



**UNIVERSIDAD CENTRAL "MARTA ABREU" DE LAS VILLAS  
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL Y TURISMO  
CENTRO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS  
CARRERA LICENCIATURA EN TURISMO**



**TRABAJO DE DIPLOMA**

**PROGRAMA RECREATIVO CON ENFOQUE DE  
NATURALEZA PARA EL HOTEL HANABANILLA EN  
VILLA CLARA.**

Autor: Enrique Gamez Valladares  
Tutor: M.Sc. Guillermo Rodríguez Alonso

Santa Clara  
2012

*Pensamiento*

*La naturaleza inspira, cura, consuela, fortalece y prepara para la virtud al hombre. Y el hombre no se halla completo, no se revela a sí mismo, ni ve lo invisible, sino en su íntima relación con la naturaleza."*

*José Martí*

# *Agradecimientos*

*A mi madre y hermano, a quienes les debo mucho de lo que he alcanzado, gracias por su infinito amor, su apoyo, los cuales retribuiré de igual manera. A mi novia por su apoyo incondicional y por estar al tanto de mis alegrías y tristezas.*

*A mi tutor Guillermo Rodríguez Alonso por su ayuda, su guía en esta investigación y su consagración.*

*A mis amigos de la UCLV (Frank, Yandy, Dariel, Damian, Andrés) por los momentos buenos y malos que compartimos juntos.*

*A los trabajadores del Hotel Hanabanilla que contribuyeron a la realización de este proyecto, especial a mi tía por su contribución y ayuda.*

*A la Revolución por darme la posibilidad de estudiar la carrera de mis sueños.*

*A todos los que de una u otra forma han colaborado con la realización de este maravilloso sueño.*

*Para todos mis más sinceras gratitudes.*

*Resumen/Abstract*



**RESUMEN**

El turismo se ha convertido en un fenómeno internacional que ha manifestado un desarrollo importante y una diversificación notable. En la actualidad, no es posible desarrollar un turismo competente sin la animación turística, una recreación integrada, que sea viable para todo tipo de cliente y que se ajuste al entorno donde esté enmarcada el área recreativa, aprovechando las potencialidades que el mismo ofrece. Este es el caso del Hotel Hanabanilla en el cual existen irregularidades en cuanto a la concepción de un programa recreativo que responda a las expectativas y motivaciones del mercado real que visita el hotel y que además no aprovecha las potencialidades que le ofrece el entorno donde se sitúa. La animación no es un complemento más de los productos turísticos sino un elemento imprescindible en la concepción de cualquier producto y que debe estar en adecuada sinergia con los demás elementos que la componen. Se realiza un diagnóstico de necesidades que se exploran en este Trabajo de Diploma y se presenta un programa de actividades con enfoque de naturaleza y basadas en la protección y conservación del medio natural, cuyo desarrollo contribuya a satisfacer la estancia de los clientes y a mejorar la calidad de vida del turista.

## **ABSTRACT**

Tourism has become an international economical phenomenon with a remarkable diversification. Nowadays it is not possible to develop a competitive tourism without entertainment, an integrated recreation suitable for every kind of tourist, and that can be adjusted to the environment in which the recreation area is located to take advantage of the special characteristics of the territory. This is the case of the Hanabanilla Hotel in which there are some difficulties in the conception of the recreation program aimed to the expectations of the clients and real market which visit take into account the potentialities of the environment of the location. His recreation is not a complement of the products, but an important element in the formation of it in balance with the other parts which compounds itself. A diagnosis is carried out in which the needs of the facility are studied in this paper. Also a recreation plan is presented with activities are focused on nature and based in the protection of the environment to contribute to satisfy the tourists staying and bettering the tourist quality of life.

# *Índice*

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 1. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA SOBRE RECREACIÓN TURÍSTICA, TURISMO DE NATURALEZA Y DESARROLLO SOSTENIBLE DEL T TURISMO .....</b>	<b>6</b>
1.1 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO.....	6
1.2 EL TURISMO Y SUS TENDENCIAS ACTUALES .....	7
1.3 EL TURISMO DE NATURALEZA Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE.....	10
1.4 LA ANIMACIÓN TURÍSTICA EN EL CONTEXTO DEL TURISMO DE NATURALEZA .....	15
1.5 OBJETIVOS DE LA ANIMACIÓN.....	19
1.6 EL ANIMADOR TURÍSTICO EN EL CONTEXTO DEL TURISMO DE NATURALEZA.....	20
1.7 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO .....	23
<b>CAPÍTULO 2: DIAGNÓSTICO DE LA ACIVIDAD RECREATIVA EN EL HOTEL HANABANILLA .....</b>	<b>25</b>
2.1 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO.....	25
2.2 ANÁLISIS DE LAS METODOLOGÍAS PARA EL DIAGNÓSTICO .....	25
2.3 DIAGNÓSTICO DEL ÁREA RECREATIVA EN EL HOTEL HANABANILLA .....	28
2.4 FASE 2: ESTUDIO DEL MERCADO .....	39
2.5 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO .....	40
<b>CAPÍTULO 3: DISEÑO DE UN PROGRAMA RECREATIVO CON ENFOQUE DE NATURALEZA EN EL HOTEL HANABANILLA .....</b>	<b>42</b>
3.1 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO.....	42
3.2 FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA .....	42
3.4. CONCEPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN RECREATIVO .....	45
3.5 MONITORIZACIÓN .....	49
3.6. VALORACIÓN DEL PROGRAMA A CRITERIO DE EXPERTOS .....	50
3.7. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO .....	55
<b>CONCLUSIONES GENERAL ES .....</b>	<b>56</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>57</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>.....</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>.....</b>

# *Introducción*



### INTRODUCCIÓN

El turismo comienza a organizarse a partir de mediados del siglo XIX, transformándose en una actividad de masas, y asumiendo una importancia socioeconómica significativa. A mediados del Siglo XX ya contaba con un desarrollo perceptible y un carácter multisectorial. Dentro de los factores responsables de este avance están los progresos en los medios de transporte, las vías de comunicación y la producción industrial, así como los nuevos recursos a nivel de las ingenierías y la arquitectura que han revolucionado la construcción civil, el aumento de la calidad de vida y del tiempo libre, este último como consecuencia de factores como la reducción del horario de trabajo, la antelación de la jubilación, el retraso de la entrada en el mundo del trabajo y el aumento de los días de vacaciones pagados.

El fenómeno del turismo, es una actividad del sector terciario, pero, a partir de los cambios en los valores de la sociedad actual, con el incremento del “culto” del ocio, se puede considerar como parte de un cuarto grupo de actividades económicas, que incluye todas las acciones vinculadas al ocio. Hoy no se puede desarrollar un turismo competente sin la animación turística, pues es esta la encargada de gestionar el ocio turístico a partir del entretenimiento del cliente. Para muchos hoteles, el acto de entretener resulta aparecer como una ventaja competitiva en un mundo en el que imperan las ventajas estratégicas que obligan a los profesionales de esta dinámica industria a desarrollar acciones que impulsen un turismo sano y atractivo sobre la base de la sostenibilidad.

En la bibliografía especializada se encuentran revisados los trabajos de Morejón (2012), Ruiz (2009), Rodríguez (2011), Himeno (2010), González (2009), Gómez (2007), Abreu (2006) los cuales presentan propuestas y aportes de consideración a la ciencia y que han servido de referencia a la fundamentación teórica de este tema de investigación.

Actualmente, las actividades de animación turística cobran especial importancia, ya que el cliente al tener los principales servicios dentro del hotel, permanece la mayor parte del tiempo en el mismo, lo que exige al equipo de animación la preparación de acciones que formen parte de su entretenimiento y de la ocupación de su tiempo libre de una manera amena, siendo consumidores de un servicio de calidad en este sentido (Lantigua, 2007).

Cuba posee un excelente potencial turístico en el cual se desarrollan modalidades diversas, entre ellas el turismo de naturaleza. Esta modalidad centra su accionar en el



turismo basado en la visita de recursos naturales y está estrechamente relacionado al ecoturismo, pero no involucra necesariamente la conservación o la sustentabilidad del lugar que se visita. Este se fundamenta principalmente en el comportamiento y la motivación del posible cliente: un viaje de placer inspirado primordialmente por las características naturales de un área determinada. El viaje tiene como objetivo específico experimentar este ambiente natural, estudiándolo, admirándolo y disfrutándolo.

El mayor reto es lograr gestionar una actividad con los clientes, con alto compromiso ambiental, a partir de asegurar un medio comunicativo que comprometa al cliente con la instalación y se aprovechen los recursos humanos a favor de la identidad, el entorno natural y de la economía. La recreación es una de las áreas con mayor contacto con el cliente y de las que con más evidencia se conoce la satisfacción del cliente. Por ello, esta juega un papel protagónico en el espacio hotelero y fuera de este. La oferta cultural y recreativa, debe realizarse con alta responsabilidad y vinculada a la conservación del medio en el que se realiza.

El turismo, como forma particular del uso del tiempo libre, es una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación. El mismo se ha convertido en uno de los principales sectores económicos y sociales en el mundo; y su amplio desarrollo conlleva a que cada día sea más necesario su adecuado desempeño para lograr la satisfacción plena del cliente.

La animación turística, que debe funcionar como un todo, es parte inseparable del desarrollo turístico y su principal objetivo es lograr la satisfacción plena del cliente, sin embargo no siempre se cuenta con una animación que realmente se enfoque a la satisfacción del cliente y que promueva los atractivos geográficos y culturales de la entidad y de su entorno.

El Hotel Hanabanilla es una instalación perteneciente a la cadena Islazul, ubicado en el macizo montañoso de Guamuhaya, área protegida de una incalculable riqueza natural, en el cual existen irregularidades en cuanto a la concepción de un programa recreativo que aproveche las potencialidades que ofrece el medio natural circundante y responda a las expectativas y motivaciones de los clientes. Esto conduce a improvisaciones y descoordinaciones en la realización de actividades recreativas, que se repiten o no se materializan, lo cual atenta contra la satisfacción del huésped que recibe y necesita



este servicio. Lo anteriormente escrito constituye la **situación problemática** de esta investigación.

A partir de la situación problemática presentada se deriva el siguiente **Problema Científico**.

¿Cómo contribuir al mejoramiento de la animación y la recreación turística en el Hotel Hanabanilla?

### **Hipótesis.**

Con el diseño de un programa de recreación con carácter variado y enfoque de naturaleza se logra contribuir a mejorar la animación en el Hotel Hanabanilla y con esto aumentar la satisfacción del cliente que visita la instalación.

### **Objetivo General.**

Diseñar un programa recreativo con carácter variado y enfoque de naturaleza, que contribuya a mejorar la animación turística en el Hotel Hanabanilla.

### **Objetivos Específicos.**

1. Sistematizar los aspectos teóricos que desde la investigación bibliográfica sustentan conceptos y definiciones sobre animación y recreación vinculadas al turismo de naturaleza.
2. Diagnosticar el estado actual de la recreación en el Hotel Hanabanilla.
3. Elaborar el programa recreativo para uso de la instalación objeto de estudio.
4. Someter la propuesta a Criterios de Expertos.

La novedad de esta investigación tributa al logro de la calidad en la gestión de animación turística en el Hotel Hanabanilla, y su principal aporte consiste en dotar a los directivos de la instalación de un programa de recreación, que promueva la protección y conservación del entorno natural.

El valor práctico de este estudio consiste en proveer de un programa a los gestores de recreación del hotel, que logre adecuar las actividades a las potencialidades del medio natural donde se encuentra situada la instalación y con esto mejorar la calidad de los servicios recreativos, para así lograr la plena satisfacción de sus clientes.

### **Métodos de investigación:**

**Del nivel teórico:** Se utilizan en el proceso para explicar el desarrollo de la animación turística en los hoteles:

- ♦ **Analítico – sintético:** Permite penetrar en la esencia del fenómeno objeto de



estudio, lográndose establecer los componentes teóricos de la investigación, su fundamentación y el diseño de soluciones.

- ✦ **Inductivo – deductivo:** Su aplicación permite dar respuesta a las interrogantes planteadas a partir de las informaciones y situaciones recopiladas hasta llegar a conclusiones acerca de la recreación en los hoteles.
- ✦ **Histórico – lógico:** Para conformar la reseña histórica de la recreación turística.

**Métodos empíricos:** Permiten la verificación del estado real que presenta el hotel en cuanto a la recreación y someter la propuesta a criterio de expertos.

- ✦ **Encuesta a clientes:** Se le aplicó a un grupo de clientes para conocer acerca de su participación en las actividades de la recreación física y obtener información sobre sus gustos y preferencias recreativas, saber también las posibles propuestas que ellos hacen para ponerlas en práctica luego de terminar la investigación.
- ✦ **Observación científica:** Constituye un método esencial para determinar el diagnóstico de la recreación en el hotel.
- ✦ **Entrevista:** Permite conocer el criterio de los directivos y jefes de áreas relacionado con la recreación en el hotel, así como su desempeño en cuanto a este tema.
- ✦ **Criterios de expertos:** Se utiliza para validar la pertinencia y efectividad de la propuesta y recoger criterios para su posterior perfeccionamiento.
- ✦ **Revisión de la documentación:** Se utilizó para constatar la opinión de los clientes en el libro de quejas y sugerencia del Hotel.
- ✦ **Triangulación de los métodos de investigación:** Permite determinar los puntos coincidente en la aplicación de los métodos utilizados.

**Del nivel matemático y/o estadístico:**

- ✦ **Cálculo porcentual:** Se aplica para analizar y cuantificar los resultados de las técnicas empleadas.

**Estructura del trabajo:**

El presente trabajo posee una introducción, en la que se ofrece una panorámica del objeto central de la investigación en el campo de la animación turística y su situación actual en el mundo.



El primer capítulo: Revisión bibliográfica sobre animación, recreación turística, modalidad de naturaleza, desarrollo sostenible del turismo de naturaleza , presenta una introducción al capítulo, un análisis de bibliografía dedicado a lo que se referencia en esta temática así como a criterios y definiciones de aspectos afines al tema propuesto a través de subtítulos, y las conclusiones parciales del capítulo.

En el segundo capítulo titulado “Diagnóstico de la gestión de animación turística en el Hotel Hanabanilla de Villa Clara”, se realiza una caracterización general de la gestión de animación turística y su estado actual, así como la aplicación de métodos de investigación y análisis de resultados al respecto y por último las conclusiones parciales del capítulo. El capítulo tercero “Diseño de un programa recreativo con enfoque de naturaleza para el Hotel Hanabanilla” se inicia con la introducción, una fundamentación del programa que se diseña, junto al plan de actividades propuestas que se evalúa por criterio de expertos.

El trabajo cuenta además con conclusiones, recomendaciones, bibliografía ajustada a las normas Harvard y los correspondientes anexos.

# *Capítulo I*



## CAPÍTULO 1. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA SOBRE RECREACIÓN TURÍSTICA, TURISMO DE NATURALEZA Y DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO

### 1.1 Introducción al capítulo

En el presente capítulo se abordan aspectos y conceptos sobre el turismo y sus tendencias actuales, el turismo de naturaleza y el desarrollo sostenible del mismo, además de la animación turística en el contexto del turismo de naturaleza, y el animador turístico como protagonista de la recreación actual. La investigación que se desarrolla constituye la base para la confección de las actividades a proponer según la situación particular de la instalación objeto de estudio. A continuación se declara el hilo conductor de la investigación.

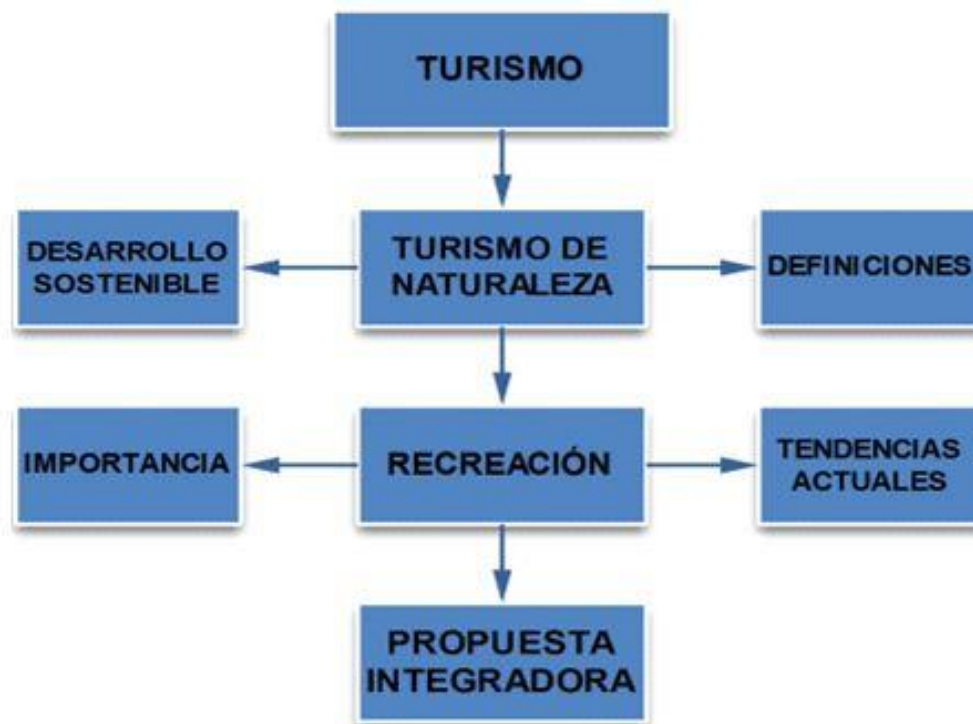


Figura 1: Hilo conductor. Fuente: Elaboración propia.



### 1.2 El turismo y sus tendencias actuales

El turismo es un fenómeno socio económico de los tiempos actuales que implica un desplazamiento de masas desde sus sitios de residencia habitual hacia nuevos contextos. Este ha hecho posible y necesario que la actividad hotelera se haya convertido hoy en una importante esfera, la cual ha permitido a muchos países amortiguar la Crisis Económica Mundial que se vive hoy día en el planeta (OMT, 2010).

La práctica del turismo, a diferencia de otro sector productivo, responde a la tendencia de localizarse en las áreas del espacio físico y social que le son más favorables. Si se asume la práctica del turismo de naturaleza, puede comprenderse que existe una distinción espacial donde ocurre la conversión de sus atractivos en productos, la creación de nuevos servicios y atracciones, su promoción y correspondiente comercialización (Rodríguez, 2008).

La actividad turística a nivel mundial constituye un motor impulsor de las economías tanto para los países desarrollados, como para los que están en vías de desarrollo. Resulta ser una fuente importante de ganancia de divisas, una fuente de ingresos personales, un generador de empleo y un contribuyente a los ingresos del aparato estatal, debido entre otros factores, al efecto multiplicador de la economía, que el turismo posee, al involucrar a la gran mayoría de los sectores de desarrollo nacional y consigo una gran gama de servicios, por ejemplo: aeroportuarios, aduaneros, de transporte público, alojamiento, recreación, informativos, entre otros.

Estos servicios son representados por empresas, agencias y ministerios (aerolíneas, cadenas hoteleras, canales de distribución), que están estrechamente relacionados con el desarrollo de la actividad, ya sea como mediadores, proveedores u otras formas de relación, lo cual se revierte en ganancias y un próspero desarrollo para los distintos componentes.

El turismo es considerado por muchos estudiosos del tema como la “industria” sin chimeneas, sin embargo, contradictoriamente con las emanaciones de gases y los desechos contaminantes producidos por muchas de las industrias convencionales, el turismo se basa en servicios mayoritariamente sanos y no tan agresivos, además requiere de menos capital e involucra mayor cantidad de personas.

Hoy, el turismo es una de las actividades que más contribuye a la globalización internacional tanto por el capital, como por el tránsito mismo de las personas de un país



a otro; estos viajes, independientemente de las motivaciones que los originaron, contribuyen a divulgar ideas, necesidades, productos de carácter internacional y favorecen las relaciones de amistad entre los pueblos y a la paz mundial (Ceballos-Lascuráin, 2003).

Los beneficios del turismo también se reflejan en las estadísticas mundiales con grandes tendencias de incrementarse, aunque se puedan producir momentos de descensos producto de la vulnerabilidad de esta actividad ante fenómenos económicos, ambientales, políticos y otros.

La industria turística, según Martínez (2007), es una de las más grandes a nivel mundial generando cerca de 212 millones de empleos y representando una importante contribución al producto interno bruto de muchos países. De igual forma este amplio espectro del turismo que adquieren los clientes, los hace cada día más conocedores del tema, ya no como simples espectadores sino como verdaderos protagonistas, esto a su vez deviene en mayores esfuerzos por parte de las empresas turísticas de ajustar la oferta lo más posible a la demanda turística, la cual está condicionada por los gustos, hábitos y preferencias de los viajeros deseosos de algo nuevo, de nuevas y mejores experiencias, ya dejan atrás ese turismo contemplativo, cambiándolo por uno participativo con una oferta de atractivos únicos, auténticos y diferentes por completo a esos productos tradicionales que predominan.

Algo extraordinariamente importante, lo constituye el proceso de concientización que se aprecia en los turistas, cada día son más los turistas ambientalmente conscientes, preocupados por comprar productos que no contaminen el medio ambiente, que no dañen la capa de ozono, deseosos de poder estar en contacto directo con la naturaleza, seleccionar destinos reconocidos por su calidad ambiental en primer lugar y conjuntamente con esto, precios asequibles y servicios de primera.

En la actualidad se aprecian fenómenos como el calentamiento global y el efecto invernadero, ambos resultados de años y años de actividad inconsecuente del hombre y la solución más efectiva a esta degradación constante del entorno natural no puede ser otra diferente a la de promover un turismo sostenible, lo cual constituye una oportuna respuesta a la actual crisis ambiental y paralelamente a esta tendencia hacia un turismo sano, un turismo verde y un turismo no sólo para hoy, sino también para mañana.



Por otro lado, si hubiese que buscar una característica que pueda diferenciar al turista del siglo XXI del consumidor que fue protagonista desde mediados del siglo XX, ésta sería su creciente capacidad de elección. El turista de la era del conocimiento y la información, y lo que es más importante, de la facilidad de acceso a ese conocimiento e información, tiene a su alcance una enorme gama de ofertas turísticas y de ocio; así como una casi ilimitada capacidad para hacerlas efectivas por el aumento del tiempo libre, la continua mejora de los medios de transporte y la introducción de Internet en las formas de acceso a la comunicación, distribución y comercialización turística. Además es un consumidor exigente, para quien el tiempo de ocio forma parte esencial de su autorrealización personal y social (Cuenca, 2001: 60).

De igual manera, hay que tener claro que ya no se produce para consumidores indiferenciados. El turista actual es un consumidor activo, autónomo y perfectamente diferenciado, lo que implica la necesidad de construir productos a medida para públicos cada vez más segmentados. Hablar de turistas genéricos tiene poco sentido en un momento en el que el ocio es ante todo creatividad, autorrealización, calidad de vida y experimentación; en suma, la posibilidad de atesorar vivencias únicas e individuales en lo festivo, lo lúdico, lo educativo y lo cultural (Ávila y Barrado, 2005). Según los autores referenciados, las tendencias del desarrollo turístico en los últimos años se pueden mostrar de la siguiente manera:

### **1. Turismo de calidad:**

- ◆ Calidad como eje del desarrollo.
- ◆ Nuevas formas de organizar los productos y destinos turísticos.
- ◆ Mayor exigencia de los consumidores.

### **2. Turismo activo:**

- ◆ Autonomía.
- ◆ Formación.
- ◆ Nueva comprensión del ocio.
- ◆ Nueva segmentación.
- ◆ Autorrealización.

### **3. Turismo diversificado:**

- ◆ Desarrollo de nuevos modelos.
- ◆ Diversificación de los ámbitos de consumo.



- ◆ Aumento de la escala de consumo turístico.
- ◆ Construcción de experiencias diversificadas.

#### **4. Turismo responsable:**

- ◆ Preocupación por los efectos ambientales.
- ◆ Integración de los recursos territoriales como atractivos.
- ◆ Acciones de conservación.

Ante esta clasificación se comprende que el turismo, como fenómeno en desarrollo, implica cambios y uniones que lo hacen más competitivo y diversificado. Hoy los turistas con un compromiso ambiental marcado, son portadores de un conocimiento de desarrollo sostenible; lo que obliga a incluir en la confección y diseño de los nuevos productos, un soporte ambiental que sea visible y que asegure una estancia sana del cliente en el lugar de destino.

#### **1.3 El Turismo de Naturaleza y el Desarrollo Sostenible.**

El turismo sostenible propone una nueva perspectiva del cómo planificar la actividad, exige de una oferta completamente bien pensada, donde cada uno de sus componentes estén integrados de forma consecuente con los principios éticos sobre el manejo de los recursos naturales y culturales, de manera tal que no se afecten los ingresos económicos de los factores involucrados y esta práctica consecuente quede como legado y guía para todas las generaciones venideras.

Existen algunas definiciones sobre turismo sostenible, Gallego (2002) lo define como "la actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación".

La Organización Mundial del Turismo (2010) lo considera como un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen.

Ambas definiciones tratan la temática ampliamente, pero el autor se identifica con la ofrecida por la Organización Mundial del Turismo, puesto que esta definición deja ver a las claras la importancia de conservar y proteger el entorno natural constante y



obligatorio escenario de la actividad turística, y lo define como aquel que no compromete la conservación de los recursos naturales y culturales sobre los que se sustenta y por tanto, reconoce explícitamente las necesidades de su protección.

El desarrollar turismo de forma sustentable es un excelente negocio para todos, la comunidad receptora vela por sus recursos, dándole un uso racional, de esta forma estos no se agotan y pueden seguir sacándole provecho, el visitante a su vez exige la calidad ambiental, porque la conoce y sabe que los impactos negativos al medio ambiente no se pagan enjuiciando al culpable, sino que el planeta completo sufre las desastrosas consecuencias.

El concepto de sostenibilidad y los principios que este implica deben de aplicarse a todas las formas de turismo, ya sea a la motivación del viaje, el tipo de destinos o las actividades que el turista realice en ellos (Yunis Ahúes, 2004).

Para alcanzar un desarrollo sostenible de la actividad turística se requiere sostener un equilibrio entre las dimensiones ambientales, económicas y socioculturales, para esto es necesario establecer una serie de condiciones que se muestran a continuación:

- ♦ Formular una política de turismo a los niveles nacional, regional y local; el turismo no puede seguir creciendo en forma desordenada o anárquica, con acciones espontáneas por parte de actores que operan en un marco totalmente desregulado y descoordinado;
- ♦ La política de turismo debe ser el resultado de un proceso participativo donde todas las partes interesadas y especialmente la comunidad local son consultadas;
- ♦ Se requiere adoptar un enfoque integrador, en el cual el turismo es parte de un desarrollo global de la localidad o el país, y en el cual las infraestructuras propiamente turísticas son planificadas en conjunto con los requerimientos de infraestructuras generales, de formación de recursos humanos, de transportes, etc. así como también con el adecuado marco institucional;
- ♦ Las técnicas de evaluación de impacto ambiental deben de ser aplicadas desde el comienzo a todos los proyectos turísticos y desde su etapa inicial, antes de implementarlos. Debe asegurarse que los costos de evitar ciertos efectos potenciales negativos sean tomados en cuenta en los análisis de preinversión;
- ♦ La gestión de los destinos y de las empresas turísticas que allí operan deben tener al medio ambiente natural, a la cultura local y a los residentes locales en el



centro de sus preocupaciones; ninguna de las acciones que realicen las empresas turísticas para satisfacer a los turistas debe ser en detrimento de la localidad;

- ✦ Los límites al crecimiento del turismo expresados por ejemplo en términos de capacidad de carga u otro indicador, deben ser respetados de igual manera por autoridades públicas, empresarios privados y turísticos.

El desarrollo de un turismo sostenible proporciona ventajas de un valor incalculable tanto para las comunidades anfitrionas como para los visitantes, siendo conveniente para ambas partes. Algunas de estos beneficios son los siguientes:

- ✦ Ayuda a la integración de las comunidades locales con las actividades turísticas, al darle participación a sus pobladores para que se sientan identificados con la actividad, la hagan suya y obtengan sus propios beneficios y quienes más responsables que ellos para velar por su tierra.
- ✦ Crea las vías necesarias para hacer más factible la comprensión de cómo repercuten los impactos tanto negativos como positivos del turismo sobre los recursos naturales y culturales, ya sea mediante propaganda ambiental, eventos abiertos y otras variantes, pues conocer el fenómeno es la mejor manera de lidiar con él.
- ✦ Asegura un balance equitativo entre los costos y beneficios de cualquier tipo. Así mismo si se requiere un alto costo ambiental para determinado beneficio, pues esto obviamente no procede si se siguen los lineamientos trazados por este tipo de desarrollo.
- ✦ Constituye un detonador de la economía local a través de las inyecciones de capitales.
- ✦ Contribuye a la integración de la planificación nacional, regional y el desarrollo local, mostrando un mismo horizonte estratégico, donde las prioridades locales son un punto clave a tener en cuenta para la conformación de los planes estratégicos de cada país.
- ✦ Promueve obras de conservación del patrimonio tangible nacional, de las tradiciones tanto locales como nacionales.
- ✦ Propicia la restauración y conservación de sitios, yacimientos arqueológicos y monumentos de interés histórico y arquitectónico.



- ♦ Estimula el rescate de las diferentes manifestaciones culturales, música , teatro, pintura y de las tradiciones tanto locales como nacionales, con especial énfasis en las fiestas populares, actividades religiosas y de forma general en la misión de salvaguardar la identidad nacional.
- ♦ Refleja parte de los resultados económicos en la construcción de obras de beneficio local, centros de salud, escuelas, centros recreativos y espacios dedicados a la práctica de deportes y la realización de actividades de índole cultural.

Según Troncoso (1999) refiriéndose a los beneficios del turismo sostenible, estos se pueden resumir en dos aspectos esenciales:

- ♦ Mejora de la calidad de vida de las personas
- ♦ Consolidación de una conciencia integral del individuo.

El modelo de desarrollo sustentable crea una serie de condiciones de vida bien favorables que permiten el buen desenvolvimiento del individuo en su entorno, además de dotarlo de una sensibilidad ambiental que antes no poseía y ahora le da un sentido de pertenencia sobre esa casa de todos, que es el planeta Tierra.

Los espacios turísticos naturales emergen asociados al patrimonio natural representado por formaciones físicas, biológicas, geológicas, geomorfológicas y paisajísticas excepcionales desde el punto de vista estético y científico. Consideran además cualquier manifestación cultural pasada y presente.

Numerosos autores emplean indistintamente los términos turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo rural, turismo verde, agroturismo, turismo orientado a la naturaleza, turismo alternativo, turismo respetuoso, vacaciones en la naturaleza, turismo de estudio, turismo científico, turismo de bajo impacto, turismo blando. Se prefiere en esta tesis discernir como términos similares turismo en espacios naturales, turismo de naturaleza, turismo basado en la naturaleza, turismo orientado a la naturaleza, a su vez existen modalidades de este tipo de turismo como: ecoturismo, turismo de aventura, turismo en espacios naturales sensibles o zonas vírgenes.

El turismo de naturaleza es simplemente el turismo basado en la visita a recursos naturales y está estrechamente relacionado al ecoturismo pero no involucra necesariamente la conservación o la sustentabilidad (Drumm y Moore, 2002).



Uno de los conceptos más abarcadores es el de Ceballos-Lascuráin (1987) el cual define al turismo de naturaleza como "la ejecución de un viaje a áreas naturales que están relativamente sin perturbar o contaminar, con el objetivo específico de estudiar, admirar y gozar el panorama junto con sus plantas y animales silvestres y así mismo cualquier manifestación cultural (pasada y presente) que se encuentre en estas áreas".

El turismo de naturaleza incluye a todas aquellas modalidades del turismo en que la motivación del viaje o la selección del destino están determinadas por el disfrute de la naturaleza o de los componentes de la misma.

Los principios fundamentales en los que se basa el turismo de naturaleza según (Eagles. P. F, 1997; Medina, N y Santamaría, J.2004) son:

1. El doble papel que debe jugar el producto de la oferta turística, pues las ofertas de turismo de naturaleza pueden, combinadas, constituir un producto turístico en sí, complejo, capaz de atraer segmentos de mercado s.
2. En el ordenamiento territorial tiene como objetivo el uso racional de los recursos naturales, aprovechamiento óptimo de los espacios y propiciar la equidad social, e incluye un trabajo riguroso de planeamiento y de ordenamiento territorial integral, en el que se consideran las potencialidades y restricciones de los lugares y escenarios, y se garantiza el respeto de la legislación ambiental vigente, así como todas las regulaciones, tanto las generales como las específicas que estuvieron establecidas para cada sitio.
3. El tercer principio es el de la sostenibilidad, el turismo de naturaleza debe basarse y respetarse a ultranza los principios de la Sostenibilidad integral: en lo económico, social, cultural, y ambiental.

A partir de la terminología y definición asumida en esta investigación respecto al turismo de naturaleza se asumen como modalidades fundamentales de este turismo las planteadas por Paul F. J Eagles (1997). (Ver Anexo 2)

El turismo de naturaleza, como cualquiera otra actividad, si no está bien regulado puede generar algunos impactos negativos sobre el ambiente que puede afectar la calidad del turismo, la diversidad biológica y las comunidades anfitrionas.

Los tipos y magnitudes de los impactos asociados con el turismo de naturaleza varían en dependencia del tipo de actividad realizada en lugares determinados (Ver Anexo 3). Algunos impactos son obvios y fácilmente identificables mientras otros son indirectos y difíciles de cuantificar. La significación de cualquier impacto dependerá de lo genético y



de la dinámica de una población o ecosistema particular. Poblaciones pequeñas de especies raras o especies que se reproducen lentamente serán más afectadas que las especies más comunes de poblaciones grandes y ampliamente distribuidas (Font, 2010).

### **1.4 La animación turística en el contexto del Turismo de Naturaleza**

La modalidad insignia del turismo sostenible hoy en día lo constituye el Turismo de Naturaleza, el cual se amplía con un gran número de seguidores a nivel mundial. Esta modalidad del turismo ha sido implementada en todos los países del mundo donde el turismo es fuente fundamental en la generación de divisas pero que además abogan por la conservación de los recursos turísticos. En este plano es importante plantear que debe tenerse en cuenta las afectaciones al medio ambiente pues el turismo como mecanismo económico causa impactos negativos directamente al medio.

Este auge de la modalidad es debido a la actual creciente degradación del entorno natural en todas las regiones del planeta, dando lugar a la aparición de nuevos destinos emergentes, con una oferta renovada, de calidad y destinos que aportan ventajas de competencia, exotismo, calidad ambiental y de servicios, precios asequibles, etc, reemplazando a los destinos tradicionales y que practican un turismo masivo .

Una de las formas más directas de potenciar el desarrollo de un turismo sostenible se evidencia en la animación turística lo cual también constituye una necesidad de las instalaciones y hoteles ubicados en destinos naturales de realizar una planificación de sus actividades recreativas basadas en las posibilidades que brinda el entorno y su enfoque a la protección y conservación del mismo, para así impulsar el desarrollo turístico sustentable. Esto es posible con la elaboración de programas recreativos que tengan como premisa la protección del Medio Ambiente.

El término recreación es escuchado con alta frecuencia en los últimos años. La amplia variedad de su contenido permite que cada quien lo interprete de diferentes formas, sobre la base de su multiplicidad y diversidad de intereses que en el mundo moderno pueden contribuir a ser expresados en variados segmentos de actividades recreativas. Es por eso que muchas veces se encuentra que lo que para uno es recreación, para otro no lo es.

Según Dumazedier (1997), plantea que es el conjunto de ocupaciones a las que el hombre puede entregarse a su antojo, para el descanso, para divertirse o para



desarrollar su información o formación desinteresada, tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares o sociales

Otra definición bastante conocida es la emitida por la OMT (1995) que señala que la recreación es el desenvolvimiento placentero y espontáneo del hombre en el tiempo libre, con tendencia a satisfacer ansias psico-espirituales de descanso, entretenimiento, expresión, aventura y socialización.

Pérez Sánchez (1997) fundamenta la recreación como el conjunto de fenómenos y relación que surge en el proceso de aprovechamiento de tiempo libre mediante las actividades terapéuticas, profilácticas, cognoscitivas, deportivas, artísticas o culturales, sin que para ello sea necesario una compulsión externa y mediante las cuales se obtiene felicidad, satisfacción inmediata y desarrollo de la personalidad.

Las definiciones antes referenciadas aportan elementos de gran valor aunque ausentes de algunos elementos que resultan esenciales, la primera resulta ser esencialmente descriptiva, y no hace alusión al aspecto de autorrealización que se evidencia en la recreación actual, es popularmente conocida como las tres D (Descanso, Diversión y Desarrollo).

En la segunda se puede apreciar que el elemento socialización le imprime un sello particular que la distingue, por cuanto es uno de los aspectos de más resonancia en las funciones sociales, sin embargo, en ella no queda preciso el hecho del desarrollo que propicia al individuo, pero la última resulta ser más abarcadora y está acorde con los objetivos de esta investigación ya que parte de la concepción de que la recreación debe verse como una fuerza activa, capaz de propiciar el desarrollo personal y espiritual del individuo.

Se conoce que la relación de las tendencias humanas con el turismo moderno como actividad de recreación es pasar una estancia placentera y que propicie autorrealización, con un contenido físico cultural pronunciado en lo histórico, dialéctico y dinámico; este fenómeno ha hecho que existan ciertas incertidumbres para desarrollar la actividad recreativa y además se vean influidas por la preparación física y mental, por el nivel cultural, por la edad, por el sexo, por el temperamento, el medio ambiente, y el desconocimiento de mercados de acuerdo con el concepto social que se tenga de la recreación. De aquí que la recreación tenga que caracterizarse por la riqueza de la



variedad de formas y oportunidades que ofrezca , a fin de satisfacer los más variados intereses.

Para interpretar el fenómeno recreativo-activo se parte de las condiciones que el hombre moderno vive y cuestiona su desenvolvimiento en la vida, para satisfacer su esparcimiento en su tiempo libre, se desprende el siguiente análisis:

- ◆ Las grandes concentraciones urbanas industriales.
- ◆ El deterioro de las condiciones ambientales de vida ha alejado al hombre de la naturaleza, los peligros que este hecho puede acarrear para el cuerpo y para el alma.
- ◆ La prisa, el hacinamiento y el sedentarismo, causan por sí solos muchos trastornos, mucho dolor y mucha angustia que a veces se distribuye equivocadamente a motivos más hondos.

Si se brinda una mirada a estas particularidades se comprende que el hombre entonces trata de evadirse buscando interacción con la naturaleza, con otras culturas y la realización personal a través de la relación con sus semejantes. De esta forma existe un modo natural de evasión o también una manera de restablecer el equilibrio escapando al campo, al mar, o a la montaña siempre que los días de fiestas o de descanso lo permiten.

Toda actividad dedicada al turismo desde el área recreativa debe ser planificada y controlada para lograr una mayor competitividad y calidad en los servicios de animación. Por esto, aquellos establecimientos que quieran diferenciarse y ser más atractivos al turista actual deben apropiarse de herramientas y de nuevas fuerzas físicas para la conducción del turismo tradicional hacia un disfrute pleno del cliente y que esté dispuesto a repetir su viaje con seguridad (Herrera y Ramírez ,2010).

El hombre debe tener un nivel de motivación e igual de fuerzas internas que lo compulsen al disfrute de las actividades recreativas, por ello deben crearse las condiciones para enfocar el tratamiento recreativo hacia un turista con expectativas por satisfacer, el cual podrá adquirir nuevos elementos enriquecedores de la personalidad, lo que procede entonces a tenerse en cuenta como un complemento de los análisis anteriores, las características socio-psicológicas de la recreación las cuales están referidas en los fundamentos teóricos metodológicos a:



1. Las personas realizan las actividades recreativas por sí mismas, libres de cualquier obligación o compulsión social.
2. Las actividades recreativas brindan a los participantes su satisfacción inmediata.
3. El elemento de la recreación no está en el resultado sino en el disfrute a través de la participación.
4. La recreación es una forma de recreación en la que el hombre siente como expresión de una necesidad que se satisface (Pérez ,1997).

Por todo lo anterior, se conoce que las tendencias humanas hacia ciertas formas de actividad, están influidas por su preparación física y mental, por el nivel de cultura, por la edad, por el sexo, por el temperamento y que naturalmente, el medio ambiente entrará en condición o canalizará las formas de ajuste, de acuerdo al concepto social que se tenga de la recreación.

De aquí que los programas de recreación, en cualquiera de sus formas, deban caracterizarse por la riqueza en la variedad de formas, de oportunidades, que se ofrezcan, a fin de satisfacer los más variados intereses. Esto presupone otro concepto ligado estrechamente al de la recreación que es el referido a la animación turística.

La animación se conoce como un acto de comunicación que precede a la recreación pero que se complementan en un solo objetivo. A continuación se hace referencia obligada a algunas de las múltiples definiciones que se han establecido sobre el tema de la animación.

De acuerdo con Goeldner (2000), animar es hacer participar a la población en el aumento de su vitalidad; devolverle el alma, un espíritu de equipo, un impulso, despertar el espíritu, pionero en un clima de libertad, es hacer que cada uno se retome su destino en sus manos''.

Si se revisa la definición de (Rivera, 2001), se considera la animación como un conjunto de acciones emprendidas en el cuadro de una comunidad de vida, busca armonizar la vida social, permitiendo a cada uno una mejor forma de posición en la vida cotidiana y con una inserción en la sociedad.

Según la Enciclopedia Turística (2009): Animación es un tipo de atención a los visitantes o turistas encaminada a estimular ciertas facetas de su comportamiento, gracias a lo cual se genera entusiasmo en torno a algunas actividades turísticas con el fin de promover determinadas experiencias.



La Animación Turística, aparece hoy como una actividad nueva, ciertamente poco conocida, como un tema complejo que da lugar a diversas interpretaciones, como un conjunto de actos coordinados con múltiples aspectos que deben adaptarse a un mercado en plena evolución. La animación se relaciona sobre todo con el tiempo de vacaciones, con el tiempo privilegiado del ocio asociado a una experiencia turística” (OMT, 1983).

Se asume entonces que existe una unidad indisoluble entre ambos conceptos que otorgan a la animación, como concreción del acto, un carácter dinámico y deje de ser un fenómeno estático que toma forma y adquiere proporciones objetivas cuando es realmente aplicado para la gran mayoría, para convertirse entonces en una influyente fuerza vital en el desarrollo de las personas.

Cuando se hace un análisis de estas cuestiones y se enfoca la concepción de recreación, juego, turismo y animación se piensa que se habla de un solo proceso, fenómeno u objeto, en lo teórico esto tiene su explicación de sinónimos en las tres primeras palabras, de ahí que existe una relación entre ellas, que desde un punto de vista histórico social cada una tiene su marco de aparición muy estrechamente ligado al surgimiento y comportamiento del hombre desde su surgimiento en relación con la evolución y desarrollo de la actividad humana.

### **1.5 Objetivos de la animación**

La animación hotelera, por su carácter es algo nuevo y diferente, pero dada la competencia que existe entre las diversas cadenas hoteleras por tener la mayor cantidad de huéspedes, esta práctica se ha desarrollado con mucho éxito y gran fuerza para hacer más atractiva la estancia de los turistas en los hoteles. En este sentido y con el objetivo de ofrecer a los turistas algo nuevo y diferente cada día, es que juega su importante papel la animación hotelera (Abreu, 2001).

Cada instalación en función del turismo que reciba, debe establecer un programa de actividades con carácter flexible. Es necesario conocer las características del visitante, sus necesidades, intereses, gustos y preferencias para poder plasmar las actividades en el programa y salir de los esquemas rígidos.

Las actividades de animación tienen como campo de acción las instalaciones hoteleras y extrahoteleras que atienden el turismo de estancia fundamentalmente, durante todo el año, tanto para el turismo nacional como el internacional. Pero para ambos tipos de



turismo las actividades difieren en contenido y forma de realización, ya que requieren una adaptación a las características de idiosincrasia, gusto, preferencias y objetivos generales del turismo.

La animación por su complejidad es una actividad que tiene que estar sumamente planificada y organizada y debe ser realizada por un equipo de animación, que no es más que un grupo de técnicos y trabajadores de una instalación turística en sus diferentes manifestaciones y vertientes motivacionales.

En esta planificación de las actividades recreativas se produce una necesidad, y está dada por el trazado de objetivos que deben ser ejecutados mediante una animación enfocada al cliente que se aloja en la instalación y que ante todo tengan carácter estratégico. Estos objetivos son los siguientes:

- ◆ Poner en función del turista todas las posibilidades de entretenimiento existentes, de una manera programada que resulte atractiva y funcional, proporcionando una amplia gama de actividades organizadas opcionales, que permitan desarrollar las potencialidades de su tiempo libre vacacional.
- ◆ Divulgar el producto turístico y su calidad.
- ◆ Lograr a través de la animación elevar los niveles de servicios que conciernen directa o indirectamente al turista, así como enriquecimiento de las ofertas, basado en la necesidad que ésta requiere.
- ◆ Lograr la conformación de una imagen que promueva el prestigio de las instalaciones turísticas, creando precedentes positivos y de esta forma elevar el índice de repitentes.
- ◆ Poner el conjunto de servicios en función de la estancia y dirigirlos al fin común de satisfacer las necesidades recreativas y cognitivas del turista.

### **1.6 El animador turístico en el contexto del turismo de naturaleza.**

Cuando se hace referencia a la naturaleza, se centra al paisaje, como un recurso esencial, que puede ser apreciado y admirado por todos los visitantes, pero que resulta susceptible a ser dañado, por lo que debe ser celosamente preservado. Precisamente se encuentran los destinos turísticos ubicados en lugares naturales de singular belleza (playas, cayos, áreas protegidas etc.), dotados de atractivos inigualables donde se conjugan tales valores con el carácter peculiar de las culturas anfitrionas. Son esos lugares y sus alrededores una invitación al descanso y la contemplación.



Conservar los recursos naturales en esos sitios, constituye un reto para los trabajadores de las instalaciones hoteleras, pues existen necesidades en los hombres que no son tan tangibles, pero que están vinculadas a las emociones estéticas y a la apreciación de la belleza y la libertad, las que encuentran un cauce natural en la contemplación de ese espectáculo natural no degradado (Lantigua, 2006).

En la preservación de todas esas riquezas naturales juegan un papel preponderante los trabajadores del sector turístico, no solo por lo que ellos mismos aporten en el cuidado y conservación de tan preciados tesoros, sino también en su influencia educativa sobre las demás personas. Un papel primordial en este empeño lo poseen los animadores, llamados mediadores de ocio y quienes comparten una gran parte del tiempo con los clientes y están presentes en casi todas las áreas del hotel. Esto se potencia aún más en las modalidades de paquetes turísticos, del tipo “*all inclusive resorts*”, en las que la animación tiene un gran peso en la actividad diaria que se le ofrece al turista.

Los animadores además de ser estudiosos de la naturaleza y la vida cultural del país, en sus variadas formas y especies, deben convertirse en defensores de los valores naturales, con la sensibilidad propia de toda persona culta. Por tanto y teniendo en cuenta la acción sistemática que deben realizar con los clientes, procuran fomentar en ellos el respeto por los extraordinarios tesoros que encierra nuestro medio ambiente, siempre recordando que el que lucha porque se oigan sus opiniones y trabaja activamente con los demás, contribuye al desarrollo del mundo.

Según Lantigua (2006) a través del contacto directo con los turistas, el animador puede convertirse en agente sensibilizador ante la preservación del medio, a la par que puede ser orientador ante la adopción de conductas elementales tales como :

- ◆ el cuidado de los árboles y las plantas ornamentales,
- ◆ la apreciación y valoración del paisaje natural de la localidad,
- ◆ la protección de la fauna local, evitando con ello la caza de las diversas especies,
- ◆ la preservación de las formaciones minerales donde quiera que las mismas se encuentren,
- ◆ la protección de los corales y otras especies marinas,
- ◆ el respeto por las disposiciones establecidas en cada lugar y la evitación de arrojar basuras en campos y playas, así otras formas de contaminación del suelo.



Al transmitir todas esas ideas el animador lo hará siempre de manera cortés y afable, creando un clima adecuado en las relaciones con sus clientes. En todos los casos se evitarán criterios impositivos, logrando la comprensión colectiva. A ello ayudan las legislaciones y educación ecologista que reciben muchos de los turistas en sus países de origen, pero no solo a través del diálogo es que se hace posible transmitir esos mensajes a los clientes, pues existen otras variantes que constituyen también acciones de animación como:

- ◆ Ofrecer vídeos donde se aprecien las bellezas autóctonas y los esfuerzos que realizan el país y la región por preservarlas.
- ◆ Impartir conferencias por parte de personal especializado que se convoque .
- ◆ Ofertar libros y revistas dedicadas al tema.
- ◆ Visitar lugares donde habiten especies valiosas .
- ◆ Realizar excursiones subacuáticas, acompañadas de una adecuada preparación y dirigidas sobre todo a la preservación del fondo marino y especies que le habitan.
- ◆ Exponer gráficas con fotos e ilustraciones de los paisajes y especies.
- ◆ Explicar aspectos relacionados con la región en ocasión de efectuar caminatas, excursiones y otros paseos.

Entre las referidas acciones figuran los recorridos por los alrededores del hotel realizados en bicicleta, los que resultan muy gratos al turista pues con ellos tienen la excelente oportunidad de conocer en detalles la naturaleza de la localidad que visitan, a la par que realizan actividades físicas de inestimable valor para su salud.

Entre las posibilidades de realización de actividades ambientalistas, se encuentran las vinculadas a la siembra de plantas. Esta se puede generar a través de eventos temáticos. Ejemplo de ello es la siembra del árbol de la amistad, asociado a la presencia de clientes repitentes.

También son recurrentes los concursos de plástica paisajista inspirados en accidentes del lugar, los encuentros para conversar sobre temas naturales, concursos fotográficos destinados a resaltar los atractivos del medio y la oferta de espectáculos que lleven implícitos temas ambientales, así como la realización de otros con mensajes culturales autóctonos que sean exponentes de las verdaderas tradiciones y la celebración de



variadas actividades temáticas relacionadas con todos estos valores, lo que contribuye de seguro al logro de un mayor cuidado y protección del medio ambiente.

La realización de todas estas acciones estará siempre precedida de una adecuada decoración de las áreas de mayor concentración de clientes y de aquellas donde se realicen las acciones de animación.

Pero en todo este proceso, un papel preponderante lo ocupa la conducta del animador, la que debe por su ejemplaridad, promover el respeto ambiental entre sus clientes. Esa conducta debe ser en todo momento coherente con la cosmovisión ambientalista que se pretende promover. De aquí que en su concepción, los profesionales de la animación obedezcan a requerimientos tales como una cultura verdaderamente integral, dirigida a preservar el entorno, contentivo también de las riquezas espirituales.

La animación es por tanto un medio efectivo para promover el cuidado y protección del medio ambiente y no debe considerarse de manera incorrecta, como un ente solo responsabilizado con las actividades de carácter lúdico y recreativo. La contribución de la animación al logro de un turismo sostenible, constituye un hecho relevante dentro de las estructuras hoteleras y aumenta considerablemente la importancia de esta labor y de las personas responsabilizadas con la recreación del cliente.

### **1.7 Conclusiones del capítulo**

Luego del análisis realizado en este capítulo se puede arribar a las siguientes conclusiones:

1. El turismo continuará siendo un factor clave para el desarrollo económico, social y medioambiental debido a su carácter multiplicador y multisectorial el cual proporciona ventajas de desarrollo tanto para las comunidades anfitrionas como para los visitantes ,



siempre que esa actividad sostenga un equilibrio entre las dimensiones ambientales, económicas y socioculturales.

2. La animación turística es una de las formas más directas de potenciar el desarrollo de un turismo sostenible, lo cual constituye una necesidad de los hoteles ubicados en destinos naturales, además juega un papel clave en la vinculación del turista con el medio para propiciar su conservación.

3. Los animadores turísticos tienen la necesidad de jugar un papel preponderante en la preservación de las riquezas patrimoniales y naturales, no solo por lo que ellos mismos aporten en el cuidado y conservación, sino porque ellos son líderes transformadores de los modos de vida de las sociedades modernas, dotados de herramientas como: iniciativa, participación, creatividad y comunicación.

4. La animación, por su complejidad, es una actividad que tiene que estar planificada y organizada a través de un programa como documento que teniendo en cuenta las características de los clientes, establece el plan de actividades a realizar en un período determinado.

## *Capítulo II*



## **CAPÍTULO 2: DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD RECREATIVA EN EL HOTEL HANABANILLA**

### **2.1 Introducción al capítulo**

Al concepto "Diagnóstico" corresponde una definición que se refiere a la acción de indagar, investigar, detectar o conocer. En algún momento del desarrollo de la humanidad fue esencialmente asociado al campo de la medicina. En la actualidad, la palabra diagnóstico se emplea en numerosos ámbitos, uno de ellos es el empresarial.

Según ha planteado Moyasevich (2002), el diagnóstico es la manera de contextualizar o de recoger las características del objeto de estudio. Tiene como objetivo principal visualizar, detectar y explicar la situación actual del mismo, con sus síntomas, problemas y causas; con los efectos que produce, fijando sus puntos fuertes y débiles con repercusiones en las distintas áreas que influyan en ella y plantear las conclusiones y recomendaciones para proponer un mejoramiento en la base de la situación real.

En el presente capítulo se presentará el diagnóstico de la entidad objeto de estudio atendiendo a sus particularidades y posibilidades. Para esto se apoya en métodos de investigación científica a fin de analizar los resultados para la aplicación de la propuesta recreativa. El diagnóstico incluye el análisis del manual de procedimiento existente y la caracterización del hotel.

### **2.2 Análisis de las metodologías para el diagnóstico**

Al analizar las metodologías para la realización de diagnósticos en el campo del turismo se tuvo en cuenta la pertinencia de las mismas al objeto de estudio de esta investigación. Para el desarrollo de este diagnóstico se analizaron diversas metodologías y procedimientos existentes en la literatura actual, de manera independiente y de forma comparativa, con el fin de determinar la más adecuada a las características específicas de la investigación, estas son:

- Metodología para el diagnóstico tecnológico PyMES (DT -PyMES) 1993.
- Metodología de Morales (2007), Procedimiento para nuevos productos.
- Metodología para el diagnóstico cualitativo (Añorga, 2002).
- Metodología MOUGLI.
- European Foundation for Quality Management (EFQM).
- Procedimiento para el diseño de programas recreativos en hoteles del centro de Cuba (Rodríguez y Molina, 2011).



Cada una de las metodologías revisadas posee determinadas características, peculiaridades y estructuras; y casi todas enfocadas al diagnóstico empresarial. Además se percibe que ninguna de ellas ofrecería el tipo de información pertinente al trabajo que se realiza. Se encontró un procedimiento que se decide modificar, propuesto por Rodríguez y Molina (2011), el cual contiene los elementos claves para la concepción de programas recreativos en hoteles (Ver anexo 4).

Al procedimiento seleccionado se le realizan algunas modificaciones acorde s con los objetivos específicos de la presente investigación, partiendo de un diagnóstico detallado del área recreativa objeto de estudio, el cual constituye la base en la que se sustenta la propuesta recreativa, se presenta en la figura 2. Además para la complementación del diagnóstico se aplican técnicas y métodos científicos destacándose la observación, la encuesta y la entrevista con una triangulación final.

El procedimiento seleccionado consta de 3 fases, la primera referida al diagnóstico de la actividad recreativa y a partir de este la formulación de los fines recreativos u objetivos de recreación. Se presenta la caracterización de la entidad realizando un análisis del macroentorno y el microentorno.

La segunda se encarga del estudio del mercado o mercados hacia los cuales se dirigen las acciones recreativas y las posibles estrategias a utilizar y la tercera dedicada a la presentación del programa recreativo. Este programa debe ser fundamentado y deben explicarse las razones que dieron lugar al mismo, las bases que lo sustentan y los objetivos de su existencia.

Este capítulo se centra esencialmente en la fase uno y dos del procedimiento ya que estas son las que hacen énfasis en el diagnóstico de la gestión de animación y recreación en la instalación objeto de estudio.

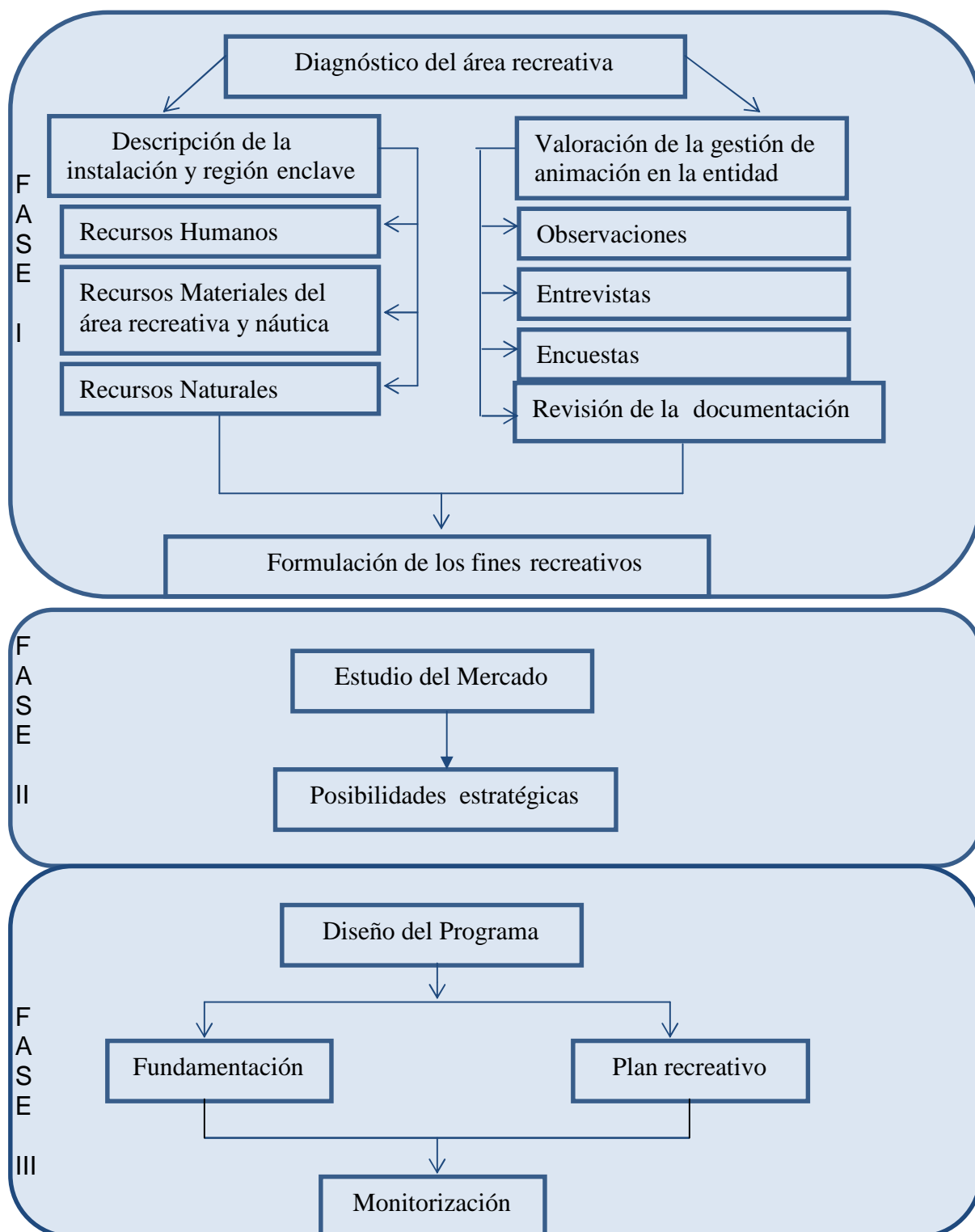


Figura 2: Adaptaciones propuestas al procedimiento de Rodríguez y Molina (2011).

Fuente: Elaboración propia.



### 2.3 Diagnóstico del área recreativa en el Hotel Hanabanilla.

La realización de este diagnóstico parte del **Paso I**, el cual permite la **descripción de la instalación y región enclave** :

Ubicado en el corazón del Escambray y rodeado de montañas de intensa vegetación, se encuentra el Hotel Hanabanilla. Cercano a las ciudades de Cienfuegos, Trinidad y Santa Clara. Enclavado en las márgenes del majestuoso lago Hanabanilla, en el macizo montañoso Guamuhaya.

Lo que un tiempo sería el valle de la Siguaneya, dio nacimiento a este lago rodeado por montañas y alimentado principalmente por tres ríos: Hanabanilla, Río Negro y Guamuhaya. El Lago Hanabanilla es lugar ideal para la pesca deportiva, ya que en estas aguas se encuentran los mayores ejemplares de truchas en nuestro país, también es propicio para la realización de actividades vinculadas a la naturaleza como senderismo, observación del paisaje y paseo por el lago, entre otras. Navegando por sus aguas el visitante podrá apreciar el Restaurante Río Negro, construido al estilo propio de la cultura Taína, la casa del campesino con la degustación de un exquisito café criollo y la cascada La Trucha con la belleza de un medio prácticamente virgen además de estar en contacto con la variedad de especies de la flora y la fauna de la región.

El Hotel Hanabanilla, perteneciente a la cadena de turismo Islazul fue inaugurado el 26 de julio de 1975 por nuestro Comandante en Jefe Fidel Castro Ruz. Fue su iniciativa construirlo en las márgenes del embalse Hanabanilla, que le da nombre a la instalación .

La instalación ha pertenecido siempre a instituciones del Estado:

1. Empresa Turística Villa Clara INTUR (1975 - 1993)
2. Cadena Turística Horizontes MINTUR (1993 - 1994)
3. Cadena Turística ISLAZUL MINTUR (1995 - 2006)
4. Grupo Empresarial ISLAZUL. MINTUR (2006 hasta la fecha)

El hotel se comercializa hoy con categoría de dos estrellas, hotel de naturaleza y de un tamaño mediano, cuenta con total de 125 habitaciones, de las cuales 123 son dobles y 2 son suites, habitaciones disponibles 80 dobles, todas climatizadas, con baño privado, servicio telefónico y televisión satelital para que el cliente pueda disfrutar de la cercanía de la naturaleza sin abandonar el confort de la vida moderna.

La singularidad del paisaje natural constituye el mayor atractivo del lugar, dada la increíble combinación de agua, montañas y luces. Además, como característica



particular de la entidad figura la existencia de dos puntos de servicios extrahoteleros como se expone a continuación:

- Base Náutica: Muelles flotantes con bar y medios náuticos.
- Restaurante Río Negro: Ubicado en una ladera de las montañas que rodean al lago y a 7 km de distancia del hotel, construido al estilo taíno, de madera, guano y concreto.

### **Recursos Humanos.**

La estructura de la organización consta de 152 plazas, disgregadas en 12 departamentos y 2 brigadas de trabajo. Es de destacar que el área de animación está compuesta por un jefe de recreación y un operador de audio solamente, pero además se realiza la contratación de un grupo musical al Ministerio de Cultura, que apoya la recreación del Hotel.

### **Recursos Materiales del área recreativa y náutica:**

- 1 Equipo de audio y música 4
- 2 Equipo de luces para Sala de Fiestas y espectáculos.
- 3 DVD 1
- 4 Barco de 40 plazas 2
- 5 Barco de 12 plazas 1
- 6 Lancha rápida de 4 plazas 5
- 7 Lancha rápida de 8 plazas 2
- 8 Bote con remos 5
- 9 Kayak de 2 plazas 2
- 10 Bicicleta acuática 4
- 11 Skier 1
- 12 Piscina 1
- 13 Sala de fiesta
- 14 Parque infantil
- 15 Salón polivalente (Multiuso)
- 16 Punto náutico

### **Recursos naturales:**

La cuenca Hanabanilla es un área del macizo montañoso Guamu haya destacado por su potencial de valores naturales y socioculturales y por las características de las aguas del lago. Embalse navegable y propicio para la realización de actividades como la pesca



deportiva, los paseos por el lago, la observación del paisaje, y otras actividades vinculadas a los entornos naturales como es el senderismo, caminatas y visitas a las comunidades locales. La extensión territorial de la cuenca del Hanabanilla, es de aproximadamente 278,6 km<sup>2</sup>, con alturas que van desde los 50 m sobre el nivel del mar en las inmediaciones del asentamiento Cumanayagua, hasta 1140 m en el Pico San Juan, con una altura media de 75,06 m. Este lago es el único intramontano de nuestro país y las montañas que lo rodean están cubiertas de una exuberante vegetación con especies endémicas de la zona. Hanabanilla, en lengua aborigen, quiere decir “pequeña cesta de oro”, atribuido por los incomparables valores naturales que guarda. Su más preciado tesoro que pudiera haber dado nombre a la zona, era la joven princesa india Hanabanilla, hija del cacique Arimao, uno de los más respetados de la isla.

Es el único lago con características intramontanas del país, sitio ideal para los amantes de la naturaleza, un espejo de agua que tiene entre 30 y 40 metros de profundidad como promedio, con una altitud sobre el nivel del mar de 364 m y un potencial de almacenamiento de 300 millones de metros cúbicos aproximadamente.

- ♦ **Vegetación:** Bosque semidecíduo mesófilo, bosque siempre verde mesófilo, bosque pluvial montano, bosque de galería y vegetación secundaria
- ♦ **Flora:** se reportan 472 especies de plantas
- ♦ **Fauna:** representada por 280 especies en las diferentes taxas siendo los Endémicos más representativos: Cotorra (*Amazona leucocephala*), Cartacuba (*Todus multicolor*), Perico Catey (*Aratinga euops*), Toco-ro ( *Priotelus temnurus*), Majá de Santa María (*Epicrates angulifer*), Jutía Conga (*Capromis pilorides*), Carpintero Churroso (*Colaptes fernandinae*), Carpintero Verde (*Xiphidiopicus percussus*), Zunzún (*Chlorostilbun ricordii*), Arriero (*Saurotera merlini merlini*), Chillina (*Teretristis fernandina*), Chipoyo Verde (*Anolis equestris*) y Ceniciento (*Chamaeleolis chamaeleonides*), entre otros.

Existen en esta zona 6 senderos de naturaleza a:

### 1. Un reto a la loma del Atalaya

La ruta consta de una distancia de 17 km, se recorre aproximadamente en 7 horas y consta de una visita al campesino, almuerzo campestre. La mayor dificultad de la ruta es su longitud, está apta para personas de buenas condiciones físicas. La comodidad del camino, su extensión por zonas abiertas con visuales exclusivas, la diversidad del



paisaje, flora, fauna y la posibilidad de disfrutar y compartir con los campesinos del área, conociendo sus costumbres, tradiciones y técnicas de cultivos, son entre otros los mayores valores de la ruta.

Desde la máxima altura de la ruta se disfruta de un magnifico paisaje hacia los 4 puntos cardinales con visuales panorámicas de la ciudad de Cienfuegos, llanuras de Santa Clara, Municipio de Santa Clara y el embalse Hanabanilla. La ruta con cluye con la visita a la cueva El Brollo, la mayor de nuestra p rovincia. Sus amplios salones de aproximadamente 600 m de longitud permiten el fácil acceso y la contemplación de sus bellezas interiores. En el encuentro con los campesinos y niños de escuelas rurales, se puede conocer toda la riqueza humana y la atención priorizada de la Revolución a la montaña cubana.

### **2. La Colicambiada.**

La parte inicial del recorrido hasta el mirador es relativamente fácil, a través de terrenos de poco declive. En el resto del recorrido se combinan pendientes más o menos fuertes. Los mayores valores de la ruta incluyen recorrer bosques húmedos de frondosos árboles asociados a sumideros cárnicos. Arroyos estacionales, vaguadas y el lento curso del Río Negro. Abundan los helechos Curujeyes, la mariposa y orquídeas como atractivas plantas sobre el Carso, zonas cultivadas, bosques siempre verdes, vegetación secundaria, entre Cartacuba, el tocororo, el arriero, el negrito, el bobito chico, el pitirre guatíbire, el zorzal real y en ocasiones algún bando de cotorra s o cateyes. Se observan además lagartos, destacándose el coronel y algunas especies de moluscos como los Zachrysia auricoma. Aunque la mayor parte de la ruta propo rciona la observación del paisaje, es desde la cima de la loma la Colicambiada donde se logran visuales del valle del Río Negro.

### **3. La montaña por dentro.**

El Traslado en barco desde el hotel al inicio de la ruta 35 min. Desde el final de la ruta al hotel, 1 h. La ruta tiene dificultad por su longitud y las fuertes pendientes, se realiza totalmente caminando aunque el tramo del campamento al poblado del Nicho puede hacerse en transporte automotor, como bien dice su nombre recorre la montaña por dentro, comenzando con la contemplación de un bello salto de agua asociado a las estaciones del año y primavera. Continúa por riveras de arroyos, antiguos caminos empedrados, pendientes más o menos fuertes y simas, entre otros accidentes de relieve,



interpretando los valores de la diversidad de la montaña, se disfruta de la compañía de lagartos, mariposas moluscos aves, etc. Se logran hermosas visuales del macizo montañoso, concluyendo la ruta en el poblado de montaña del Nicho, que como bien dice su nombre, es el nicho de bellos paisajes, riqueza natural, cultural y social.

#### **4. La rivera por dentro**

Tiene poca dificultad y se realiza totalmente caminando con una longitud de 3,4 km. El primer sector de la ruta se transita por bosques húmedos, asociados a arroyos con sembrados de café en algunos sectores. Se observan grandes árboles como el Algarrobo, La Guásima, El Cuajaní, etc. Abundan las mariposas, Curujeyes y otras epifitas. Las facilidades de la ruta, lo agradable del microclima y el compartir con la familia campesina, son sus principales atractivos. La ruta concluye en el centro turístico Río Negro, sitio de arquitectura singular.

#### **5. El mirador.**

En general, presenta poca dificultad, con excepción de un tramo de 341 m. con pendiente aproximada de 45 grados. Se realiza totalmente caminando. El sendero transcurre en su mayor extensión por un bosque seminatural, donde resaltan ejemplares de árboles frondosos de importancia ecológica y/o económica. Entre las especies que se pueden observar, tenemos el Jagüey, la Ceiba, El Cuajaní, la Ayúa, entre otros. Numerosas epifitas abundan sobre árboles y arbustos, resaltando por su belleza, singularidad y abundancia la Guajaca. Los últimos 90 m en el ascenso a la máxima altura transcurren por una zona abierta, logrando visuales de extraordinaria belleza. El sendero concluye en el centro turístico Río Negro, sitio de original arquitectura.

#### **6. Los helechos.**

El sendero transcurre en su totalidad por un bosque húmedo asociado a la rivera del arroyo trinitario, curso de agua de mayor atractivo del área protegida. En los últimos 120 m de su recorrido se pueden observar saltos y posetas de gran belleza escénicas, siendo el conocido como La Cascada un sitio propicio para un refrescante baño. La sombra de los frondosos y tupidos árboles, acompañada de la humedad del arroyo, han favorecido la abundancia de helechos, destacándose los milenarios helechos arborescentes. Entre las aves que más abundan tenemos el tocororo, la Carta Cuba, el Zorzal, el Negrito, el Cabrero y más de 15 especies de bijiritas en la etapa de migración



por solo citar algunos ejemplos. En la cueva del Sijú existen evidencias de la comunidad siboney que allí habitó en otras épocas.

Cultura e historia se dan la mano en un entorno único para el desarrollo de actividades náuticas, programas de senderismo y opciones dedicadas al turismo de naturaleza en un medio prácticamente virgen y reconocido por la variedad de especies de la flora y la fauna en la región.

### **Paso II: Valoración de la actividad de animación en la entidad**

A partir de estos propósitos se retoma la situación problemática redactada en la introducción del diploma la cual declara irregularidades en el ejercicio de la recreación. Para ello y aplicando métodos de investigación científica en la búsqueda de soluciones a los problemas planteados, se hace uso de la observación directa (Ver anexo 5).

En este análisis se obtuvo como resultado:

- ✦ Ausencia de actividades recreativas en horarios diurnos.
- ✦ Ausencia de áreas deportivas.
- ✦ Ausencia de sala de juego.
- ✦ Inexistencia de un programa recreativo adecuado. Existe un manual de operaciones muy general.
- ✦ No existe una vinculación de las actividades recreativas con el entorno natural circundante.
- ✦ No se promueve la conservación del medio ambiente durante el acto recreativo.
- ✦ Deficiente estado técnico de los recursos materiales destinados a la animación.
- ✦ La recreación es eminentemente musical a cargo de un conjunto contratado al Ministerio de Cultura.

Seguidamente se realiza una técnica participativa, que en este caso fue la lluvia de ideas, de conjunto con el Jefe de Recreación e integrantes del grupo musical para conocer las opiniones de los responsables de la animación respecto a la misma y su impacto en el entorno hotelero, así como las relaciones que se establecen con las demás áreas. La técnica se basó en la motivación de los trabajadores para expresar sus verdaderas ideas. Los resultados de esta lluvia de ideas arrojaron como elementos importantes los siguientes:

- ✦ Existe un solo animador que participa y supervisa las actividades diurnas y nocturnas, y que es el jefe del área.



- ♦ En ocasiones este animador tiene que apoyar las realizaciones de actividades en otras áreas, debido a la falta de personal, y descuida sus actividades diarias.
- ♦ Existe un déficit de apoyo de los trabajadores de las demás áreas a las actividades de recreación.
- ♦ El equipo de animación está compuesto por un animador, un operador de sonido y un grupo musical contratado al Ministerio de Cultura, por lo que la mayoría de las actividades tienen perfil musical.
- ♦ Las áreas dedicadas a la recreación son muy limitadas y existe gran cantidad de espacio para enriquecerlas.
- ♦ Es necesario ampliar la plantilla del equipo de animación.
- ♦ Los integrantes del grupo musical no tienen sentido de pertenencia respecto a la instalación.

El tercer método aplicado fue la entrevista al Jefe Recreación (Ver anexo 6) y se realizó con el objetivo de conocer las principales dificultades que presenta esta área. Mediante esta entrevista al compañero Máximo Andrés Medinas Hurtado, quien ocupa el mencionado cargo y responde al cuestionario, se muestran algunas deficiencias del área, las cuales de ser resueltas, serán las claves para el desarrollo del entretenimiento de los clientes en el hotel.

El entrevistado posee veintidos años de experiencia como trabajador de la instalación y en cinco de ellos ha ocupado el cargo de Jefe del Área de Recreación. A través de esta entrevista se pudieron conocer las particularidades y dinámicas con que opera el área y las dificultades que presenta la misma, así como las estrategias que se necesitan implementar a fin de llevar a cabo una satisfactoria gestión del área, que esté acorde con el tipo de clientes que visitan el hotel y que aproveche las potencialidades que brinda el entorno circundante. Estas particularidades son:

- ♦ No existe variedad en la recreación para los clientes que visitan el hotel.
- ♦ La recreación actual de manera general es pésima, no se realizan actividades en el horario diurno, en el área de piscina se pone música mecánica y en un momento de la tarde el grupo musical hace una presentación.
- ♦ Existe un Manual de Operaciones de Recreación muy general y que no se adecua a las particularidades del medio, diseñado para todos los hoteles de la cadena Islazul.



- ◆ No se corresponde el Manual de Operaciones de Recreación establecido con las necesidades del cliente real que visita el hotel.
- ◆ No existe un plan emergente para casos de contingencias climáticas.
- ◆ No se explotan las posibilidades de los juegos pasivos ni electrónicos.
- ◆ No se realiza ninguna actividad recreativa vinculada a la riqueza natural que rodea la instalación.
- ◆ No se divulga la importancia de la conservación del medio ambiente.

Según expresó el compañero entrevistado, la situación actual tiene como base dos causas fundamentales:

1. La reducción de plantilla, que ha simplificado en gran medida al equipo de animación.
2. La reducción del presupuesto destinado a la recreación.

El siguiente método aplicado fue la encuesta, en el anexo 7 se puede apreciar la encuesta realizada a los clientes de una población infinita conformada por el total de clientes (más de 300) y para su aplicación se concibió para una muestra de 150 clientes los cuales participaron como visitantes en 2011.

El cálculo del tamaño de la muestra se realiza con la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

**Población infinita:**

El tamaño de muestra se obtuvo mediante los datos siguientes:

Nivel de confianza: 95% que determina que  $Z = 1.96$

Nivel de satisfacción: 50% ( $p=q = 0,5$ )

Error muestral: 8% ( $d$ )

También se persigue el objetivo de conocer el grado de satisfacción de los clientes con la escasa recreación con que cuenta el Hotel. Los resultados quedan de la siguiente manera:

- ◆ De los clientes encuestados 93 fueron del sexo masculino y los restantes 57 del femenino, además 114 de procedencia nacional y los otros 36 procedentes de



mercados extranjeros, lo que evidencia la importancia del mercado nacional para la instalación.

- ♦ Esta encuesta arrojó que el 80% de los clientes estimaban la animación mala y que solo el 20% la consideraba regular, demostrando los serios problemas existentes.
- ♦ De los turistas encuestados, 92 de ellos, el 61,33%, dijo no haber participado en las actividades de recreación realizadas en las áreas del hotel. Los 58 restantes, el 38,66%, dijo haber participado.
- ♦ En muchas actividades participaron solo 20 clientes, el 13,33%; en algunas de ellas 79, para un 52,66% y en ninguna incurrieron 51, representando un 34% de los clientes encuestados.
- ♦ De las actividades que se realizaron las de mayor atracción por parte de los clientes fue en el área del lago, destacándose el paseo por el lago con 93 clientes, representando el 62%, la competencia de Kayak tuvieron el placer de disfrutarla 60 clientes, representando el 40%, y tuvieron el gusto de participar en la discoteca 50 clientes, que representa un 33,33% de los clientes encuestados.

Los clientes determinaron que las actividades siguientes tuvieran un orden de prioridad según el grado de satisfacción.

1. Los recorridos por los senderos fueron elegidos por 65 clientes, siendo la actividad más solicitada por ellos, representando el 43,33% de los encuestados.
2. Después continúan los paseos por el lago que lo solicitaron 34 clientes, representando el 22,66%.
3. Seguidamente se encuentran las actividades participativas en el área de piscina que la requirieron 25 clientes, para un 16,66%.
4. Luego se ubica la pesca deportiva reclamada por 19 visitantes, que representa el 12,66% de los encuestados.
5. Por último se encuentra la visita a la casa del campesino escogido solo por 7 turistas, para un 4,66% del total.

El análisis de estos datos llevan a determinar que:

- ♦ La valoración de la Animación en el Hotel por los clientes es insatisfactoria .
- ♦ La animación diurna es insuficiente .



- ♦ El orden de preferencia de las actividades está dado por su vinculación con el entorno natural donde se encuentra ubicado el Hotel.

Por último, para completar la revisión de documentos de la instalación se procedió a chequear el libro de quejas y sugerencias, atendido por la compañera responsable de las Relaciones Públicas, y en este aspecto se observaron las siguientes irregularidades:

- ♦ No existe un área disponible para los clientes que desean participar en actividades deportivas como fútbol, pelota, voleibol, es decir juegos activos fuera del área de la piscina.
- ♦ Existe un solo animador turístico por lo que se hace muy difícil la realización de las actividades recreativas.
- ♦ Las actividades nocturnas son puramente musicales.
- ♦ No se aprovechan las potencialidades que ofrece el entorno para otros tipos de actividades vinculadas a la naturaleza.
- ♦ Los clientes vienen motivados por las riquezas naturales que posee el entorno y desde el hotel no se promueve ninguna actividad vinculada al disfrute de estas riquezas.
- ♦ La música resulta ser muy repetitiva.
- ♦ También se manifiestan insatisfacciones con la inexistencia o mal estado de los materiales e implementos para la realización de actividades náuticas (bicicleta acuática, Bote, Kayak, etc.).

Los problemas detectados en el libro de quejas y sugerencias se consideran de gran importancia, por lo que se puede expresar que existe coincidencia con las necesidades encontradas desde la aplicación de los métodos anteriores de la investigación.

Después de haber constatado las dificultades arrojadas con la aplicación de los métodos del diagnóstico, se procede a triangular los mismos con el fin de visualizar las necesidades y debilidades detectadas. Se utilizaron en este diagnóstico la observación, la entrevista y la encuesta. Además se revisó el libro de quejas y sugerencias que muestra las irregularidades existentes y las principales insatisfacciones expresadas por los clientes en lo relacionado al área de animación.

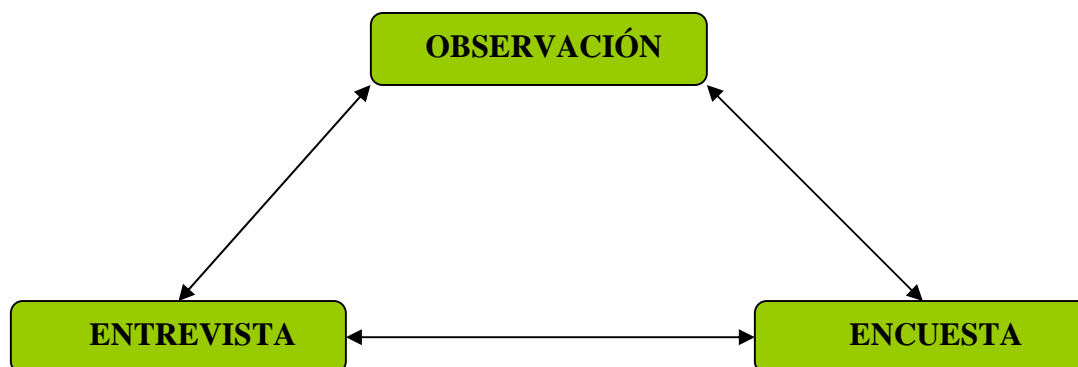


Figura 3. Triangulación de los métodos utilizados .Elaborado por el autor.

A partir de la triangulación de los métodos se obtienen los siguientes aspectos a considerar como deficiencias, sobre las cuales se sustenta esta propuesta:

- ♣ La recreación en el Hotel carece de variedad, es esencialmente musical, y con poca interacción y participación entre los clientes.
- ♣ No existe un programa de recreación que se adecue a las particularidades de la instalación, y que además contenga los guiones que representen las actividades que se ofertan en el hotel.
- ♣ El animador tiene que cumplir con funciones en otras áreas del Hotel, debido a la carencia de personal, obviando las actividades correspondientes a su puesto de trabajo.
- ♣ No existe un área disponible para los clientes que desean participar en actividades deportivas como fútbol, pelota, voleibol, es decir juegos activos fuera del área de la piscina.
- ♣ No se realiza ninguna actividad recreativa que aproveche las potencialidades del entorno natural donde se encuentra enclavada la instalación, dígame senderismo, observación del paisaje, pesca deportiva entre otra .

De estas deficiencias obtenidas a través de la observación, la entrevista y la encuesta se derivan las siguientes necesidades:

- ♣ Necesidad de vincular el acto recreativo con las potencialidades naturales que ofrece el entorno.



- ♦ Mejorar la animación diurna con una propuesta de actividades interactiva y participativa donde se promueva el enriquecimiento personal y la autorrealización de los clientes.
- ♦ Lograr la contribución de todos los departamentos del hotel en la gestión de la Animación Turística Hotelera.
- ♦ Contribuir a la mejora de la gestión de la Animación Turística en el hotel Hanabanilla.

### **Paso III: Formulación de los fines recreativos.**

En este paso es necesario observar la misión del hotel y retomar las potencialidades que este ofrece a partir de sus recursos ya identificados de forma que puedan formularse de la forma siguiente:

- ♦ Lograr el disfrute y la satisfacción del cliente a través de la recreación.
- ♦ Aprovechar las potencialidades del área recreativa para la interacción, la comunicación y la participación.
- ♦ Vincular la actividad recreativa con la protección del medio ambiente en el territorio.
- ♦ Mejorar la imagen positiva del área como destino turístico de naturaleza.

### **2.4 Fase 2: Estudio del mercado**

El hotel ofrece servicios de alojamiento, restauración y recreación al turismo nacional e internacional, ya sea libre o de paquete, destacándose el cliente nacional, el cual acude con mayor frecuencia los fines de semana, atraídos por la riqueza natural con que cuenta la zona.

La región principal de procedencia de los clientes nacionales está determinada por las provincias que conforman la zona centro -occidental del país, entre las cuales figuran con mayor relevancia: Villa Clara, Cienfuegos, La Habana, Matanzas y Sancti Spíritus. Estos disfrutan el fin de semana de la recreación del hotel y se caracterizan por:

- ♦ Ser comunicativo y alegre.
- ♦ Tener disposición para pasar un rato agradable.
- ♦ Poseer entusiasmo para la competencia.
- ♦ Buen sentido del humor.
- ♦ Ser bullicioso y atrevido.
- ♦ Andar en grupo o en familia.



A su vez, los principales mercados geográficos internacionales son Francia, Canadá, Reino Unido, Italia y Rusia, estos generalmente lo hacen mediante la forma de circuito, procedentes de otros polos turísticos del país como Varadero y La Habana y su promedio de estancia en el Hotel es de una noche.

En el año 2011 asistieron al Hotel 17894 turistas, de los cuales 3626 fueron procedentes del mercado internacional, mientras que los restantes 14268 fueron del mercado nacional, representando el 79,74 % de los clientes totales, demostrando la importancia del mercado nacional para el hotel, esto se ilustra en el siguiente gráfico.

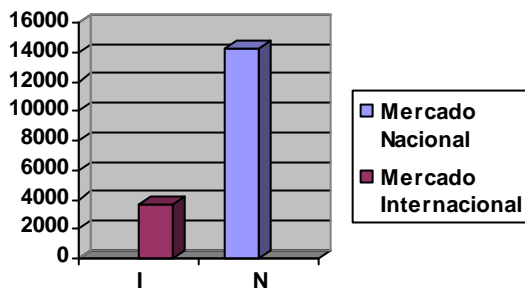


Figura 4. Número de visitantes recibidos en el 2011 en el Hotel Hanabanilla. Elaborado por el autor.

## 2.5 Conclusiones del capítulo

Al concluir el diagnóstico de la gestión de recreación en el Hotel y el análisis de los resultados de la aplicación de los métodos científicos se arriba a las conclusiones siguientes:

1. El diagnóstico permite detectar deficiencias y medir las necesidades de una instalación turística a partir de la aplicación de los métodos de investigación para



resolver los problemas de cada área, en este caso del área de recreación, para generar soluciones a problemáticas desde una situación real a una deseada.

2. El diagnóstico de recreación del Hotel Hanabanilla arroja aspectos referidos a escasa recreación diurna, las actividades repetitivas y basadas fundamentalmente en el aspecto musical, no haciendo uso de otras como juegos de participación e interacción que pueden ser ofrecidas a los clientes que gustan de la variedad.
3. El Hotel Hanabanilla cuenta con una riqueza natural de un incalculable valor, la cual no está siendo aprovechada como su atractivo fundamental en la realización de actividades recreativas, vinculadas al turismo de naturaleza.
4. La no explotación adecuada del área natural circundante, en vinculación con la recreación, propicia una disminución en la calidad de las actividades recreativas dando paso a la insatisfacción de los visitantes y con esto un deterioro de la imagen de la entidad.
5. La animación hotelera constituye un factor que determina significativamente el grado de satisfacción de los clientes en una instalación turística, por tanto la gestión de las actividades de ocio y recreación deben estar encaminadas a satisfacer las más diversas motivaciones y expectativas, aprovechando las potencialidades del medio donde se encuentra el área recreativa.

## *Capítulo III*



## CAPÍTULO 3: DISEÑO DE UN PROGRAMA RECREATIVO CON ENFOQUE DE NATURALEZA EN EL HOTEL HANABANILLA

### 3.1 Introducción al capítulo

En el contexto de este capítulo se presenta el diseño del programa recreativo dando continuación a la aplicación del procedimiento de Rodríguez y Molina (2011), el cual fue modificado según el objetivo específico de esta investigación.

Siguiendo el paso dos de la Fase II y la tercera y última Fase, las cuales presentan los requerimientos adecuados a este efecto.

Se presenta la fundamentación de la propuesta partiendo del diagnóstico realizado, el cual evidenció las necesidades existentes. Se ofrece el plan recreativo para uso de la instalación y se somete a Criterio de Expertos, para que mediante su análisis y evaluación emitan sus juicios con vista a su posterior implementación.

### 3.2 Fundamentación de la propuesta

Esta propuesta recreativa tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los turistas en el destino, para esto es necesario que se adecue a las circunstancias actuales que vive nuestro país, el cual atraviesa por un proceso de actualización del sistema económico, este programa se adecua a los lineamientos 257 y 260 aprobados en el VI Congreso del Partido Comunista de Cuba.

La fundamentación del programa recreativo tiene como base las posibilidades estratégicas que brinda la instalación, como último paso de la **Fase II** del procedimiento, las cuales se perfilan tomando en cuenta las oportunidades de la entidad y los recursos con que cuenta, estos fueron claramente identificados en el diagnóstico realizado en el capítulo anterior.

Basadas en estas potencialidades se derivan las posibilidades estratégicas de la instalación, las cuales se definen siguiendo la misión y la visión del Área de Animación, se muestran a continuación:

1. Diversificar y distribuir adecuadamente la oferta recreativa del hotel, en términos de espacio y tiempo.
2. Garantizar la correspondencia de las actividades de animación de naturaleza programadas en el área, con las necesidades recreativas del público que visita el hotel.



3. Lograr la suficiencia de actividades a desarrollar por los turistas en cualquier época del año y brindar la posibilidad de elección entre varias alternativas.
4. Desarrollar actividades que promuevan la integración familiar y con otros miembros del grupo.
5. Aprovechar los recursos naturales y atractivos con que cuenta el hotel para su comercialización, mediante el propio desarrollo de actividades recreativas programadas.
6. Lograr, a través de la recreación, que los visitantes reconozcan aquellos atributos del producto turístico que lo diferencian de la competencia y que lo posicionan como un destino único y exclusivo en la región.

En la planificación del programa recreativo se tiene como premisas fundamentales las siguientes:

- ◆ La existencia de condiciones objetivas (materiales y técnicas) para la materialización del acto recreativo.
- ◆ El apoyo de la administración para la ejecución de las acciones recreativas.
- ◆ La presencia de un programa que tenga como centro los accidentes naturales del área geográfica escogida.

El centro de este programa pretende ser la integración del cliente a las actividades del hotel con modalidad de naturaleza aunque hay que destacar que no todas las actividades que se proponen constituyen un contacto con la naturaleza pero sí proponen una interacción a partir del uso de los juegos recreativos y concursos, además se tiene en cuenta la diversidad de gustos y preferencias de los consumidores. Una concepción adecuada a los fines de este programa recreativo se presenta en la siguiente figura:

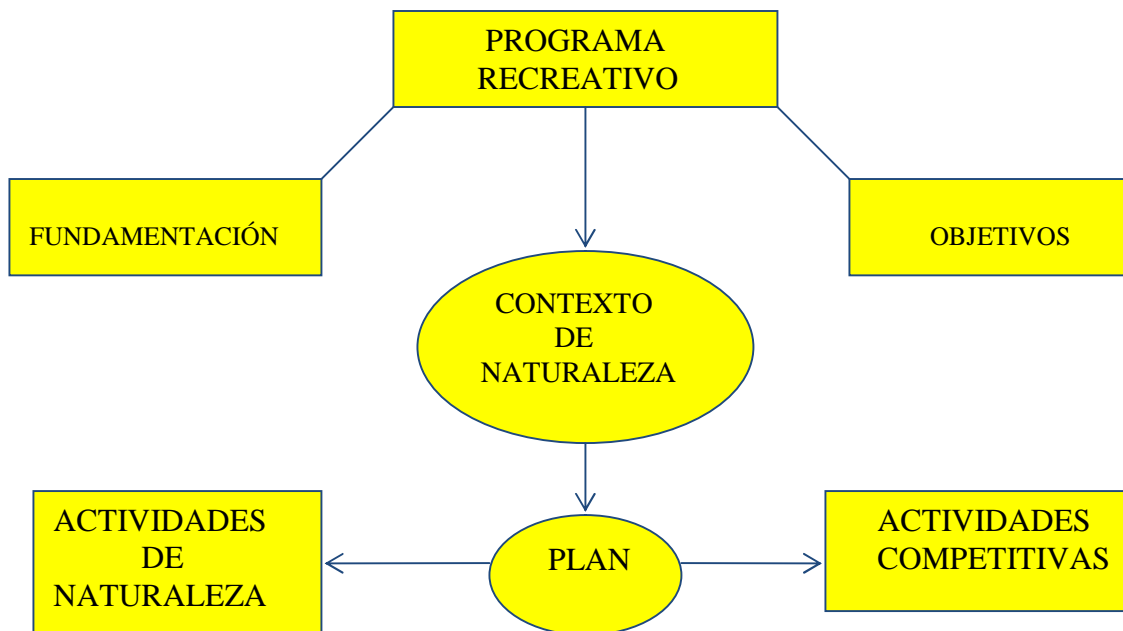


Figura 5: Concepción del programa recreativo. Fuente. Elaboración propia.

Las necesidades recreativas no pueden asumirse solo en la distracción del participante en el tiempo libre, sino que hay que dejar el papel protagónico a los participantes, ellos deberán elegir cómo quieren realizarlas, con quién desean realizarlas, dónde y qué días de la semana prefieren para realizar estas actividades, o sea, la postura que asumen; lo que no puede existir es una compulsión externa. Ellos deberán ser capaces de elegir cuál y cómo quieren ocupar su tiempo libre; los especialistas solamente facilitan.

La propuesta, en un primer momento se diseña a partir del estudio del mercado o los mercados existentes y se implementa en el intento de abrir los caminos hacia la comunicación y el mejoramiento de la calidad de la estancia. Las posibilidades estratégicas ya mencionadas y las condiciones existentes para diseñar el programa hacen que se propongan para este programa los siguientes objetivos:

- ◆ Lograr un perfeccionamiento de las actividades de animación.
- ◆ Comprometer a los directivos con las acciones propuestas.
- ◆ Diversificar la actividad de animación turística a partir del enriquecimiento del plan de actividades.
- ◆ Potenciar las actividades vinculadas a la naturaleza durante la planificación de la práctica recreativa.



- ♦ Contribuir al posicionamiento de la instalación en el mercado, como hotel de naturaleza, a partir de la aplicación concreta de las acciones recreativas.
- ♦ Propiciar a los clientes calidad de vida y crecimiento personal mediante la realización de las actividades recreativas.
- ♦ Mejorar los niveles de ocupación del hotel, logrando la satisfacción de los clientes y con esto el nivel de repitencia.

Para la concepción de este programa es indispensable la confección de dos herramientas que sin su utilización no se logra una adecuada organización de las acciones propuestas: el guión y la ficha técnica. En el caso de la concepción del guión, deben tenerse en cuenta en lo que consiste la actividad y las partes que la componen desde el inicio como la presentación, el cronograma según horario de extensión, nombre de la actividad, el responsable principal y la secuencia lógica del acto con cada intervención acordada.

### **3.4. Concepción de las actividades del plan recreativo**

**Actividad 1. Recorrido de familiarización, conozca su entorno:** La actividad consiste en realizar un tour por las áreas del hotel en el cual el animador responsable les mostrará a los clientes las principales facilidades con que cuenta la instalación, la funcionalidad de las áreas, las características generales de la región, así como del entorno al cual se van a integrar. En el recorrido se podrá apreciar la vegetación autóctona del área, la cual debe ser del conocimiento del animador, así como las principales características de la flora y la fauna endémica del lugar. El objetivo fundamental de esta actividad será el de familiarizar a los clientes que recién llegan a la instalación con las características del entorno que visitan.

Responsable: Animador turístico.

**Actividad 2. Siembra tu árbol familiar:** Actividad a realizar en zonas cercanas y propicias para la siembra, como en las laderas del lago, para con esto contribuir a la no erosión y degradación de los suelos, durante su desarrollo se le explicará a los participantes la importancia de la siembra para la conservación del medio. Cada cliente marcará su planta con su nombre en una lámina de aluminio, para propiciar que el mismo regrese a ver su árbol crecer, y con esto contribuir a elevar los índices de repitencia en el Hotel.

Responsable: Animador turístico.



**Actividad 3. Charla educativa sostenibilidad in-situ:** Esta actividad se realiza en coordinación con un compañero que labore en la entidad del CITMA que se encuentra cercana al Hotel. Para que este dialogue sobre sostenibilidad, sustentabilidad y la necesidad de protección y conservación para el mantenimiento de los atractivos de la zona. Esta tendrá una duración de 45 minutos y se realizará en algún sendero ecológico.

Responsable: Animador turístico y un representante del CITMA.

**Actividad 4. Recorrido por los senderos ecológicos:** Estos recorridos deben realizarse en horarios tempranos de la mañana, debido a la carga física que requieren, la salida será desde el punto náutico, ya que para acceder a algunos es necesario transportarse por agua, durante el recorrido el responsable debe explicar las características peculiares de la flora y la fauna de lugar, así como la importancia de su conservación.

Responsable: Animador turístico.

**Actividad 5. Concurso: Mi fotografía más bonita:** Durante el recorrido por los senderos cada cliente tomará fotos con su respectiva cámara fotográfica, y a su regreso al Hotel, en el área de piscina, se realizará el concurso en el cual el público escogerá la fotografía más bonita, la cual será premiada.

Responsable: Animador turístico.

**Actividad 6. Baño en la cascada La Trucha:** Esta excursión partirá en horarios del mediodía desde el punto náutico, 25 minutos de traslado en barco hacia la cascada, se realizará el sendero Los Helechos donde en los últimos 120 m de su recorrido se pueden observar saltos y pocetas de gran belleza escénicas, siendo el conocido como la cascada La Trucha un sitio propicio para el refrescante baño.

Responsable: Animador turístico.

**Actividad 7. Taller de manualidades: Recolecta y confecciona tu propio adorno ecológico:** Durante este recorrido los participantes recolectarán todo tipo de plantas y de helechos marchitos, sin dañar el ecosistema, para a su llegada al Hotel cada cual elabore su naturaleza muerta, según sus habilidades e imaginación, el mejor trabajo será premiado.

Responsable: Animador turístico.

**Actividad 8. Clases de pesca:** Actividad que se realiza en zonas aledañas al punto náutico para practicar los lanzamientos y el manejo de las artes de esta actividad, la



cual puede realizarse posteriormente en las orillas, o desde cualquier bote o lancha de motor, libre para cualquier edad y sexo.

Responsable: Animador turístico en coordinación con un chofer de la lancha.

**Actividad 9. Senderismo Infantil:** Recorridos que pueden hacerse con los niños para reconocer la flora y la fauna de la región, a lugares cercanos y que requieran de poco esfuerzo físico, durante la caminata el animador debe explicar las riquezas del medio natural y la necesidad de su conservación, esta actividad propicia el cuidado hacia el medio ambiente así como distintos concursos de pinturas, artes plásticas y recolectores de distintos agentes del medio.

Responsable: Animador turístico.

**Actividad 10. Competencia en equipos ligeros náuticos:** Estas actividades son un complemento para la utilización de estos medios, los cuales deprecian en una instalación y solamente se utilizan cuando el cliente desea rentarlos, los mismos pueden servir para ejecutar múltiples actividades en aguas poco profundas, pueden hacerse teniendo en cuenta las posibilidades de los medios y las características de los participantes.

Responsable: Animador turístico.

**Actividad 11. Juegos de rastreo:** Actividades que pueden hacerse utilizando las señaléticas, las cuales pueden ser colocadas para dirigirse de un lugar a otro aprovechando los accidentes del terreno, esta actividad puede desarrollarse con niños y mayores, solo depende de su complejidad.

Responsable: Animador turístico.

**Actividad 12. Almuerzo en la casa del campesino:** Visita a la casa del campesino que vive en una orilla del lago al típico modo de la cultura campesina cubana, conociendo sus costumbres, tradiciones y técnicas de cultivos, allí el responsable explicará el modo de vida del campesino cubano, los clientes podrán disfrutar de un puro café cubano hecho en el colador tradicional, además del almuerzo tradicional cubano: cerdo, congri y yuca. De regreso además incluye un paseo por el lago para apreciar la majestuosidad del lago Hanabanilla.

Responsable: Animador turístico.

**Actividad 13. Visita a la cueva El Brollo:** Excursión de una distancia de 17 km, apta para personas de buenas condiciones físicas, salida en horas tempranas de la mañana. Consta de una visita al campesino y almuerzo campestre. Recorrido por zonas abiertas



con visuales exclusivas, la diversidad del paisaje, flora, fauna y la posibilidad de disfrutar y compartir con los campesinos del área. El punto culminante es la visita a la cueva El Brollo, la mayor de nuestra provincia, sus salones de aproximadamente 600 m de longitud permiten el fácil acceso y la contemplación de sus bellezas interiores.

Responsable: Animador turístico.

**Actividad 14. Torneo de dominó:** Esta actividad está concebida para cuatro parejas (8 participantes los cuales se escogen según orden de llegada).

Responsable: Animador Turístico.

**Actividad 15. El tesoro escondido:** Esta actividad está dirigida a niños los que deberán buscar 4 papeles que simbolizan los tesoros que están ocultos en el área alrededor a la piscina. Estos tesoros tendrán escritos los premios que corresponden a los que los encuentren. La actividad tendrá un tiempo de duración de 20 minutos.

Responsable: Animador Turístico.

**Actividad 16. Competencia de bailes:** Por edades en un área escogida alrededor de la piscina. Esta actividad se comienza a realizar desde los niños más pequeños que se encuentren entre un rango de edad de cinco a diez años, para ellos se escogen canciones infantiles, el público espectador es quien selecciona el niño que ha sido ganador. Por otra parte encontramos los competidores jóvenes que oscilan entre quince y treinta años, primeramente se pide que suban al frente cinco mujeres, estas son las encargadas de seleccionar sus parejas, comienza la actividad con una variada mezcla de música, y el público seleccionará la pareja ganadora.

Responsable: Animador turístico.

**Actividad 17. Karaoke :** En esta actividad se seleccionan 8 competidores, de estos cuatro son mujeres y cuatro son hombres, estos competidores escogerán el tema que deseen cantar, según su nivel de actuación al culminar la actividad el público escoge rá quién de ellos se queda y cuál se va, de estos solo cuatro serán premiados.

Responsable: Animador turístico.

**Actividad 18. Discoteca:** Con esta actividad el animador turístico da la bienvenida al lugar, y los invita a disfrutar de la mejor música cubana e internacional, da a conocer que estarán abiertos desde las 21: 00 hasta bien tarde en la noche. Seguidamente, da paso a que comience la actividad. Este debe de chequear la misma, es decir, que se mantenga



con el entusiasmo requerido. Al finalizar la noche de discoteca, se les invitará a la próxima, recordándole el horario de entrada a la misma y deseándoles una buena noche.

Responsable: Animador turístico.

La ficha técnica es la otra herramienta que propicia el conocimiento de la actividad en su esencia, el nombre, los responsables de su ejecución, los soportes técnicos y los recursos humanos disponibles así como el nombre del controlador oficial de la misma. También ofrece una descripción metodológica detallada de la actividad que permite además de profundizar en su contenido, tener elementos para evaluar la forma en que se ha proyectado la actividad en su concepción integral, en el anexo 8 se muestra la ficha de algunas de las actividades principales.

### **3.5 Monitorización**

Esta fase de monitorización se establece basada en el desarrollo de dos pasos:

1. El seguimiento durante la ejecución de las actividades.
2. La evaluación de los resultados.

La etapa de seguimiento durante la ejecución de las actividades consiste en el control sistemático del proceso de ejecución de las actividades recreativas, que incluye:

Descubrir y analizar las deficiencias en cuanto a organización y disponibilidad de recursos que afectan y o debilitan el éxito de las actividades recreativas que se desarrollan.

1. Crear un equipo de control encargado de velar por el cumplimiento de las actividades propuestas.
2. Desarrollar reuniones mensuales para analizar o detectar los principales problemas que puedan presentarse.
3. Hacer listas de chequeo en el área para verificar si lo que se hace se corresponde con lo que se debería hacer.
4. Aplicar encuestas a los clientes para retroalimentar el proceso y comprobar que la alternativa surte efecto.
5. Indagar de manera constante en lo relativo a los gustos, aspiraciones y expectativas de los clientes desde que llegan a la instalación.
6. Análisis de las principales inconformidades de los clientes con respecto a las actividades propuestas como parte del Plan de Animación del hotel.

Actualizar los objetivos si:



- ♦ Se producen cambios internos en la organización o dentro del Área de Animación.
- ♦ Resultan evidentemente inalcanzables.
- ♦ Ocurren insuficiencias en lo relativo a la asignación de recursos.

Por otra parte, dentro de la fase de evaluación de resultados precisa lo siguiente:

1. Comparar la misión-visión y los objetivos formulados con los resultados obtenidos, para el análisis de las desviaciones y causas principales.
2. Comparar los escenarios previstos con el escenario actual, y en caso de que no exista correspondencia, analizar los impactos provocados en el estado de cumplimiento de los objetivos, así como las causas de tal comportamiento.
3. Analizar decisiones tomadas teniendo en cuenta: cambios del entorno, asignación de recursos, falta de gestión y apoyo, y actuaciones inadecuadas.
4. Realizar una apreciación global de la implementación de la alternativa de recreación según el cumplimiento de los objetivos:

- ♦ Si existen resultados excelentes —se satisface la misión, visión y objetivos definidos en el plan. Por tanto han de valorarse los aspectos positivos para la planificación y ejecución de nuevas actividades de recreación y esparcimiento.
- ♦ Si existen resultados satisfactorios —se satisfacen los objetivos definidos. Ello no indica que dejen de analizarse factores determinantes de que los resultados obtenidos no hayan sido excelentes.
- ♦ Si existen resultados no satisfactorios o no se satisface plenamente la misión, visión y los objetivos del plan. Entonces, se han de precisar los aspectos de fallo, así como alternativas o acciones correctivas para el futuro inmediato.

Para garantizar el proceso de retroalimentación es necesaria la creación de un grupo de evaluación y control permanente de los resultados de la implementación de la Alternativa de Animación en el Hotel Hanabanilla. Este debe estar integrado por el Jefe de Animación del hotel, y el Director General y su función es actuar en consecuencia con los resultados no esperados que se produzcan posteriores a la puesta en marcha de la alternativa de animación propuesta para la instalación.

### **3.6. Valoración del programa a Criterio de Expertos**

Para validar el programa recreativo propuesto, se emplea el método del Criterio de Expertos. Para la selección de expertos se tuvieron en cuenta: teóricos de la materia, estudiosos, personal especializado en la práctica de la recreación hotelera y directivos



de la actividad turística para que en el análisis se discutan criterios desde diferentes puntos de vista y que también se enriquezca con ideas novedosas para el perfeccionamiento de esta propuesta .

Arquer (2006) considera una persona experta a aquella que posea un conocimiento profundo de la tarea o actividad que será objeto de análisis y valoración . En la aplicación del criterio de expertos para la validación del programa propuesto, se siguen una serie de pasos definidos en una adecuación del criterio de Arquer (2006), realizado por (Morales, 2007), quedando como sigue:

**Paso 1.** Determinación del número de expertos.

**Paso 2.** Selección de los expertos, definiendo las características que deba reunir una persona para ser considerado un experto.

**Paso 3.** Seleccionar a los expertos que se utilizarán para emitir su juicio.

**Paso 4.** Diseño y aplicación de un instrumento de validación sobre los elementos a medir.

**Paso 5.** Calcular la consistencia entre los expertos a través del coeficiente de concordancia de Kendall.

Desarrollo de los pasos:

**Paso1.** Calcular el número de expertos.

Para la determinación del número de expertos (Ne) se utilizó la expresión 1:

$$N e = \frac{p (1 - p) k}{I^2} \quad (1)$$

Donde:

**I:** Nivel de precisión que expresa la discrepancia o variabilidad que muestra el grupo en general (0.005-0.10).

**p:** Porcentaje de error que como promedio se tolera en el juicio de los expertos (0.01-0.5).

**K:** Constante cuyo valor está asociado al nivel de confianza elegido. El nivel de confianza elegido (1- $\alpha$ ) = 0.99.

En la tabla siguiente se muestran algunos niveles de confianza con los valores de k correspondientes.



Tabla 1. Algunos niveles de confianza con los valores de K correspondientes.

(1- )	K
0.90	2.6896
0.95	3.8416
0.99	6.6564

Como se considera  $p = 0.01$ ,  $i = 0.10$  y  $K = 6,6564$ , entonces se obtiene como resultado que  $N_e = 6,589836$  tomando como resultado final que el grupo de expertos se conformó por siete (7).

**Paso 2.** Definir las características que debe reunir un experto.

Dadas las características de este trabajo se ha considerado como requisitos para que una persona sea seleccionada experto:

1. Prestigio y profesionalidad reconocidos en la sociedad.
2. Haber tenido relación laboral docente o práctica con la actividad de animación.
3. Tener cinco (5) años de experiencia o más en esta actividad.
4. La representatividad de los lugares de procedencia. (Se considera así que dentro del grupo de expertos deben estar representados teóricos, prácticos y directivos.

**Paso 3.** Seleccionar a los expertos que se utilizarán para emitir su criterio.

Partiendo de lo antes expuesto el grupo de expertos, así como sus datos profesionales quedan conformados según se presenta en el anexo 9.

**Paso 4.** Diseñar un instrumento de validación para aplicar a los expertos.

En la realización de la validación se diseñó un instrumento por el autor en el cual se analizan características del plan propuesto así como cada uno de sus pasos, que los expertos deben evaluar a través de una escala de Lickert facilitando de este modo un mayor nivel de precisión, donde uno significa el mayor grado de desacuerdo y cinco la mayor correspondencia entre los aspectos a evaluar el plan en su totalidad; conociéndose que el instrumento fue aplicado en los siete expertos seleccionados.

La escala que se propone para evaluar el juicio de expertos es la siguiente:

1. No adecuado.
2. Poco adecuado.
3. Adecuado.
4. Muy adecuado.



5. Totalmente adecuado.

Los expertos deben evaluar una serie de elementos acerca del plan propuesto, los cuales se exponen a continuación.

- ✦ Precisión y claridad en diseño de las actividades.
- ✦ Pertinencia del programa de actividades.
- ✦ Flexibilidad del programa.
- ✦ Correspondencia con las normas y regularidades vigentes.
- ✦ Conveniencia de ejecutar cada acción.
- ✦ Aplicabilidad del plan de actividades.
- ✦ Contribución a la solución del problema científico investigado.
- ✦ Contribución a elevar la calidad de la recreación en el hotel.

El contenido de este instrumento de validación queda demostrado en el anexo 10.

**Paso 5.** Calcular la consistencia entre los expertos a través del coeficiente de concordancia de Kendall.

La opinión de los expertos analizada a través del coeficiente de concordancia de Kendall, arroja que todos los expertos ubican sus respuestas en los escaques muy de acuerdo o de acuerdo. En el estadígrafo Kendall W, el coeficiente ofrece el valor que posibilita decidir el nivel de concordancia entre los jueces. El valor W oscila entre 0 y 1. El valor uno (1) significa una concordancia de criterios total y valor cero un desacuerdo total; obviamente la tendencia a uno es lo deseado, pudiéndose realizar nuevas rondas si en la primera no es alcanzada significación de concordancia. El modelo de esta prueba estadística responde a la expresión 2:

$$W = \frac{S}{1/12 K^2 (N^3 - N) - K T} \quad (2)$$

**S:** Suma de los cuadrados de las desviaciones observadas en la media  $R_j$ ; su cálculo es efectuado mediante la expresión 3:

$$S = \sum (R_j - R_j / N)^2 \quad (3)$$

**K:** Número de jueces.

**N:** Número de factores ordenados.

**T:** Factor de corrección cuando existen observaciones ligadas.



En el análisis se obtuvo una  $W = 0.95$ , por lo que se determina una alta concordancia entre los expertos. Luego de la aplicación del instrumento de validación se obtienen los siguientes resultados:

- ✦ Los expertos determinaron que la puesta en práctica del plan con carácter alternativo es perfectamente aplicable, el mismo cumple con los parámetros establecidos, constatando la calidad y pertinencia de la propuesta, ya que los aspectos medidos alcanzaron una puntuación superior a tres que significa adecuado y totalmente adecuado según la escala propuesta.
- ✦ El programa se adecua a las características de la instalación y la pertinencia del mismo implica un desarrollo adecuado y progresivo. Los expertos concordaron en que consta de flexibilidad, oportunidades de elección e integralidad, además proporciona un desarrollo del equipo de animación y contribuye a la elevación de la calidad del acto recreativo de acuerdo con las normas que existen para la actividad del entretenimiento.
- ✦ Considerando las particularidades del programa, así como su pertinencia es importante establecer procedimientos que implican no solo su puesta en práctica, sino que también garantizan su cumplimiento y retroalimentación, aspecto este que propone un conocimiento de la ejecución de las acciones y la aceptación de las actividades propuestas.



### 3.7. Conclusiones del capítulo

1. La fundamentación y las posibilidades estratégicas constituyen las bases sobre las cuales se erige el programa recreativo, pero además contribuye a la elevación de la calidad de la recreación en el Hotel objeto de estudio y a la integración de los visitantes con el entorno natural circundante .
2. En opinión de los expertos consultados la propuesta del programa se erigió sobre la eliminación de las deficiencias detectadas en el diagnóstico aplicado en el capítulo anterior.
3. La validación del programa por expertos demostró la calidad y pertinencia del mismo. El Criterio de Expertos fue consistente en cuanto a la evaluación positiva de la propuesta para el área de recreación del Hotel Hanabanilla. De esta forma se corrobora la hipótesis de investigación planteada.
4. La propuesta de actividades variadas y con enfoque de naturaleza, contenida en el programa de acción alternativo contribuyen al mejor funcionamiento del área recreativa e incluye mejores soluciones para resolver los problemas planteados en cuanto al aprovechamiento de las potencialidades naturales del entorno y a su adecuada protección y conservación.

*Conclusiones Generales*



### CONCLUSIONES GENERALES

1. La investigación bibliográfica de los conceptos y definiciones sobre animación y recreación vinculadas al turismo de naturaleza permiten comprender la relevancia de la animación turística en cuanto al producto que se oferta en estos hoteles y como un elemento clave para lograr la satisfacción de los clientes.
2. El diagnóstico realizado evidenció que el Hotel Hanabanilla cuenta con una riqueza natural de un incalculable valor, la cual no está siendo aprovechada en la realización de actividades recreativas como su atractivo fundamental, propiciando la falta de autenticidad y calidad de las actividades recreativas, dando paso a la insatisfacción de los visitantes y con esto un deterioro de la imagen de la entidad.
3. El diagnóstico permitió constatar, a través de los métodos científicos aplicados, que el manual de procedimientos de recreación actual no se adecua a las necesidades y motivaciones de los clientes que actualmente visitan la instalación.
4. La alternativa recreativa con carácter variado y enfoque de naturaleza que se propone a partir del diagnóstico, logra contribuir a mejorar la animación en el Hotel Hanabanilla y con esto aumentar la satisfacción del cliente que visita la instalación.
5. La valoración del programa por expertos demostró la calidad, la pertinencia y la contribución del mismo a la gestión de animación en el Hotel. Así se corrobora la hipótesis de investigación planteada y se establece una solución al problema científico establecido.

*Recomendaciones*



### RECOMENDACIONES

1. Referenciar este Trabajo de Diploma para que contribuya a enriquecer el fondo bibliográfico del Centro de Información y Documentación de la Facultad de Ingeniería Industrial y Turismo para uso de estudiantes y profesores de la Universidad y de la Escuela de Hotelería y Turismo de Villa Clara .
2. Implementar esta propuesta en un futuro inmediato, considerando que durante su puesta en práctica alcanzará su perfeccionamiento y contribuirá a mejorar la gestión recreativa en el Hotel.
3. Lograr que las actividades recreativas estén en estrecha vinculación con las potencialidades naturales de la región, para contribuir al posicionamiento de la instalación como Hotel de naturaleza.
4. Propiciar la realización de cursos de capacitación desde el puesto de trabajo para especializar al animador turístico del Hotel en las actividades de naturaleza como senderismo, pesca deportiva, observación del paisaje entre otras.

# *Bibliografía*



### BIBLIOGRAFÍA

1. Abreu, P. P., (2003). *Animación y Recreación, Turística y Hotelera*. Semanario Región (del 27 de mayo al 2 de junio de 2005) Año 15 No 766 Disponible en: <http://www.region.com.ar/>. Accesado el día 20 de enero 2012.
2. Abreu Hernández, P. P., (2006). *El servicio hotelero es promotor de iniciativas para un mejor desarrollo sustentable*. Semanario Región (del 21 al 27 de julio de 2006) Año 16 No 766 Disponible en: <http://www.region.com.ar/animacion/19.htm>. Accesado el día 12 de enero del 2012.
3. Animación Turística: una introducción., (2008). Disponible: en: <http://www.campusdigital.com/blog/ciencias-sociales/animacion-turistica--una-introduccion.aspx> Accesado el día 8 de enero 2012.
4. Almeda Carrasco, Y., (2002). *Modelo de gestión para la sostenibilidad de destinos turísticos de naturaleza*. Tesis de Diplomado. Cuba, Universidad de Matanzas. Facultad Industrial Economía.
5. Alvariño, M. et al., (2005). *La animación turística como estrategia del desarrollo sustentable. Tendencia mundial*. Centro de información y documentación turística de Villa Clara.
6. Ander, E., (1990). *Metodología y práctica de la animación sociocultural*. Edición Gráficas Ciudad sa, España.
7. Añorga, J., (2002). *Metodología para la realización de un diagnóstico cualitativo. Ecuación de avanzada*. CNCEDA. Ciudad Habana.
8. Ávila, R., (2002). *Introducción al concepto de sostenibilidad y turismo sostenible*. IEPALA Editorial, Madrid.
9. Ávila, R. y D. Barrado, (2012). *Nuevas Tendencias en el Desarrollo de Destinos Turísticos: Marcos Conceptuales Y Operativos para su Planificación y Gestión*. Universidad Autónoma de Madrid y ANTAR Taller de Estrategias Creativas
10. Barrado, D., (2002). *La articulación territorial del turismo: apuntes desde la perspectiva territorial y la sectorial*. Cuadernos de Ordenación del Territorio, nº 3, Cuarta Época, pp. 3-7.
11. Bartlett, T., (2001) *El Turismo después del 11 de septiembre del 2001: Análisis, medidas correctoras y perspectivas*. Informe para la OMT. Estudio Especial. Nov., p.7.



12. Betancour, M. A., (2004). Esquema de planificación y gestión integral del turismo desde los territorios. *Retos Turísticos*, V-3, 11-17.
13. Blanco, M., (2000). *Animación turística y su relación con otras áreas*. *Rev. Animación*, Año 2, No 1. 2-29.
14. Casanovas, J., (1994). *La animación una visión crítica*. EDITUR (1): 18, abril, Cód-12)
15. Caride, J. A., (1998). *Educación del ocio y el tiempo libre*. Grupo Editorial Universitario. Granada. España.
16. Carta de Turismo Sostenible. (Abril/1995) Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, Lanzarote, España.
17. Ceballos-Lascuráin, H., (1993). *Tourism, ecotourism, and protected areas*. 34th working session of the commission on the national parks and protected areas, Perth, Australia. 26-27 November.
18. Ceballos-Lascuráin, H., (1996). *Ecoturismo, naturaleza y desarrollo sostenible*. México. Disponible en: <http://www.planeta.com/mader/ecotravel/mexico/strategy/ecoturismohcl.html> .  
Accesado el día 20 febrero 2012.
19. CETUR, (2005). Folleto de Temas Turísticos. (Centro de Estudios Turísticos, Universidad de Ciego de Ávila. Edición Digital)
20. Chávez, A. y L. Mesalles, (2001). *El Animador .Cómo organizar las actividades en un hotel divertido*. Editorial Alertes S.A. Ediciones Virtud, Barcelona, España, p -205.
21. CITMA. (1997). Ley del Medio Ambiente. --La Habana: Editora Academia.
22. Colectivo de profesores de CIATUR. (1998). *La animación turística en Cuba*, La Habana.
23. Cuenca, M., (2001). Perspectivas de nuevos hábitos en ocio y turismo, en *Congrès de Turisme de Catalunya*, Tarragona, pp. 59-77.
24. De La Tejada, E., (2001). *La animación turística como estrategia de desarrollo del turismo sustentable*. Disponible en: [http://www.caribeinside.com/\\_formación/no\\_06/06\\_04](http://www.caribeinside.com/_formación/no_06/06_04). Jsp. Accesado el 23 enero de 2012.



25. Del Rio, Y., (2009). Proyecto de Redimensionamiento del Plan de Animación Turística del hotel Ancón (Tesis de Licenciatura, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas).
26. Delgado F. y Campo, P (1995) *Sacando jugo al juego. Guía para vivir*. RBA Libros S.A. Barcelona: España.
27. Diccionario Enciclopédico., (1997) El pequeño Larousse ilustrado. Edición Española: Barcelona.
28. Diccionario español-ingles-ingles-español., (2000) Editorial Espasa: Madrid
29. Drumm, A. y A. Moore, (2002). *Desarrollo de ecoturismo. UN manual para profesionales*. Editorial Alex C. Walker Educational & Charitable Foundation. The Nature Conservancy, Arlington, Virginia, USA.
30. Drumm, A. y A. Moore, (2002). "An introduction to ecotourism planning". Volume 1. Ecotourism development. A manual for the conservation planners and managers. Editing Singer, A publication for the capacity building, the nature conservancy, worldwide office. Disponible en: <http://www.conserveonline.org/2003/10/2/d4>. Accesado el día 3 de marzo 2012.
31. Dumazedier, J., (1971). Realidades del ocio e ideologías. Ocio y sociedad de clases. Barcelona. Fontanella.
32. Eagles, P., (1997). *International Ecotourism Management*. University of Waterloo, Ontario, Canada. N2L 3G1 and Chair of Task Force on Tourism and Protected Areas Commission on National Parks and Protected Areas World Conservation Union (IUCN). Disponible en: <http://www.ahs.uwaterloo.ca/rec/ecotour.htm>. Accesado el día 7 de marzo de 2012.
33. Farías, M. B., (2000). Animación turística y su relación con otras áreas Animación.
34. Farías, M. B., (2000). Hacia una escuela cubana de animación turística Animason.
35. Fernández, R., (2003). Manual de Teoría y Práctica del Turismo, Texto Docente Centro de Estudios Turísticos. UH.
36. Figuera, I., (1981). El tiempo libre y la participación de la cultura física de la población cubana. , La Habana Editorial José Antonio Huelga.
37. Font, M., (2010). Acerca del turismo de naturaleza. Centro de Estudios de la Universidad de Matanzas. Cuba 2010.



38. Gallego, J. F. (2002). *Gestión de Hoteles. Una nueva Visión*. Madrid, España: Prentice Hall.
39. Gervilla, E., (1991). *El animador: perfil y opciones*. Madrid Editorial C.C.S.
40. Goeldner, R., (2000) *Tourism. Principles, Practices, Philosophies* (Eighth Edition). New York: John Wiley & Sons, Inc.
41. Gómez, I., (2006). *Programa de animación turística para la EHT Alberto Delgado de Villa Clara, Cuba*. Tesis de Maestría en Psicopedagogía. UCLV.
42. Gonzáles, L., (2003). *Dirección Hotelera. Operaciones y Procesos*. Editorial Síntesis.
43. Guerra, Y., (2004). *Animación turística e identidad. Otra mirada*. Tesis de Maestría en Desarrollo Cultural, Instituto Superior de Arte.
44. Hernández, M., (2000). CIATUR, Retos y perspectivas. Revista ANIMASON, editada por el Centro Internacional de Animación y Recreación Turística. La Habana.
45. Hernández, M. M., (2008). Consideraciones teórico-metodológicas sobre el turismo como factor de desarrollo económico. El turismo de naturaleza.
46. Herrera, J. y J. Ramírez, (2012), *Propuestas de actividades utilizando las potencialidades del entorno*. Tesis de Licenciatura, Universidad Máximo Gómez Báez, Facultad de Ciencias Económica. Ciego de Ávila.
47. Himeno, G., (2010). *Alternativa de Recreación de Tránsito para el Hotel Villa la Granjita en el Centro de Cuba*. Tesis de Licenciatura. Universidad "Marta Abreu" de Las Villas. Santa Clara.
48. Juliá, M. et al., (2004). *Gestión de calidad aplicada a hotelería y restauración*. Madrid: Prentice Hall.
49. Lantigua, J., (2006). *Turismo, Animación Hotelera y Medio Ambiente*. Facultad de Cultura Física, Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos.
50. Lantigua, J., (2007). La animación hotelera y los valores culturales autóctonos. Revista Retos Turísticos 6.
51. Luis, J., (2011). Mejora el turismo mundial durante el año 2010, según el Barómetro de la OMT. Disponible en: <http://guias-viajar.com/viajes-turismo-mundo/omt-avance-barometro-turismo-mundial-2010-previsiones-2011/>. Accesado el 1 de febrero de 2012.



52. Martín, R., (2006). Principios, Organización y Práctica del turismo. Disponible en [www.onecaribbean.org](http://www.onecaribbean.org). Accesado el 20 de diciembre 2011.
53. Martínez, C. C., (2007). *Material de estudio sobre Gestión Hotelera y enfoque de proceso*. Santa Clara. Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas.
54. Medina, N y J. Santamaría, (2004). *Turismo de naturaleza en Cuba*. Ediciones Unión. La Habana. Cuba. Editorial NOMOS S.A. Impreso en Colombia. 232 pp.
55. Ministerio del Turismo. (2011). Resultados del sector en 2011 y perspectivas para el año próximo. Ciudad de la Habana, Cuba.
56. Morales, T., (2007). *Procedimiento para el diseño de nuevos productos (opcionales turísticas) para las AAVV de Villa Clara*. Tesis en Opción al título de Master en Administración de Negocio, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.
57. Morejón, J. L., (2012). *Procedimiento de mejoramiento para la animación turística Hotelera*. Aplicación en el Hotel Ancón en Trinidad Tesis presentada en opción al Título Académico de Master en Gestión Turística.
58. NC 127: 2001. Industria turística. Requisitos para la clasificación por categorías de los establecimientos de alojamiento turístico.
59. OMT (1995). *Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas del turismo*. Manuales Técnicos de la OMT, Madrid.
60. OMT (1983). *El papel de la Animación Turística en el desarrollo de las "vacaciones activas" y del "turismo temático" para favorecer el enriquecimiento de la experiencia de las vacaciones*. Madrid, España. p. 5.
61. PCC, VI Congreso (2011) Lineamientos de la nueva Política Económica Social, La Habana, Cuba.
62. Pérez de Alejo Machado, N., (2008). *Programa electivo de recreación física para potenciar la formación del Licenciado en Turismo*. Tesis en opción al Título de Master en Actividad física comunitaria. ISCF Manuel Fajardo de Villa Clara. Cuba.
63. Pérez, A., (1997). *Recreación, fundamentos teóricos metodológicos*. México DF: instituto Politécnico Nacional. 180 p.
64. Quintana, J. M., (1993). *Los ámbitos profesionales de la animación*. Madrid Editorial Lancea.



65. Rafuls, Reinier., (2011). "Diseño de una alternativa de recreación con enfoque a la tercera edad y a la discapacidad para el Hotel Meliá Cayo Santa María". Tesis de Licenciatura. Santa Clara, Facultad de Industrial y Turismo, UCLV.
66. Ribera Blanco, L., (1992) Material de Apoyo: Animación y Recreación Turística. Dirección Nacional de Capacitación INTUR. p.27.
67. Ribera Blanco, L., (1995a) Animación Turística. Un desafío. Curso Internacional de Animación Turística. San Carlos de Bariloche y Buenos Aires. Consultora Educativa Integral .Argentina.
68. Ribera Blanco, L., (1995b) Prospectiva de la Formación del Animador Turístico. Curso Internacional de Animación Turística. San Carlos de Bariloche y Buenos Aires. Consultora Educativa Integral. Argentina.
69. Ribera Blanco, L., (1995c) Técnicas y lineamientos del trabajo de Animación. Curso Internacional de Animación Turística. San Carlos de Bariloche y Buenos Aires. Consultora Educativa Integral. Argentina.
70. Ribera Blanco, L., (1995d). Valoración del Patrimonio Turístico a través de la Animación. Curso Internacional de Animación Turística. San Carlos de Bariloche y Buenos Aires. Consultora Educativa Integral. Argentina.
71. Ribera Blanco, L., (2001) Material de Ocio y Tiempo Libre. Diplomado .
72. Rodríguez, G., (2009). La recreación turística y la sostenibilidad humana. Memorias de evento. Universidad y Sociedad. Diciembre 2009. Santa Clara.
73. Rodríguez, G. y Molina J., (2011). "Procedimiento para el diseño de programas recreativos en el centro de Cuba". Editorial Samuel Feijoo. Universidad Central. Santa Clara, Cuba.
74. Rodríguez, C. B. (2006). *Valores culturales autóctonos en la animación hotelera* . Tesis de Diploma Universidad de Matanzas: Camilo Cienfuegos.
75. Ruiz, A. M., (2009). *Programa de Actividades socioculturales para el Perfeccionamiento de la Gestión de Animación Turística* . Tesis presentada en opción al Título Académico de Máster en Gestión Turística.
76. SABOUL, J., (1992). Seminario de Animación Turística, México - Francia. Centro de Estudios Superiores en Turismo.
77. Segura, E., (2007). Manual Operativo de Animación Turística y Desarrollo Sustentable La Habana Editorial Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo.



78. Sitio del Gobierno de la República de Cuba., (2004) Desarrollo económico del turismo. Disponible en: [www.cubagov.cu/des\\_eco/turismo.htm](http://www.cubagov.cu/des_eco/turismo.htm). Accesado el 30 de febrero 2012.
79. Troncoso, B., (1999) “Turismo Sostenible y Ecoturismo”. Ponencia en la IX Convención Nacional de Estudiantes de Hotelería y Turismo (C ONEHOTU). Disponible en: <http://kiskeya-alternative.org>. Accesado el día 13 de marzo de 2012.
80. Waichman, J. M., (1993) Tiempo libre y recreación: un desafío pedagógico. Buenos Aires Editorial P. W.
81. Yunis Ahúes, E., (2004). El imperativo de la sostenibilidad en el turismo del siglo XXI. Forum Barcelona 2004. Intervención del jefe de desarrollo sostenible, OMT. Julio 2004. 9 pp.

*Anexos*



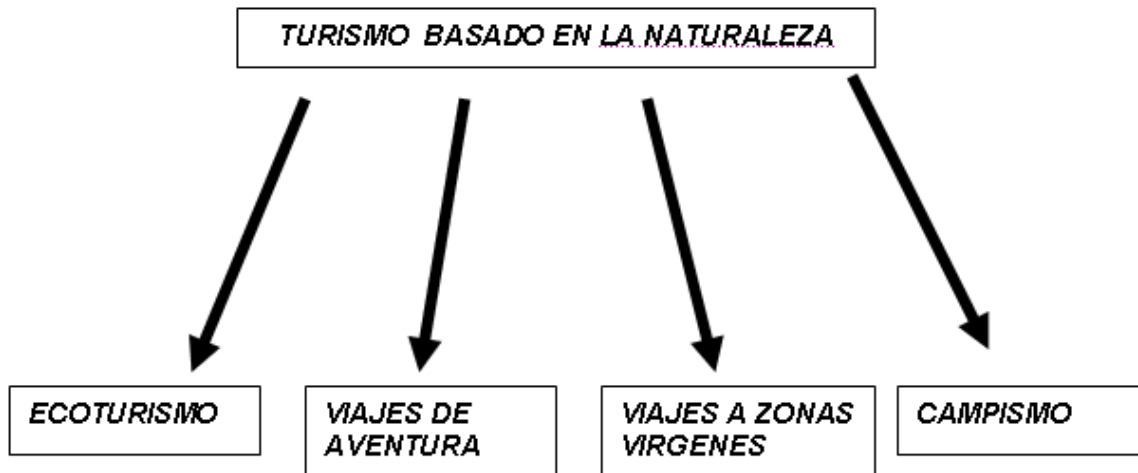
## ANEXOS

## Anexo 1. Las dimensiones del Turismo basado en la Naturaleza. (Eagles. P. F, 1997)

	<b>La dimensión y Variación</b>
<b>La experiencia</b>	<p>El nivel de dependencia de la naturaleza es alto.</p> <p>La intensidad de interacción varía.</p> <p>Se estimula la sensibilidad social.</p> <p>La duración de experiencia es larga.</p>
<b>El estilo del viaje</b>	<p>El apoyo de la infraestructura es necesario.</p> <p>EL tamaño de grupo es normalmente pequeño.</p> <p>Las interacciones culturales frecuentemente se realizan ubicadas en sitios próximos a las comunidades locales.</p> <p>La voluntad de pagar es alta.</p> <p>La duración de estancia es larga.</p>
<b>La ubicación</b>	<p>Locales remotos.</p> <p>Los asentamientos locales y pueblos proporcionan algún apoyo.</p> <p>La propiedad es una interacción de lo privado y lo público.</p> <p>El sitio es frecuentemente frágil con capacidad del uso baja.</p>



Anexo 2. Modalidades fundamentales del turismo de naturaleza planteadas por Paul F. J Eagles (1997).





**Anexo 3. Impactos negativos del turismo sobre el medio ambiente. Modificada de la tesis de Almada Carrasco, Y (2002).**

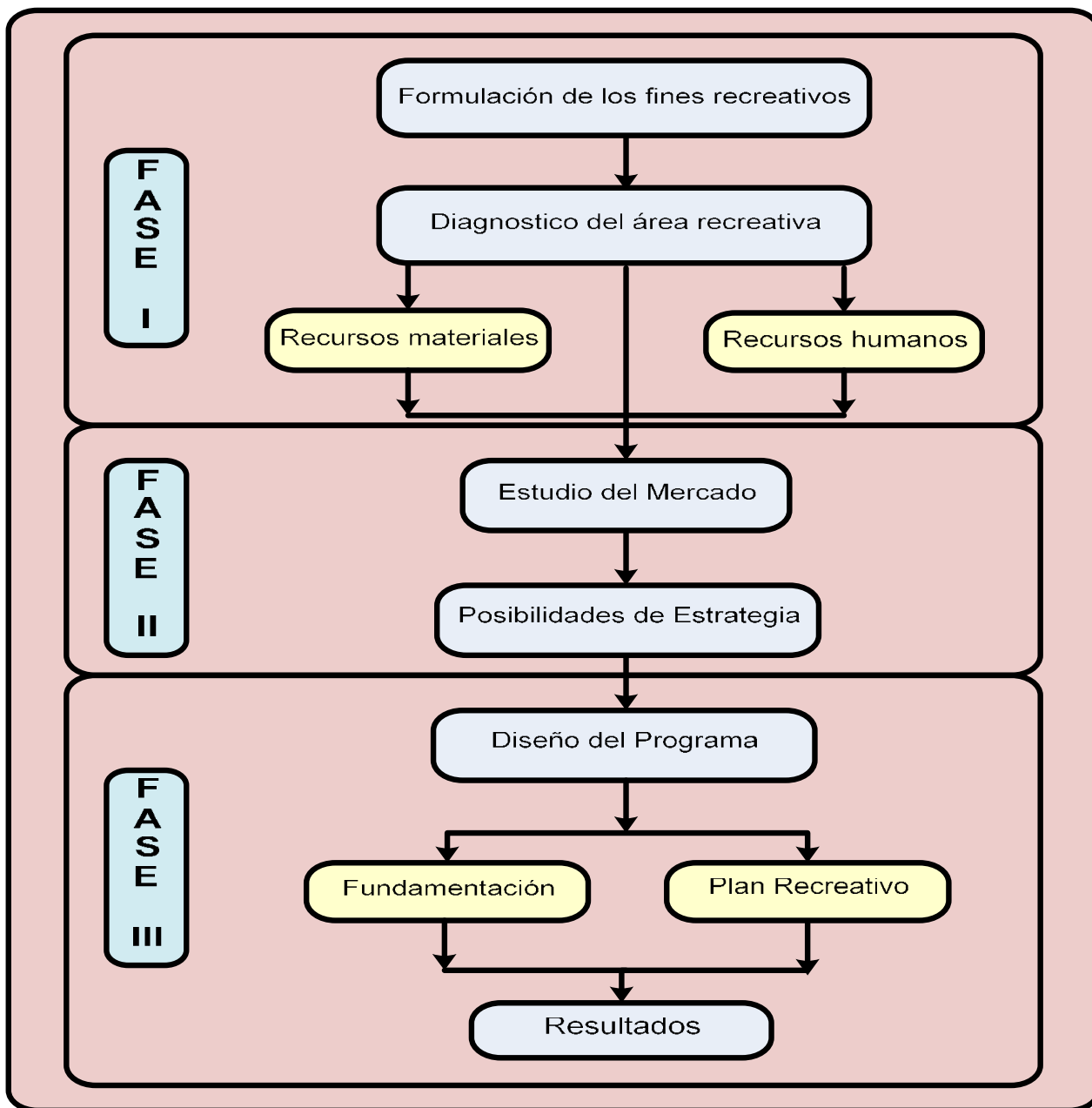
FACTOR	IMPACTO	MEDIDA CORRECTIVA
Afluencia excesiva	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Presión de personas</li></ul> Cambios de comportamientos de animales en zonas con recursos faunáticos.	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Limitar acceso de visitantes.</li><li>◆ Ampliar capacidad turística</li></ul>
Desarrollo excesiva	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Reducción de hábitat</li><li>◆ Destrucción de vegetación</li><li>◆ Erosión y deterioro de las causas de aguas.</li><li>◆ Efecto antiestético de cables eléctricos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Dispersar visitantes a otras zonas y atracciones.</li><li>◆ Mejoras y rehabilitaciones.</li><li>◆ Planificación de usos del suelo, reglamentos de calificación de terrenos.</li></ul>
Contaminación acústica	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Irritaciones de fauna, residentes y visitantes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Campañas de concientización.</li><li>◆ Reglamentación.</li><li>◆ Limitar acceso de visitantes.</li></ul>
Vertimiento de Basura	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Habitación de la fauna a alimentarse de la basura.</li><li>◆ Suciedad.</li><li>◆ Peligros para la salud.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Campañas de concienciación.</li><li>◆ Reglamentación</li><li>◆ Contenedores para la basura en lugares adecuados.</li></ul>
Saturación de carreteras	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Presión ambiental sobre las personas y animales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Mayor oferta de transporte público.</li></ul>



Conducción fuera de la carretera	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Daños a suelos, vegetación y fauna.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Limitar acceso.</li><li>◆ Implantar o mejorar cumplimientos de reglamento.</li></ul>
Barcos de motor	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Perturbación de fauna, especialmente durante la cría.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Restringir acceso.</li><li>◆ Programa de educación ambiental.</li></ul>
Caza y Pesca	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Competencias con depredadores naturales.</li><li>◆ Agotamiento de recursos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Restringir acceso.</li><li>◆ Programa de educación ambiental.</li></ul>
Safari a pie	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Perturbación de fauna.</li><li>◆ Erosión de caminos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Apertura o modificación de senderos.</li><li>◆ Restringir acceso.</li><li>◆ Programa de educación ambiental</li></ul>
Recogidas de recuerdos	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Extracción de objetos naturales en peligro de desaparición: coral, concha, cuernos, plantas exóticas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Educación ambiental y campaña de concienciación.</li><li>◆ Legislación restrictiva.</li></ul>



Anexo 4. Procedimiento para el diseño de programas recreativos en hoteles en el centro de Cuba (Rodríguez y Molina 2011).





### **Anexo 5. Guía de observación**

La guía de observación que se anexa en este documento tiene como objetivo tener una visión panorámica del área de recreación en el Hotel Hanabanilla objeto de estudio, para detallar los siguientes aspectos:

- ♦ Aprovechamiento del área recreativa.
- ♦ Vinculación de las actividades recreativas con las potencialidades naturales con las que cuenta el Hotel.
- ♦ Cumplimiento del Manual de Operaciones con que cuenta el Hotel para la realización de sus actividades recreativas.
- ♦ Recreación nocturna.
- ♦ Estado técnico y de conservación del equipamiento existente.
- ♦ Protección del Medio Ambiente durante la realización de actividades recreativas.

Fuente: Elaboración propia.

### **Anexo 6. Guía de la entrevista realizada al Jefe de Recreación del hotel objeto de estudio, compañero Máximo Andrés Medina Hurtado.**

Objetivo: Obtener información acerca de cuestiones propias de las actividades de animación y recreación en dicha entidad.

Guía de preguntas:

1. ¿Cuántos años de desempeño tiene usted como animador y como jefe de recreación en la cadena hotelera Islazul?
2. ¿Cuáles son los rasgos fundamentales del Manual de Operaciones de Recreación que utiliza el hotel en estos momentos?
3. ¿Se corresponde el Manual de Operaciones de Recreación de la entidad con las necesidades y expectativas del cliente que visita el hotel?
4. ¿Cómo evaluaría, de forma general, el nivel actual de la actividad de recreación diurna y nocturna y su vinculación con las potencialidades que ofrece el medio circundante?
5. A su consideración, ¿cuáles son los principales problemas que afectan el correcto desarrollo de la actividad de recreación?
6. ¿Existe alguna estrategia que vincule el acto recreativo con la conservación del Medio

Ambiente? Fuente: Elaboración propia.



### Anexo 7. Encuesta a los clientes.

Estimado cliente, le rogamos dedique usted algunos minutos de su valioso tiempo para responder esta encuesta. Sus opiniones y sugerencias nos ayudarán a mejorar el servicio que le brindamos.

Sexo: \_\_\_\_\_ Lugar de procedencia: \_\_\_\_\_

1- Exprese su criterio sobre la animación en el Hotel.

Mala \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Buena \_\_\_\_\_

2. ¿Participó usted en las actividades de recreación?

Sí \_\_\_\_\_, No \_\_\_\_\_.

3. ¿En cuántas de ellas pudo participar?

En muchas \_\_\_\_\_, En algunas \_\_\_\_\_, En ninguna. \_\_\_\_\_.

4. De las actividades en que participó ¿cuáles disfrutó en mayor medida?

\_\_\_\_\_ Torneos de dominó.

\_\_\_\_\_ Competencias de Kayak.

\_\_\_\_\_ Karaoke.

\_\_\_\_\_ Discoteca

\_\_\_\_\_ Paseos en botes por el lago .

5. ¿De las actividades siguientes cuáles usted considera que serían de mayor agrado?

\_\_\_\_\_ Pesca deportiva.

\_\_\_\_\_ Visita a la casa del campesino.

\_\_\_\_\_ Recorrido por los principales senderos de la zona.

\_\_\_\_\_ Paseos por el lago.

\_\_\_\_\_ Actividades participativas en el área de piscina

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 8: Ficha técnica de algunas de las actividades. Elaborado por el autor.**



Actividad	Objetivos	Responsable	Lugar	Soportes técnicos	Metodología
Tour de familiarización, conozca su entorno.	Apreciar el entorno, atendiendo a elementos distintivos de la naturaleza.	Animador turístico.	Lugares aledaños al Hotel.	_____	Utilizar técnicas explicativas para mostrar las peculiaridades de la zona.
Charla educativa sobre sostenibilidad in-situ.	Concientizar al visitante sobre la importancia de la protección del Medio Ambiente.	Animador turístico, especialista del CITMA.	Sendero Los Helechos.	Barco para el traslado hacia el sendero.	Utilizar método de persuasión para convencer sobre la importancia de la sostenibilidad.
Recorrido por los senderos ecológicos.	Propiciar la interacción con la naturaleza.	Animador turístico.	Senderos existentes en el área.	Barco para el traslado desde el hotel hacia el sendero.	Utilizar técnicas explicativas para mostrar la especificidad de cada sendero.
Almuerzo en casa del campesino.	Conocer los modos de vida del campesino cubano.	Animador turístico.	Casa del campesino.	Barco para el traslado desde el hotel hacia la casa del campesino.	_____



## Anexo 9. Datos de los expertos

<b>Expertos</b>	<b>Ocupación</b>	<b>Centro Laboral</b>	<b>Experiencia laboral en el sector</b>
Máximo A Medina.	Jefe de animación	Hotel Hanabanilla.	22 años
Ana Margarita Ruiz	Profesora de animación	EHT Alberto Delgado de Villa Clara	11 años
Belkis Benítez	Especialista animación	Cubarte	6 años
Luisa M. García	Profesora de animación	EHT Cienfuegos	6 años
Ismary Gómez	Profesora de animación	EHT Alberto Delgado de Villa Clara	8 años
Sandra Abdul Chani	Especialista en recreación	EHT de Trinidad	10 años
Roidel Aldereguia	Jefe de animación	Hotel Villa La Granjita	8 años



**Anexo 10. Tabla del instrumento de validación**

Aspectos	Referencia/Contenido	Expertos						
		1	2	3	4	5	6	7
<b>Características del Programa</b>								
Precisión y claridad en el diseño de las actividades.	El plan propuesto está adecuado a las particularidades y características de las áreas de recreación en el Hotel objeto de estudio.	4	5	3	5	5	4	5
Pertinencia del Plan de actividades.	Es importante en estos momentos y en el lugar escogido esta clase de propuesta.	5	4	5	5	4	5	5
Flexibilidad del plan.	Es capaz de integrar en él otras series de elementos a fines a sus propósitos.	5	4	5	4	5	5	4
Correspondencia con las normas y regulaciones vigentes.	Los criterios que se proponen están acordes a las normas que se establecen para esa actividad.	5	5	5	5	5	5	5
Conveniencia de ejecutar cada actividad.	Es conveniente el detenimiento y énfasis en cada una de las actividades que se proponen.	5	5	5	5	5	5	5
Aplicabilidad del Plan de actividades.	Este es aplicable a las condiciones que presenta el área motivo de estudio.	5	4	5	5	5	4	5
Contribución a la solución del problema científico investigado.	El plan está basado en el análisis objetivo y crítico de la realidad de que es hoy motivo el hotel en cuestión y contribuye a dar respuestas al problema planteado.	5	5	5	5	4	5	5
Contribución a elevar la calidad de los productos y servicios que ofrece el hotel.	Las soluciones resultantes contribuyen a la mejoría de los procesos evaluados.	5	5	5	5	5	5	5