

Universidad de Cienfuegos
"Carlos Rafael Rodríguez"
Facultad de Ciencias Sociales
Departamento de Estudios Socioculturales



Título: Plan de acciones para la animación sociocultural del bar-restaurant "Dragón Dorado" de la ciudad de Cienfuegos.

Autor: Juan Miguel Suárez Moya

Tutora: Lic. Milena Ferriol Morales

Curso 2014-2015

Exergo

*“Cuando se secan los manantiales
utópicos, la vida de los seres humanos
se transforma en un desierto...”*

Ezequiel Ander Egg

Dedicatoria

A mi querida esposa Yole, mi motor impulsor en el camino de mi superación profesional.

A mi madre Rosa, por el esfuerzo realizado para educarme como un hombre de bien.

Agradecimientos

Agradecimientos especiales a: Mi esposa, mi madre, mi tutora Milena y mi compañera de aula Mileidys.

A mi familia

A mis compañeros de aula y profesores que me acompañaron en el transcurso de mi superación profesional.

A mis compañeros de trabajo y a todas las personas que me brindaron su ayuda para lograr este inolvidable momento.

Resumen

La presente investigación “Propuesta de plan de acciones para la animación sociocultural del bar- restaurante “Dragón Dorado” de la ciudad de Cienfuegos”, persigue como objetivo fundamental la elaboración de un plan de acciones de animación sociocultural. De forma específica se realizó una caracterización del contexto sociocultural en el cual se encuentra ubicado el bar- restaurante “Dragón Dorado”; luego se procedió a la determinación de las funciones por cada área que se destina a la prestación de los servicios al cliente y, por último, se realizó un diagnóstico de las condiciones físicas, materiales, económicas, sociales, institucionales y sobre el nivel de satisfacción de los clientes. Para ello fue necesario referirnos como núcleo conceptual, a la animación sociocultural, la cual responde a una función de dinamización de los grupos sociales, comunidades o sectores sociales en función de la participación popular en la transformación y aprehensión del fenómeno cultural desde sus realidades y contextos. El empleo del paradigma cualitativo permitió una herramienta metodológica que se adecuara a las condiciones de un estudio exploratorio y que de forma específica respondiera al método de investigación, estudio de caso único. La elaboración de una propuesta de plan de acciones de animación sociocultural en el bar- restaurante “Dragón Dorado” permitió contribuir a la satisfacción de las necesidades culturales y de recreación de los públicos en el proceso de investigación. Se contribuyó al desarrollo de opciones atractivas en la promoción del producto de la instalación mediante las expresiones que conforman el patrimonio cultural de nuestro pueblo.

Summary

This research "action plan proposal for the sociocultural animation bar-restaurant" Golden Dragon "from the city of Cienfuegos," pursues the primary objective of developing a plan of sociocultural activities. Specifically to characterize the sociocultural context in which is located the bar-restaurant "Golden Dragon" was held; then he proceeded to the determination of the functions for each area that is intended to provide customer services and, finally, a diagnosis of the physical, material, economic, social, institutional and the level of satisfaction was conducted customer. It was necessary to refer to as conceptual core, sociocultural animation, which responds to a dynamic role of social groups, communities or social sectors in terms of popular participation in the transformation and apprehension of the cultural phenomenon since its realities and contexts. The use of qualitative paradigm allowed a methodological tool that is adequate to the conditions of an exploratory study that specifically respond to the research method, single case study. The preparation of a proposed plan of sociocultural activities in the bar-restaurant "Golden Dragon" allowed to contribute to the satisfaction of cultural and recreational needs of the public in the research process. He contributed to the development of attractive options in the promotion of the product installation using expressions that make up the cultural heritage of our people.

Índice

Introducción.....	1
Capítulo 1. La promoción y animación sociocultural como procesos participativos que contribuyen al desarrollo de la cultura.	
1.1. La promoción y su vínculo con la política cultural mediante la acción del Estado.....	8
1.2. Aproximación a las analogías y diferencias en la promoción y animación sociocultural.....	16
1.3. Alcances teórico-metodológicos de la animación sociocultural como alternativa para el desarrollo de la cultura.....	18
Capítulo 2. Plan de acciones para la animación sociocultural en el bar-restaurante “Dragón Dorado” de la ciudad de Cienfuegos.	
2.1. Justificación metodológica de la investigación.....	28
2.2. Tipo de estudio.....	
2.3. Método de investigación.....	
2.4. Criterios de selección del universo y la muestra.....	29
2.5. Estrategia de recogida de información.....	30
2.6. Etapas o fases del proceso investigativo.....	33
Capítulo 3. Propuesta de acciones para la animación sociocultural en el bar-restaurante “Dragón Dorado” de la ciudad de Cienfuegos.	
3.1. Caracterización del contexto sociocultural en que se encuentra ubicado el bar-restaurante “Dragón Dorado”.	36
3.2. Determinación de las funciones por cada área para la prestación de los servicios al cliente.	38
3.3. Diagnóstico de las condiciones físicas, materiales, económicas, sociales, institucionales y de la satisfacción de los clientes.....	44
3.3.1. Propuesta de plan de acciones para promover la animación sociocultural en el bar –restaurante “Dragón Dorado.	
Conclusiones.....	52
Recomendaciones.....	54
Bibliografía.....	55

Anexos.....	59
-------------	----

Introducción

La nueva realidad de las sociedades contemporáneas en la actualidad demanda la inserción de la cultura como eje transversal de la vida social. Para ello debe fomentarse una estrategia direccionada a los efectos de la globalización neoliberal, donde cada vez más se acrecientan la pérdida de las identidades culturales, la exclusión social y la progresiva brecha tecnológica entre los países desarrollados y los mal llamados “tercermundistas”.

Las organizaciones internacionales (UNESCO y la ONU) han promovido en las últimas décadas la proyección de políticas sociales que incorporen a la cultura como un componente central para medir el desarrollo humano. En el caso cubano, la cultura se inserta en los modelos de desarrollo como una *“...fuente de identidad, innovación y creatividad para las personas y las comunidades,... como factor importante para la inclusión social y la erradicación de la pobreza al promover el crecimiento económico y la implicación en los procesos de desarrollo.* (ONU, 2010)

La promoción sociocultural se ha convertido para las Ciencias Sociales en un poderoso medio de construcción de la identidad cultural, que incorpore los grupos sociales y la comunidad. El papel de la animación sociocultural en el contexto actual supone situar una estrategia de intervención en un modelo de sociedad que se caracteriza por la mundialización de los factores económicos, financieros, políticos y culturales.

La animación sociocultural pretende transformar la sociedad desde el accionar de la cultura, incluyendo las representaciones simbólicas y múltiples expresiones de los modos de vida de un pueblo. Los grupos sociales tienen derecho de participar y disfrutar de la herencia cultural de la humanidad, desde esta perspectiva la animación sociocultural contribuye a que las personas tengan acceso a los bienes culturales y aprecien el patrimonio histórico-cultural de las comunidades.

La animación cultural comprende un sistema de acciones que facilita la relación activa entre la población y la cultura, su esencia responde a la política cultural cubana. Constituye además un instrumento metodológico para la intervención sociocultural y el desarrollo comunitario, atendiendo en gran medida a la solución de las necesidades y demandas de la población en un territorio dado. (Julián, 2007)

Desde la perspectiva sociológica, la animación constituye la realización más significativa para la promoción de una cultura de participación, ello postula una dimensión de democratización cultural que incita a la comprensión de la cultura como una actividad transformadora. De igual forma se estimula la extensión cultural, la creación de la cultura popular y patrimonial para la transformación de las sociedades.(Ander, 2001)

La animación sociocultural en su accionar incide en la transformación de las actitudes y comportamientos individuales y colectivos mediante la práctica de actividades sociales, culturales, recreativas y lúdicas, concebidas por un enfoque participativo. Se parte del supuesto conceptual que la animación sociocultural, tiene entre sus funciones sociales: *“la promoción, dinamización, intervención, alentar, poner en marcha, etc”*.

Entre las funciones sociales de la animación sociocultural se encuentran lograr la formación integral de las personas, así como mejorar la calidad de vida y la emancipación colectiva y el cambio social (Caride, 2005). La animación sociocultural se encuentra en permanente transformación a partir de los nuevos contextos y demandas socioculturales del siglo XXI, lo cual asegura el mantenimiento de su primordial función social, la cual consiste en: preparar a la ciudadanía para asumir activa, creadora y críticamente el cambio social. (Ventosa, 2003)

Según Ezequiel Ander Egg (2003, p. 37) para elaborar los programas de animación es necesario tener en cuenta una cuestión fundamental *¿cómo llenar el tiempo destinado a la recreación y el esparcimiento?* Las formas son muy diversas y en general depende de la personalidad y de los valores de cada uno. El propósito fundamental de dichos programas será construir nuevas formas de experiencia o de actividad en la búsqueda de la satisfacción y el goce personal. La recreación debe

adaptarse a los intereses y capacidades que demandan los determinados grupos sociales, pero sin excluir formas de recreación que incluyen la integración a un colectivo.

La animación sociocultural, como conjunto de acciones se dirige a promover el fenómeno cultural y la participación popular. La diversidad de contextos y prácticas sociales propicia a que sus ámbitos y campos de acción sean múltiples. Desde esta perspectiva se conciben acciones de animación relacionadas con el trabajo comunitario, la intervención social e incluso acciones destinadas a los sectores económicos que prestan servicios a la sociedad.

Desde este enfoque se plantea como **situación problemática**, la carencia de investigaciones sobre animación sociocultural que se hayan destinado al estudio de una instalación que oferta servicios gastronómicos desde una perspectiva sociocultural, como es el caso específico del bar- restaurante “Dragón Dorado” de la ciudad de Cienfuegos.

La propuesta de plan de acciones de animación sociocultural que se pretende analiza desde la perspectiva sociocultural el comportamiento de los servicios en el bar- restaurant “Dragón Dorado” de la ciudad de Cienfuegos mediante un aspecto fundamental: la satisfacción de las necesidades de los clientes en función de la promoción de la cultura.

Por ello se aborda el siguiente **problema** de investigación: ¿Cómo contribuir al desarrollo de la animación sociocultural en el bar-restaurant “Dragón Dorado” de la ciudad de Cienfuegos?

El **objetivo** general que persigue la investigación consiste en elaboración de un plan de acciones para promover la animación sociocultural en el bar-restaurant “Dragón Dorado” de la ciudad de Cienfuegos. Para ello será necesario **caracterizar** el contexto sociocultural en que se encuentra ubicado el bar- restaurante “Dragón Dorado”, **determinar** las funciones de cada área para la prestación de servicios al cliente y por último realizar un **diagnóstico** de las condiciones físicas, materiales, económicas, sociales, institucionales y de la satisfacción de los clientes.

Las principales categorías de análisis en nuestra investigación serán las siguientes: como **objeto de estudio**, la animación sociocultural y como **Campo de acción** será, la promoción cultural.

Para ello se plantea como **idea a defender**: La elaboración de un plan de acciones contribuirá al desarrollo de la animación sociocultural en el bar-restaurant “Dragón Dorado” de la ciudad de Cienfuegos.

La presente investigación se encuentra estructurada en tres capítulos, en el primero se abordan las consideraciones teóricas acerca de la promoción y la animación sociocultural, concebidas como procesos participativos que contribuyen al desarrollo de la cultura. Se abordan también algunas reflexiones desde el contexto latinoamericano e iberoamericano sobre la promoción y su vínculo con la política cultural mediante la acción del Estado, en este sentido destacan algunos autores y argumentos que son sobresalientes, entre ellos:

Néstor García Canclini (1987); Colombres (1997); Ochoa (2002); Alvarez y Bestard (2007); Yúdice (2005) (Deriche, 2004); convenciones y declaraciones sobre políticas culturales de la UNESCO (2010). A su vez se exponen las analogías y diferencias en la promoción y animación sociocultural, haciendo énfasis en las reflexiones de: Cembrano, Hernández y Bustelo (1992); Casanovas y Carcasés (s.f.); (Deriche, 2006); y por último se realiza un acercamiento a los alcances teórico-metodológicos de la animación sociocultural como alternativa para el desarrollo de la cultura, atendiendo a los análisis de Pierre Besnard (1991); Ezequiel Ander Egg (1999, 2001); UNESCO (2001); Cembranos (1992), entre otros.

El segundo capítulo aborda las consideraciones metodológicas de la investigación, que en nuestro caso se fundamentó en el paradigma cualitativo atendiendo a los supuestos de Taylor y Bogdan (1986); (Rodríguez, Gil y García Jiménez, 2008). Según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2006) nuestra investigación se concibe como exploratoria y el método de investigación que más se asocia a estas investigaciones es el estudio de caso único, el cual se define por Alonso (2006). A su vez se establecen las técnicas de recogida de información y por último se establecen las fases para el desarrollo de la investigación.

El tercer capítulo se dispone a la elaboración de una propuesta de acciones para la animación sociocultural en el bar-restaurant “Dragón Dorado” de la ciudad de

Cienfuegos, para ello se caracterizó el contexto sociocultural en que se encuentra ubicado la instalación, así como las principales prácticas socioculturales que se producen desde el proceso de valorización social del ambiente natural y físico. Luego se determinaron las funciones por cada área del bar- restaurante que se dedica a la prestación de los servicios al cliente y por último se realizó un diagnóstico de la instalación atendiendo a las condiciones físicas, materiales, económicas, sociales, institucionales y sobre el comportamiento de la satisfacción de los clientes.

La **novedad** de la presente investigación radica en la elaboración de una propuesta de plan de acciones de animación sociocultural en el sector económico y en especial, se destina al área de prestación de servicios gastronómicos. Se aborda la animación sociocultural en el sector de los servicios gastronómicos, lo cual se fundamenta como tema medular en el proceso de actualización del modelo económico cubano.

El proyecto social cubano impulsa en su política económica una serie de medidas que contribuyan a la generación de nuevas fuentes de ingresos, lugar donde se posiciona la calidad de los servicios gastronómicos y el fomento actividades socioculturales y ofertas turísticas que se desarrollen como parte de las iniciativas de los municipios y a nivel de los territorios. (Lineamiento 264: 2011)

La actividad dirigida a la prestación de los servicios integra una dimensión social, que en muchas ocasiones se obvia por el predominio en su mayoría de una concepción economicista y desarrollista. La perspectiva sociocultural brinda las herramientas sociales y metodológicas para analizar la diversidad de prácticas sociales, comportamientos y significaciones que emergen de la valorización del escenario físico, ambiental y social.

La investigación **aporta** un resultado práctico desde la elaboración de una propuesta de acciones de animación sociocultural en el bar- restaurante “Dragón Dorado”. El mismo contribuirá a la satisfacción de las necesidades de los clientes tanto nacionales e internacionales. A su vez facilita que los clientes que acceden a la instalación se relacionen e interactúen con el ambiente natural y de forma especial con la comunidad local.

El plan de acciones potencia las capacidades de los sujetos para que participen en el proceso de transformación de su realidad social, de modo tal, que refuerce el sentido de pertenencia en la organización e inserte el fenómeno cultural en el contexto cotidiano. El desarrollo de acciones de animación sociocultural que resulten atractivas para los clientes, constituye el primer paso para fidelizar un producto en el mercado atendiendo a que los clientes pueden alargar su estancia, recomendar el establecimiento o repetir la experiencia.

*Capítulo 1. La promoción y animación
sociocultural como procesos
participativos que contribuyen al
desarrollo de la cultura.*

1.1. La promoción y su vínculo con la política cultural mediante la acción del Estado.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) constituye el órgano internacional con responsabilidades en materia de cultura. Para ello ha impulsado una renovación en sus enfoques y sus actividades, lo cual se sustenta en el reconocimiento igualitario de la dignidad de todas las culturas, la protección de la propiedad cultural, la promoción del diálogo intercultural, el respeto de los derechos culturales, la formulación de políticas culturales promotoras de la diversidad, la promoción de un pluralismo constructivo, la conservación del patrimonio cultural, etc. (UNESCO, 2010)

El primer referente teórico sobre promoción cultural y política cultural se advierten en las actas de congresos referidas a los trabajos presentados en la Sesión sobre política cultural, celebrada en Mónaco, bajo el auspicio de la UNESCO (1967). La política cultural se concibe en el contexto internacional como:

el conjunto de principios operativos, de prácticas y procedimientos de gestión administrativa o financiera, de intervención o de no intervención, que deben servir de base a la acción del Estado, tendiente a la satisfacción de ciertas necesidades culturales de la comunidad, mediante el empleo óptimo de todos los recursos humanos y materiales de los que dispone una sociedad determinada.

La Declaración de México sobre las Políticas Culturales, en 1982 en ocasión de la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales, Mundiacult, definió las nuevas líneas y orientaciones a seguir en la materia y afirmó que la cultura es esencial para un verdadero desarrollo del individuo y la sociedad, ello promueve que las políticas culturales:

protejan, estimulen y enriquezcan la identidad y el patrimonio cultural de cada pueblo; además, que establezcan el más absoluto respeto y aprecio por las minorías culturales, y por las otras culturas del mundo. La humanidad se empobrece cuando se ignora o destruye la cultura de un grupo determinado. (Miralles, 2005)

Asimismo, se ratifica que una política cultural democrática hará posible el disfrute de la excelencia artística en todas las comunidades y que es imprescindible establecer las condiciones sociales y culturales que faciliten, estimulen y garanticen la creación artística e intelectual, sin discriminaciones de carácter político, ideológico, económico y social. Se afirma además que es indispensable rescatar el sentido profundo y humano del desarrollo y que es en el ámbito de la cultura y la educación donde han de encontrarse nuevos modelos sociales y político.

Cabe destacar que en el panorama internacional la década de 1980-1990 fue significativa en ámbito de la cultura, pues se declara por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) el Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural (1988-1997). A finales de la década se inserta el papel de la cultura en los procesos de desarrollo, debido a la caída de la economía que sufrieron los países pobres o en vías de desarrollo. El concepto de desarrollo cultural se fue insertando en el discurso teórico, en la misma medida en que los criterios desarrollistas y economicistas de esta tendencia iban cediendo terreno en el contexto social y cultural.

A continuación realizaremos una breve descripción teórica acerca de la concepción del desarrollo cultural; según los criterios de Hernández (2004: p. 24) la categoría desarrollo cultural pudiéramos definirla:

un proceso a través del cual un estado, o cualquier ámbito territorial, incluyendo el municipio, la comunidad y en una escala más reducida, el barrio, incrementa la participación de la población en la vida cultural y promueve la creatividad de todos los ciudadanos. De igual modo defiende su identidad y diversidad, ajustándose a las condiciones históricas-concretas de su contexto y a un proyecto de futuro.

A manera de resumen Hernández (2004: p. 25-26) menciona algunas características principales de un proceso de desarrollo cultural:

- Considera el concepto amplio de la cultura.
- Se ajusta a las condiciones socioeconómicas, políticas y culturales de cada país, región y comunidad.

- Potencia la identidad cultural sobre la base del reconocimiento de la unidad y pluralidad culturales.
- Se concibe como proceso desde, para, con y por todos. Esta característica se puede interpretar también como “desde la comunidad, para la comunidad, con la comunidad y para toda la comunidad”, atendiendo al papel tan importante que la comunidad desempeña, como eje protagónico, en todo proceso de desarrollo cultural.
- Asume al hombre como sujeto y resultado principal, bajo el principio de equidad y el fomento de la participación y la creatividad. O sea, el hombre es sujeto y objeto del desarrollo cultural.
- Presta especial atención a la formación y capacitación de los recursos humanos involucrados en el cumplimiento de sus fines.
- Descansa en un sistema de evaluación que permite valorar los procesos, resultados e impactos de la acción cultural.
- Dispone de una estrategia para la administración y obtención de los recursos materiales y financieros que demanden sus objetivos.
- Se basa en un proyecto de futuro ajustado a las capacidades, posibilidades y potencialidades existentes.
- Contribuye a satisfacer las necesidades de la población y a la calidad de vida.

En el caso Iberoamericano las reflexiones sobre las políticas culturales parte de la idea de concebir la promoción cultural desde la participación de diversos agentes sociales, los cuales constituyen aquellos actores que intervienen o pueden intervenir en la articulación de las políticas culturales en una sociedad que se encuentra en un proceso creciente de globalización. Desde esta perspectiva los agentes 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.

Los agentes culturales de acuerdo con los principios, finalidades y valores a los que opten y puedan desarrollar, adquieren un protagonismo que podría resumirse en las siguientes funciones:

–Los agentes culturales analizan e interpretan la realidad de la propia sociedad, dan una respuesta a sus problemas, demandas o necesidades, y organizan servicios para su bienestar.

–Los agentes posibilitan y canalizan la participación y la incorporación de grupos y personas a los trabajos y a la acción para su comunidad, originando un proceso desde la privacidad y el individualismo a la acción pública y social. (Martinell, 1999)

Una nueva noción de las políticas culturales emerge para los años 1999 y 2000 en América Latina se manifiesta una diversidad de concepciones que insertan a intelectuales, instituciones o distintos tipos de organizaciones (grupos de artistas, movimientos sociales), los mismos abogan por insertar la cultura como un campo de organización social donde se puede articular la transformación simbólica, social y política. (Ochoa, 2002)

La cultura adquiere un carácter simbólico que media todos los sectores de la vida social, ello deviene en la necesidad de impulsar nuevas políticas que refuercen la concepción transversal de la cultura en todos los aspectos de la vida social. Desde los marcos de los efectos de la globalización se pretende que la política constituya un instrumento que potencie a la cultura. (Yúdice, 2005)

Los autores (García, 1987; Ochoa, 2002; Alvarez y Bestard, 2007) refieren que la política cultural adquiere gran significación en función de la acción del Estado en su proyección a la sociedad, las instituciones civiles, grupos sociales y comunitarios. Se asevera por Ochoa (2002) que la noción sobre las políticas culturales se fundamenta *“para fines de organización o transformación cultural y/o sociopolítica”*.

Un aspecto a denotar en las nociones contemporáneas sobre políticas culturales en América Latina, es la de concebirlas no sólo como un instrumento de poder sino desde la pluralidad y la integración de actores sociales. Daniel Mato (2001) propone también la inclusión de múltiples actores, considerando además una transformación en la noción de lo cultural, cuando concibe la participación de:

... (organismos de gobierno, organizaciones comunitarias y otros tipos de organizaciones no gubernamentales, empresas, etc.) pero además también ...integra todo aquello que se relaciona con el carácter simbólico de las prácticas sociales y en particular a la producción de representaciones sociales que juegan papeles claves en la constitución de los actores sociales y el diseño de políticas y programas de acción. (Ochoa, 2002)

La proyección de las políticas culturales está condicionada por la diversidad de contextos, en el caso especial de Cuba las mismas se conciben mediante la intervención del Estado en los sistemas de acciones de promoción de la cultura. Se refuerza como objetivo fundamental de la política cultural la relación del poder estatal en el acceso a la cultura por parte de la población, cuya finalidad es *“orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o transformación social”*.(García, 1987: p. 26)

La política concebida para la promoción cultural en el contexto cubano se concibe como un proceso de participación social que orienta la relación de la población con el acceso a la cultura. Dicho proceso inició con el triunfo del gobierno revolucionario, así como con el desarrollo de la Campaña de la Alfabetización en 1961 y en especial, el documento rector que rige nuestra política cultural: *“Palabras a los intelectuales”*. Los principios fundamentales en que se sustenta la política cultural en este periodo son de: *Democratización de la cultura; Estímulo a la participación popular en los procesos culturales*. (Pogolotti, 2012)

La década del setenta se caracterizó por un gran proceso de institucionalización, cuyo producto fue el surgimiento del Ministerio de Cultura (MINCULT) en 1976 para coordinar y orientar la creación de innumerables instituciones destinadas a promover la cultura. La política cultural cubana se lleva a cabo no solamente a través de la dirección del MINCULT, sino también del sistema nacional de educación, el Instituto Cubano de Radio y Televisión, los órganos de prensa, el Ministerio del turismo, el de la Industria ligera, los responsables del diseño urbano y los órganos del Poder Popular.

Las políticas culturales adquieren especial relevancia en la actualidad por su vigencia teórico-práctica desde el análisis del paradigma de la democracia participativa protagónica que en un principio hiciera alusión Néstor García Canclini (1987). Por ello se entiende como políticas culturales en el contexto cubano:

el conjunto de relaciones, interrelaciones, mediaciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados, las familias y las personas, a fin de estimular y fomentar el desarrollo simbólico, satisfacer y crear nuevas necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o transformación social. (Landaburo, 2011: p. 8)

La política cultural cubana propicia el desarrollo de un sistema de acciones de promoción cultural mediante la creación de una programación que asegura el acceso y la participación de la población (Deriche, 2004). Esta programación se basa en los principios de defensa de la identidad y en el derecho de la población a lo mejor de la cultura nacional y universal y tiene como objetivos fundamentales la elevación de los niveles de apreciación artística para formar un receptor crítico.

La promoción cultural, entendida como un sistema de acciones (Julián, 2007; Deriche, 2006) responden a la política cultural cubana, en este sentido se toma en consideración la definición de promoción cultural debido a sus aportes teórico-metodológicos, la cual constituye un:

...sistema de acciones dirigidas a establecer e impulsar la relación activa entre la población y la cultura para alcanzar niveles superiores en ambas. Incluye acciones de animación, programación, creación, extensión, investigación, comercialización, producción industrial de bienes culturales, conservación, rescate y revitalización de los valores culturales y la enseñanza y capacitación entre otras. (Deriche, 2006)

Resulta necesario tener en cuenta para el desarrollo de acciones de promoción el carácter comunicativo y la incorporación de las expresiones culturales generadas por los individuos o grupos sociales. El modo de participación estará condicionado por las particularidades de los contextos y las expresiones culturales. Como modelo comunicacional implica ajustar cada acción cultural a las necesidades, demandas y posibilidades de cada contexto para la formación de públicos activos y en un sentido

más amplio, contribuir al desarrollo cultural de individuos, grupos, instituciones y la sociedad. (Deriche, 2004)

En este sentido la participación cobra vital importancia en los procesos socioculturales, es por ello que se define como:

la práctica democrática basada en la igualdad de condiciones, donde cada miembro de una comunidad o grupo humano se sientan comprometidos con la realidad social. La participación incluye a todos los actores sociales, sin ningún tipo de jerarquías, constituye un proceso que permite a la comunidad el acceso a la toma de las decisiones. (Murillo, 2004: p.523)

La política cultural cubana tiene un actor social clave para desarrollar las acciones de intervención sociocultural en diferentes ámbitos sociales, y ese es el promotor cultural. El promotor cultural se caracteriza, no sólo por ser un facilitador de la vida cultural de los territorios, sino por ser un agente de cambio, que propicia y dinamiza las potencialidades de los centros escolares y comunidades, fortaleciendo de este modo el sentido de pertenencia, la identidad local y nacional.

El promotor cultural, debe ser un conocedor de los aspectos esenciales de la política cultural, velar por su cumplimiento y participa en su aplicación adecuada. Respecto a la labor del promotor cultural se desarrolla en diferentes ámbitos, iniciando en la escuela para suscitar inquietudes culturales, atendiendo los niveles de escolaridad y los diferentes grupos e áreas. Además de no limitarse a los diversos escenarios y segmentos comunitarios –cuadra, barrios, zonas, pequeñas comunidades, etc. (Julián, 2007)

La figura del promotor cultural surge en las dinámicas sociales orientadas al desarrollo humano, como alternativa para propiciar la coordinación de los procesos de articulación entre factores y agentes que hacen posible ese desarrollo. El promotor cultural, por el papel que le está confiado, se define como componente necesario de los procesos de desarrollo sociocultural, pues ha de ejercer en ellos una función dinamizadora, y de hecho ha de ser portador de esos procesos como fortalezas que aseguran su competencia para tales desempeños. (Carriera, 2010: p. 8-9)

El antropólogo argentino Adolfo Colombres (1997), considera como funciones del promotor: defender la cultura popular, promover el uso y estudio de las lenguas de las diferentes etnias, fortalecer en la gente la confianza en sus valores, control del patrimonio cultural, promover la capacitación de las personas en aspectos de la cultura, elaborar proyectos culturales, reunir piezas con interés arqueológico, histórico, etnográfico, apoyar la formación de talleres literarios, de artes plásticas, etc. Según su autorizada opinión las funciones del promotor cultural pueden ser ordenadas en cinco niveles fundamentales: rescate, sistematización, difusión, desarrollo y defensa.

El promotor cultural que ejerce su profesión en la diversidad de contextos que se reconocen en la América Latina actual está convocado a:

- propiciar la participación democrática en los procesos de desarrollo cultural que se producen en las dimensiones comunitaria y local, coordinando la realización de actividades que estimulen el protagonismo, la creatividad y el compromiso individual y colectivo;
- desarrollar y promover la participación de los seres humanos, que habitan en los espacios sociales en que actúa, en acciones de apreciación y creación artística y literaria para potenciar su realización espiritual y humana;
- participar y promover la participación en investigaciones socioculturales orientadas al rescate, conservación y revalorización de costumbres populares y tradiciones patrimoniales, que conforman las identidades y caracterizan, desde la perspectiva sociohistórica, a las comunidades y regiones en que labora;
- atender y potenciar la satisfacción de las necesidades de crecimiento espiritual de la población, mediante la gestión de proyectos de desarrollo sociocultural con enfoque participativo;
- propiciar el conocimiento y la comprensión de las políticas culturales que signan los límites de acción en las circunstancias comunitarias y locales, en su relación con los espacios nacionales, como fortalezas en tanto dominios para la solución de los problemas que caracterizan sus dinámicas;

- coordinar, desde el liderazgo, el trabajo mancomunado de los actores sociales cuya incidencia articulada dinamiza las relaciones y favorece el desarrollo comunitario y local;
- potenciar la participación de las personalidades de la cultura, las ciencias y otras áreas del saber humano, cuya obra goza de reconocimiento, en las actividades de desarrollo comunitario y local como expresión de su compromiso y responsabilidad social,
- fomentar la educación en valores como sello distintivo de su misión esencialmente formativa, lo que pone de manifiesto el carácter eminentemente educativo de su misión. (Carriera, 2010: p. 8-9)

1.2. Aproximación a las analogías y diferencias en la promoción y animación sociocultural.

La promoción constituye una herramienta metodológica para iniciar proyectos y acciones socioculturales destinados a la participación de la población como protagonistas del fenómeno cultural; por su carácter participativo, democrático y protagónico adquiere gran relevancia en las Ciencias Sociales.

Una aproximación etimológica acerca del significado de promoción se ubica en el Diccionario de la Lengua Española Esencial Larousse, la cual se considera como: *"la acción de promocionar, que a su vez se refiere a dar impulso a una empresa, es decir, a una tarea o acción que se emprende"*.(Vega, 2004)

En el caso de la animación, según el Diccionario de la Lengua Española Esencial Larousse, "animar" se refiere a dar ánimo, comunicar con mayor vigor, intensidad y movimiento; impulsar, mover; dar alegría. Estamos en presencia entonces de una acción que busca romper la inercia, en este caso dónde sería, pues dentro de una comunidad y cómo, mediante la transformación de su cultura. (Vega, 2004)

Al referirnos a la promoción y animación en la actualidad no se puede olvidar la connotación del adjetivo sociocultural a partir de los cuatro ejes semánticos que comprende: la cultura, la participación de las personas, los proyectos e iniciativas para desarrollarlas y el desarrollo social. (Cembrano, Hernández y Bustelo, 1992)

Para Casanovas y Carcasés (s.f.) resulta clave destacar la concepción relacional y de complementariedad que se establece entre las categorías: promoción y animación sociocultural. Ambas constituyen procesos dirigidos a estimular a los diversos actores y agentes sociales para que participen en la transformación de la realidad. A su vez ambas categorías en el plano teórico se diferencian en la dimensión comunicacional, la legitimización del emisor y los niveles de participación.

En un primer momento la visión de los autores coinciden en que la promoción se relaciona con estrategias dirigidas a nivel macrosocial que propicien la participación en las instancias de dirección de los procesos culturales, por lo cual dichas acciones se trazan desde un contexto global. La animación manifiesta la representación de una escala microsocial que se identifican con aquellas acciones que los individuos generan para transformar la comunidad, así como para propiciar el autodesarrollo individual y colectivo. Un aspecto a destacar es que la animación puede producirse independientemente del apoyo que reciba de las políticas globales.

La promoción como la animación promueven niveles de participación en la toma de decisiones; la primera puede lograr una representatividad social para los criterios políticos y metodológicos, que, a nivel global garanticen la participación en diversas instancias de dirección y la segunda resulta el marco idóneo para que la población decida acerca de los proyectos creadores que modifiquen su realidad.

Desde esta perspectiva la promoción y animación sociocultural constituyen acciones formales que impulsa el Estado mediante la necesidad de jerarquizar la función social de la cultura en el desarrollo económico.

Atendiendo a los aspectos estructurales que denota Deriche (2006) resulta válido caracterizar qué se entiende por promoción y animación cultural. En un primer momento la promoción se identifica por desarrollarse a un nivel macro (institucional) y sus principales medios suelen ser la prensa, radio, televisión, diseño gráfico. La animación por su propia acción vivificante llega a ser más íntima y está dirigida a un grupo social específico, es decir, su público directo son quienes están presentes en el espacio físico donde se desarrolla ya sea en una comunidad, barrio, zona, etc.

La promoción cultural comprende algunas categorías que son esenciales para difundir la cultura, ellas son: la participación, los públicos, el desarrollo cultural y la calidad de vida. Como proceso dialéctico el hecho cultural parte de la presencia de

los públicos, lo cual implica la satisfacción de las necesidades, demandas y posibilidades de los grupos sociales en cada contexto y contribuya a su vez al desarrollo cultural de individuos, comunidades, instituciones y la sociedad.

1.3. Alcances teórico-metodológicos de la animación sociocultural como alternativa para el desarrollo de la cultura.

La práctica de la animación sociocultural tiene su origen en los países europeos en la segunda mitad del siglo pasado (Ventosa, 1993), su significado empieza a cobrar relieve en América Latina en los últimos 30 años a partir de las corrientes de la educación popular, el desarrollo comunitario y la educación para el tiempo libre (Waichman, 1993; Ander-Egg, 1989). (Ventosa, 2007)

El surgimiento de la animación se encuentra marcado por su significación y función social en el contexto de las sociedades post- industriales, en el que aparecen relacionados con la acción de los movimientos sociales y culturales, así como de participación ciudadana, son variados los autores que coinciden en este sentido, ejemplo de ello son los sociólogos: Pierre Besnard (1991) y Ezequiel Ander Egg (1999).

La animación sociocultural fundamenta sus principios y actuaciones en una vocación pedagógica y política: por un lado, socializa a las personas y a los colectivos sociales en una cultura que se estima valiosa para su desarrollo integral y, por otro, asocia sus estrategias a la desaparición del «foso cultural» que reproducen las desigualdades sociales. Desde esta perspectiva la animación sociocultural puede ser entendida como una instancia crítica del quehacer cultural y la cual se fundamenta en los siguientes principios:

- ✓ Un conjunto de prácticas sociales y culturales abiertas a la participación de individuos, grupos, comunidades, asociaciones, instituciones, etc.
- ✓ Que convierten al público-espectador (objeto de la atención y de la acción cultural) en protagonista-actor (sujeto de la acción y de la creación cultural), afianzando su condición ciudadana.
- ✓ A través de una metodología activa que promueve la implicación, y desde la que se pretende articular procesos de conocimiento-reflexión-acción que activen la comunicación y el diálogo social.

- ✓ A partir del reconocimiento de las identidades culturales de cada comunidad o país, de su diversidad y del pluralismo que caracteriza a las personas y a sus respectivos estilos de vida.
- ✓ Con una visión pedagógica del proceso que desarrollan, desde la capacidad de análisis (explicación e interpretación de las realidades sociales en las que se pretende «actuar»), hasta la organización, expresión y valoración de sus logros, en particular en lo que supone de satisfacción de los derechos y de las necesidades socioculturales que los motivaron. (Caride, 2005: p. 80-81)

La animación sociocultural adopta una serie de funciones sociales en el contexto europeo, particularmente en Francia, según el criterio de Pierre Besnard (1991) y las cuales se comentan a continuación.

El desarrollo de la animación sociocultural en Francia se caracteriza por la diversidad de prácticas, de sus instituciones y de sus agentes. Su expansión reciente se basa en los orígenes de la educación popular. Algunos ejemplos de ellos consideran la animación como un *método de organización del ocio*, con una concepción "ocupacional" del tiempo libre de los individuos; para otros, es un movimiento social de emancipación de las masas, que representen una verdadera cultura popular; para los animadores técnicos y profesionales se concibe a la cultura y los ámbitos relacionados con la producción y su "creación", mediante la difusión de numerosas instituciones socioculturales.

La animación sociocultural está llamada a desempeñar ciertas funciones sociales para afrontar las transformaciones y cambios que generan las sociedades industriales, que pueden resumirse en:

Una función de **adaptación** y de **integración** tiende a asegurar la socialización de los individuos y los prepara para los cambios múltiples vinculados con la sociedad industrial, en el orden económico y en el cultural. En este sentido la política cultural debe integrar equipos socioculturales y de animadores, que permiten mejorar el "ambiente social", orientar las energías hacia la participación y favorecer el advenimiento de una sociedad pluricultural.

Una función de **recreación** ligada al ocio y a su organización. Se encarga de la diversión y de la actividad lúdica de los individuos, donde generalmente se incorporan los equipos socioculturales y de personal especializado (animadores). El

ocio constituye un medio para fomentar el desarrollo cultural y de los individuos atendiendo al predominio de las clases sociales.

Una función **educativa**. La animación contribuye a complementar la formación en la escuela, mediante la profundización de ciertos intereses culturales. En este sentido la animación media entre dos modelos culturales, uno ligado a la cultura de élite, la de los creadores; el otro, que afirma la existencia posible de una cultura popular verdadera; modelos en conflicto, como las clases sociales.

Una función **correctora**. La animación sociocultural permite compensar algunas carencias de tipo educativo o cultural; se caracteriza por ejercer una acción correctora de regulación y normalización de la vida social.

Una función **crítica**. La animación permite el ejercicio crítico a la sociedad industrial y el desarrollo de investigaciones con un enfoque cualitativo sobre las nuevas relaciones entre los individuos y los grupos, así como sus modos de vida. La animación contribuye a la elaboración de una crítica social que garantice el ejercicio de la democracia.

Respecto a las funciones **culturales** de la animación, Besnard (1991) expone que la evolución de la educación popular a la animación sociocultural traduce no solamente un cambio lingüístico importante, sino que revela también una evolución sociológica fundamental: abandono de la referencia "popular", utilización de nociones más amplias y más neutras: animación y sociocultural.

En este sentido la cultura advierte innumerables concepciones y expresiones, es por ello que la animación aparece como un instrumento de acción enfocado a la diversidad cultural y para todos los públicos. La animación sociocultural aparece como una estructura intermediaria entre la creación cultural, la difusión y el público.

Según Ezequiel Ander Egg (1999) en sus reflexiones acerca del proceso de animación sociocultural plantea que se pueden distinguir tres momentos o aspectos principales:

Labor de sensibilización y de creación de un clima de interés en la promoción de las actividades socioculturales. En el que se pretende lograr que las necesidades socioculturales se expresen como preocupación en la cotidianidad de la vida de la gente, ayudando a tomar conciencia de ellas y creando una valoración positiva por

la cultura y la participación en la vida asociativa como forma de afrontar problemas comunes.

Capacitación de los animadores, esto presupone la capacitación de los miembros de los grupos de formación, tanto en el manejo de técnicas instrumentales como en la comprensión de la realidad. De lo que se trata es de formar líderes naturales, animadores voluntarios y a la gente en general para emprender las acciones. Así como, disponer de espacio o ámbitos apropiados para la realización de las actividades socioculturales.

Promover la organización de actividades socioculturales con la participación de las personas garantizar que se emprendan las tareas de promover, organizar y desarrollar actividades socioculturales, teniendo en cuenta las propuestas y los intereses de los mismos. La propuesta de programas de animación deben ser flexibles atenuantes a las realidades concretas de los grupos sociales.

La animación sociocultural se convierte así en una herramienta de trabajo comunitario que actúa para y desde el desarrollo sociocultural y educativo de los grupos y las comunidades y que se caracteriza por utilizar una metodología de intervención que es, a un tiempo, participada, flexible, creativa, sostenible, desenfadada y eficaz.

El posicionamiento de la animación sociocultural en el contexto internacional y universal se expresa en los trabajos desempeñados por la UNESCO (2001), dicho organismo emite la siguiente definición: “...*el conjunto de prácticas sociales que tienen por 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 que están integradas*”.

A su vez la animación sociocultural se relaciona con la planificación y organización de proyectos culturales que fomenten el desarrollo social. Desde diversas perspectivas la animación sociocultural tiene un carácter flexible y se manifiesta en la multiplicidad de prácticas sociales que se expresan a continuación por diversos autores.

Para Maillo (1979), animación es alentar y poner en marcha las posibilidades de cada individuo y lograr alcanzar entre todos un beneficio social.

Para Cembranos (1992), la animación sociocultural es el proceso que se dirige a la organización de las personas para realizar proyectos e iniciativas desde la cultura y para el desarrollo social.

Para Quintana (1985), la animación es una actuación intencional para transformar las actitudes individuales y colectivas mediante la práctica de actividades sociales, culturales y lúdicas, hechas de un modo participativo.

Para Ander Egg (1981), la animación es una tecnología social que basada en una pedagogía participativa, tienen por finalidad actuar en diferentes ámbitos de la calidad de vida, promoviendo, alentando y canalizando la participación de la gente en su propio desarrollo sociocultural.

En la actualidad la animación sociocultural ha sido acogida como una metodología novedosa que demanda la sociedad globalizada y por la cual se rigen varias decenas de países que integran la Red Iberoamericana de Animación Sociocultural (RIA), la cual está compuesta por países de América Latina, el Caribe, Portugal y España. Desde esta perspectiva de trabajo la animación sociocultural en el contexto social actual se sitúa como una estrategia de intervención dentro de un modelo de Sociedad que se conecta con los nuevos avances de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, así como por la mundialización (económico-financiera, política, cultural, etc).

Por ello se afirma que la animación sociocultural se encuentra en un momento de constatación renovación y de transformación a partir de los nuevos contextos y demandas socioculturales del siglo XXI. Su primordial función social es: *“preparar a la ciudadanía para asumir activa, creadora y críticamente el cambio social, frente a una adaptación pasiva al mismo”*. El nuevo reto que se plantea para la animación sociocultural es el de relacionarlas a las nuevas tecnologías y coordinadas espaciotemporales de nuestra sociedad a partir de su fecunda identidad y de sus múltiples peculiaridades socioculturales históricas y lingüísticas. (Ventosa, 2007)

Se asume mundialmente la animación sociocultural como una metodología de acción e intervención social, cultural y educativa que es o puede ser aplicada y desarrollada por los/ las diferentes profesionales que actúan en el marco del trabajo social y comunitario. Entre ellos, animadores socioculturales, educadores sociales,

trabajadores sociales, gestores culturales, antropólogos, pedagogos sociales, sociólogos, psicólogos comunitarios, etc.

La literatura académica hispanoamericana ha optado, por su parte, por utilizar conceptos como acción comunitaria; intervención comunitaria; recreología; ocio (lazer); educación popular; desarrollo local; animación comunitaria; intervención en red; dinamización comunitaria; organización y planificación de la comunidad; desarrollo comunitario; y, por último, animación sociocultural.

Para Xavier Úcar (2011) nos propone algunas consideraciones notables sobre la animación sociocultural desde un enfoque socioeducativo, donde se enmarca la animación como un proceso de acción e intervención que se produce en una comunidad, con la finalidad de que sus constituyan sujetos activos de su propia transformación, así como también la de su entorno y mejore su calidad de vida. Desde el carácter interventor y de trabajo comunitario la animación dota de recursos y herramientas a las personas, los grupos sociales y las comunidades para transformar su realidad.

Como práctica social la animación debe tener en cuenta la interrelación de los grupos sociales y comunidades, así como sus intereses, deseos, expectativas, sueños y problemáticas; y que se relacionan también desde los diferentes roles (líderes, seguidores, etc.) y estatus (profesionales, voluntarios, etc.) que desempeñan en la dinámica social y en los contextos concretos de interacción.

Acerca de la función educativa que caracteriza a la animación sociocultural, Ezequiel Ander Egg (2001: p. 10-12) coincide en también en el plano formativo, haciendo referencia al legado de la educación popular de Paulo Freire. En un principio la animación, se fundamenta en una *“pedagogía de las preguntas”*, para lo cual se enmarcan las actividades de formación que se realizan en los programas de animación sociocultural desde un proceso de educación permanente. Dichas actividades deben estimular la participación de los sujetos para actuar como sujetos de la historia y factores de transformación cultural. Dicha pedagogía debe conducir al desarrollo del sentido crítico, a la reflexión personal y al diálogo.

Luego de una aproximación teórica acerca de los presupuestos sobre la animación en el plano internacional, se hace necesario enfocar nuestra investigación al

contexto cubano a partir de diversas concepciones por autores nacionales que abordan la animación.

Para ello se abordan los criterios de Manuel Martínez Casanova (s.f.: p. 13-14) sobre algunos elementos conceptuales que se refieren a la animación sociocultural destinada no sólo a promover o recrear, sino también a desarrollar y a propiciar el crecimiento sociocultural de las personas a las que se dirige la animación. Por tanto ello implica que las actividades de animación sociocultural proporcionen:

- ✓ Protagonismo y participación social de los presentes.
- ✓ Se convierte en una actividad de socialización efectiva para la convivencia, el intercambio, el disfrute y la construcción de lo colectivo.
- ✓ Contribuye a concientizar a los participantes, en cuanto es propositiva y reflexiva, sobre la importancia de la convivencia, la socialización, el disfrute del tiempo libre y la actividad de entretenimiento.
- ✓ Proporciona desestresamiento y estados de ánimo favorables para enfrentar otras tareas sociales, individuales o colectivas.

En esta perspectiva de análisis sale a relucir la presencia de la figura, del animador sociocultural; cuyas funciones son diversas, siendo las más importantes las de programar, organizar, ejecutar y evaluar acciones y proyectos de animación y las de gestionar las acciones de animación desde una institución, organismo o estructura comunitaria.

Desde la práctica educativa y sociocultural se reclama de forma urgente la participación de los animadores sociales, según Morata (2009) las cuales deben desempeñarse desde:

la participación y de la creación cultural, a partir del territorio y de las organizaciones de base, donde principalmente prima el desarrollo de las relaciones grupales y la formación integral de las personas. Se resaltan también, de forma significativa, las funciones de coordinación y mediación entre las personas, grupos sociales y entidades del territorio y/o comunidad local que el animador ha de promover mediante la aplicación de técnicas y métodos adecuados. (Soler, s.f.)

A su vez el español Ventosa(1993:24) propone tres ámbitos de intervención del animador:

Cultural: se pretende el desarrollo de la creatividad, expresión y creación cultural y artística. Los objetivos están centrados en la actividad y el producto. En este caso los espacios de trabajo más comunes serán: casas de cultura, centros y equipamientos culturales, escuelas y talleres artísticos, museos y bibliotecas.

Social: se reconocen dos dimensiones diferenciadas: la comunitaria (centrada en el desarrollo de la participación y el asociacionismo, mejora de las relaciones humanas) y la asistencial (enfocada a la realización de actuaciones de tipo compensatorio o de carácter paliativo, animación con colectivos de problemática social y necesidades especiales). Los espacios en que se desarrollará la actividad serán: Asociaciones y movimientos colectivos ciudadanos, centros cívico-sociales, centros de acción social o servicios sociales.

Educativa: orientada al desarrollo de la motivación para el aprendizaje, la formación permanente, la optimización de recursos personales para la inserción social o la educación en el tiempo libre. Este ámbito profesional se desarrollará en: universidades populares, centros de educación permanente de adultos, centros de equipamiento de ocio. (Muñoz, 2012)

La presente investigación se adscribe a la definición de animación sociocultural que brinda el Centro Nacional de Superación para la Cultura. Dicha referencia conceptual se caracteriza por no establecer una definición absoluta pues se estarían obviando las conexiones con otras materias, así como el progresivo carácter de la intervención. De igual forma este grupo de trabajo propone una serie de pautas metodológicas sobre la animación que resultan necesarias para comprender los procesos sociales y las acciones de intervención con un carácter democrático y participativo.

La animación sociocultural tiene en su campo de acción elementos claves para su comprensión, por ello se define a continuación:

La "animación" (entendida como dinamización, impulsión, activación, puesta en marcha ...), "social" (porque siempre se hace referencia al trabajo con grupos de personas, comunidades o sectores sociales) y "cultural" (tomando

el hecho cultural como la construcción social que envuelve la organización, la vida y las interacciones de esos grupos humanos y las sociedades en que se inscriben, coherentemente con el punto de vista global e integrador con que se plantean las acciones desde la propia animación). (Centro Nacional de Superación para la Cultura, s.f.)

Respecto a la consideración de tomar el hecho cultural como una construcción social resulta necesario plantear algunas consideraciones en materia de difusión de la cultura. En este sentido según Ander (2001) si la difusión cultural se enmarca a un programa de animación sociocultural, estos propósitos deben procurar desarrollar en los grupos sociales, la capacidad para apreciar el patrimonio histórico de la nación y también el universal como expresión máxima de la cultura. Por tanto un aspecto a denotar en el desarrollo de actividades de animación sociocultural, es el enfoque participativo -antes que en la del consumo-, de diálogo, de incorporación a la vida y a la práctica cotidiana.

Por ello la animación sociocultural dado su carácter metodológico y participativo debe integrar las concepciones del grupo, de la comunidad, los actores sociales involucrados en el proceso. De esta forma, la corresponsabilidad favorece la motivación y la implicación en el proceso de construcción colectiva. La actuación del animador sociocultural debe contribuir a la satisfacción de las demandas sociales, así como dar respuesta a las problemáticas de los diversos grupos sociales.

Podemos concluir atendiendo a los aspectos teórico-metodológicos que propone Chacón (2010) sobre la animación sociocultural:

- ✓ Establece la participación mediante una acción concienciada en la progresión del individuo y en la transformación de la sociedad.
- ✓ La animación es una acción, cuyo objetivo será dinamizar y potenciar la participación en todos los contextos de actuación.
- ✓ La animación es un método, cuyo objetivo será transformar, renovar y enriquecer a la sociedad a través del individuo.
- ✓ La animación es una técnica, cuyo objetivo será la creatividad, la innovación, la iniciativa de los sujetos para poder satisfacer sus necesidades e inquietudes personales y colectivas.

- ✓ La función de la animación está definida por la promoción de actividades capaces de proporcionar medios, espacios y recursos para que la participación de la sociedad sea efectiva.

Capítulo 2. Plan de acciones para la animación sociocultural en el bar-restaurant "Dragón Dorado" de la ciudad de Cienfuegos.

2.1. Justificación metodológica de la investigación.

El presente trabajo de diploma asume el paradigma cualitativo, ello permite una interpretación exhaustiva y flexible del fenómeno estudiado, la misma enfatiza en el lenguaje, la interpretación de los hechos humanos. La metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a “la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”. (Taylor y Bogdan, 1986: p.20)

La investigación cualitativa posee un carácter holístico, empírico e interpretativo que no se reduce sólo a variables sino que considera cada uno de los componentes (escenario y actores) como un todo. Otra de las características que presupone el enfoque cualitativo es que los investigadores consideran el marco referencial de los sujetos objetos de estudio mediante una perspectiva humanista. Se escogió el paradigma cualitativo pues el propósito fundamental de la investigación será la promoción de acciones para la animación sociocultural del bar- restaurante “Dragón Dorado” en la urbana ciudad de Cienfuegos.

2.2. Tipo de estudio

Para esta investigación se asume como tipo de estudio el exploratorio según los criterios de Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2006: p. 102) al familiarizarse con un tema de investigación poco abordado en materia de animación sociocultural y que a su vez se inserta como novedoso un contexto de investigación vinculado a la prestación de servicios y al fomento de la actividad turística.

Los estudios exploratorios se destacan por determinar situaciones, ambientes y contextos de análisis pues constituyen un fin en sí mismos. De este modo se tuvieron presentes el núcleo de trabajadores del bar- restaurante y los clientes que visitaron la instalación.

2.3. Método de investigación

Los estudios de casos se abordan desde el paradigma cualitativo como una forma particular de recoger, organizar y analizar datos, según Patton (1980). Como forma de investigación se define por el interés en casos individuales (Stake, 1994). Stenhouse (1990: 644) considera el estudio de casos como “*método que implica la recogida y registro de datos sobre un caso o casos, y la preparación de un informe o una presentación del caso*”.

Una característica esencial del estudio de caso, es su carácter particularista Merrian (1988) pues se centra en una situación o fenómeno concreto. Por ello se escogió la tipología de caso único (Yin, 1984) cuya importancia radica en su carácter revelador atendiendo a la función que tiene el investigador para observar y analizar un fenómeno. A su vez podemos fundamentar su empleo en la medida en que el caso único tenga un carácter crítico, es decir, en tanto que el caso permita confirmar, cambiar, modificar o ampliar el conocimiento sobre el objeto de estudio. En segundo lugar, el diseño de caso único se justifica sobre la base de su carácter extremo o unicidad. Otras razones para la utilización del diseño de caso único radica en su utilización como un primer análisis exploratorio o como preludeo de un estudio de casos múltiples. (Alonso, 2006: p.12-13)

La finalidad de los estudios de caso único radica desde el punto de vista factual, en la realización de un registro (Guba y Lincoln, 1981:374). A su vez el estudio de caso se basa en el razonamiento inductivo. Las generalizaciones, conceptos o hipótesis surgen a partir del examen minucioso de los datos. El estudio de caso facilita la comprensión del lector del fenómeno que se está estudiando. Puede dar lugar al descubrimiento de nuevos significados, ampliar la experiencia del lector o confirmar lo que se sabe.

El estudio de caso único contribuyó a nuestra investigación por su finalidad práctica, tal es el caso de la problemática de la animación sociocultural en el bar- restaurante “Dragón Dorado” a partir del fomento de acciones que integren la participación de las personas mediante la promoción y difusión de lo más autóctono de la cultura nacional. Nuestro campo de acción se encuentra mediado no sólo por el acceso de la población cienfueguera a los servicios gastronómicos y de recreación sino que se enmarca en un escenario económico donde prevalece como pendiente ascendente el fomento del turismo internacional, así como la creación de actividades recreativas y socioculturales.

2.4. Criterios de selección del universo y la muestra

Para nuestra investigación se implementó el muestreo no probabilístico, ya que el mismo facilita a que “la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características del investigador o del que hace la muestra”. (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p.241)

La ventaja de un muestreo no probabilístico radica en la controlada elección de sujetos estratégicos que permitan el enriquecimiento del proceso investigativo, atendiendo a nuestra investigación se escogieron el universo y la siguiente muestra:

El **universo** que se tuvo en cuenta para la investigación está estructurado de la siguiente manera: trabajadores, clientes locales y extranjeros que acceden a los servicios del bar- restaurante “Dragón Dorado”.

Respecto a la **muestra** se seleccionaron 60 personas que se relacionan y acceden a los servicios del bar- restaurante “Dragón Dorado”. De ellos 36 forman parte del colectivo de trabajadores de la entidad, cuyas funciones se distribuyen en la organización atendiendo a la presencia de: Batman, cajeros, dependientes, capitanes, cocineros, luncheros, directivos y administrativos. A su vez se seleccionaron 24 clientes, que se distribuyeron en 12 clientes nacionales y por último a 12 turistas extranjeros.

Se trazaron algunos criterios de selección de la muestra, entre ellos: los niveles de conocimientos relativos al tema por el colectivo de trabajadores de la entidad, su visión totalizadora del fenómeno en cuestión, sus posibilidades de brindar información de forma sistemática, la experiencia en la actividad de prestación de servicios vinculados a la gastronomía, la recreación y la cultura.

2.5. Estrategia de recogida de información

La presente investigación tuvo en cuenta algunas consideraciones que son necesarias para la labor de los investigadores que se apegan al paradigma cualitativo, entre ellos la forma en que se interpreta la realidad social, la diversidad de percepciones de los sujetos que participan en el proceso investigativo, la recopilación de las respuestas que surgen como resultado y por último las representaciones que surgen tanto de los investigadores como de los participantes. (Rodríguez, Gil y García Jiménez, 2008)

Para ello se utilizaron diferentes técnicas de recogida de información entre las que se encuentran: la observación participante, la encuesta y el análisis de documentos.

Observación participante

La observación participante es uno de los procedimientos más utilizados en la investigación cualitativa. Constituye además una herramienta primordial para los

investigadores sociales pues busca identificar y comprender las propias percepciones de los sujetos, las conductas que pueden asumir aquellos que se encuentran implicados en una determinada situación y contexto. La observación participante constituye la vía en que el observador interactúa con los sujetos observados en los fenómenos que se producen.

La observación se define como *“un proceso sistemático por el que un especialista recoge por sí mismo información relacionada con cierto problema. Como tal proceso, en él intervienen las percepciones del sujeto que observa y sus interpretaciones de lo observado”*. (Rodríguez, Gil y García, 2008: p. 150)

Desde esta perspectiva asumir la observación como procedimiento de recogida de información es necesario tener en cuenta el sistema de percepción del sujeto que observa, así como el marco de referencia y aptitudes del mismo.

La observación constituye una técnica que brinda resultados de corte etnográfico al investigador social, la misma contribuyó a registrarlas interacciones que se producen entre los sujetos investigados (trabajadores, clientes) en su vinculación con el bar- restaurante “Dragón Dorado”. A su vez permitió describir el acercamiento al escenario social, económico y cultural de los grupos sociales para determinar las necesidades y fortalezas que promuevan la animación sociocultural. Así como la evaluación de algunos parámetros en función de la calidad del servicio del bar – restaurante, etc. **(Anexos 1 y 3)**

Algunos autores (Hernández, Fernández y Baptista, 2006: p.588) consideran una serie de elementos que pueden ser objeto de observación para el investigador y que a continuación se exponen:

Ambiente físico (entorno): tamaño, arreglo espacial o distribución, señales, accesos, sitios con funciones centrales (centros del poder político y económico, iglesias).

Ambiente social y humano (se genera en el ambiente físico): formas de organización en grupos y subgrupos, patrones de interacción o vinculación (propósitos, redes, elementos verbales y no verbales, frecuencia de las interacciones). Características de los grupos, subgrupos y participantes (edades, orígenes étnicos, niveles socioeconómicos, ocupaciones, género, costumbres, vestimenta).

Actividades (acciones) individuales y colectivas: ¿qué hacen los participantes?, ¿a qué se dedican?, ¿cómo y cuándo lo hacen?

Encuesta

Constituye una técnica de obtención de información donde se seleccionaron 24 clientes nacionales e internacionales que visitaron el bar- restaurante “Dragón Dorado”. Para ello se tuvo en cuenta que los encuestados en su mayoría son del sexo masculino y respecto a la procedencia de los clientes extranjeros predominaron la presencia de los países: Francia, España, Italia, Alemania, Bélgica y Finlandia.

Dicha técnica se emplea para conocer el nivel de satisfacción respecto a la oferta y la prestación de los servicios a los clientes, a su vez permite concebir una serie de propuestas con un carácter participativo e inclusivo que contribuya a fomentar la animación sociocultural en el escenario de acción.

Algunas de las dimensiones que se utilizaron a la encuesta dirigida al colectivo de trabajadores fueron: la identificación de la actividad que realiza en la entidad, si es favorable la situación económica y financiera, el nivel de conocimiento sobre el tema de la animación sociocultural, la satisfacción con la prestación de los servicios y la importancia de incorporar la animación sociocultural como una acción más que contribuya a la mejoría y calidad del servicio que ofertan, etc. **(Anexo 4)**

Análisis de documentos

El análisis de documentos según Berelson (1952) se considera “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cualitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones con el fin de interpretarlas”.

Para el desarrollo de la investigación fueron analizados algunos documentos respecto a los servicios gastronómicos en función de la animación sociocultural, los cuales en su mayoría resultaron ser programas, manuales, guías de capacitación:

- Contenidos básicos del dependiente gastronómico.
- Tecnología de los Servicios Gastronómicos.
- Guía para el servicio de mesa.
- Texto de Cantina.

- Programa de Desarrollo Cultural de la Empresa Provincial Comercializadora de la Música y los Espectáculos “Rafael Lay”.

2.6. Etapas o fases del proceso investigativo

Fases de investigación	Objetivo	Técnicas de investigación
Preparatoria. (enero- febrero)	• Establecer el marco teórico conceptual desde el que partirá la investigación. • Elaboración del diseño de investigación con la planificación con los objetivos fundamentales que se ejecutarán en las fases posteriores. • Se realizan conversaciones informales con los sujetos y observaciones preliminares.	Análisis documental.
Trabajo de campo. (enero - mayo)	• Presentar la idea de investigación a los sujetos que se asocian al bar-restaurant “Dragón Dorado”. • Registrar las interacciones y relaciones sociales que surgen de la valorización del ambiente físico, natural y sociocultural. • Identificación de prácticas sociales.	Observación participante. Encuesta

	• Determinar las funciones asociadas al área de los servicios. • Describir los comportamientos y niveles de satisfacción de los clientes. • Aplicación de las guías de observación y de los cuestionarios.	
Fase analítica. (mayo)	• Interpretar los datos que fueron obtenidos de las técnicas de investigación.	Observación participante. Encuesta Análisis de documentos

*Capítulo 3. Propuesta de acciones
para la animación sociocultural en el
bar-restaurant “Dragón Dorado” de
la ciudad de Cienfuegos.*

3.1. Caracterización del contexto sociocultural en que se encuentra ubicado el bar- restaurante “Dragón Dorado”.

Desde el legado de las Ciencias Sociales y en especial de la Sociología, “*el espacio*”, se inscribe no sólo por una delimitación teórica sino que adquiere una significación social, cultural e ideológica. Desde la perspectiva sociológica el espacio urbano se construye socialmente; como producto material en él confluyen una serie de relaciones sociales como producto del desarrollo de la fuerza de trabajo en un contexto históricado, así como por la existencia de un mercado de empleo. (Castells, 2007)

El espacio urbano adquiere una función social (Castells, 2007; Ravenet, 2002) que refleja la existencia de la estructura de la sociedad, así como las configuraciones e interacciones que se establecen entre los diversos actores sociales y el ambiente natural. Para la autora cubana Mariana Ravenet, la práctica humana incide en que el espacio adquiera un carácter *deproducto yproductora* la vez. El espacio constituye el lugar de concurrencia y manifestación del conjunto de relaciones materiales y simbólicas producidas por el hombre, donde se expresa la actividad y la cultura material y espiritual.

Por ello se considera que el espacio público, desde su categoría funcional guarda una estrecha relación con la articulación en las ciudades. Desde el punto de vista histórico el espacio debe comprenderse como parte de la ciudad y en relación con ella. Podemos citar como espacios públicos aquellas vías de circulación abiertas: calles, plazas, carreteras, parques, así como ciertos edificios públicos, estaciones, bibliotecas públicas, ayuntamientos u otros. (Dascal, 2003)

El contexto de nuestra investigación se enmarca en el centro urbano de la ciudad de Cienfuegos, el cual constituye el componente estructural más importante en la articulación de las ciudades. Las funciones más características del centro urbano independientemente de su dimensión y jerarquía corresponden fundamentalmente a la dirección política y estatal administrativa, comercial, recreativas y culturales. (Rodríguez, 1989)

El bar- restaurante “Dragón Dorado” se encuentra localizado en el Boulevard “San Fernando” (Avenida 54), entre las calles 37 y 35 en la ciudad de Cienfuegos. Su ubicación favorable en la zona del centro urbano contribuye a que interactúen una

diversidad de intereses y prácticas sociales, que se relacionan en cierta medida con las actividades sociales, políticas, económicas, y culturales de la población. A su vez se manifiesta con mayor intensidad el modo de vida y la cultura de los grupos sociales; por otra parte, el centro urbano constituye el medio para satisfacer las necesidades materiales y espirituales.

Cabe destacar que el Boulevard cienfueguero tiene una gran significación histórica y social, el mismo se construyó en 1984 y es considerada la segunda obra que se ejecutara en el país (después del boulevard San Rafael en La Habana). Para la cultura cienfueguera este paseo peatonal, es conocido popularmente como: el *Boulevard de Cienfuegos* o de *San Fernando*. A su vez su ubicación estratégica permite interconectar los dos espacios públicos más importantes de la ciudad (Parque José Martí y El Paseo del Prado), lo cual contribuye a que se genere un espacio dinámico de la vida social, cultural y económica de la ciudad donde se suelen realizar gran variedad de actividades y prácticas sociales.

Constituye una fortaleza para el bar- restaurante “Dragón Dorado” su ubicación estratégica en uno de los puntos de concentración urbanos más importantes de la ciudad. A partir de las observaciones realizadas se produce en esta zona la gran mayoría de la actividad comercial y se propicia además la interacción con el fomento del turismo nacional e internacional, como una estrategia de desarrollo económico y político en el país.

En el Boulevard se ubican una variedad de redes institucionales para la satisfacción de las necesidades de la población, aunque resulta considerable la prevalencia de la función comercial por excelencia. Se ofrece el acceso a los ciudadanos a los servicios sociales, económicos, culturales, recreativos, comerciales y de gastronomía. Están presentes algunos inmuebles que destacan por sus valores históricos y arquitectónicos: la tienda El Palo Gordo, el restaurante “La Verja”, el Palacio de Blanco, actualmente sede de la ACAA, la Casa del Fundador, el Palacio de Valle, entre otros. Además de las redes de CIMEX, la representación del movimiento artesanal, los centros culturales y de recreación como la discoteca Benny Moré, El Rápido, el teatro Acuestas, la Galería de Arte, la Librería, etc.

Mediante la observación, se evidenció que la afluencia de público y la prácticas sociales varían en dependencia de los horarios, teniendo en cuenta que durante la mañana en el Boulevard se produce una mayor actividad comercial dedicada a los servicios estatales y por cuenta propia, así como la presencia de grupos sociales que no se insertan laboralmente a ninguna actividad. En el horario nocturno se puede observar que disminuye notoriamente la concurrencia de las personas pues las instalaciones de carácter comercial recesan la jornada laboral, a no ser aquellas que ofrecen un servicio recreativo como los clubes nocturnos, entre ellos la Discoteca “Benny Moré” y el Rápido.

En las zonas aledañas del Boulevard se realiza una serie de acciones de promoción cultural dirigidas a un conjunto de públicos heterogéneos y a grupos étnicos, una observación importante es que las actividades, en su mayoría, se programan para los fines de semana y en el horario matutino, ellas comprenden: la promoción de la lectura y las artes plásticas, difusión del patrimonio inmaterial y arquitectónico de la cultura cienfueguera, las representaciones teatrales, los desfiles de modas, actividades infantiles donde se insertan los jóvenes del circo. A su vez queremos resaltar dos acciones que impulsan la reanimación del escenario físico, ellos son: el proyecto teatral “El carro de Thespis” y la programación de la emisora radial, adscrita a la Oficina del Conservador de la ciudad.

3.2.Determinación de las funciones por cada área para la prestación de los servicios al cliente.

El “Dragón Dorado” se subordina a la Empresa Provincial de Gastronomía, Alojamiento y Recreación (EPGAR), la cual se encarga de abastecer los principales productos que se ofertan en la instalación, así como brindar los recursos para establecer el área de ventas. Dentro de los principales servicios que se prestan en están los de: Restaurante y Bar, en los horarios de 12:00 m a 10:00 p.m., cabe destacar que esta instalación amplía su jornada laboral cuando en la ciudad se produce la temporada de alta en la entrada de turistas internacionales.

Las principales ofertas del restaurante se caracterizan por la elaboración de comidas criollas, donde se favorecen las carnes de cerdo y el pollo, mientras que en el bar se brinda el servicio a partir de la oferta de coctelería y otras bebidas, que se exponen a continuación:

OFERTAS			
ARROCES	PLATO FUERTE	COCTELES	OTROS
arroz blanco	Masa de cerdo frita	Mojito	Refrescos nacionales enlatados
arroz con cerdo	Masa de cerdo asada	Cuba libre	Cervezas de importación (enlatadas y embotelladas)
arroz salteado	Bistéc de cerdo a la criolla	Piña colada	Rones Habana Club, Whisky, Vodka, Cognac, Ginebra
arroz moro	Escalope de cerdo parmesano	Daiquirí	Cremas, Licores, Vermouth
arroz congrí	Escalope de cerdo a la plancha	Caipiriña	
	Escalope de cerdo empanado	Cubata	
	Costilla de cerdo ahumada		
	Pollo frito		
	Pollo asado		
	Pollo grillé		

La instalación cuenta con un total de 36 trabajadores, los cuales incluye a los administrativos y el personal que se encuentra directamente vinculado a la prestación de los servicios, ellos son: Batman, cajeros, dependientes, capitanes, cocineros, luncheros, administrativos.

A continuación se expondrán algunas de las funciones específicas para cada una de las brigadas de servicios en un bar-restaurant.

El Barman o Cantinero:

El barman es un trabajador calificado en prestar servicio al público que concurre a la cantina o bar donde se expenden bebidas alcohólicas en diversas formas tales como: en estado natural, en jaiból, sobre la roca, frappé, cócteles con sus distintos tipos y formas de elaboración, así como jugos, refrescos, aguas y saladitos, entre otros menesteres.

El barman se encuentra al frente del bar y se encarga de la confección de aperitivos y licores, dominando la técnica de la Coctelería, al tiempo que está dotado de una particular habilidad e inspiración para crear nuevas mezclas. Sus principales utensilios son la coctelera y el vaso mezclador.

Su función en el bar es imprescindible pues interactúa de forma directa y cara a cara con el público para atender las solicitudes de los clientes, a su vez se encarga de proteger a los clientes en la medida en que se ingieran las bebidas alcohólicas, siendo un deber la observación de la conducta de los mismos para suspender el servicio cuando lo estime conveniente. De igual forma se encarga de mantener el orden y la limpieza en la instalación, así como de sus utensilios de trabajo.

A continuación se mencionan algunas de las funciones que realiza el **barman**:

- Reciben y saludan al cliente según el horario.
- Conocen toda la oferta.
- Hacen gestión de ventas siempre que sea posible.
- Llevan al día el Inventario Físico.
- Garantiza con eficiencia el servicio.
- Repone la mercancía del área.
- Vela constantemente por la disciplina laboral, la permanencia de los trabajadores en sus puestos de trabajo, el uso adecuado del uniforme.

- Vela por la calidad de todos los productos que se ofertan.
- Atiende las quejas y/o reclamaciones o sugerencias que se produzcan en el turno, corrigiendo las deficiencias que se señalen y a su vez dándole una respuesta inmediata al cliente.
- Vela porque se mantengan limpias las áreas de trabajo.
- Vela por la correcta presentación de los productos en los expositores, garantizando que no falte ningún producto de la oferta.
- Hace análisis permanente de los resultados económicos (costo, gasto)
- Chequea y controla todos los recursos exigiendo el uso racional de los
- Garantiza el cumplimiento del plan de ingresos de la instalación.
- Toman el pedido al cliente de forma profesional y agradable.

A ello se agrega que el barman debe poseer una serie de condiciones personales, así como del dominio técnico de su profesión que pueden contribuir en gran medida a que el cliente se sienta complacido por el servicio recibido. Cabe destacar que el barman debe ser una persona que posea ciertos niveles de conocimiento no sólo cercanos a su profesión sino desde el punto de vista de una cultura general integral. El personal dedicado a estas funciones debe reunir las condiciones siguientes:

- Apariencia personal
- Dominio técnico de su trabajo. Profesionalidad.
- Sentido del deber. Disciplina
- Cualidades positivas de su carácter
- Tacto en el trato con los clientes. Comportamiento. Actitud.
- Educación moral, estética y cultura de su conducta.

El barman asiste también a los clientes en la oferta de saladitos, los cuales se caracterizan por ser porciones pequeñas con un sabor picante o salada, cuyo objetivo será la de estimular el paladar. Algunos de estos productos sirven de acompañamiento a las bebidas (cervezas, vinos, refrescos, coctelería), entre los que se pueden encontrar: papitas Saratoga, lonjas de distintos embutidos y de queso, canapés, cebollitas encurtidas, camarones, enchilados, aceitunas aliñadas, etc. Los saladitos se sirven individualmente o por "parejas", incluyéndoles palillos para dientes o tenedorcitos, en recipientes adecuados.

Respecto a la elaboración de los cocteles, el barman considera desde su profesión a la Coctelería como *“el arte de la mezcla de las bebidas”*, lo cual constituye un sentido de atracción para los clientes por la variedad de sabores que se combinan. Mediante esta práctica el cantinero se convierte en un artista en la preparación de bebidas, a partir de las aptitudes y el gusto en la preparación, presentación y servicio de los cocteles.

Respecto a las funciones del **Administrador** en la instalación se concibe:

- Dirige y controla los procesos que se llevan a cabo en la institución. Constituye el máximo responsable de la efectividad del trabajo que realicen sus trabajadores.
- Responde por la comunicación interna de la organización, haciendo partícipes a todos los miembros mediante la colaboración, sugerencias, comentarios.
- Revisa diariamente el estado técnico del equipamiento y utensilios de trabajo, y procederá a reportar al personal de mantenimiento para las roturas o averías que pudieran haberse producido.
- Responsable del abastecimiento a partir del pedido al almacén.
- Responde por la liquidación del trabajo del día y debe estar presente en los inicios y finales de turno.
- Dirige, controla y organiza los recursos internos del área de ventas y dispensa, así como los controles establecidos por el Sistema Nacional de Contabilidad y Economía de Almacenes.
- Vela por el ahorro total de insumos y portadores energéticos.
- Controla la llegada del personal para garantizar la asistencia y la puntualidad de los mismos.
- Chequea la oferta, los inventarios físicos.
- Entrega a los cajeros-barman el fondo para cambios.

- Vela constantemente por la disciplina laboral, la permanencia de los trabajadores en sus puestos de trabajo, el uso adecuado del uniforme y la buena atención a clientes.
- Vela por la calidad de todos los productos que se ofertan.
- Atiende las quejas y/o reclamaciones o sugerencias que se produzcan en el turno, corrigiendo las deficiencias que se señalen y a su vez dándole una respuesta inmediata al cliente, de forma tal que se sienta atendido y complacido.
- Vela porque se mantengan limpias las áreas de trabajo.
- Vela por la correcta presentación de los productos en los expositores, garantizando que no falte ningún producto de la oferta durante todo el horario de servicio.
- Hace análisis permanente de los resultados económicos (costo, gasto, ingresos, utilidades).

Para el Jefe de Servicio, Maitre, o Responsable del Salón-Comedor sus funciones se localizan en:

- Organizar, dirigir y supervisar todo lo relacionado con el salón Comedor.
- Distribuir las estaciones a sus subalternos.
- Organizar los turnos de trabajo, Carta de Precios, etc.
- Controlar la asistencia de los compañeros trabajadores.
- Cuidar que el personal a sus órdenes cumpla con su trabajo con la máxima eficiencia.
- Comunicar a la Dirección las faltas que observe en materiales a su custodia.
- Cuidar la buena presentación de los manjares.
- Revisar la realización de la tarea diaria.
- Velar por el cumplimiento de las normas técnicas gastronómicas, así como las establecidas para la elaboración de los diferentes platos.

A su vez el Dependiente de Salón- Comedor se dirige a:

- Preparar el salón y montar las mesas.

- Servir los alimentos y bebidas de desayuno, almuerzo, merienda, comidas y cenas, de acuerdo a las normas gastronómicas establecidas.
- Orientar al mochila para que realice correctamente su trabajo.
- Cobrar las cuentas y entregar el vuelto.
- Realiza las labores que corresponden a la tarea diaria o mecánica.

Mientras que el **Lunchero**, se encarga de la elaboración de los platos frío, los cuales pueden ser referente de la cocina nacional e internacional.

También se encuentra presente en el área de servicios, el personal que se dedica a las funciones de limpieza en la instalación, incluyendo las áreas del bar y el restaurante.

3.3. Diagnóstico de las condiciones físicas, materiales, económicas, sociales, institucionales y de la satisfacción de los clientes.

Para satisfacer las necesidades de los clientes la idea de prestar un buen servicio constituye un aspecto clave. En este caso los servicios de bar y restaurante constituyen el principal producto de la instalación para ofertar a la sociedad, por ello hay que tener en cuenta una serie de factores para satisfacer los múltiples gustos y necesidades en los clientes, entre ellos se encuentran: la elaboración, presentación, exquisitez, variedad, rapidez en servir, la higiene y limpieza, el gusto estético, etc.

En un primer momento debemos referirnos a la instalación destinada a la prestación de los servicios, en el caso del restaurante, se establece el servicio y consumo de comidas y bebidas a un determinado tipo de público (población local y el turismo internacional).

Respecto a la ubicación del restaurante, el bar- restaurante “Dragón Dorado” tiene una posición estratégica en el centro urbano donde se produce en la zona del boulevard la mayor actividad comercial, ello se considera una fortaleza para concebir una estrategia de visualización del producto que satisfaga las necesidades sociales de la población cienfueguera y de los clientes extranjeros que se acercan a la instalación.

Respecto a la infraestructura técnica y material de la instalación se encuentra climatizado y posee buena ventilación para la supresión de los olores y vapores de

la elaboración de los alimentos. Además posee una iluminación ideal al recibir la luz natural procedente de las áreas aledañas al boulevard durante la mañana, mientras que en el horario nocturno se utiliza la iluminación artificial que responda a la decoración del establecimiento.

En este sentido la infraestructura material y técnica se distribuye desde:

- ▶ Restaurante (un salón de protocolo o reservado, con aire acondicionado y un salón público, con 4 mesas)
- ▶ Bar cuenta con 3 mesas con 4 sillas respectivamente, un refrigerador, 2 ventiladores de pared, 6 banquetas cercanas a la barra y un televisor con programación nacional.
- ▶ Bar presenta una carencia de medios tecnológicos y de reproducción (equipos de sonido, DVD, memorias flash)

Se determinaron que existen algunas limitantes en la promoción del producto que se dirige principalmente al mercado nacional y a los clientes extranjeros. En un primer momento, se corrobora que el bar presenta un satisfactorio estado financiero pues cumple el plan de ventas aprobado para \$3000,00 (CUC) mensuales y éste ingresa de forma diaria \$96,77(CUC).

Respecto a la publicidad del producto y su posición en el centro urbano de la ciudad, la señalización del bar-restaurante es discreta, siendo necesario tomar puntos de referencia de otras entidades comerciales cuya visión es más notable. Para ello se propone que se destinen una parte de las ganancias para el desarrollo de acciones de posicionamiento en el mercado a partir de las técnicas de publicidad y marketing, así como de animación sociocultural en la instalación.

La instalación no promueve acciones y estrategias de animación sociocultural que permitan reavivar el escenario y atraer en mayor medida a los clientes, independientemente de que se puede potenciar algunas ofertas del bar y platos del restaurante que son tradicionales de la cultura cubana.

En este sentido existe una carencia de publicidad, lo cual debería utilizarse la señalización del bar- restaurante en la ciudad con la presencia de carteles, así como la distribución de souvenirs para los clientes. De igual forma no se explota la

existencia de una radio-base en el boulevard como vía de animación de las ofertas de la instalación.

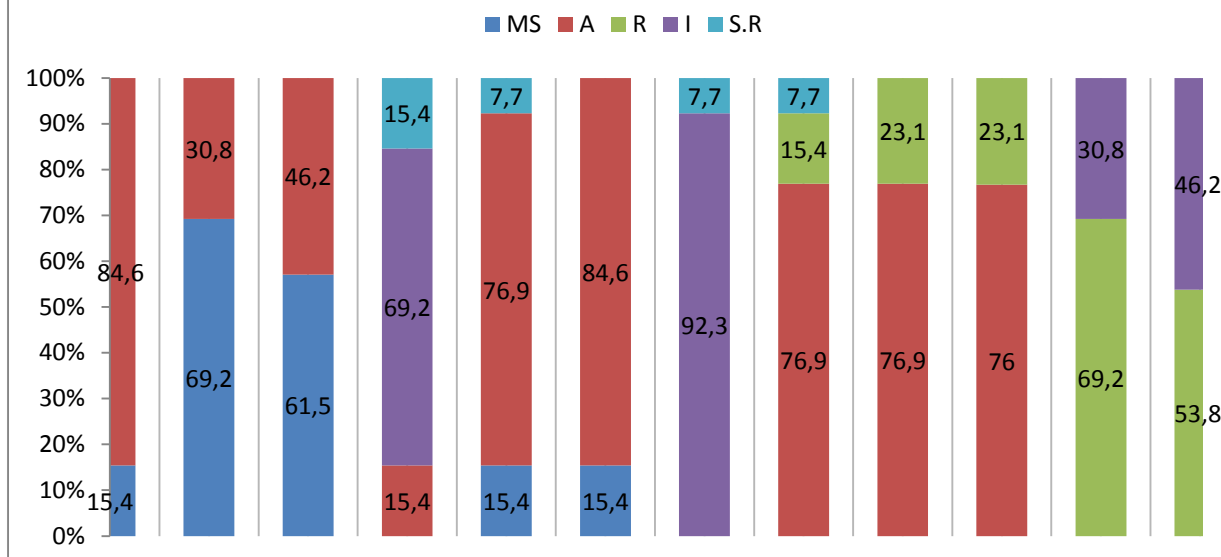
En el caso de los servicios gastronómicos existen áreas, espacial y administrativamente dedicadas a la animación, sin embargo, en el escenario en que se desarrolla este estudio no existe un área de animación especialmente concebida. Por ello existe una carencia de plataforma de espectáculo, aunque existe el espacio adecuado para ubicarla. Para ello es necesario que se retomen las actividades de animación sociocultural, mediante las representaciones escénicas de grupos de pequeño formato con repertorio de música tradicional.

Atendiendo a los recursos humanos podemos decir que en una instalación de prestación de servicios, los grupos humanos son el objeto de complacencia para el desarrollo de la organización. Un aspecto a notar en las instalaciones de servicios gastronómicos es la rotación de los recursos humanos cada cierto período de tiempo, en especial, de los administradores. Por tanto deben trazarse estrategias como una decisión institucional de la Empresa matriz para lograr la permanencia de los trabajadores y los directivos, lo cual contribuya a fortalecer el sentido de pertenencia de sus trabajadores con el escenario y creen las acciones para que se integren y participen en la organización.

Según los resultados de las encuestas realizadas a 24 clientes nacionales y extranjeros, la función de prestación de los servicios en el bar-restaurant "Dragón Dorado" se caracterizó por la evaluación de las cifras más altas en materia de aceptación por parte del público, ejemplo de ello fueron: el tiempo de servicio en un 84.6 %; la amabilidad y cortesía de los trabajadores en un 69.2%; la limpieza e higiene en un 61.5%, etc; mientras que los resultados más negativos fueron para la necesidad de animación cultural y de presentaciones artísticas en un 92.3 %, así como las áreas de la calidad y presentación de las ofertas en un 69.2% (**Anexo 1**).

A continuación se muestra el gráfico de la encuesta realizada

Encuesta a los clientes sobre la satisfacción de los servicios



A continuación se proponen algunas acciones asociadas a la animación sociocultural del bar – restaurante “Dragón Dorado”:

- La recreación cultural se fomentó hasta el periodo del año 2012 debido a la carencia de la gestión económica y a la falta de sensibilización de los actores sociales y agentes culturales para la promoción de la cultura.
- Resulta necesario contactar coordinar con los directivos de la Empresa de Gastronomía y la Empresa de la Música y Espectáculos “Rafael Lay” para concientizar la necesidad de promover la animación de esta instalación mediante la participación de la población desde diversas manifestaciones culturales.
- Las acciones de animación pueden ser desde la puesta en escena de unidades artísticas de pequeño formato como: dúos y tríos musicales, promover el género son, la guaracha, el bolero.

La música constituye una acción de animación sociocultural que más se acentúa en las instalaciones gastronómicas y de turismo, en el caso específico del bar– restaurante “Dragón Dorado” esta se considera una de las acciones de mayor demanda por parte de los sujetos que fueron partícipes en el proceso de

investigación. Para ello se analizó el Programa de Desarrollo Cultural de la Empresa Provincial Comercializadora de la Música y los Espectáculos “Rafael Lay” (2015), el cual centro presenta una favorable recuperación económica y comercial, lo cual favorece que entre su objeto social brinde servicios artísticos, musicales y de espectáculos a diversos actores sociales.

La música constituye una acción de animación cultural para diversos grupos sociales, en el caso cubano, se promueve desde la política cultural como una de las manifestaciones artísticas que engloba el modo de vida del pueblo y los elementos que componen la cultura popular tradicional.

Cabe destacar que las valoraciones de los clientes demuestran la necesidad de revitalizar socioculturalmente la instalación, lo cual debe incorporarse como una acción más a las ofertas de los servicios. A pesar de ello se recomienda por la aceptación de los clientes a que otras personas que visiten la instalación, lo cual se puede observar a continuación en el siguiente gráfico **(Anexo 2)**:



3.3.1 Propuesta de plan de acciones para promover la animación sociocultural en el bar – restaurante “Dragón Dorado.

Sobre la base de los resultados se ha elaborado el siguiente plan de acción, el cual contó con las iniciativas y propuestas de los sujetos inmersos en el transcurso de la investigación basado en un enfoque participativo y en un escenario de colaboración, además las técnicas para la recogida de información resultaron de gran importancia, ello se resume en el siguiente gráfico:

	Acciones	Participan	Ejecutan	Fecha	Recursos
1	Coordinar con la Empresa de la Música y Espectáculos “Rafael Lay” la disponibilidad de grupos de pequeño formato de música tradicional. (dúos, tríos)	Artistas Clientes nacionales e internacionales -trabajadores	Administrador del bar- restaurante “Dragón Dorado”	Enero a Abril/2016	Presupuesto de la instalación.
2	Diseñar un póster con la señalización del bar- restaurante	Directivo y administrador del bar- restaurante “Dragón Dorado”	Diseñador de la Asociación de Comunicadores Sociales.	Enero /2016	Presupuesto de la instalación.
3	Colocar póster a la entrada del establecimiento o con las ofertas del bar- restaurante.	Barman Administrador	Diseñador de la Asociación de Comunicadores Sociales.	Enero /2016	Presupuesto de la instalación.

4	Coordinar el diseño de souvenirs con la identidad corporativa de la instalación ("Dragón Dorado")	Barman	Administrador Diseñador de la Asociación de Comunicadores Sociales	Enero-Diciembre/ 2016	Presupuesto de la instalación.
5	Realizar una competencia al aire libre sobre la elaboración de cocteles en el horario matutino.	Clientes nacionales e internacionales. Población que transita el boulevard	Barman Cantineros	Junio/ 2016	Coctelera Batidora Refrigerador Audio
6	Ambientar y decorar la instalación con obras de artistas cienfuegueros	Jefe de Servicio	Artistas de la plástica	Mayo/ 2016	Presupuesto de la instalación.
7	Celebrar fechas de significación, nacional e internaciones, populares y locales (Fundación de la ciudad de Cienfuegos, Día de las	Barman Jefe de Salón	Administrador	Todo el año	Materiales y recursos propios de la instalación.

	madres, Día de los padres, Día de los enamorados, Fin de Año, Aniversario del triunfo de la Revolución).				
8	Aplicar encuestas a los clientes sobre los niveles de satisfacción.	Clientes nacionales y extranjeros	Barman, Dependientes	Todo el año	Materiales de trabajo (hojas, bolígrafos) Impresora
9	Divulgar las ofertas y servicios mediante la radio "Fernandina"	Transeúntes del Boulevard. Locutor de la radio "Fernandina"	Oficina del Conservador	Todo el año	Infraestructura técnica de la Oficina del Conservador

Luego de trazarnos la propuesta de acciones propuestas será necesario controlar su cumplimiento en la organización en las reuniones del cumplimiento del plan de actividades que se realiza mensualmente. A su vez las valoraciones y evaluaciones en el transcurso de la implementación deben realizarse en las reuniones sindicales y administrativas y con los miembros del Consejo de Dirección de la Empresa.

Conclusiones

- Las reflexiones teóricas contemporáneas acerca de las políticas culturales en el contexto latinoamericano e iberoamericano abogan por la inclusión de múltiples actores y agentes sociales en la articulación de las políticas frente a los crecientes efectos de la globalización.
- La cultura como eje transversal de la vida social adquiere un carácter simbólico, ante esta perspectiva se sitúa la promoción cultural en las Ciencias Sociales como una estrategia clave para impulsar los procesos de desarrollo sociocultural.
- La promoción y animación sociocultural constituyen procesos democráticos que potencian la identidad y diversidad de expresiones del patrimonio cultural de los pueblos. Sus principales categorías de acción serán la cultura, la participación de las personas, el desarrollo de proyectos, programas y proyectos, así como el desarrollo social de individuos, comunidades, instituciones y la sociedad.
- La animación sociocultural se caracteriza por diversas funciones, entre ellas, la socialización de los individuos para orientar su participación en dependencia de las condiciones económicas, políticas y culturales. La animación sociocultural como herramienta metodológica para el trabajo comunitario y educativo contribuye a que los diversos públicos participen en la identificación y resolución de sus necesidades en el orden cultural para la transformación social.
- La elaboración de una propuesta de plan de acciones de animación sociocultural en el bar- restaurante “Dragón Dorado” de la ciudad de Cienfuegos permitió contribuir a la satisfacción de las necesidades culturales y de recreación de los diversos públicos implicados en el proceso de investigación. A su vez se insertaron la promoción de expresiones, prácticas socioculturales y modos de vida que conforman el patrimonio nacional y la cultura popular tradicional como una opción creativa y novedosa en la difusión del producto comercial de la instalación.

Recomendaciones

- Socializar los resultados de la presente investigación en las instalaciones vinculadas a la prestación de servicios gastronómicos en el territorio cienfueguero.
- Se propone la valoración y aplicación de la propuesta de plan de acciones de animación sociocultural del bar- restaurante “Dragón Dorado” por los decisores y factores, entre ellos por la comisión del Consejo de Dirección en la Empresa Provincial de Gastronomía, Alojamiento y Recreación (EPGAR).

Bibliografía

Alonso Álvarez, Armando. (2006). *Estudio de Casos. Selección de lecturas*. Editorial Félix Varela.

Álvarez, I. (2009). (2006). *Plan de marketing para el Centro Recreativo-Cultural "El güije"*.
Universidad Central "Marta Abreus".

Alvarez Beovides, María de los Angeles. (2007). *Programa de superación en promoción y animación sociocultural para los promotores culturales de Cienfuegos*. Tesis en opción al grado académico de Máster en Educación., Universidad de Cienfuegos "Carlos Rafael Rodríguez".

Ander Egg, Ezequiel, & Marchioni, Marco. (2003). Cuadernos de Animación. Actas de la ii escuela formativa de asc. Asociación cultural asturactiva.

Besnard, Pierre. (1991). *La Animación Sociocultural*. España.: Paidós Educador.

Caride Gómez, José Antonio. (2005). La Animación Sociocultural y el desarrollo comunitario como educación social. *Revista de Educación.*, (336), 73-88. Recuperado a partir de http://www.revistaeducacion.mec.es/re336/re336_05.pdf

Carriera Martínez, Julia. (2010). La gestión del ambiente para la creación. En *Promoción cultural. Una nueva mirada. Selección de Lecturas* (Centro Nacional de Superación para la Cultura.). La Habana: Colección Punto de Partida.

Casanovas, Alina, & Carcasés Legrá, Ana Iris. (s.d.). Consideraciones metodológicas sobre la promoción y animación sociocultural, como acciones dinamizadoras de la participación social en la cultura. Algunas particularidades de la experiencia cubana.

Cembranos, Fernando, Hernández, David, & Bustelos, María. (1992). *La animación sociocultural una propuesta metodológica*. España,: Editorial popular, SA.

Chacón Blanco, María Cruz. (2010). Concepto, objetivos y funciones de la animación sociocultural. *Revista digital "Innovación y experiencias educativas"*., (No 29).

- Colectivo de Autores. (2004). *Selección de lecturas de promoción cultural*. Centro Nacional de Superación para la Cultura.
- Colectivo de Autores. (2002). *Tecnología de los Servicios Gastronómicos*. Centro Nacional de Capacitación. Ministerio del Comercio Interior.
- Colectivo de autores. (2002). *Texto de Cantina*. Comisión de Servicios Gastronómicos.
- Colombres, Adolfo. (1997). *"Manual del promotor cultural"*. (Tercera.). Buenos Aires, Argentina: Colihue S. R.
- Consejo Nacional de Superación para la Cultura. (s.d.). *Animación sociocultural. Síntesis bibliográfica*.
- Deriche Redondo, Yamile. (2006). *Selección de lecturas sobre Promoción cultural*. La Habana: Consejo Nacional de Superación para la Cultura.
- García Canclini, Néstor. (1987). *Políticas Culturales en América Latina*. México: Grijalbo.
- García Fiallo, Odrys Lilien. (2013). *La secuencia necesidad-actividad-espacio contenedor en El Boulevard de Cienfuegos*. Tesis en opción al grado académico de Licenciatura en Estudios Socioculturales, Universidad de Cienfuegos "Carlos Rafael Rodríguez".
- Guía para el servicio de mesa. (1990). España - Calpe, S.A. Madrid.
- Hernández Sampieri, Roberto, & Fernández Collado, Carlos. (2006). *Metodología de la investigación*. (Cuarta edición.). McGraw Hill/ Interamericana.
- Landaburo Castrillón, María Isabel, (2011). *Políticas culturales: reflexiones y experiencias*. Presented at the XV Conferencia científica del Instituto Superior de Arte., La Habana.
- Maillo, A. (1979). *La animación sociocultural. Un método de cambio social*. Madrid: Marsiega. Colección Fondo de Cultura Popular.
- Martín Rodríguez, Aida. (2010). *Promoción cultural Una nueva mirada. Selección de lecturas*. (Centro Nacional de Superación para la Cultura.). La Habana: Colección Punto de Partida.
- Martinell, Alfons. (1999). Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural. *Revista Iberoamericana de Educación OEI*, Mayo – Agosto(20).
- Martínez Casanova, Manuel. (s.d.). *Promoción sociocultural*. Compilación. Universidad Central "Marta Abreu" De Las Villas.

- Mato, Daniel. (2002). *Estudios Latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*. Argentina: CLACSO, Colección Programa Grupos de Trabajo.
- Miralles, Eduard. (2005). “Las administraciones territoriales intermedias y las políticas públicas para la cultura”. Presented at the Conferencia Internacional sobre Políticas Culturales., Bilbao.
- Misión Permanente ante la ONU. (s.d.). Ministerio de Relaciones Exteriores de la República de Cuba.
- Muñoz Corvalán, José Luis. (2012). El animador sociocultural. Ámbito profesional y tipos. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado a partir de http://www.eumed.net/rev/cccss/22/animador_sociocultural.html.
- Ochoa Gautier, Ana María. (2002). Políticas culturales, academia y sociedad. En *Estudios Latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización* (pág. 221). Argentina: CLACSO, Colección Programa Grupos de Trabajo.
- Partido Comunista de Cuba. (2011). Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución. La Habana: Consejo de Estado.
- Pogolotti, Graziella. (2012). Algunas reflexiones sobre política cultural. *Revista La Jiribilla.*, Año XI.(septiembre, 2012).
- Programa de Desarrollo Cultural. (2014). Empresa Provincial Comercializadora de la Música y los Espectáculos.
- Rodríguez Gómez, Gregorio, Gil Flores, Javier, & García Jiménez, Eduardo. (2008). *Metodología de la investigación cualitativa*.
- Román Molina, Norberto Julián. (2013). Contenidos básicos del dependiente gastronómico. Escuela Provincial de Capacitación de Comercio, Gastronomía y Servicios. “Hermanos Gómez” Cienfuegos.
- Úcar, Xavier. (2012). Dimensiones y valores de la animación sociocultural como acción o intervención socioeducativa. *Revista Scielo*, Congreso Internacional Pedagogía Social. Recuperado a partir de http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?pid=MSC0000000092012000200043&script=sci_arttext.

UNESCO. (2010). Diez Claves de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. UNESCO. Recuperado a partir de

http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/diversity/pdf/convention_2005/Convention%202005_10%20claves.pdf.

Ventosa Pérez, Víctor J. (2007). Animación sociocultural y globalización en Iberoamérica: el trabajo en red de la RIA. Presented at the Conferencia pronunciada en el 3º Coloquio Internacional de ASC, Lucerna, Suiza.

Yúdice, George. (2005). Políticas culturales: recurso y método. *Revista Casa de las Américas*, Abril-junio(239). Recuperado a partir de <http://www.casa.co.cu/revistacasa.php#arr>.

Anexos

ANEXO 1. Guía de observación.

Objeto: Prácticas sociales que resultan de la ubicación del bar– restaurante “Dragón Dorado” en el centro urbano del Boulevard de Cienfuegos.

Aspectos a observar:

- Instalaciones enclavadas en el trayecto del Boulevard.
- Horarios de mayor concurrencia.
- Frecuencias de las actividades socioculturales según días de la semana.
- Intervención de los individuos en las actividades.
- Relaciones que se establecen entre los turistas internacionales que visitan el bar con los trabajadores de la instalación.

ANEXO 2. Encuesta a los clientes sobre la satisfacción de los servicios.

Observación: La encuesta se elaboró para la diversidad de públicos, por ello se escogió la elaboración de una versión bilingüe en los idiomas español e inglés.

Estimado cliente:

Agradecemos a usted la utilización de nuestros servicios. Como deseamos poder servirle como usted merece, le proponemos una serie de interrogantes.

Elija marcando con una cruz (X).

Dear Client:

Thank you so much for being here. It's very important to know your opinions about our service. Please, mark with an (X)

Código

			
MUY SATISFACTORIO	ACEPTABLE	REGULAR	INSATISFACTORIO

Tiempo de servicio/ Service time				
Respuesta /Answer→				
Amabilidad y cortesía/ Politeness				
Respuesta /Answer→				
Higiene y limpieza/ Cleanness				
Respuesta /Answer→				
Ambientación y confort / Decoration & confort				
Respuesta /Answer→				
Calidad de las bebidas/ Drinks quality				
Respuesta /Answer→				
Temperatura / Temperature				
Respuesta /Answer→				
La preparación de las bebidas./ The preparation of the drinks.				
Respuesta /Answer→				

La presentación de las bebidas/				
Respuesta /Answer→				
La decoración de las bebidas./ The decoration of the drinks				
Respuesta /Answer→				
La calidad y presentación de la oferta de "saladitos"/ The quality and presentation of the offer of "saladitos"				
Respuesta /Answer→				
Variedad de la oferta/ variety of the offer				
Respuesta /Answer→				

¿Recomendaría a otra persona que visite nuestra instalación?/ Would you recommend others visit us?

() SI / YES

() NO / NO

Sugerencias / suggestions

País/Country_____

ANEXO 3. Guía de observación en función de los servicios del bar.

Para elaborar la guía de observación que se utilizaría para evaluar las actividades en el bar, se tuvo en cuenta los criterios de (Álvarez, 2009)

Objetivo: Evaluar el cumplimiento de algunos estándares en los servicios de bebidas y coctelería en la instalación.

Objeto de Observación: Los clientes.

Cantidad de observadores: Un Observador (el propio investigador).

Frecuencia de Observación: Se realizan las observaciones preferiblemente durante el horario de servicio.

Aspectos a observar:

1. La preparación de las bebidas.
2. La presentación de las bebidas.
3. La temperatura de las bebidas.
4. La decoración de las bebidas.
5. La calidad y presentación de la oferta de “saladitos”.
6. La variedad de la oferta durante la semana.

ANEXO. 4. Encuesta aplicada a los trabajadores del bar- restaurante “Dragón Dorado”

Compañero:

Como miembros de este colectivo, deseamos mejorar el servicio y su opinión es cardinal para tal propósito. Elija marcando con una cruz (X). Argumente ante el entrevistador las respuestas dadas.

CÓDIGO					
					
MUY SATISFACTORIO		ACEPTABLE		REGULAR	
1	¿Existe en el bar la capacidad para las actividades claves?				
2	¿Se cuenta con los recursos financieros adecuados para el funcionamiento del bar?				
3	¿El bar brinda una buena imagen a los clientes?				
4	¿Considera beneficioso para la instalación una propuesta de acciones de animación sociocultural?				
5	¿Considera que existe una adecuada promoción de las ofertas que brinda la instalación?				

6. Proponga algunas acciones y actividades que promuevan la animación sociocultural en la instalación
