



# Departamento de animación turística

*Elaborado por: Nicolás Solano Coto*

Resumen del Capítulo 7 del libro de Xavier Puertas: *Animación en el ámbito turístico*



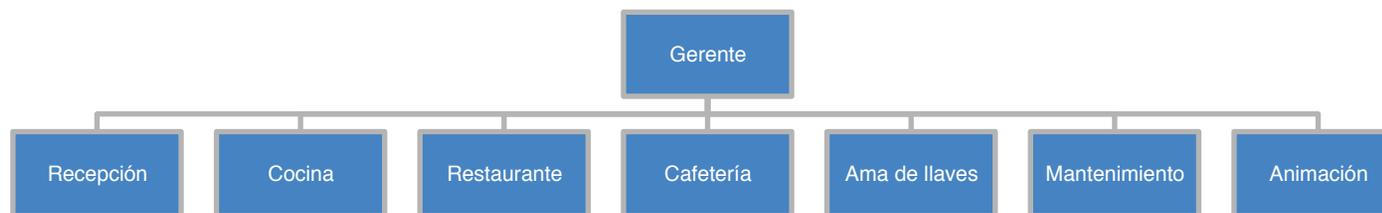
## El departamento de animación

El departamento de animación puede considerarse, en la historia del turismo, como uno de los más modernos. A pesar del desconocimiento de esta actividad, la disposición de infraestructura y de recursos para este fin, así como su reciente incorporación dentro del mercado turístico, evidencian su aceptación dentro de las empresas de turismo. Para lograr un análisis de este departamento se vincularán dos aspectos de importancia: la estructura empresarial y la unidad física del departamento.

### LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Se toma en cuenta este aspecto con el fin de relacionar la posición del departamento dentro de la organización y validar su pertinencia con la empresa. Se puede afirmar que el departamento de animación es la cara más visible de la empresa por el contacto directo y continuo que genera con los turistas, es por ello que se debe de equiparar situacional y jerárquicamente con los otros departamentos de la empresa. Por ejemplo, en esta figura se ubica en el mismo nivel del resto de departamentos de una empresa de alojamiento:

**FIGURA 1. ORGANIGRAMA BÁSICO DE UNA EMPRESA DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO**



**Fuente:** Puertas, X. (2004). *Animación en el ámbito turístico*. Capítulo 7 (pág. 136).



Las relaciones estipuladas anteriormente se pueden vincular con otras subordinaciones, pero en el ejemplo lo que se desea observar es la nivelación jerárquica del departamento en estudio, de igual forma no se analiza cada departamento pues ese no es el cometido final. Sin embargo, si desea ampliar en estos aspectos revise la información de la página 137 del libro Animación en el ámbito turístico de Xavier Puertas.

Existe una estrecha relación entre el departamento de animación y todos los departamentos anteriormente mencionados, lo que facilita el trabajo conjunto para generar un valor agregado y significativo en la organización, tomando en cuenta las fortalezas de cada uno de éstos.

A continuación se mencionan las relaciones principales entre el departamento de animación y el resto de departamentos:

#### CUADRO 1. RELACIONES INTERDEPARTAMENTALES

Departamento	Relación
<b>Gerencia</b>	Relación directa por la dependencia tanto económica como administrativa. Se recomienda brindar informes periódicos para establecer vínculos comunicativos.
<b>Recepción</b>	Este es el departamento que puede brindar la información del huésped y así segmentar los programas de animación turística, además de colaborar con la entrega de boletines publicitarios.
<b>Restaurante</b>	Es la zona de afluencia de mayor cantidad de personas, por la satisfacción de una necesidad básica, siendo este un lugar potencialmente importante para la promoción y entrega de incentivos de participación, en las actividades.
<b>Cocina</b>	La imagen del chef puede ser una fuente promocional, así como la asociación con las actividades de animación relacionadas con las artes culinarias.



<i>House Keeping</i>	El personal de este departamento es el último en estar en las habitaciones previo al ingreso de turistas, por ende, los primeros en brindar publicidad escrita en la misma, además de facilitar material de descarte para uso del animador turístico en sus actividades (en forma de reciclaje).
<b>Cafetería</b>	La relación más directa se encuentra en la posibilidad de dinamización del espacio de la cafetería y los incentivos que se puedan recibir o ser aplicados en esta área.
<b>Mantenimiento</b>	Ligamen de trabajo colaborativo para el montaje de escenarios y realización de trabajos específicos para el desarrollo de las actividades.

Fuente: Adaptación del libro de Puertas, X. (2004). *Animación en el ámbito turístico*. Capítulo 7 (pág. 137-140).

## LA UNIDAD FÍSICA DEL DEPARTAMENTO DE ANIMACIÓN

Anteriormente, en las empresas turísticas no se destinaban espacios para este departamento, con el pasar de los años se ha cambiado este paradigma, e incluso, en las nuevas construcciones se están destinando espacios mínimos para la logística de este departamento. Es por ello que el espacio físico en este ámbito se puede definir como la unidad física, que sirve para múltiples funciones (debido a las múltiples funciones del animador) y que debe ubicarse en un lugar estratégico, pues debe ser de fácil acceso para todos, tanto para los miembros del staff como para los usuarios.

Para lograr un buen ambiente de trabajo, y por ende el logro de resultados, es recomendable la implementación de mobiliario y equipo dentro de este espacio físico. Se propone el uso de algunos implementos mínimos que se pueden ampliar o disminuir de acuerdo a las características del establecimiento.



IMAGEN 1. EJEMPLO DE UNA OFICINA DE ANIMACIÓN



Matei Alexandru

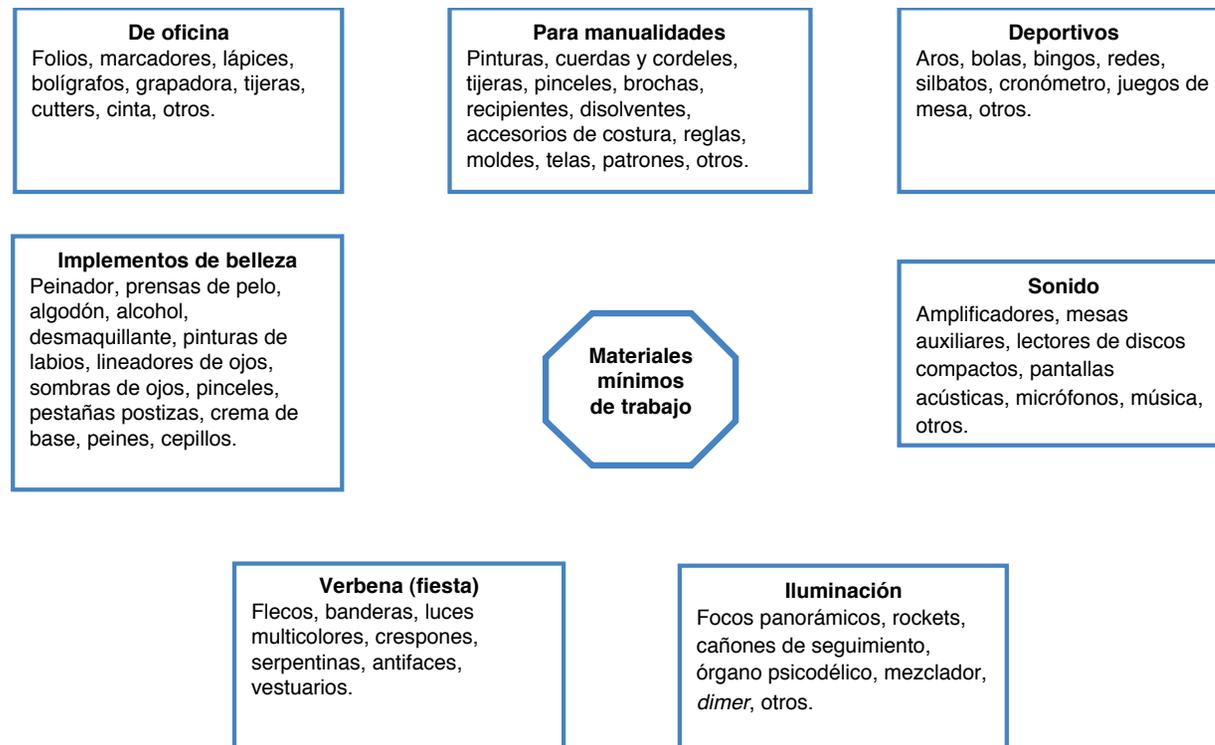
1. Estantes
2. Equipo tecnológico



3. Escritorio personal modular
4. Sillas ergonómicas o similares
5. Amplio espacio

La anterior disposición de los implementos de oficina es una sugerencia, de igual forma lo son los elementos siguientes que se relacionan con el material mínimo de trabajo que deben tener los miembros de este departamento.

**FIGURA 2. MATERIAL MÍNIMO IMPRESCINDIBLE**



**Fuente:** Puertas, X. (2004). *Animación en el ámbito turístico*. Capítulo 7 (pág. 141-145).



La selección e implementación adecuada de los materiales anteriormente mencionados colaborará al logro de los objetivos del departamento de animación turística, donde la satisfacción de los usuarios será uno de los principales. Por lo anterior, el hecho de destinar recursos al mismo es de suma importancia, así como considerar todo lo anterior dentro de la estrategia del programa de animación.

### Fuente bibliográfica

Puertas, X. (2004). *Animación en el ámbito turístico*. Capítulo 7 (p. 135 - 145). España, Madrid: Síntesis.



**Derechos reservados**  
**Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica**

Queda prohibida la reproducción, distorsión, alteración, adaptación, copia, transformación, edición, distribución, venta, alquiler, comunicación pública, puesta a disposición y cualquier forma de explotación no autorizada, comercial o no comercial, por cualquier medio o procedimiento, conocido o por conocerse, de esta obra.