



PROGRAMA DE ANIMACIÓN DEPORTIVA PARA LA TERCERA EDAD EN HOTELES DE SOL Y PLAYA EN SANTA LUCÍA, CAMAGÜEY

MSc. Alberto Tamayo Beritán

Profesor del Centro de Capacitación del MINTUR

tamayo@ehtc.tur.cu

MSc. Ileana Medrano Fernández

Profesor a del Centro de Capacitación del MINTUR

imedrano@ehtc.tur.cu

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Alberto Tamayo Beritán e Ileana Medrano Fernández (2016): "Programa de animación deportiva para la tercera edad en hoteles de sol y playa en Santa Lucía, Camagüey", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (junio 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/06/animacion.html>

RESUMEN

La animación ocupa un lugar importante dentro de los servicios que ofertan las instalaciones turísticas ya que contribuyen en gran medida a la satisfacción del cliente.

La animación turística, en específico la deportiva, puede contribuir a mejorar la calidad de vida del turista del segmento de la tercera edad. Este segmento constituye uno de los mercados con mayores alternativas de desarrollo turístico. Para ellos se debe elaborar actividades específicas que les proporcionen entretenimiento, placer y la posibilidad de relacionarse con otras personas de su edad sin que deban realizar un gran esfuerzo físico. Sin embargo, en los hoteles de sol y playa del destino Santa Lucía, no existe un programa de actividades de animación deportivas sólo para este segmento, razón por la cual en el artículo se ofrece un programa de actividades que responde a este propósito.

Palabras claves: Santa Lucía, animación, tercera edad, hoteles, actividades deportivas,

ABSTRACT.

Entertainment plays an important role within the services offered in the hotels as it contributes greatly to customers' satisfaction. The tourist entertainment, sport specific, can help improve the quality of life of the tourist of the elderly segment. This segment is one of the markets with greater alternatives for tourism development. Specific activities should be designed for elderly people, to provide them with entertainment, pleasure and the ability to relate to other people of their age. The activities should be carried out without great physical effort. However, hotels in St. Lucia don't have a program of sports activities only for this segment; this is why the article offers a program of activities that meets this purpose.

Key words: Santa Lucía, entertainment, elderly segment, hotels, sport activities

INTRODUCCIÓN.

Según la Enciclopedia Turística, la 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.

El término animación proviene de ánimo, de dar vida, o de tener vida. Cuando se menciona el término Animación se hace referencia a la agitación, actividad, acción, calor, movimiento, excitación, vivacidad, alegría, genio alegre, viveza, expresividad, gesticulación, bulla, ruido, alborozo, goce, colorido, sonoridad, fiesta o festejo, tertulia y otros. Una nueva concepción plantea que la animación es un sistema operativo que debe propiciar, con criterio objetivo, la explotación por parte del turista sus cualidades, aptitudes y capacidades de manera adecuada, agradable y espontánea de forma que lo apoye o complemente en su autorrealización humana. (Bosh 1985)

La Escuela Nacional de Animación Turística, (CIATUR 1998) define esta actividad como un servicio que opera integrando los valores socioculturales de un producto turístico con el objetivo de contribuir a la satisfacción de los intereses y motivos de los clientes. La animación implica que los clientes tengan posibilidad de elección, comunicación y entretenimiento, que puedan asociar el ocio a una experiencia de integración e intercambio en un marco festivo y de relajamiento mental que contribuya de hecho al desarrollo de su personalidad.

En la actualidad, la animación hotelera, ha dejado de ser una actividad complementaria para convertirse en una parte fundamental del ocio en el tiempo de vacaciones, por lo que, los departamentos de Animación Turística deben estar integrados por profesionales, creando programas de animación acordes con la orientación de mercado definida por los hoteles de sol y playa.

El segmento de mercado de la tercera edad es cada día mayor por lo que se necesita una mejor preparación de los animadores para poder satisfacer las necesidades crecientes de este grupo etáreo.

De acuerdo con Reyes (2008), se puede decir que el segmento de tercera edad es uno de los mercados con mayores alternativas de desarrollo turístico debido a que:

- ✓ Es uno de los segmentos con mayor crecimiento poblacional.
- ✓ Aumenta permanentemente su expectativa de vida.
- ✓ Aumenta permanentemente su nivel educativo, elemento que influye en su estilo de vida y en sus exigencias de calidad durante el tiempo libre.
- ✓ Lenta pero progresivamente se va internalizando en el segmento el valor del tiempo de ocio destinado al turismo.
- ✓ Cuentan con un tiempo libre que no tiene estacionalidades específicas, sino que se movilizan prácticamente durante todo el año.
- ✓ Sus estancias son generalmente más prolongadas que la de otros segmentos.
- ✓ Son repetitivos en cuanto a la visita de un destino si el mismo alcanza a cubrir sus satisfacciones.

El tiempo libre destinado al turismo y la recreación es una de las variables de mayor integración y de valorización de la calidad de vida de este mercado que permite beneficios comerciales y sociales a todos aquellos que interactúan con ellos. Por esto es imprescindible una atención integrada que permita el disfrute del ocio en el mejoramiento de su calidad de vida.

La animación puede contribuir a mejorar la calidad de vida del turista de la tercera edad en el período que nos visitan, para ellos se debe elaborar actividades que les proporcione entretenimiento, placer, la posibilidad de relacionarse con otras personas de su edad sin que deban realizar un gran esfuerzo físico.

El turismo de la tercera edad o mercado de la tercera edad es altamente apreciado debido a que, según las estadísticas de diversas instituciones que tributan al sistema de turismo, viajan con mayor frecuencia, tienden a viajar a más largas distancias, sus estancias son más prolongadas en comparación con otros segmentos turísticos. A su vez, las perspectivas de envejecimiento de la población mundial también contribuyen a que el mismo se apropie de forma creciente de una mayor porción del mercado turístico internacional

Lo anterior implica suponer que se trabaja con un grupo de personas que posee disímiles características; se debe considerar que casi todos los individuos en este período son jubilados, por lo tanto, cuentan con gran cantidad de tiempo libre, aunque su organismo ya no está acondicionado para realizar actividades que sean de grandes esfuerzos físicos.

La recreación en la tercera edad es un tema que deja al descubierto que en todas las etapas de la vida se puede disfrutar, seguir aprendiendo y mantenerse activo. Este cambio social se demuestra en el aumento de la participación de los adultos mayores en los centros de jubilados, sociedades de fomento, universidades de la tercera edad, entre otras.

Es cierto que la actividad físico-recreativa se ha identificado constantemente como una de las intervenciones de salud más significativas de las personas de edad avanzada.

Sin embargo no está definido un programa de animación deportiva para la tercera edad en los hoteles de sol y playa de Santa Lucía, siendo el objetivo de los autores contribuir con una propuesta de programa de actividades de animación dirigidas a turistas de la tercera edad.

DESARROLLO

En la etapa de temporada alta (noviembre_ marzo), los autores, de conjunto con los estudiantes de los grupos de Animación Turística de la Escuela de Turismo "Hermanos Gómez" de Camagüey, diseñaron un conjunto de actividades de animación diurna que responde a las exigencias del segmento de la tercera edad los hoteles de sol y playa de Santa Lucía.

1. CARACTERIZACIÓN DEL DESTINO PLAYA SANTA LUCÍA.

Santa Lucía, principal destino turístico de la provincia de Camagüey, resguarda una playa de 21 km de largo y posee una bien conservada naturaleza y biodiversidad. Posee una extensa barrera coralina que es la segunda mayor del planeta luego de la australiana, y la mayor del hemisferio occidental. En sus inmediaciones se localizan los cayos Sabinal, Romano, Cruz y Guajaba, donde pueden encontrarse la principal colonia de flamencos rosados del Caribe e interesantes especies que conforman la fauna de la región o ejemplares de la flora propia de las costas cubanas.,

La zona posee una rica vida turística. La infraestructura hotelera está compuesta por el Hotel Brisas Santa Lucía (4 estrellas), Hotel Club Amigo Caracol (3 estrellas), Hotel Club Amigo Mayanabo (3 estrellas) y el Hotel Gran Club Santa Lucía (3 estrellas).

Los principales mercados emisores hacia el destino lo constituyen Canadá, Italia y Alemania.

Tradicionalmente los canadienses han ocupado la posición número uno en la emisión de turismo hacia nuestro país y se caracteriza por un período notable de alta emisión entre diciembre y marzo. Es el mercado más estacional para Cuba, con un coeficiente muy por encima de la media global, siendo en el período 1994 - 2003 de 4,33 y al constituir el principal emisor hacia Cuba en volumen de visitantes, acentúa la estacionalidad del destino en general.

En 1990, Italia representaba el séptimo país emisor en importancia para Cuba; seis años más tarde (1996) desplazó al mercado canadiense de la primera posición. Al finalizar el año 2003, mantiene la segunda posición.

Por su parte, Alemania constituye uno de los mercados emisores más importantes del mundo. Las llegadas del turismo alemán hacia Cuba fueron de más de 157.000 visitantes en el 2003, para un descenso de un 15,5% con respecto al año anterior, ocupando la tercera posición. Sin embargo durante el período 1999 - 2002 se posicionaba en la segunda.

El incremento de este mercado fue positivo hasta el año 2000, aunque ya desde 1999 se apreciaba una desaceleración en su crecimiento. Alemania es un mercado que se ha caracterizado por tener una marcada estacionalidad, por lo que su influencia es positiva dentro de la curva de estacionalidad del destino cubano, no obstante se observa una ligera mayor presencia de alemanes durante los meses de noviembre -abril.

En el período 1994 - 2003 este mercado presenta un coeficiente de estacionalidad de 1,14, muy por debajo de la media nacional.

2. RESULTADOS DE LOS MÉTODOS APLICADOS.

Para la concepción del programa concepción se tomó en cuenta los resultados de los instrumentos y métodos utilizados para la realización del trabajo consistentes en la encuesta y la observación.

La encuesta realizada a los clientes de la tercera edad en hoteles de sol y playa de Santa Lucía arrojó los siguientes resultados:

- ✓ El 92,53% de los clientes encuestados afirman que es importante la animación dentro de los hoteles.
- ✓ El 84,48 % plantea que las actividades de animación está quedando por debajo de sus expectativas, debido a que la animación se basa en actividades para grupos etarios donde no se incluye la tercera edad)
- ✓ El 78,16% de los encuestados prefieren los espectáculos y shows, el 62,64% los juegos de mesa, el 52,3% las clases de idioma y baile, el 30,46% los juegos acuáticos en la piscina o playa, el 27,58 las excursiones y caminatas y el 16,6% los campeonatos deportivos.

El objetivo de la observación realizada fue tener una visión general del funcionamiento de las áreas de animación de los hoteles de sol y playa de Santa Lucía

Como resultado de la aplicación del método se conoce que:

- ✓ La mayor parte de la actividad recreativa se realiza en horario diurno.
- ✓ Alto número de turistas de la tercera edad que no participan en la recreación del hotel.
- ✓ No explotación de todas las áreas destinadas a la recreación.
- ✓ Todas las actividades de animación son muy reiterativas y muy ajustadas entiempo.
- ✓ No existen programas alternativos de animación para los visitantes de de diferentes segmentos de mercados como los clientes de la tercera edad.
- ✓ Las actividades del programa de animación en la que participan mayor cantidad de clientes de más de 60 años son: ejercicios de estiramiento, el bingo, clases de español, ejercicios en el agua.
- ✓ Las actividades recreativas que prefieren son juegos de mesa, torneos de billar, la petanca y actividades en la piscina apropiadas para su edad.

3. PROGRAMA DE ACCIONES DISEÑADO PARA LA TERCERA EDAD.

Las actividades diseñadas tienen como base la organización de técnicas y acciones que de forma coordinada logren una comunicación efectiva con el cliente y entre los clientes, y a la vez le faciliten la utilización de su tiempo vacacional de una manera más ajustada a sus necesidades y expectativas.

3.1. Gimnasia matutina

El animador comienza promoviendo la actividad e informa a los clientes del lugar donde se realizará la gimnasia matutina, la cual puede realizarse en diferentes áreas del hotel. Cuando se reúnen todos los participantes, se les da la bienvenida, motivándolos a una de las actividades más frescas de la mañana que ponen el cuerpo en forma bien temprano y preparan a los turistas para una nueva jornada recreativa en el hotel.

Aquí se realiza un círculo con el equipo de animación y los clientes, y el animador monitor estará al micrófono guiando la actividad y los ejercicios preparados para la ocasión. Se comenzará con el calentamiento, luego ejercicios aerobios destinados principalmente a los clientes de la tercera edad. Al finalizar se realizarán varios ejercicios de respiración. Seguidamente, pasarán a la realización de movimientos aeróbicos en forma de expresión corporal al ritmo de la música seleccionada y de esta forma terminará la actividad, dando así las gracias por la participación e invitarlos a las demás actividades de la instalación. Esta actividad tendrá frecuencia diaria.

3.2. Caminata matutina: “Conozca el 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 del entorno al cual se van a integrar el recorrido se podrá apreciar la flora y fauna de la región, la cual debe ser del conocimiento del animador.

El objetivo fundamental de esta actividad será el de familiarizar a los clientes con las características del entorno que visitan, que es totalmente diferente a las de sus lugares de residencia habitual. También tiene como objetivo proveer al cliente de una forma amena e interactiva, de informaciones que serán de gran ayuda durante su estancia, como: la distribución de los locales y la historia de la construcción del hotel, entre otros aspectos. La salida será prevista a las 9:00 AM del lobby del hotel.

3.3 Concurso de fotografía

En esta actividad los turistas tomarán fotos a lo largo de su estancia en la instalación de diferentes lugares de los alrededores y posteriormente se presentarán todas las fotos tomadas y se premiarán las que mejor representen el entorno. El animador encargado de esta actividad debe determinar el número de fotos a presentar de acuerdo con la cantidad de participantes y esto se realizará en el lobby del hotel, de forma que sea un acto participativo y público. Esta actividad tendrá una frecuencia de 3 veces a la semana.

3.4. Clases de idioma español

El animador comienza haciendo la promoción de la clase, les da la bienvenida a los clientes y se presenta como profesor, de una forma amena y sencilla en el idioma oficial de nuestro país. Posteriormente, pasa a explicar la lección según el programa que ha concebido con anterioridad, dando así los primeros pasos para incentivar el aprendizaje por parte del cliente. Este enseñará las frases esenciales de nuestra lengua que ayuden al cliente a comunicarse durante su estancia en el hotel. Ejemplos:

Saludos.

Frases de cortesía.

Direcciones de áreas.

Decir el nombre y el país de procedencia.

El animador turístico tendrá la libertad de ajustar el programa según las exigencias del cliente. Al finalizar con la lección debe preguntar si existen dudas de lo aprendido, despide la clase agradeciendo la atención de todos e invita a la próxima actividad. La actividad puede realizarse a cualquier hora de la mañana o la tarde, la hora y frecuencia estará definida en el plan de animación.

3.5. Bailando al compás de Cuba

El miembro del equipo de animación encargado de esta actividad comienza con la promoción de la misma en los diferentes idiomas mientras una pareja de baile motiva al cliente mostrando de manera sencilla el ritmo a enseñar, luego el animador turístico comienza la clase dando la bienvenida a los clientes y haciendo una breve reseña del ritmo o los ritmos que enseñará.

El segundo tiempo es para explicar los pasos básicos mientras los animadores asistentes ayudan al cliente a ejecutar los mismos de la manera más fácil posible; posteriormente, se combinan los pasos básicos con el ritmo de la música y finalmente, se procede a bailar el ritmo aprendido ininterrumpidamente hasta lograr una coreografía de fácil ejecución para el cliente.

El animador turístico finaliza la clase invitando a los clientes a bailar ritmos cubanos y posteriormente, despide y agradece la participación de todos e invita a la actividad que continúa. La actividad puede realizarse a cualquier hora de la mañana o la tarde, la hora y frecuencia estará definida en el plan de animación; el lugar de realización podrá variar de acuerdo con los intereses de los clientes y del animador, para así poder aprovechar todas las áreas recreativas de la entidad.

3.6. Talleres de artesanía

La actividad consiste en la confección de artesanías y souvenirs que el cliente podrá elaborar con sus propias manos y llevarse de recuerdo una vez concluida su estancia en el hotel. Aquí el animador de forma amena y sencilla hace una breve descripción de qué es la artesanía en Cuba y la importancia que tiene para la cultura del país.

Luego se muestra la propuesta que se va a confeccionar, la cual puede ser desde un brazalete tejido o una muñeca de trapo tradicional, naturaleza muerta, etc. La actividad se realiza mostrándose todos los materiales que van a ser utilizados (hojas de plantas naturales, hilos,

alambres, caracoles y conchas, naturaleza muerta, madera, pinturas, pegamentos, cuero, perlas, etc.).

El animador debe ser ágil en este sentido de forma que se adelante y muestre cómo se realiza la tarea. Posteriormente, los clientes procederán a la elaboración de su manualidad y una vez finalizado el taller, se realizará una presentación de los objetos y se felicitarán las mejores obras.

La actividad no tendrá valor competitivo, pero sí de reconocimiento a los objetos elaborados. La misma puede realizarse a cualquier hora de la mañana o la tarde, la hora y frecuencia estará definida en el plan de animación. El lugar de realización será el área de espectáculo y los alrededores de la piscina.

3.7. Taller de pintura

Esta actividad consiste en la representación gráfica de los principales símbolos de identidad nacional, como son: la bandera, el escudo, la palma real, la flor mariposa y el mapa de Cuba. Para ello el animador al frente de la actividad explicará el significado que tienen cada uno de estos símbolos para nuestra nación y posteriormente hará una demostración de los principales aspectos que deben tenerse en cuenta a la hora de realizar estos dibujos como son: las medidas, las formas, las dimensiones y los colores que deberán usarse en cada caso.

3.8. Aprenda de Cuba

El animador turístico les da la bienvenida a la clase “Aprenda de Cuba”. Se identifica con una breve introducción en inglés, francés y español. Se inicia la actividad haciendo un diagnóstico mediante preguntas acerca del conocimiento que tienen de la isla. A partir de estos resultados se les da a conocer el país: lugares históricos, ciudades, servicios ofertados, atracciones turísticas, servicios de transporte, galerías de arte, etc. Se proyecta un corto video acerca de las principales regiones del mismo, haciendo énfasis en las más cercanas al lugar donde ellos se encuentran. Luego de terminada la actividad, se procede a realizar técnicas de grupo para incentivar y escuchar opiniones de otros temas que no hayan sido expuestos en la actividad. Después de dar explicaciones se pregunta si quedaron satisfechos, exhortándolos a que participen en las restantes actividades del día. La actividad puede realizarse a cualquier hora de la mañana o la tarde, la hora y frecuencia estará definida en el plan de animación.

3.9. Campeonatos de juegos

Esta actividad consiste en la realización de torneos de juegos, como son: el dominó, el ajedrez, las damas, cartas y petanca, entre otros. Para ello se habilitarán las mesas que se requieran de acuerdo a la cantidad de participantes con los respectivos juegos y el animador procederá a conformar las parejas y los oponentes de cada equipo o competidor en un listado.

Una vez terminada la organización de los enfrentamientos se aclararán las reglas de dicho juego y posteriormente comenzará la actividad. Una vez concluida la primera ronda y en dependencia del número de participantes, comenzarán a enfrentarse los ganadores hasta determinar, él o los campeones del torneo. Posteriormente, se premiarán los ganadores y se agradecerá a todos los que participaron.

Esta actividad lúdica es de gran aceptación por los clientes ya que permite demostrar competitivamente las cualidades de algunos clientes para este tipo de juegos. Además, se lograría mostrar los verdaderos rasgos de las costumbres de los cubanos y contribuiría a la integración social de los huéspedes del hotel. La misma se realizaría en el área de espectáculos y se realizaría un juego o campeonato distinto todos los días.

3.10. Preparación de tragos nacionales: “Cuba cocktails”

Esta actividad consiste en la elaboración de cócteles nacionales a partir de la motivación que poseen gran número de clientes de saber cómo prepararlos correctamente. Para ello, el animador al frente deberá ser apoyado por el departamento de alimentos y bebidas el cual facilitará los medios, instrumentos e ingredientes necesarios para llevar a cabo la actividad con la calidad requerida.

La creación de los tragos se desarrollará en el lobby bar del hotel con la ayuda y guía del cantinero. Este estará encargado de brindar la información general del cóctel como son su historia, creación e ingredientes, entre otros aspectos. Posteriormente, hará una demostración

de la preparación y luego los clientes prepararían sus tragos y cócteles atendiendo a las características de cada ingrediente. Entre los principales cócteles a preparar está el daiquiri, el mojito, la piña colada y el Cuba libre.

Cada competidor puede mostrar sus habilidades, conocimientos o simplemente su creatividad. Pueden participar todos los que deseen (como competidores o espectadores), se realizarán rondas de tres competidores y de ellos se escoge el mejor.

El animador guiará la actividad encargándose de la motivación y el maître del hotel será el jurado para premiar los mejores tragos.

3.11. Festival de castillos de arena

Esta actividad consiste en la realización de un festival de castillos de arena en el área del a playa. En esta ocasión los clientes tendrán la oportunidad de trabajar en equipos y mostrar sus habilidades como arquitectos.

El animador al frente de esta alternativa recreativa deberá movilizar tantos clientes como sean posible, y luego formar equipos que pueden estar dados por familias, mercados, afinidad o designados por el animador.

Los participantes tendrán un tiempo estimado de una hora aproximadamente para llevar a cabo su construcción. Para la decoración de las fortalezas los clientes podrán utilizar elementos naturales que encuentren por la playa tales como: conchas, caracoles, algas, hojas, semillas, ramas, etc.

Luego de finalizar las construcciones se felicitarán a todos los participantes por sus creaciones y se dejarán las obras para que puedan ser apreciadas por el resto de los clientes del hotel que vayan a la playa. La actividad no será competitiva, pero los clientes a partir de sus gustos personales podrán seleccionar sus favoritos.

El aporte fundamental de esta actividad radica en lograr la integración de los clientes diversos del hotel, desde los más jóvenes hasta los mayores, así como dar funcionalidad al área de la playa que no es aprovechada. La actividad puede realizarse a cualquier hora de la mañana o la tarde, la hora y frecuencia estará definida en el plan de animación.

3.12. Mini Festival de Cine.

Los animadores responsables de esta actividad comenzarán haciendo un breve panorama de la película que se pondrá en escena. El local se ambientará como un festival y en correspondencia al país homenajeado. Luego se pasará a la presentación del filme y una vez concluido este, se pondrán a la venta del cliente DVD con filmes cubanos, CD con música puramente cubana, entre otras cosas.

3.13 -Yoga.

Conjunto de ejercicios dedicados a la relajación y la concentración dirigidos por un animador con conocimientos en esta actividad, la actividad se realizara en el área de la piscina. El objetivo es ayudar a los clientes de este segmento de mercado a lograr un estado de relajación y concentración con ejercicios adecuados a su edad mediante esta técnica milenaria.

CONCLUSIONES

El programa de acciones propuesto contribuye al mejor desenvolvimiento del área de animación e incluye mejoras y soluciones para resolver los problemas reales de las instalaciones hoteleras de sol y playa en cuanto a la satisfacción y atención del cliente de la tercera edad.

Implementar esta alternativa en un futuro inmediato, contribuirá a elevar la participación del cliente de la tercera edad en las actividades recreativas y por consecuencia, aumentará la satisfacción del mismo en su estancia en la entidad.

La ejecución de las actividades propuestas redundará en la salud mental y física del segmento de mercado estudiado.

Referencias

Bosh, Ramón. Manual Metodológico de la animación turística. La Habana. 1985. Pp10

Reyes, Martín: Ayala E. y Caciques. - Ponencia presentada en la convención de turismo en Cuba. Tomado del manual de teoría y práctica del turismo Escuela de Hotelería y Turismo de Altos Estudios. 2003.

Manual de Animación Turística. Escuela Nacional de Animación Turística (Anterior CIATUR 1998). Pp15

Bibliografía

Abreu, P. P., (2003). Manual de animación turística. La Pampa. Argentina: Editorial Región Empresa Periodística.

Ander- Egg, Ezequiel., (1992) La animación y los animadores. Narcea. Madrid.

Aranda Rodríguez, Daymí Monaga, Mengana, Zurama. Consideraciones sobre .la tercera edad en el turismo internacional. Revista Digital Vinculando. 2013.

Averhoff, A. et al., (1986). Manual Técnico-Metodológico para la Actividad de Animación. Instituto Nacional de Turismo de Cuba.

Blanco Faría Margarita (Julio 2014). La Animación en hoteles de Ciudad y su proyección sociocultural.

Bosh, Ramón. Manual Metodológico de la animación turística. La Habana. 1985.

Cobas Pérez M.S, Olbera, Lirino R. (2004) Apuntes sobre técnicas de animación. EHT FORMATUR.

Del Río Espinosa, Y, "Proyecto de redimensionamiento del plan de animación turística del hotel Ancón" Trabajo de Diploma, UCLV, 2009

Reyes, Martín: Ayala E. y Caciques. - Ponencia presentada en la convención de turismo en Cuba. Tomado del manual de teoría y práctica del turismo. Escuela de Hotelería y Turismo de Altos Estudios. 2003. 128 p.

Manual de Animación Turística. Escuela Nacional de Animación Turística (Anterior CIATUR 1998).

Ruíz, A. M. 2009. "Programa de actividades socioculturales para el perfeccionamiento de la gestión de animación turística hotelera". Aplicación Hotel Meliá Cayo Santa María. Tesis de Maestría

Tolstij, A. "El hombre y la Edad" Academia de Ciencias Pedagógicas de la URSS, Editorial Progreso, 1989.

Búsquedas en Internet e intranet.

Ecured. Enciclopedia en línea. <http://www.ecured.cu>

Información sobre la profesión en www.educación.es