de estudio.* Gil, M. (2006:30).

“...Aquí la práctica sociocultural es expresión evidente de preferencias, gustos, posibilidades económicas, intereses, necesidades, aspiraciones y normas de estos actores, constituyen su fundamento individual, y grupal,

basado en el conocimiento, la comprensión de la realidad como praxis, que intenta unir la teoría a la práctica (conocimiento, acción, valores) y orientar el conocimiento a mejorar el entorno, así como, la calidad de vida del hombre". Soler Marchán, S. D. (2003:17)."

2.3 La integración metodológica como estrategia de investigación.

La estrategia de integración constituye el fundamento metodológico, se emplearán técnicas e instrumentos para captar la doble relación sujeto- sujeto y sujeto-objeto, que permiten una noción clara y clave de reflexividad e interpretación, desde el polo cualitativo.

Según las exigencias de la investigación el autor asumió: **La triangulación de los datos.** Esta se empleará para medir el control de las dimensiones, tiempo, espacio, y/o necesidad de animación sociocultural de los visitantes, para obtener los datos necesarios a incluir en la investigación. Las entrevistas, los análisis documentales efectuados a visitantes, dirigentes de turismo y trabajadores del Ranchón "La Aguada" posibilitaron la obtención de estos datos, los cuales se confrontaron para buscar la contrastabilidad de los mismos y la validez de las actividades. Se emplea fundamentalmente para la caracterización de la institución, el diagnóstico y los análisis de la situación y la propuesta de un plan de actividades, así como para los datos que proceden en las observaciones y en la validación de las propuestas, lo que llevó al cumplimiento de los objetivos.

Triangulación de especialista. El uso de diferentes analistas o codificadores como parte de un equipo de trabajo se emplearán para validar los datos y obtener información para el diseño de actividades de acuerdo con la experiencia que poseen en el trabajo del parador Ranchón de Aguada de Pasajeros y que han contribuido a la determinación de la necesidad institucional y turística, a la obtención de datos para la elaboración del plan de acción, contratación del proceso investigativo y la validez de los objetivos propuestos, se empleó para conocer las valoraciones que poseen al respecto, validar las informaciones y los

análisis que se han realizado y las propuestas principales de desarrollo. Facilita la validez y confiabilidad de la información y permite asumirla con facilidad.

Conceptualización

Animación sociocultural del turismo: Proceso de intervención sobre una realidad determinada. De este modo facilita la participación activa de todos los sujetos implicados. Se representa al hombre en su actuación consciente, viva, que permite desarrollar una inteligencia social y creativa. La participación es vista como un proceso dialéctico utilitario y formativo en función de la historia, las tradiciones, costumbres, de promover el patrimonio cultural, la identidad, el sentimiento de pertenencia y la cultura (Estrategia Nacional de Turismo 2011).

Agentes socioculturales: "En sentido amplio, aquellos actores que intervienen o pueden intervenir en la articulación de las políticas culturales, los agentes cambian y evolucionan de acuerdo con las variables espacio/territorio-tiempo/evolución-contexto (próximo y global), representando un factor determinante en la consolidación de la intervención social en un campo concreto." Martinell, Alfonso. (1999:20).

Práctica Sociocultural: "Toda la actividad cultural e identificada que realiza el hombre como sujeto de la cultura y/o como sujeto de identidad, capaz de generar un sistema de relaciones significativas a cualquier nivel de resolución y en todos los niveles de interacción, conformando, reproduciendo y modificando el contexto sociocultural tipificado de su comunidad." Soler Marchán. S.D. (2003:19).

Interacción Sociocultural. Redes de interacción social: Determinan los patrones de interacción social, es decir, las maneras en que se reproducen los códigos que representan el sistema de significantes socialmente asumido. Los tipos de relaciones se pueden manifestar en diferentes niveles en dependencia de su funcionalidad en la cotidianidad. Individuo – Individuo; Individuo – Institución; Institución – Institución. Abarcan diferentes aspectos: económicos, ideológicos, psicológicos, etc. **Patrones de interacción social:** Se determinan a partir de las

redes de interacción, determinando los elementos más significativos que caracterizan las redes. Soler Marchán, S.D (2003:19).

Operacionalización de las unidades de análisis.

Unidades de Análisis	Dimensión	Indicadores
Animación sociocultural.	Cultural.	-Formas de socialización y satisfacción de las necesidades culturales de los visitantes. -Niveles de coherencia y correspondencia entre las actividades de animación realizadas y las necesidades, gustos y preferencias de los visitantes. - Integración de diversas manifestaciones en la animación cultural que se ejecuta. -Utilización del talento artístico local.
	Social.	-Papel activo del animador cultural. -Nivel de disposición de los visitantes por cada actividad de animación que se realiza. -Participación activa de los visitantes. -Interrelación entre los visitantes. - Posibilidades participativas y de intercambio en cada actividad.

	Económica.	-Cantidad de visitantes. - La estadía y el consumo. - Ingreso por visitante. - Niveles de ingreso por visitante. -Flujo de efectivo.
Agentes socioculturales.	Institucional.	Características, historia, y particularidades desde los siguientes elementos: participación, animación e integración. Capacidad de desarrollo de la animación e integración. Capacidad de expresar elementos de la cultura, los valores históricos, sociales y recreativos. Demanda y satisfacción en función del tipo de público y locaciones.
	Social.	Características organizativas, calidad, tipología, criterio de selección de las acciones y sus participantes. Valoración acerca de la dimensión institucional.
	Público.	Tipo de público que visita el parador. Caracterización, preferencias, niveles de participación. Niveles de pertenencia social, cultural y recreativa. Tipos de actividades de animación cultural para los públicos.

		Nivel de satisfacción de las actividades propuestas. Grado de pertinencia de las actividades. -Valoración acerca de la dimensión institucional. Grado de creatividad de la actividad animadora.
Interacción sociocultural.	Análisis estratégico (planificación, implementación).	-Capacidad de desarrollo de la tradición de la rumba de cajón y de la personalidad que se propone. -Características organizativas, calidad, tipología, criterio de selección de las acciones y sus participantes. Valoración acerca de la dimensión institución.

Capítulo III Análisis de los resultados

3.1 Caracterización del Parador Ranchón La Aguada de la Sucursal extrahotelera Palmares Cienfuegos.

Por las investigaciones practicadas en función de legalización Inmobiliaria del local que hoy ocupa la **Instalación Ranchón "La Aguada"**, sito en Autopista Nacional Km 172, Municipio Aguada de Pasajeros, Provincia de Cienfuegos, se ha podido conocer que el mismo comprende la finca rústica con un lote de terreno conocido por Las Cejas, ubicado en la hacienda Aguada de Pasajeros en el barrio de Yaguaramas, termino municipal de Cienfuegos, cuyos límites constan descritos en la NSI que se acompaña al expediente. (Ver mapa).

Según las investigaciones realizadas, el terreno que ocupa la finca en cuestión también conocida como Santa Felicia, antes del triunfo de la Revolución pertenecía al Señor JOSÉ GARCÍA ARIAS casado con la señora Ramona Pedrajes Gómez que adquiere por título de compraventa según Escritura Pública No. 165 otorgada en La Habana en fecha 11 de Septiembre de 1956 ante el notario Doctor Juan Silva y Fernández.

Ya en el año 1963, tras producirse el triunfo de la Revolución, la finca pasa a manos del Gobierno Revolucionario, a través de la Promulgación de la II Ley de Reforma Agraria firmada por nuestro Comandante en Jefe en fecha 3 de Octubre de 1963, acreditándose el particular mediante Certifico emitido por el Lic. Andris González Fajardo, Jefe del Departamento Jurídico del MINAGRIC Cienfuegos, que se anexa a la documentación presentada.

En el año 1989, en la referida finca rústica fue edificado lo que es hoy la Instalación Turística Ranchón La Aguada, cuya construcción culminó en el año 1990, inversión que corrió a cargo de la Entonces Empresa Turística Cienfuegos, perteneciente al Instituto Nacional de Turismo.

Para este mismo uso, en el año 1996, tras acontecer la extinción del entonces Instituto Nacional del Turismo, aprobado por el Decreto Ley No. 147 de fecha 21 de Abril de 1994, emitida por Fidel Castro Ruz, que a su vez creó el Ministerio del Turismo, fue traspasado el ya citado inmueble a la Cadena de Recreación y Turismo Rumbos SA, perteneciente a este nuevo Ministerio, a tenor de la Resolución 113 del Ministro de Economía y Planificación del 26 de febrero de 1996.

Este Inmueble hoy en día pertenece a la Sucursal Extrahotelera Palmares Cienfuegos que se subrogó en el lugar de las empresas extintas a partir de 1ro de Noviembre del 2004, pasando el patrimonio del Grupo de Recreación y Turismo RUMBOS SA, a favor de este Grupo Empresarial, de lo que se aporta Documento del Ministro de Economía y Planificación, que acredita este particular.

Está ubicado en un sitio estratégico, entre la capital del país y la ciudad de Santa Clara, y en el desvío para las ciudades turísticas de Cienfuegos y Trinidad. La marca del producto turístico corresponde a Parador, Servicio de Carretera. Es un ranchón campestre especializado en el servicio rápido de atención al cliente de carretera. Consta de restaurante, bar rápido, 4 cabañas de alojamiento. Otras facilidades que brinda son servicios de post, parqueo, servicios sanitarios, tiendas especializadas en productos culturales, farmacia y otros aledaños al Ranchón como la tienda de Caracol, la renta de autos y el servicio de combustible de CIMEX.

Presenta una estructura empresarial compuesta por un administrador, 16 dependientes, 1 panadero, 4 cocineros, 2 elaborador de alimentos, 3 auxiliares de limpieza, 1 chofer distribuidor, 1 jardinero, 2 agentes de seguridad y protección, 3 especialistas en economía y recursos humanos. La composición por categoría ocupacional es como sigue: dirigentes: 1; técnicos: 3; trabajadores de prestación de servicios: 22 y obreros: 5.

Brinda servicio las 24 horas, con capacidad para 100 pax en el restaurante y 4 cabañas de alojamiento según una determinada estructura de ventas y ofertas estructura de venta y ofertas:

- Bar
- Restaurante
- Rápido
- Tiendas
- Farmacia
- Tabacos Habanos
- Alojamiento

De acuerdo al producto actual, la instalación clasifica como en la línea de negocio restaurante, producto servicio de carretera con alojamiento y la marca parador. El lugar tiene en su frente expuesto a la autopista, una peculiar locomotora, que hace que los visitantes mismos lo identifiquen como "El Trencito".

La estructura del Parador La Aguada (Ver fotos) está compuesta por un amplio restaurante con capacidad para 100 comensales, con mesas de madera y taburetes de cuero, al final del mismo aparece una confortable cocina con su campana de extracción de gases y con buenas condiciones para la elaboración de los alimentos. A la entrada del restaurante se divisa un bar donde se expenden cocteles, refrescos, maltas y vinos.

Cuenta con una cafetería de alimentos ligeros, para el servicio rápido que se destaca por la variedad y calidad de los entrepanes que oferta, siendo una característica peculiar los panes con figura de cocodrilo, jicoteas, entre otros.

Por el lateral derecho del bar se observa un amplio pasillo que conduce a unos acogedores y limpios baños para los clientes, muy característicos en los paradores. Al lado izquierdo de estos se levantan cuatro cabañas con aire

acondicionado y servicios de agua caliente, que sirven de alojamiento a los transeúntes que deseen quedarse para descansar.

Al lado derecho de los baños se encuentra una pequeña panadería, con las condiciones y equipamiento tecnológico necesario para la elaboración de los panes, al fondo se percibe un gigantesco platanal cuyos frutos contribuyen al menú del restaurante.

Al frente de la instalación hay un amplio parqueo y áreas verdes, así como un pequeño estanque de cemento con un manjuarí, clarias y varias jicoteas. En el otro lateral del Ranchón se encuentra con un aviario con diferentes especies.

Detrás de la cocina se encuentra el centro de porcionamiento de los cárnicos, ahumados y quesos, seguido por las neveras de mantenimiento y congelación y finalmente un grupo electrógeno de 60 HZ de potencia.

Para la cocción de los alimentos y elaboración de los panes se utiliza gas licuado, situado en una bala con capacidad para 2500 litros, que se encuentra entre la tienda de Caracol y el punto de renta de TRANSTUR.

Medio Ambiente Natural.

Los límites del restaurante se encuentran ambientados con plantas naturales en canteros artísticos, que conjuntamente con las masetas y macramés colgantes en su interior ofrecen un verdor esplendoroso y acogedor al visitante. Estos elementos decorativos unidos al estanque, el aviario y las áreas verdes le confieren una atmósfera fresca, agradable y placentera al lugar.

Medio Ambiente Construido.

Es una construcción nueva, semirústica, en que en los últimos años se han reparado y modernizado áreas como la cocina, los baños, la panadería y los propios departamentos del bar y la cafetería de alimentos ligeros. Además posee un reservado con climatización. (Ver Anexo).

Comunicación. Esta se realiza por teléfono, trunkin y correo electrónico con la Empresa, con el resto de las unidades de Palmares y con los proveedores.

La unidad Ranchón La Aguada ostenta el **Reconocimiento de administración responsable en el cuidado del medio ambiente.**

Este parador ofrece, además, un producto dirigido a los clientes que fundamentalmente se trasladan a diferentes puntos del país por la autopista nacional y el vial, circuito sur Aguada-Cienfuegos-Trinidad, de alto valor turístico. Por el diseño del producto turístico puede llevar música tradicional cubana, televisión con videos promocionales de Imagen Cuba y Auténtica Cuba (Campañas promocionales del Mintur) y los productos del GEE Palmares S.A

El Ranchón La Aguada por la ubicación que tiene, el lugar donde se encuentra, su diseño comercial y constructivo, el arraigo tradicional en la zona o región a la cual pertenece, está atesorado de determinados valores o atractivos culturales, vinculados principalmente a la actividad culinaria y al entorno social rural que lo realzan, siendo esto una fuente importante para su integración en la dimensión social, económica y cultural del municipio, más aún teniendo en cuenta la tradición azucarera de dicho territorio, o sea, esto sería solo un elemento a considerar dentro de los otros mencionados. Ver al Ranchón La Aguada solo como un ente turístico dejaría de ser un producto turístico, hay que insertarlo en todo lo tradicional y real del territorio municipal, como es el mismo nombre de la instalación turística.

3.2: El diagnóstico para la elaboración del Plan de Actividades

En las entrevistas efectuadas a los miembros de la organización se pudo constatar una serie de elementos que permiten diagnosticar la necesidad del plan de actividades y su jerarquía en el proceso animador en el Parador de Ranchón La Aguada del Municipio Aguada de Pasajeros. Dentro de los elementos más significativos se encuentran:

El 100 % de los entrevistados consideran que actualmente no existe una visión amplia en los directivos de estas entidades para el empleo de la animación cultural, pues no la reconocen como un área de resultados clave en los Programas de Desarrollo Turístico, e incluso no la reconocen como un recurso para el proceso comercializador que genera ingresos, que inciden favorablemente en el proceso económico, además de que no valoran la importancia del promotor turístico que facilita el desarrollo de las actividades de entretenimiento y ocio, la creación de una imagen y un producto turístico mas atrayente. Por tanto no aprecian la necesidad de lograr una mayor interacción en este proceso.

El 98 % de los entrevistados consideran que en la actualidad no existe en los paradores un producto añadido que le daría más vitalidad a la comercialización de los mismos y reconocen que en la animación cultural se encuentran los recursos para este tipo de producto y para lograr una mayor interacción con los clientes, además de favorecer el empoderamiento del Ranchón como parador, dándole una jerarquía en el los tramos de autopistas.

El 100 % de los entrevistados consideran que sí es necesaria y de mucha utilidad la animación sociocultural, dada la función del parador en descanso y relajamiento de los que transitan por la carretera, la necesidades de destres que conlleva la conducción de vehículo, más las propia cultura vial, por lo que la instalación requiere de acciones que faciliten estos propósitos.

A esto se agrega que es un espacio que por su posición geográfica arriban una diversidad de clientes de diferentes mercados, intereses, motivaciones y tiempo libre diverso, lo mismo nacionales que extranjeros, en diferentes modalidades que requieren de un esfuerzo por parte del Parador para satisfacer esas necesidades. Es por esto que la animación cultural aparece como un recurso económico, eficaz de gran accesibilidad dado las formas concebidas para la animación sociocultural del turismo.

De igual manera es necesario destacar que este plan de actividades debe corresponderse con los interés y motivaciones de las agencias de viajes, clientes libres y los propios objetivos del turismo para este tipo de instalación, que en el caso del Parador de Aguada asume una mayor dimensión por la diversidad y diversificación de servicios que brinda, que hacen la permanencia de los clientes más prolongada y requiere de una animación mayor.

El 90% de los entrevistados consideran que existen los niveles de creatividad necesarios en la organización de los paradores de carretera para diseñar, organizar e implantar productos de animación extrahoteleros que influyan en la comercialización de las instalaciones, pero plantean que se carece de planes de actividades en este sentido.

Para todos los encuestados la animación es una herramienta promocional que actúa directamente sobre la comercialización, por eso su importancia. De hecho para comercializar un producto y en específico el Ranchón La Aguada, debe tenerse un factor de enlace entre el cliente y el producto y este es el animador, que desde su perspectiva permite interactuar con los clientes, hacer más grata su estancia e incidir en los gastos de los mismos. A ello se agrega que el parador está en una zona limítrofe de varias provincias donde coinciden muchas expresiones de la cultura que pueden emplearse.

De igual manera los encuestados colocan una serie de elementos para distinguir, en su opinión, la necesidad de la animación en el parador como una herramienta atractiva que presupone la intervención social y cultural, donde todos pueden participar. No es ajena a las necesidades personales, es de una preferencia generalizada y es de fácil implementación. Además la provincia cuenta con una escuela de hotelería y turismo que posee programa docentes para la preparación de los animadores turístico.

Significativo resulta que todos los encuestados reconocen la necesidad de la capacitación, lo reconocen como una oportunidad. Los dirigentes y trabajadores

consideran que les gustaría capacitarse en la esfera de la animación turística, porque les permite una visión cultural, expresiva y de contacto que facilita su gestión de venta y de promoción del producto turístico. El 100% de los trabajadores son partidarios de esta opinión y además proponen de igual manera la elaboración de planes de actividades a partir de la propia capacitación.

El 100% de los entrevistados consideran que es muy necesario trabajar desde la planeación y que, por lo tanto lo más acertado en este aspecto son los planes de animación sociocultural. Ellos permiten entender la actividad como un todo, donde se implican todos los factores que trabajan en la atención al cliente. De ahí la necesidad de proyectar el trabajo en planes coherentes, integradores y con una fundamentación científica.

Al indagar en las entrevistas con respecto a contenidos, funciones, experiencias animadoras y actividades; las respuestas fueron diversas y enriquecedoras. Se movieron desde la necesidad de orden lógico en la planificación de la animación, hasta propuestas sumamente interesantes que parten de la cultura propia del Parador y de las manifestaciones y expresiones artísticas y culturales de la zona.

Con respecto al contenido resultan interesantes las respuestas de los entrevistados. Todos las ubican en el empleo de las manifestaciones de la cultural de la región, en especial en la música, danza, la artesanía, los practicas lúdicas del territorio y acciones interactivas vinculadas con el contexto cibernético, combinadas también con acciones de la promoción e información del destino turístico del territorio de Cienfuegos en general.

El 95 % de los encuestados consideran que además deben incluirse juegos interactivos e incorporar programas que motiven a los clientes a interesarse por nuestros paradores, que incluyan los contenidos de la historia y la cultura de Cienfuegos y que se combinen con actividades artísticas, como presentaciones de literatura, exposiciones de diferentes tipos, peñas, performances artísticos, desfiles de modas, actividades infantiles, acciones patrimoniales y técnicas de participación artística, entre otras.

Por otra parte el 98 % de los entrevistados consideran que es necesario el empleo de la cultura popular y tradicional encaminada a expresar y enriquecer las ofertas, como por ejemplo el tema de los productos de la caña, las tradiciones culinarias, de bebidas, postres, producciones arroceras de los campesinos.

Al referirse a las experiencias animadoras, es significativo que todos los encuestados refieren a otros contextos como El burro de Mayabe, la utilización de dúos o tríos musicales, que además de la interpretación que realizan directamente, realizan animación como es el ejemplo que tenemos en el Ranchón Te Quedarás. También está el parador Rancho Alto en Mayabeque, donde la animación la realizan los mismos dependientes; este caso no es una animación cultural, sino promocional e histórica.

La exhibición de obras de arte y objetos patrimoniales como en el Ranchón Te Quedarás, fotografías, gigantografías alegóricas a sitios históricos, culturales y personalidades son otros recursos a emplear.

Por lo tanto, desde sus experiencias personales, existe una tenencia a que los trabajadores asuman también acciones animadoras sistemáticas, vinculadas con la cultura y las tradiciones del municipio y la promoción de nuestros productos turísticos, pudiéndose utilizar un trabajador que realice otras funciones y asuma esta también, o aprovechar algún grupo musical de pequeño formato que realice la doble función.

En las entrevistas existen coincidencias en lo que se refiere a los horarios; consideran que los más factibles son en la sesión de la mañana, por el movimiento que se produce desde y hacia la Habana en los cambios de circuito en los recorridos de los grupos organizados y de los clientes libres, así como en los horarios de almuerzo por las paradas obligatorias que están dentro de los programas turísticos y las necesidades de servicio de los clientes libres: como la alimentación, descanso, y otras necesidades humanas.

De igual manera otro horario es el vespertino, con una causa similar al de la mañana; pero debe tenerse en cuenta que en este horario hay mayor nivel de agotamiento y por tanto requiere de acciones específicas.

El 100% de los entrevistados consideran que los fines de semana se mueve hacia el ranchón un volumen considerable de clientes desde Aguada para disfrutar y recrearse con las ofertas y actividades que se desarrollan, lo que exige que en el plan se diseñen, organicen y ejecuten actividades de animación que permitan una vinculación más estrecha con las poblaciones cercanas.

Como se puede observar es pertinente el diseño del Plan de actividades y su implementación en el Ranchón La Aguada, dadas las condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la animación sociocultural y concientización de los trabajadores con respecto a su necesidad.

3.3 Propuesta del Plan de Actividades

El plan de actividades responde al diagnóstico y al contexto sociocultural del Ranchón La Aguada y, por lo tanto, es para los trabajadores una herramienta esencial de promoción y comercialización de la institución en función de sus clientes y objetivos económicos y culturales.

PLAN DE ACTIVIDADES DE ANIMACION SOCIO CULTURAL.

Título del Plan de Actividades: Oasis del Viajero

Lugar: Ranchón La Aguada.

Objetivo:

Incrementar la actividad promotora de los servicios que brinda el Ranchón La Aguada a partir de una animación sociocultural que permita la interacción de los clientes.

Favorecer la comercialización de los servicios generales turísticos que brinda la instalación, promocionando los mismos.

Promover los elementos de la cultura y el arte regional y local y su empleo como recurso turístico.

Facilitar un espacio para el descanso, estrés y recuperación de los clientes organizados y libres que transitan por la autopista nacional.

Para el desarrollo de estos objetivos se tuvieron en cuenta las características culturales y físicas geográficas del lugar, las estancias, los posibles actores sociales y sus necesidades y la propuesta de contenido de los trabajadores y los encuestados.

Plan de actividades: Para su proyección se empleó la estructura de los Programas de Gestión Turística que forman parte de la carrera de Estudios Socioculturales y las experiencias de la escuela de Hotelería y Turismo Perla del Sur que facilitó la visualización del proceso de animación turística (Ver Anexo).

La responsabilidad para su implementación será del colectivo de trabajadores del Ranchón La Aguada como implicados principales que serán empleados a partir de la experiencia, capacidad interpretativa y de actuación, nivel cultural y conocimiento de los objetivos, capacidad como buen comunicador, buena imagen, dominio de varios idiomas y empatía, según fue planteado por los trabajadores, como aspectos de responsabilidad.

La responsabilidad administrativa recae en el Director del Ranchón La Aguada, quien es además responsable de la programación como elemento coordinador y evaluador principal del Plan de actividades.

Las formas de evaluación: Estas responderán al Convenio Cultura Turismo, dadas las posibilidades que brinda la Evaluación de Programas Culturales para el turismo, las que incluyen las técnicas que se emplean para conocer el nivel de satisfacción, transformación y conocimiento adquirido por los grupos y las comunidades a partir de la metodología empleada.

Se asume la tipología de evaluación de los Programas de Gestión Turística y Cultural que se sustenta en los siguientes principios:

- **Flexibilidad:** Capacidad para asumir desde el trabajo integrador y animador, lo que permite entender los conocimientos turísticos, animadores y socioculturales y emplearlos de acuerdo a las necesidades de los clientes organizados y libres y así poder conformar y concebir mejor la realidad, la implementación y los resultados del Plan.
- **Calidad:** Eficacia y eficiencia en la introducción de los resultados científicos, técnicos y metodológicos que garantizan la eficacia de las acciones interventoras y animadoras que favorecen la gestión económica y promocional del Parador Ranchón La Aguada.
- **Creatividad:** Profesionalidad con que se asumen las acciones de animación sociocultural, el estilo con que representa la realidad turística y cultural que emplea, las potencialidades que generan los recursos humanos y su capital social, en función del perfeccionamiento de la misión y el objeto social del Ranchón La Aguda y su eficacia comercial.

A nivel de actores, implicados, gestores:

- **Personales:** Status, éxito, prestigio, los aprendizajes, respeto, la valía intelectual sabiduría y el bienestar.
- **Ético social:** Equidad, emponderamiento, honestidad, protección de las identidades, defensa de la justicia, solidaridad, confianza y la honestidad.
- **Competencia:** Cultura amplia y diversa, capacidad, potencial, utilidad eficaz de la inteligencia, poder comunicativo, profesionalidad y lógica eficaz.
- **Cambios adaptativos:** Necesarios para reestructurar, reajustar, reformar, reorientar, rediseñar y reducir el sistema actividades que lleven a un cumplimiento eficiente y eficaz del Plan de Actividades
- **Cambios transformadores:** Principalmente los que lleven a las reinversiones, reformulaciones, revalorizaciones de los procesos en especial el colectivo de trabajadores.

Sistema de Evaluación del Plan de Actividades.

La autor asume el paradigma cuanti-cualitativo que es el que exigen los planes turísticos.

La evaluación se revalida sistemáticamente con análisis semestrales que permitan acciones correctivas en el desarrollo de los Planes de Actividades y responderán a los indicadores del MINTUR y del MINCULT según el Convino Cultura Turismo.

Evaluación de resultados inmediatos: Se realizará inmediatamente durante y después de la ejecución de las actividades y sus objetivos serán evaluar los resultados inmediatos de las mismas. Los métodos fundamentales darán la continuidad de los estudios de satisfacción del cliente con prioridad a las tendencias de observación y encuestas de satisfacción al cliente. En todo caso se valorará los riesgos y las dificultades que se presentan en la implantación del programa y se corregirá en la práctica.

Evaluación de resultados o procesos: Se realizará después de desarrollada una etapa de ejecución de los objetivos para evaluar el cumplimiento de los mismos en ese período. Deberá tener como precedente varias evaluaciones inmediatas para una mayor eficacia y veracidad y niveles de contrastación que permita mantener o perfeccionar el Plan.

Se deberá realizar en intervalos suficientemente largos como para tener una etapa del proceso lo suficientemente desarrollada para que la evaluación sea todo lo útil y oportuna posible, la técnica fundamental será la entrevista a espaciales, clientes organizados y libres, miembros de la comunidad, directivos y se utilizará además el análisis documental y estadístico de los resultados.

Significativo resulta que en ambas evaluaciones se emplea el sistema de opiniones de los trabajadores que concibieron el diagnóstico y son los portadores de los contenidos, funciones, experiencias animadoras, las necesidades de los

clientes y la eficacia de las actividades, convirtiéndose en los principales actores sociales que desde la perspectiva sociocultural permiten el perfeccionamiento continuo de este plan y son sus protagonistas esenciales.

Como se puede observar el Plan de Actividades de Animación Cultural constituye, por tanto, un trabajo coherente que integra sistemas y procesos donde se imbrica turismo, cultura, necesidades de los clientes organizados y libres, las expresiones culturales e identitarias de la comunidad y la experiencia de los trabajadores del Ranchón La Aguada, que lo hace singular en un contexto sociocultural de gran importancia para el tránsito por la Autopista Nacional.

Conclusiones

El Parador Ranchón La Aguada es una instalación turística que pertenece al Grupo Empresarial Extra hotelero Palmares que se ubica en la Autopista Nacional en el Municipio Aguada de Pasajeros el cual tiene dentro sus funciones la comercialización y promoción de los productos turísticos y culturales del territorio y requiere de acciones de animación sociocultural que faciliten su gestión turística.

El método fenomenológico empleado facilitó una comprensión e interpretación más profunda del objeto de estudio que permitió diagnosticar, caracterizar y elaborar el plan de Actividades **Oasis del Viajero**. Para el proceso investigativo se emplea el análisis documental, la entrevista y la encuesta que suministró los datos y las experiencias requeridas para la valoración del plan de Actividades.

En el diagnóstico efectuado se pudo comprobar la necesidad del plan, el reconocimiento de que este es una herramienta principal para el trabajo del parador Ranchón La Aguada, las experiencias de los trabajadores que posibilitan su diseño e implantación y que existe conciencia de su pertinencia para la labor comercial y promocional, así como el empleo de las expresiones del arte y la cultura para el logro de un producto superior.

El Plan de Actividades **Oasis del Viajero** se confeccionó a partir de la tipología de la gestión Turístico Cultural, que en su expresión cuenta con una estructura compuesta por objetivos, plan de actividades, responsabilidades y formas de evaluación a partir del reconocimiento del colectivo de trabajadores como actores principales del plan tanto para su diseño, organización, implantación y evaluación, lo que garantiza su pertinencia.

Recomendaciones

Utilizar el contenido de esta tesis para las disciplinas de turismo y las asignaturas de Gestión del Patrimonio Cultural en el Turismo; además, en proyectos, programas culturales y en los estudio sobre políticas culturales y turismo.

Proponer al Grupo Empresarial Palmares la generalización de la experiencia de aplicación de un Programa de Animación Sociocultural en los Paradores de Carretera como herramienta de comercialización y promoción del producto turístico y cultural

Emplear la metodología de trabajo en los curso de preparación y capacitación de los promotores, animadores, trabajadores y directivos de Palmares en la Escuela de Hotelería y Turismo Perla del Sur en Cienfuegos.

Bibliografía

- Ander Egg, Ezequiel (1986a). Metodología y práctica de la animación sociocultural. Editorial Gráfica.
- Ander Egg, Ezequiel (1986b). Promoción sociocultural en América Latina. Un estudio de casos en Costa Rica, Ecuador, México y Argentina. Paris.
- Alonso, A. (2004). Estudios de los procesos investigativos de la identidad y el mar en Cienfuegos: Su eficacia y eficiencia y posible desarrollo. Cienfuegos: Universidad de Cienfuegos.
- Alonso Fernández, L. (1993). Museología: Introducción a la teoría y práctica del museo. (ISTMO). España.
- Boanerge Ortiz, A. (1989). Identidad, Sociología y Globalización.. España: Getafe.
- Cáceres, C. M. (2008). Definiciones de Turismo desde nuestra perspectiva. Carta Internacional Sobre Turismo Cultural. (2008). París.
- Castro, F. (1977). Palabra a los Intelectuales.. Editorial de Ciencias Sociales.
- Castro, F. (1987). Pensamiento y política cultural cubanos. Pueblo y Educación.
- Centro Histórico Urbano de Cienfuegos. (2010). Testimonio excepcional del urbanismo iberoamericano del siglo XIX. Cienfuegos.
- Castro, F. (1999). Una revolución solo puede ser hija de la cultura y las ideas. La Habana: Editora Política.
- Cembranos, Fernando, David Montesinos y María Bustelo. (1992). La animación socio-cultural: Un presupuesto metodológico. Editorial Popular.
- Conferencia Intergubernamental sobre políticas culturales en América Latina y el Caribe. (1978). Bogotá: Ediciones UNESCO.
- De Miguel Díaz, Mario (2005). Modelo del Proceso Enseñanza- Aprendizaje. Modalidades de Enseñanza centradas en el desarrollo de competencias Ediciones Universidad de Oviedo.
- Díaz, E. (2008). Desarrollo Local y Prácticas Socioculturales. Cienfuegos: Editorial Universo Sur.
- Díaz Esperanza, H. O. (2005). Fundamentación del Proyecto Luna. Cienfuegos: Centro Provincial de Patrimonio Cultural.

- Díaz, C. (2003). Industria musical y patrimonio. Revista Clave (1): 61-63.
- Dorticós Torrado, O. (1961), Apertura del 1er Congreso de Escritores y Artistas de Cuba. Periódico Hoy.
- Espinosa Fernández, Isaidy (2010). Implementación del Programa de Desarrollo Cultural en la política cultural en Rodas del 2000 al 2010.
- Ezequiel Ander Egg. (1986a). Metodología y práctica de la animación sociocultural: Editorial Gráfica.
- García Canclini, Néstor (1987). Políticas Culturales en América Latina. México: Editorial Grijalbo.
- García Canclini, N. & Roncagliolo, R. (1988). Cultura transnacional y culturas populares. Lima: IPAL.
- García Canclini, N. & Roncagliolo, R. (n.d.). Nuevas políticas culturales un desafío conjunto. Cultura. No.1.
- Gil, M. (2006). Movimiento coral en Cienfuegos. Alternativas de promoción para una manifestación tradicional. Cienfuegos: Universidad de Cienfuegos.
- Gloria Martín. (1992). Metódica y melódica en la animación Cultural (Ediciones Alfadil). Caracas.
- Gómez, Carmina. (1988). La ASC. Conceptos fundamentales Documentación Social : Edita Caritas.
- Graziella Pogolotti. (1986). Quitarnos la Cultura es quitarnos el alma. Editorial Pueblo y Educación.
- Guadarrama, P. (1990). Lo universal y lo específico en la cultura. La Habana: Ciencias Sociales.
- Haulot, A. (1991). Turismo Social. México: Trillas.
- Jacomino Ruiz, Alegna (2011). La música como proceso de intervención sociocultural: El Ismaelillo 5. Generación".
- Kroeger, Alex (1989) Gestión de competencias, espacios para lograr la misma. Frankfort, Germany:HenkVan.
- Landaburo Castrillón, M. I. (2004). La política cultural de la Revolución Cubana. La Habana.: Letras Cubanas.
- Macho, Luis C. (2002). Servicio de Ocio y Tiempo Libre de ASPACE-BIZKAIA.

- Martín, Gloria (1992). *Metódica y melódica en la animación Cultural*. Caracas. : Ediciones Alfadil.
- Oficina Internacional del Trabajo. (2001). Nº136 *Memorias del Taller Turismo: Mercado y Sostenibilidad*.
- Ochoa, Helen. (2005). *Conferencias sobre Sociología de la Cultura*. Cienfuegos.
- Pearce, D. (2001). *Desarrollo Turístico: Su Planificación y Ubicación Geográfica*. México: Trillas.
- Pérez Cruz, I. (2008). *Gestión del turismo cultural*.
- Prieto, A. (1994). *El destino de la cultura cubana*. Política.
- Prieto, A. (1998, Noviembre 9). Intervención en el VI Congreso de la UNEAC.
- Quiñones. S. (2006). *La Fiesta Patronal de Nuestra Señora de los Ángeles de Jagua*. Cienfuegos: Universidad de Cienfuegos.
- Rodríguez, G. (2002). *Metodología de la investigación cualitativa*. La Habana: Félix Varela.
- Sarmiento Salcedo, O. I. (2009). *Turismo y cultura como Factores de Integración en los Países Andinos*.
- Soler Marchán, S. D. (2010). *Valoración y Rescate de Cienfuegos. Patrimonio Cultural de la Humanidad*. Cienfuegos.
- Soler Marchán, S. D. (2003). *Lecturas e interpretación del Patrimonio Cultural. Apuntes conceptuales para un análisis*. Cienfuegos.: Museo Provincial.
- Soler Marchán, S. D. (2009). *Acercamientos teóricos para los estudios patrimoniales*. Cienfuegos.
- Soler Marchán, S. D. (2000). *Evaluaciones al programa de desarrollo cultural de la provincia de Cienfuegos*. Cienfuegos.
- Soler Marchán, S.D. (2005). *La perspectiva sociocultural. Aproximaciones epistemológicas*. Proyecto GESTCO, CPPC, Cienfuegos.
- Soler Marchán, S. D. (2007). *Evaluación del Proyecto Luna*. Cienfuegos: Centro Provincial de Patrimonio Cultural.
- Soler Marchan, S. D. (2008). *Análisis de documento en las investigaciones del Patrimonio Cultural*.

- Tejeda de Prado, Lecsy. (1999). Identidad y crecimiento humano, 43. La Habana: Grupo de Desarrollo sociocultural ::Editorial Gente Nueva.
- Trabajadores. Productos turísticos Patrimoniales. (2009a). Centro Provincial del Patrimonio Cultural. Cienfuegos.
- UNESCO. (s.d.). Conferencia mundial sobre la Educación Superior UNESCO, Declaración mundial sobre la Educación Superior en el siglo XXI: visión y acción. Recuperado a partir de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864214120000003000006&script=sci_arttex.
- UNESCO. (1995). Nuestra diversidad creativa. París.
- UNESCO. (2001, Noviembre 2). Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. Valderrama, F. (1991). Historia de la UNESCO.
- Urrutia Torres, (1989). Lourdes de. Metodología de la Investigación Social I: Selección de Lecturas.. -- La Habana: Editorial Félix Varela.
- Zambrano, D. (2001). Memorias del Taller Turismo: Mercado y Sostenibilidad. Oficina Internacional del Trabajo.

ANEXOS:

Anexo1:

Medio ambiente construido

Las áreas que componen la unidad son:

- ❖ Restaurante.
- ❖ Bar.
- ❖ Cafetería-rápida.
- ❖ Baños.
- ❖ Cocina.
- ❖ Centro de elaboración.
- ❖ Almacén.
- ❖ Oficinas en la planta alta.
- ❖ Panadería.
- ❖ Cabañas.
- ❖ Área de neveras.
- ❖ Grupo electrógeno.
- ❖ Supiadero (local cerrado) con incinerador aledaño.

Inventario de equipos de refrigeración y climatización.

- ❖ Dos cámaras de refrigeración (mantenimiento y congelación).
- ❖ Nueve aires acondicionados.
- ❖ Tres frízer de congelación.
- ❖ Tres refrigeradores de mantenimiento.
- ❖ Una hielera.
- ❖ Un botellero.
- ❖ Un exhibidor de tres puertas.
- ❖ Split.

Inventario de equipos eléctricos y de cocción de alimentos.

- ❖ Un fogón de gas de cuatro hornillas con plancha, para grillar.
- ❖ Horno de gas para pizzas.
- ❖ Horno de gas para pan.
- ❖ Sobadora.
- ❖ Estufa eléctrica.
- ❖ Vulcán de gas.
- ❖ Plancha Sandwichera.
- ❖ Batidora.
- ❖ Dos campanas de extracción de gases.

Anexo 2:

Entrevista a los trabajadores del Parador de carretera. Guía de la Entrevista a Trabajadores.

Demanda: La Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas y específicamente la carrera de Estudios Socioculturales de la Universidad Carlos Rafael Rodríguez de Cienfuegos, tiene dentro de sus estrategias de investigación el estudio de la actividad turística en el territorio, desde la perspectiva sociocultural y en especial de los procesos de animación socioculturales; por ello se nos hace necesaria su colaboración para, desde sus criterios y opiniones, estudiar este proceso, en especial en los paradores de carretera por la importancia que estos tienen en el movimiento social y las ofertas turísticas.

Cuestionario

Considera usted que existe animación turística en el Parador.

Si

No

En su opinión es necesaria la animación sociocultural y turística en el Parador.

Si

No

Considera usted que la Animación favorecerá las funciones comerciales del Parador.

Si

No

Conoce usted de experiencias animadoras en paradores.

Si

No

Cuáles son los contenidos que usted propone para la animación en esta institución. Identifíquelos con una X.

---- Artísticos.

---- Culturales.

---- De tradiciones.

---- Históricos.

---- Lúdicos.

---- Deportivos.

Cuáles son las actividades de animación turística que usted propone para el Ranchón. Identifíquelas con una X

----- Peñas artísticas.

-----Espectáculos de variedades.

----- Animación con música en vivo.

----- Actividades infantiles.

----- Exp. Ventas.

----- Concursos.

----- Actividades deportivas.

----- Presentación de videos musicales.

Mencione los espacios y los posibles horarios para la animación turística en el parador.

ESPACIOS:

--- En el Bar.

--- En el Restaurante.

--- En el parqueo.

HORARIOS:

--- Por el día.

--- Por la noche.

--- Por el día y por la noche.

Emita otras opiniones al respecto y que considera de esta entrevista.

Nombre y Apellidos:

Cargo:

Años de experiencias en la actividad:

Centro de trabajo:

Sexo:

Raza:

Anexo3.

Interview to the workers of the highway Stopper "Ranchón La Aguada"

Guide of the Interview for foreigner Visitors.

Demands: The Ability of Social and Humanistic Sciences and specifically the career of Sociocultural Studies of the University Carlos Rafael Rodríguez in Cienfuegos, has this investigation strategies the study of the activate tourists in the territory from the sociocultural perspective and especially of the sociocultural processes of animation for we are made it is necessary his collaboration stops from its approaches and opinions to study this processes especially in the highway stoppers for the importance that this movement offers in touristic and social application.

Questionnaire

Do you consider that tourist animation exist in the Highway Stopper?.

Yes

No

Does the attributes of the arrival to this tourist installation to the previous knowledge of the cultural dimension and their idea of service that it is found in it? .

Yes

No

What type of Music would you like in a cultural activity ?. Mark with a X:

Traditional videos. _____ Exhibition of Drumers. _____

Traditional music in "Live" _____ Rural Music . _____

Tríos. _____ Pianist. _____ another type. _____

Did you find a real relationship between social and touristic tradition in this installation?.

Yes

No

This is a product that offers a quick service for their location and of quality, and also, it maintains informed to the tourist, you have felt beneficiary in this sense ?.

Yes

No

For the received treatment and the relationships that here it's shared, Do you consider that this is a place which you will repeat the visit ?.

Yes

No

In your stay in this place were you pleased in what recreational activity refers ?.

Yes

No

Full name:

Country:

Age:

Frequency that you have visited this place:

Sex:

Anexo 3.

Guía de Observación

Objetivo:

Constatar los escenarios y el desarrollo de actividades que se desarrollan en el Parador de carretera La aguada, que permita proyectar las actividades de Animación cultural en esta institución de la Sucursal Extrahotelera Palmares Cienfuegos.

Datos:

Fecha:

Lugar:

Tipo de actividad:

Actividad auspiciada por:

Personal de apoyo:

Prácticas socioculturales culturales:

Hora de comienzo:

Hora de terminación:

Sectores sociales Participantes:

Descripción de los Escenarios:

Formas de divulgación y promoción:

Información brindada:

Nivel y formas de participación:

Forma en que se organiza desarrolla y concluye:

Diario de investigación y de la observación:

Notas de campos:

Conclusiones:

Sistema de observación:

Descriptivo y narrativo donde predominará la observación no estructurada, para poder evaluar y explicar el proceso complejo de animación.

El narrativo se empleará para lograr una descripción detallada del fenómeno, sus incidentes críticos dentro del contexto y el proceso sociocultural, que representa la

festividad en toda su magnitud y potencialidad, en la zona y la presencia de aspectos, normas, hechos, en las actividades recreativas los cuales serán reflejados en el Diario de investigación y de la observación.

En el descriptivo utilizaremos, la observación focalizada, para aquellas acciones concretas, las que garantizan la relación sujeto con lo sobrenatural y de gran importancia religiosa que trasciende y determina normas, formas de expresión, estructura de clases, tipo de cultura e interacción sociocultural.

Observación selectiva, aquellas acciones que socializan mayor la fiesta y se visualizan como una actividad sociocultural.

Tiempo:

Durante toda la actividad de la festividad sin intervalo de tiempo, participando en cada una de las acciones que se promueva.

Muestra:

Se corresponde con la declarada en el capítulo metodológico.

Registro de observación:

Se empleará el diario copioso y detallado de la información y las notas de campo, acompañado de material iconográfico sobre todo fotos, así como el registro de incidentes críticos.

Sistema tecnológico:

Cámara digital de mano que permita tomar fotografías de alta definición dada la importancia del detalle para los procesos de descripción y estudio contextual y que nos exige cuidar las ventajas de los planos para la elaboración de plan de actividades; así como, analizar la variación de las unidades de observación y composiciones de imágenes para visualizar los procesos y hechos.

Anexo 4:

Guía del análisis de documentos.

Objetivos:

- 1-. Revisar los documentos que norman el trabajo con las políticas turísticas y culturales con respecto a la actividad de ocio y recreación turística.
- 2-.Recoger información sobre la animación sociocultural turística y el conocimiento de la pertenencia del plan de actividades.

Técnicas a emplear:

- 1-Buscar y recoger la documentación.

Documentos analizados:

El convenio cultura turismo, las normas y procedimientos del desarrollo del trabajo turístico, los lineamientos y metodologías para la animación cultural en turismo, las resoluciones que norman la actividad, el programa de desarrollo turístico y cultural, los acuerdos legales de constitución de la institución turística, los documentos que legalizan y legitiman la labor turística; así como, documentos.

Aspectos a tener en cuenta en el análisis.

Breve reseña del documento:

Crítica interna y externa de documentos:

Registros de datos de los documentos:

Análisis crítico de la información:

Redacción de las informaciones y las conclusiones:

Anexo 5.

Mapeo



Ubicación del Municipio de Aguada de Pasajeros y del Parador de carretera Ranchón "La Aguada", resaltado con el círculo rojo.

Anexo 6

Imágenes del Ranchón "La Aguada".



Anexo 7

Plan de Actividades de Animación Sociocultural.

Título: Oasis del Viajero.

ACTIVIDAD	OBJETIVO	LUGAR	FRECUENCIA	PARTICIPANTES	RECUERSO MATERIALES, HUMANOS, FINANCIEROS	EVALUACION
Momentos musicales de animación con música en vivo.	Amenizar la estancia de los clientes con música instrumental variada.	Restaurante.	Diaria de 10.00 am a 3.00 pm.	Pianista concertista.	Piano de la instalación, pianista y presupuesto para el talento artístico.	Aplicación de encuestas, observación directa, libro del cliente.
Expo venta ARTEX.	Promoción y comercialización de los productos culturales de ARTEX.	Stan ARTEX.	Diaria de 10.00 am a 5.00 pm.	Promotora cultural.	Producciones artísticas y literarias.	Aplicación de encuestas, observación directa, libro del cliente.
Promociones de la Semana de Casa de las Américas.	Promoción y comercialización de los productos culturales de la Red Casa de las Américas.	Stan Casa de las Américas.	Diaria de 10.00 am a 5.00 pm.	Promotora cultural	Producciones artísticas y literarias.	Aplicación de encuestas, observación directa, libro del cliente.
ACTIVIDAD	OBJETIVO	LUGAR	FRECUENCIA	PARTICIPANTES	RECUERSO MATERIALES, HUMANOS, FINANCIEROS	EVALUACION
Encuentros con el Chef.	Promover y comercializar las ofertas.	Restaurante.	Diaria a las 11.00 am.	Chef de la instalación.	Insumos, productos para la elaboración	Aplicación de encuestas, observación directa,

	gastronómicas de la instalación					libro del cliente
El Barman y sus clientes.	Promover y comercializar las ofertas gastronómicas de la instalación.	Bar.	Diaria a las 1.00 pm.	Barman de la instalación.	Insumos, productos para la elaboración.	Aplicación de encuestas, observación directa, libro del cliente.
Ambientación con videos promocionales y videos musicales.	Amenizar la estancia de los clientes tanto diurna como nocturna.	Bar Restaurante.	Diaria de 7.30 am a 10.00 pm.	Barman de la instalación.	Video, TV y discos.	Aplicación de encuestas, observación directa, libro del cliente.
Peña Sabatina. Programación sistematica de los sábados con presentaciones artísticas, secciones de participación, ofertas gastronómicas especiales.	Promover y comercializar las ofertas gastronómicas y recreativas de la instalación.	Bar Restaurante.	Sábados, 9.00 pm a 1.00 pm.	Colectivo de trabajadores. Animador. Talento artístico.	Presupuesto para el talento artístico, premiaciones, amplificación, transporte y combustible.	Aplicación de encuestas, observación directa, libro del cliente. Estudios de opinión.
ACTIVIDAD	OBJETIVO	LUGAR	FRECUENCIA	PARTICIPANTES	RECUERSO MATERIALES, HUMANOS, FINANCIEROS	EVALUACION
Celebraciones temáticas especiales con programas variados: -Secciones de	Promover y comercializar las ofertas recreativas y gastronómicas de la instalación.	Bar Restaurante.	- Día de los Enamorados - Día de la Mujer. - Día de las Madres. - Día de los	Colectivo de trabajadores. Animador. Talento artístico.	Presupuesto para el talento artístico, premiaciones, amplificación, transporte y combustible.	Aplicación de encuestas, observación directa, libro del cliente.

participación. - Karaoke -Presentaciones artísticas. -Ofertas gastronómicas especiales.			Padres. - Día del niño. - Aniversario de la instalación. - Día del trabajador del turismo. - Fin de año. - Otras fechas significativas.			
Remodelación y reordenamiento de los espacios de los diferentes servicios que se desarrollan en el Ranchón.	Redistribución para un mejor aprovechamiento de los espacios para los servicios gastronómicos y culturales de la instalación.	Áreas de servicios.	Año 2013.	Personal designado.	Presupuestos de reparación capital e inversión 2013.	Evaluación del proyecto.

Nota: Cada una de estas actividades deberá contar con el guión artístico minuciosamente pensada y organizada, aprobado por el Administrador de la unidad y el Dir. De la UEB, con la asesoría del Especialista de Recreación de la Sucursal.

Además deberá tenerse en cuenta los siguientes pasos:

Paso 1.- Preparar el material y supervisar que el mismo y las áreas donde se va a hacer la actividad estén en perfectas condiciones.

Paso 2.- Realizar acciones promocionales necesarias para dar a conocer la actividad, respetando comenzar la actividad a la hora señalada en el Programa de Animación, así evitar posibles quejas de clientes.

Paso 3.- Determinar un punto fijo de referencia e información para los clientes, así éstos sabrán siempre donde acudir si desean participar en las actividades y/o, hacer reservaciones para las mismas.

Paso 4.- Planificar las capacidades de espacio en relación al número de clientes que se espera van a participar.

Paso 5.- El animador o conductor de cada actividad, deberá tener dominio mínimo de otro idioma además del español y de las características de cada actividad. La animación, es un servicio para todos y cada uno de los clientes del establecimiento, por lo que puede que haya clientes que no las conozcan. La explicación debe ser clara y breve.

Paso 6.- El animador o conductor de la actividad, debe crear un ambiente distendido y provocar el contacto entre los clientes; ya que ellos, son los protagonistas de la actividad. Procurará mantener, en cada caso, las medidas de seguridad necesarias para evitar cualquier incidente.

Paso 7.- Es importante, destacar los participantes del público de mayor incidencia, ya sea proclamando al vencedor/es de las secciones de participación u otras, dándole al cliente un gran protagonismo. Generalmente, finalizando cada actividad, se aprovecha para hacer promoción de otras actividades y ofertas de las que pueden disfrutar los clientes.

Paso 8.- Una vez terminada la actividad, reordenar el área, lo que demuestra sentido de organización y disciplina.