



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA HOTELERÍA Y TURISMO**

**ANÁLISIS DE LA ANIMACIÓN TURÍSTICA EN LOS HOTELES  
DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA: MODELO  
METODOLÓGICO Y DE DESARROLLO**

**TESIS DE GRADO**

Previo a la obtención del Título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**AUTOR: JAIRO LUCAS DE LOS SANTOS**

**TUTOR: LCDA. BRUSELA VÁSQUEZ**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2012**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA HOTELERÍA Y TURISMO**

**ANÁLISIS DE LA ANIMACIÓN TURÍSTICA EN LOS HOTELES  
DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA: MODELO  
METODOLÓGICO Y DE DESARROLLO**

**TESIS DE GRADO**

Previo a la obtención del Título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**AUTOR: JAIRO LUCAS DE LOS SANTOS**

**TUTOR: LCDA. BRUSELA VÁSQUEZ**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2012**

**La Libertad 09 de febrero del 2012**

**APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **“ANÁLISIS DE LA ANIMACIÓN TURÍSTICA EN LOS HOTELES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA: MODELO METODOLÓGICO Y DE DESARROLLO “** elaborado por Lucas de los Santos Jairo Michel egresado de la Escuela de Hotelería y turismo , Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciado en administración turística , me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

**Lcda. Brusela Vásquez Farfán**

**TUTORA**

## DEDICATORIA

En el siguiente trabajo investigativo o tesis expreso mi mayor esfuerzo responsable dedicando con mucho orgullo a quienes amamos eternamente por encima de todo, a quienes ven de cerca nuestras virtudes y perdonan nuestros excesos; a quienes nos moldean y preparan para la verdad, a quienes son vigías de nuestros sueños y son cómplices de nuestro futuro, a los que nos guían enérgicos y vigorosos, a:

- Mis padres, quienes lograron inculcar espacios de valores, ética y motivación en la realización de mis tareas cotidianas y en mis objetivos profesionales.
- Mis compañeros: por el apoyo y los consejos oportunos que me dieron.



## **AGRADECIMIENTO**

La gratitud es deber de todo ser humano, quien ha recibido, no puede vivir de espaldas e independientemente de quien le ha dado

Con respeto y humildad agradezco a primordialmente a Dios, pues gracias a él despierto día a día y fortalezco mi espíritu para lograr mis metas.

Con el mismo énfasis agradezco a mis maestros que pacientemente guiaron mi proceso educativo formándome como un correcto ser humano.

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Mercedes Freire Rendón, Msc  
DECANA DE LA FACULTAD  
C.C. ADMINISTRATIVAS

---

Lcdo. Erick López Reyes.  
DIRECTOR DE ESCUELA

---

Lcda. Brusela Vásquez Farfán  
PROFESOR-TUTOR

---

Lcda. Tannia Aguirre Suárez  
PROFESOR DEL ÁREA

---

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.  
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“ANÁLISIS DE LA ANIMACIÓN TURÍSTICA EN LOS HOTELES DE LA  
PROVINCIA DE SANTA ELENA: MODELO METODOLÓGICO Y DE  
DESARROLLO”**

**Autor: Jairo Lucas De Los Santos**

**Tutora: Lcda. Brusela Vásquez**

**RESUMEN**

El presente trabajo de investigación titulado **Análisis de la Animación Turística en los hoteles de la provincia de Santa Elena: modelo metodológico y de desarrollo** es el resultado de una investigación realizada en esta provincia con el objetivo de determinar las razones que impiden la implementación del servicio de Animación Turística en la oferta hotelera y la creación de un modelo del mismo partiendo de una serie de preguntas científicas. Para desarrollar este trabajo se realizó un análisis de la Animación Turística en los hoteles de la provincia y de una amplia revisión bibliográfica de diferentes autores. Para darle tratamiento al problema planteado se utilizó una muestra de moradores, turistas y empresarios hotelero, utilizando la técnica del muestreo. Los instrumentos utilizados para obtener las informaciones fueron la encuesta y entrevista, utilizando como estadígrafo el programa Spss. Esta investigación derivó la conclusión de que las acciones estratégicas propuestas en el modelo de animación turística planificados, organizados y ejecutados correctamente mejorarán el producto turístico integral hacia el huésped contribuyendo en la consolidación del mismo en el mercado, a su diferenciación ante la competencia y a lograr la satisfacción del cliente con mayor efectividad.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
PORTADA .....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
TRIBUNAL DE GRADO .....	v
RESUMEN .....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
 CAPÍTULO I	
I. LA PROVINCIA DE SANTA ELENA Y LA ANIMACIÓN TURÍSTICA.....	3
I.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.....	3
I.2 ASPECTOS GEOGRÁFICOS.....	5
I.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS.....	9
I.4 ASPECTOS ECOLÓGICOS.....	9
I.4.1 FAUNA Y FLORA.....	9
I.5 ASPECTOS SOCIALES.....	11
I.5.1 Servicios básicos.....	11
I.5.2 Salud .....	12
I.5.3 Educación.....	13
I.6 ASPECTOS ECONÓMICOS.....	13
I.7 ASPECTOS POLÍTICOS .....	15
I.8. EL TURISMO .....	15

I.8.1	TURISMO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA .....	16
I.8.2	EL TURISTA .....	17
I.8.3	EL TURISTA EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA .....	17
I.9	LA HOTELERÍA.....	18
I.9.1	DEFINICIÓN DE HOTEL.....	19
I.9.2	CLASIFICACIÓN DE LOS HOTELES .....	20
I.9.3	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS .....	24
I.9.4	PERSONAL Y FUNCIONES POR DEPARTAMENTO.....	26
I.10	CONCEPTO DE ANIMACIÓN TURÍSTICA .....	31
I.10.1	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ANIMACIÓN.....	32
I.10.2	CARACTERÍSTICAS DEL DEPARTAMENTO DE ANIMACIÓN .....	33
I.10.3	IMPORTANCIA DE LA ANIMACIÓN HOTELERA.....	34
I.10.4	OBJETIVOS DE LA ANIMACIÓN HOTELERA .....	35
I.10.5	MODALIDADES DE LA ANIMACIÓN HOTELERA .....	37
I.10.6	ACTIVIDADES DE LA ANIMACIÓN HOTELERA .....	37
I.10.7	PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE ANIMACIÓN.....	39
I.11	SITUACIÓN ACTUAL DE LA ANIMACIÓN TURÍSTICA EN LOS HOTELES .....	
	EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.....	43
I.12	DECLARACIÓN DE INTENCIÓN Y DISEÑO METODOLÓGICO PLANTEADO EN LA PROPUESTA.....	44

## CAPITULO II

II.	VALIDACIÓN METODOLÓGICA, PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	45
II.1	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	47
II.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	47
II.3	TÉCNICAS A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN .....	48
II.4	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	49
II.5	ANÁLISIS DE ENCUESTA A MORADORES.....	51
II.6	ANÁLISIS DE ENCUESTAS A TURISTAS .....	59
II.7	ANÁLISIS DE ENCUESTAS A EMPRESARIOS HOTELEROS.....	71
II.8	ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES DE TURISMO .....	82
II.9	INTEGRACIÓN FINAL DE LOS DATOS OBTENIDOS EN LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO .....	83

## CAPITULO III

III ANÁLISIS DE LA ANIMACIÓN TURÍSTICA EN LOS HOTELES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA: MODELO METODOLÓGICO Y DE DESARROLLO.....	86
III.1 PRESENTACIÓN.....	86
III.2 DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS RECTORES.....	87
III.2.1 FILOSOFÍA.....	87
III.2.2 VISIÓN.....	87
III.2.3 MISIÓN.....	87
III.3.2.4 POLÍTICAS.....	87
III.3. OBJETIVOS Y METAS.....	88
III.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	88
III.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	89
III.3.3 META.....	89
III.4 DISEÑO DEL MODELO DE ANIMACIÓN TURÍSTICO PARA LOS HOTELES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.....	90
III.4.1 DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO.....	90
III.4.2 LÍNEA ESTRATÉGICA DE PRODUCTO-ANIMACIÓN.....	91
III. 4.3 EL ANÁLISIS DEL PRODUCTO - ANIMACIÓN.....	91
III.4.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS ANIMACIÓN.....	93
III.4.5 MODELOS DE LOS PRODUCTOS – ANIMACIÓN.....	93
III.4.6 DIVISIÓN DE LOS PRODUCTOS POR SEGMENTOS.....	96
III.4.7 MODELO DE ANIMACIÓN TURÍSTICA PROVINCIA DE SANTA ELENA.....	97
III.4.8 PROGRAMA DE ANIMACIÓN TURÍSTICA.....	101
III.4.9 ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN TURÍSTICA.....	104
III.4.10 ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN TURÍSTICA.....	108
III 5 LÍNEA ESTRATÉGICA DE CAPACITACIONES EN ANIMACIÓN TURISTICA.....	112
III 5.1 MANUAL DE ANIMACIÓN EN EL ÁMBITO TURÍSTICO.....	112
III.5.2 NÚMERO DE HORAS:.....	122
III.5.3 NÚMEROS DE PARTICIPANTES.....	123

III.5.4 LUGAR DE LAS CAPACITACIONES.....	123
III.5.5 PERFIL DEL CAPACITADOR.....	123
III.5.6 CUALIDADES DEL CAPACITADOR.....	123
III.5.7 COSTOS PRESUPUESTOS Y FINANCIACIÓN.....	124
III.5.8 ACTORES Y RESPONSABILIDADES .....	127
III.5.9 SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL.....	128
III. 5.10 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	129
CONCLUSIONES .....	130
RECOMENDACIONES.....	131
BIBLIOGRAFIA .....	132
ANEXOS .....	135

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Sexo y lugar de residencia de los pobladores .....	51
Gráfico 2. Importancia del turismo para la provincia.....	52
Gráfico 3. Razones por la que los turistas visitan nuestra provincia.....	53
Gráfico 4. Satisfacción de los turistas en relación a los servicios que le ofrecen los hoteles.....	54
Gráfico 5. Conocimiento acerca del servicio de animación turística.....	55
Gráfico 6. Los juegos recreativos y el aporte al turismo en nuestra provincia.....	56
Gráfico 7. Capacitación para animar a los turistas.....	57
Gráfico 8. Los hoteles y el servicio de animación turístico.....	58
Gráfico 9. Edad y género de los turistas.....	59
Gráfico 10. Profesión u ocupación de los turistas por género.....	60
Gráfico 11. Tipo de turismo que realiza .....	61
Gráfico 12. Duración de las estancias en sus viajes .....	62
Gráfico 13. Gastos en los lugares donde realizó sus vacaciones .....	63
Gráfico 14. De sus gastos en el lugar de vacaciones, se destinan a: .....	64
Gráfico 15. Razones por la que visita la Prov. Santa Elena.....	65
Gráfico 16. Lugares donde suele alojarse.....	66
Gráfico 17. Satisfacción de los turistas en relación al servicio del hotel.....	67
Gráfico 18. Existe animación turística en el hotel donde se aloja .....	68
Gráfico 19. Actividades que usted ha disfrutado en la animación turística.....	69
Gráfico 20. Nuestra provincia y el servicio de animación turística.....	70
Gráfico 21. Servicios del hotel.....	71
Gráfico 21. Promedio de número de turistas por día en temporada alta.....	72
Gráfico 22. Promedio de número de turistas por día en temporada baja.....	73
Gráfico 23. Servicios complementarios que ofrece su establecimiento.....	74
Gráfico 24. Servicio que diferencial de los hoteles.....	75
Gráfico 25. Conocimiento del servicio de animación turística.....	76
Gráfico 26. La empresa hotelera y la animación turística.....	77
Gráfico 27. Actividades de animación turística.....	78
Gráfico 28. Formación profesional de los animadores de animación turística.....	79
Gráfico 29. Importancia de la animación turística en un establecimiento hotelero....	80
Gráfico 30. Viabilidad que un establecimiento tenga animación turística.....	81



**ÍNDICE DE CUADROS**

	<b>Pág.</b>
Cuadro 1. Organigrama hotelero.....	24
Cuadro 2. Características de la animación turística.....	33
Cuadro 3. Cuadro de población.....	49
Cuadro 4. Cuadro de muestras.....	50
Cuadro 5. Productos por segmentos.....	96
Cuadro 6. Presupuesto.....	126

## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo 1. Mapa de la provincia de Santa Elena.....	136
Anexo 2. Matriz de operacionalización de las variables independientes...	137
Anexo 3. Matriz de operacionalización de las variables independientes...	142
Anexo 4. Encuesta a moradores.....	147
Anexo 5..Encuesta a turista .....	149
Anexo 6.Encuesta a empresario hotelero .....	152
Anexo 7. Entrevista .....	154
Anexo 8. Tablas de contingencias.....	155
Anexo 9. Tarjeta ejemplar de un programa de animación.....	165
Anexo 10. Plantilla de planificación de actividad.....	165
Anexo 11. Modelo de itinerario de actividades de animación turística... 166	166
Anexo 12. Ficha del 'programa de animación turística.....	167
Anexo 13. Página web.....	168
Anexo 14. Tríptico promocional.....	171
Anexo 15. Sugerencia de actividades según público objetivo.....	172
Anexo 16. Registro de los hoteles de la provincia de Santa Elena.....	178

## INTRODUCCIÓN

El turismo en los últimos 20 años se nos presenta como uno de los fenómenos sociales que más ha evolucionado, convirtiéndose en una fuente de ingreso vital para muchos países de diferentes latitudes del mundo.

Dentro de la hotelería, el alojamiento comprende estructural y funcionalmente todos los servicios de recepción, atención durante la estancia y despedida del huésped en un establecimiento o instalación de alojamiento turístico. A través de dichos servicios, es ejecutada la mayor parte de las operaciones vinculadas a la permanencia de un cliente, resultando significativa la prioridad que estos poseen con relación a otros servicios hoteleros, como son la gastronomía, la animación y la recreación, teniendo en cuenta la responsabilidad que la instalación asume al tener personas residiendo, pernoctando y con sus pertenencias (equipajes, ropas, documentos, valores, artículos de uso personal) en el interior de la misma.

Entre las áreas que en los últimos tiempos cobra mayor importancia en las ofertas turísticas por el espacio que va logrando en la vida del turista en el hotel es, sin dudas, la Animación Turística, como una fuente de energía en constante transformación capaz de brindar una mejor estancia, mediante actividades recreativas educativas que satisfagan intereses y motivaciones, teniendo en cuenta las características de los diferentes grupos etéreos presentes.

Su preparación debe asumirse como una verdadera estrategia para valorar al Patrimonio Turístico-Cultural, vinculando al visitante con el entorno (Cultura-Sociedad-Naturaleza) y transformar la estructura y organización interna de forma

constante, como aspiración a una nueva Animación, otorgándole al cliente un mejor servicio. En Ecuador existe una oferta cultural recreativa que se ha ido perfeccionando mediáticamente a través de las Escuelas de Hotelería y Turismo del país e internacional que ofrecen sus cursos.

En la provincia de Santa Elena todavía los empresarios hoteleros no le daban relevancia al tema de animación pero actualmente están descubriendo que es una temática importante que aporta intereses institucionales, sociales y de individuo, es decir que la empresa se beneficia otorgándole fidelidad del cliente e ingresos económicos, para la sociedad aperturas o plazas de trabajo y desarrollo socioeconómico, y para los huéspedes disfrute de sus vacaciones y bienestar personal y de socialización.

Debido a la gran importancia que reviste la recreación y la animación en relación a la hotelería y el buen uso del tiempo libre para el hombre es que se decidió iniciar esta investigación, al realizar el Análisis de la Animación Turística en los hoteles de la provincia de Santa Elena creando un modelo metodológico y de desarrollo que busca a más de captar mayor afluencia de turistas a nuestro sector, otorgar a la provincia como única en darles al cliente o huésped una atención integral enmarcando innovación y cultura.

Esto también dará pauta a ser más positivos en nuestras vidas logrando tener un país con cultura de creatividad y tecnológica, parámetros que la educación del país esta cambiando porque desea tener ecuatorianos sobresaliente en todos los ámbitos, en este caso en el tema de turismo.

## CAPÍTULO I

### I. LA PROVINCIA DE SANTA ELENA Y LA ANIMACIÓN TURÍSTICA

La Península de Santa Elena, es uno de los accidentes geográficos más importantes de la costa del océano pacificosur. Se constituye como tal el 7 de noviembre de 2007. Cuenta con tres cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena. Tiene once parroquias entre urbanas y rurales.

#### I.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Durante el período prehispánico, el territorio de esta provincia fue cuna del nacimiento de algunas de las culturas autóctonas más antiguas del país como la Chorrera, Machalilla y Las Vegas.

Lo que sí tenemos certeza es que los primeros habitantes de la Península de Santa Elena, **según Karen Stother, (2009)**. *“Tiene una antigüedad de entre 14.000 y 11.000 años que atraídos por su abundante caza y la facilidad para recolectar recursos alimenticios en las sabanas y bosques tropicales pleistocenos, donde andaban muchos herbívoros gigantes, tigres de dientes de sable y especies extintas como el mastodonte y el perezoso o megaterio (de este último se han encontrado restos arqueológicos en excavaciones en la Libertad)...”*.

El cantón Salinas, cuyo nombre proviene de las extensas minas de sal que se han venido explotando en su suelo salitroso de los tiempos de nuestros aborígenes, fue recinto del cantón Santa Elena hasta 1929 en que gracias a las gestiones del Club Patriótico bajo la dirección de Digno Núñez, alcanzó la categoría de parroquia rural

del cantón Santa Elena, permaneciendo como tal hasta el 22 de diciembre de 1937 fecha en la que, a través de decreto firmado por el entonces Jefe Supremo de la Nación General Alberto Enríquez Gallo, se convierte en floreciente cantón de la provincia del Guayas. De igual manera el mismo decreto establece que la cabecera cantonal sea la parroquia Salinas, y que La Libertad y las poblaciones de Muey y Anconcito se eleven a la categoría de parroquias rurales. (Plan de Desarrollo Estratégico Participativo del Cantón Santa Elena)

Según el diario Hoy (2010) El proceso de provincialización fue aprobado tras múltiples manifestaciones y presiones por parte de los peninsulares quienes durante dos décadas habían aspirado a ser provincia el feriado del 12 de octubre de 2007 armaron un bloqueo impidiendo el paso de cualquier vehículo a la península por la carretera Guayaquil-Santa Elena o *vía a la costa* a la altura de la comuna Villingota.

Este hecho alarmó sobre todo a los guayaquileños que intentaban alcanzar como destino final Salinas u otros balnearios de la Ruta del Sol para pasar los días de vacaciones del martes 9 de octubre (Independencia de Guayaquil, 1820) aplazado para el viernes 12 que coincidía con el día de la hispanidad. La huelga incluyó actos de vandalismo como la quema de la bandera albiceleste de la provincia del Guayas y haciendo gestos obscenos con la misma, hecho que indignó y enfureció aún más a multitud significable de Guayaquil, promoviendo una campaña *anti-península* que proponía no ir más a sus balnearios y en cambio acudir a Cantón Playas que sigue perteneciendo a Guayas; esta campaña no tuvo gran acogida entre los guayaquileños, dado que en esta ciudad residen personas tanto de la península de Santa Elena como de otras ciudades del país que veían en esta actitud intereses políticos de una minoría (las autoridades seccionales de la ciudad de Guayaquil) que se sentía abruptamente perjudicada en sus intereses y entre otros aspectos políticos y sociales que en ese entonces era lo más importancia para aquellos personajes.

La provincialización generó controversia sobre su eficacia para el progreso económico-político de la provincia, ya que se desvincula de Guayaquil, ciudad con mayor movimiento económico del país, y esto generaría pérdidas económicas según sus detractores. Quienes por sus intereses impedían el decreto de provincialización de la península de Santa Elena.

Con 57 votos a favor (la mayoría de partidos de centro-izquierda e izquierda), 30 abstenciones y tres en contra de 100 en total que provenientes de los diputados que conforman el Congreso Nacional se aprobó el 17 de octubre de 2007 el primer artículo del proyecto de provincialización de la Península de Santa Elena. Los 57 votos provinieron de ID (Izquierda Democrática), PK (Pachakutic), PSE, MPD (Movimiento Popular Democrático), DN, ARE y UDC, mientras que los bloques del PRE (Partido Roldosista Ecuatoriano), PSP (Partido Sociedad Patriótica), RED, PRIAN y PSC (Partido Social Cristiano) se fraccionaron en el momento de consignar su voto, pues algunos de estos legisladores optaron por la abstención y otros en contra. El 7 de noviembre del 2007 se publicó, en el **Registro Oficial #206**, a Santa Elena como provincia. Esto ocurre luego de que Santo Domingo de los Tsáchilas haya sido inscrita como la provincia 23 en el Registro Oficial #205, del día anterior 6 de noviembre. (Ídem)

## **I.2 ASPECTOS GEOGRÁFICOS**

**Superficie:** La provincia de Santa Elena en toda su magnitud geográfica posee un territorio de 3.762,80 km<sup>2</sup>.

**Ubicación:** Zona costera central del Ecuador, La Provincia de Santa Elena se encuentra a 120 Km. al este de la ciudad de Guayaquil y a 540 Km. sur-oeste de la ciudad de Quito.

### **Límites:**

Norte: Provincia de Manabí

Sur: Océano Pacífico y Provincia del Guayas (Cantón Playas)

Este: Prov. de Manabí y Prov. del Guayas

Oeste: Océano Pacífico (Ver mapa en anexo 1)

**Extensión:** Según el INEC ( Instituto Nacional Ecuatoriano de Estadísticas y censo), la provincia de Santa Elena poseen una extensión de 3.762,8 Km<sup>2</sup>, El cantón Santa Elena (3.668,90 km<sup>2</sup>), está conformada por su cabecera cantonal (ciudad de Santa Elena) y las parroquias rurales: Manglaralto, Colonche, Chanduy, Atahualpa, San José de Ancón y Simón Bolívar (conocida también como Julio Moreno); el cantón Salinas (68.7km<sup>2</sup>), con su cabecera cantonal (ciudad de Salinas) y las parroquias rurales: José Luís Tamayo (Muey) y Anconcito; el cantón La Libertad (25.2km<sup>2</sup>), con su cabecera Cantonal ( ciudad de La Libertad ) no tiene área rural y toda su extensión es considerada como zona urbana. Ancón no era parroquia al corte de estos datos. (INEC 2001-2002)

**Relieve Costero:** La Costa de la Provincia de Santa Elena presenta uno de los más notorios accidentes del Litoral Ecuatoriano.Desde la Puntilla hasta Ayampe la costa forma un arco suave únicamente interrumpido por punta Blanca, las salientes y bahía de Ayangue y la punta Montañita junto a Manglaralto.(diagnostico estratégico de la provincia de Santa Elena)

**Orografía:** El principal accidente orográfico lo constituye la parte norte de la Cordillera Chongón-Colonche, presentando tramos con elevaciones que varían entre



300 y 400m.s.n.m. Luego estos cerros se elevan rápidamente hacia el Norte hasta llegar a una altura de 1000 m.s.n.m.

Esta disposición de la cordillera permite la formación de valles de características diferentes en dirección al mar y con fuertes pendientes al Norte y largos y suaves pendientes en el centro y en el Sur, ejemplo los valles de los ríos Valdivia y Zapotal. (Ídem)

**Hidrografía:** El sistema hidrográfico de la Provincia comprende los ríos que nacen en la referida cordillera Chongón y Colonche y se dirige hacia el Oeste, hacia el Sur, teniendo el curso más largo y de mayor caudal y los del Oeste que fluyen desde las elevaciones costeras de los cerros de Saya, Chanduy la Estancia etc. Ya que tiene recorridos muy cortos. (Ídem)

**Clima:** Según la socióloga Ana Flores Tobar (artículo Pacifpetrol 2008) En el área de la nueva provincia de Santa Elena, desde la Rinconada (al norte) hasta la desembocadura del río Tambiche, conocido como estero de agua blanca en el Océano Pacífico (al sur) y sede el filo costero (Oeste) hasta cordillera Chongón- Colonche (al Este), predomina un clima árido y seco con vegetación de desierto tropical.

Los principales factores que inciden sobre las condiciones climáticas son: la Corriente Cálida del Niño, que entre los meses de diciembre a abril, se desplaza desde el área de Panamá hacia el sur; la corriente fría de Humboldt, que predomina entre los meses de mayo a noviembre y que al encontrarse con la corriente cálida del Niño, origina una corriente de aire húmedo que se desplaza al este, perdiendo humedad por el efecto orográfico de las elevaciones de Chongón Colonche. (Ídem)

**Vientos:** Los vientos predominantes tienen la dirección suroeste hacia el noreste, siendo el área de Salinas donde se registran las velocidades más elevadas (en promedio 12.5 Km. /hora), mientras que las velocidades más bajas se registran en el área de Manglaralto con una media anual de 9.5Km. / hora.

**Temperatura:** Según la socióloga Ana Flores Tobar (artículo Pacifpetrol 2008). La temperatura media anual oscila entre 23 y 25 grados, con una mínima de 15.6 grados entre los meses de julio a agosto y una máxima de 39.5 grados en los meses de febrero y marzo. Característica que favorece la fotosíntesis en la medida que las plantas están expuestas la mayor parte del año a temperaturas adecuadas para su desarrollo. (Ídem)

**Suelos:** La Provincia de Santa Elena en las áreas cercanas al mar, presenta suelos compuestos de sedimento cuaternario de procedencia marina con poco contenido de carbonato de calcio; es decir suelos truncados de arcilla pesada, en los que a menudo el viento ha destruido el horizonte superficial, quedando muy pobres en materia orgánica.

Cerca al mar tienen los suelos un poco de sal y conforme se adentran en el continente tienen un alto contenido de calcio y un buen contenido de potasio.

La erosión que han sufrido los suelos de la Península va de moderada a severa de acuerdo con la topografía de los sectores; en las áreas planas la erosión es apenas perceptible, correspondiendo a las pendientes pronunciadas y montañosas los efectos erosivos más fuertes, lo que se explica por la tala indiscriminada de la vegetación natural. (Ídem)

### **I.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS**

#### **Población:**

El INEC, (2010). Nos asegura que “La Provincia de Santa Elena tiene una población de **301 168** habitantes de acuerdo al VII Censo de Población y VI de Vivienda del año 2010. Su media poblacional es de 80 hab. /Km2.

El cantón la Libertad no tiene parroquias rurales toda su población es urbana, tiene una población de 99 466 habitantes con área de 25 km2 y una densidad poblacional del 3 978,6 hab. /km2, se caracteriza por ser una población joven es decir menores de 20 años.

El cantón Salinas posee dos parroquias rurales, tiene una extensión de 68.7 km2 con una población de 90 031 habitantes, densidad poblacional de 1 310,5 hab. /km2.

El cantón Santa Elena tiene una población 111 671 habitantes, su densidad poblacional es de 30.4 hab./ km2, su tasa de crecimiento es del 3,4 % , en este cantón el 75 % de la población vive en áreas rurales, su población es joven es decir menos de 20 años que representa el 43,7 %. (Ídem)

### **I.4 ASPECTOS ECOLÓGICOS**

#### **I.4.1 FAUNA Y FLORA**

**Flora:** La provincia de Santa Elena está incluida en la región árida de la Costa, caracterizada por árboles y hoja caediza en la época seca. La formación más característica del límite costero es la de los manglares. La formación halófitas la

constituyen las plantas que crecen en terreno salobre. En las playas, detrás de las zonas sin vegetación expuestas al oleaje se encuentran, sobre la arena, plantas con largos estolones, y más hacia el interior, fuera de la influencia del agua salada, árboles y arbustos tropicales. La formación Sabana, ocupa gran parte de la zona Litoral y presenta una vegetación de gramíneas más extensa y variada que la de las pampas salitrosas de la formación anterior, siendo raros y pequeños los cactus. Sus bosques tienen maderas finas, como el Guayacán y el Laurel, Fernand Sánchez entre otros que alcanzan aquí su mejor desarrollo y toda su vida y además cuando pasan a la región húmeda desmerecen. (Revista Ecuale – febrero del 2008)

La provincia de Santa Elena reporta la presencia de más 27 familias y 37 especies de árboles. Encontraremos cultivos, de paja toquilla y la caña guadúa, en los bosques encontramos gran cantidad de orquídeas, bromelias y heliconias, que adornan los senderos. (2009 Gobierno Provincial de Santa Elena)

**Fauna:** Las características bióticas del sector de nuestra provincia, permiten el desarrollo de gran variedad faunística, los bosques son utilizados como nicho ecológico y hábitat de diferentes especies nativas, de ahí la importancia de su preservación. Se han registrado más de 300 especies de aves, entre las que se incluyen varias especies endémicas. Las más representativas son el Caracara Jacana, las Tortolitas, Periquito del Pacífico, Cuco Ardilla, Tangará, Pájaro Brujo y muchas especies más.

La fauna que encontramos en las playas de nuestra provincia Santa Elena son especies tropicales como los pelicanos, gaviotas, fragatas, cangrejos, conchas, piqueros patas azules, fragatas, gaviotas, cormorán, garzas y numerosos pájaros etc. se puede observar mamíferos marinos como las Ballenas. En Salinas existe una colonia de 20 lobos marinos, radicados en la Punta junto a la zona de surfing.

En los Bosques Dos Mangas y Loma Alta, encontramos una variedad de animales como: tigrillos, ardillas, conejos, serpientes, colibríes, garrapateros, gavilanes, chorrocotines, palomas, cabras salvajes y venado cola blanca el cual se encuentra amenazado. Se estima que pueden existir 37 especies de mamíferos y algunas especies de anfibios, reptiles, peces e indeterminado número de invertebrados. (2009 Gobierno Provincial de Santa Elena)

## **I.5 ASPECTOS SOCIALES**

La Provincia de Santa Elena sus cantones, parroquias y comunas con sus respectivos recintos conviven y son dependientes unos de otros, están apoyados por una serie de organizaciones y organismos tanto del Estado como privados, civiles y religiosos, que tienen presencia más o menos activa, temporal en diferentes áreas.

*“Que en la Península el Estado está representado fundamentalmente por los Municipios, el Consejo Provincial, y las dependencias locales de cada uno de los Ministerios especialmente el de Agricultura y Ganadería, el Banco Nacional de Fomento, que da crédito a esta zona pero con un gran problema que la mayoría de las comunas no tiene escrituras de sus propiedades, El Ministerio de Salud, y el de Educación, las compañías telefónicas públicas y privadas ..... Etc.”. (Álvarez, Silvia 1999 Libro: De Huancavilca a Comuneros pag. 34)*

### **I.5.1 Servicios básicos**

- **Agua potable:** AGUAPEN es la corporación pionera en la Asociación de Municipios para administrar servicios, participan: Salinas, Santa Elena y La Libertad, trayéndose el agua desde el Tránsito Santa Elena.
- **Energía eléctrica:** La Empresa Eléctrica de la Península de Santa Elena CENEL (Corporación Nacional de Electricidad) da cobertura con alumbrado y

energía eléctrica a los cantones de La Libertad, Santa Elena.

- **Comunicación:** El servicio telefónico a nivel provincial está dado por la empresa Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). Paralelamente a CONATEL, están las tres empresas de Telefonía celular Porta, Movistar y Alegro PCS brindan su cobertura a toda la Península, y tienen a lo largo del territorio radio bases o celdas instaladas para proporcionar los servicios correspondientes.
- **Desechos sólidos:** La recolección y transporte de residuos sólidos (basura), en la provincia es efectuado por la Municipalidad de cada cantón, cubriendo todas las parroquias tanto urbanas como rurales, con respectivas rutas, frecuencias y horarios.

(Plan Estratégico Participativo de la Península de Santa Elena- 2002)

### **I.5.1 Salud**

El problema de salud se agrava por la falta de una buena eliminación de aguas negras, falta de agua potable, falta de una buena eliminación de basura y una gran cantidad de humo que se produce sobre todo en las ciudades por el smog producido por los autos de transporte público y en la zona norte al cocinar con leña. (Diagnostico estratégico para la Provincia de Santa Elena.2008)

El Ministerio de Obras Públicas conjuntamente con la nueva Prefectura tiene el encargo de mantener la red vial, ya que en el filo de la costa es aceptable y empeorada vez que se aleja de ella. La Provincia de Santa Elena cuenta con una carretera de primer orden que parte desde Guayaquil con una distancia de 132 Km. de

allí a LaLibertad hay un carretero de 7 Km y por último a Salinas con una distancia de 10 Km.

### **I.5.2 Educación**

La Dirección Provincial de Educación deberá regular la atención y despacho de los asuntos del Ministerio de Educación (ME), sobre todo en los temas que el organismo ejecuta a escala regional, como la política de universalización de la educación pública.

En la provincia de Santa Elena funciona una universidad del Estado llamada Península De Santa Elena (UPSE), y 5 extensiones universitarias, estas son la Universidad Particular de Loja (UTPL), Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE), Universidad Estatal de Guayaquil, la Escuela Superior Politécnica del Ejército (ESPE) y la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Además existen 168 escuelas y 100 colegios particulares y estatales, los cuales se están mejorando con la nueva reforma de educación y la visión de los alcaldes de cada cantón. (Dirección Provincial de Educación de Santa Elena)

## **I.6 ASPECTOS ECONÓMICOS**

Actualmente la Provincia de Santa Elena ha sido beneficiada por una inversión de 600'000,00 millones de dólares en infraestructura hidráulica con un potencial de 42.000 ha. Solo están cultivadas cerca de 6.000 ha. El objetivo fundamental es promover la agroindustria y la exportación de los productos no tradicionales como el mango, el melón, el espárrago, la calabaza, la guanábana, la

guayaba, etc. Incluido la crianza de ganado y otros con un doble propósito (carne y leche).(Diagnostico estratégico para la Provincia de Santa Elena- 2008)

Según el INEC, la población de Salinas se concentra en actividades como: construcción, comercio y hotelería; en La Libertad la población se dedica principalmente al comercio, seguido por industria y pesca; y en Santa Elena, a la agricultura, pesca e industria, además de sus productos tradicionales como son la sal, el petróleo las artesanías y la pesca artesanal con actividades productivas como es la pesca blanca, la flota atunera, la flota camaronera, la pesca de langosta, el turismo, la larvicultura en laboratorios, la producción de camarón en cautiverio, la industrialización de la madera, el puerto petrolero de La Libertad, trabajos a domicilios, crianza de aves de corral y la minería.

Podemos decir que las actividades productivas corresponden al sector primario (caza, pesca y minería) ocupa la mano de obra con un 24.15 % de la P.E.A.(población económicamente activa) mientras que en el sector secundario (Industrialización tanto agrícola como de la construcción, producción de alimentos y la actividad petrolera) ocupa un 23.21% de la P.E.A y el tercer sector (es el área de servicios como hoteles, restaurantes, bares, supermercados y sector financiero) es un 52.64% de la P.E.A. vemos que este sector es que más se ha desarrollado en la última década.(Diagnostico estratégico para la Provincia de Santa Elena- 2008)

## **I.7 ASPECTOS POLÍTICOS**

La provincia de Santa Elena se encuentra constituida por **el cantón Santa Elena**, con su cabecera cantonal que lleva el mismo nombre además contiene parroquias rurales que son: Atahualpa, Manglaralto, Colonche, Chanduy y Simón Bolívar.(Diagnóstico estratégico para la Provincia de Santa Elena- 2008)



**El cantón La Libertad** es sólo un asentamiento urbano no posee parroquias rurales su extensión es de 25 km<sup>2</sup> y está limitado por el Norte el Océano Pacífico, por el Sur el cantón Salinas, por el Oeste el cantón Santa Elena y el Oeste por el cantón Salinas. (Ídem)

**El cantón Salinas** con su cabecera cantonal que es la parroquia urbana de Salinas posee dos parroquias rurales que son Anconcito y José Luis Tamayo- Muey su territorio es de 68 km<sup>2</sup> está limitado por el Norte el Océano Pacífico, por el Sur el Océano Pacífico, por el Este el cantón Santa Elena y el cantón Libertad. (Ídem)

Las autoridades de los cantones que forman la península son los alcaldes, tienen autoridad en segundo grado sobre el área de las comunas como es una construcción de un camino vecinal, sobre cómo eliminar aguas servidas, instalación de letrinas y el área de la salud y alimentación, tratando de mejorar la condición de sus comunas que rodean los cantones. El primer nivel de autoridad más alto lo tiene los presidentes de las comunas sobre sus territorios y el Estado a través del Ministerio de Agricultura donde tiene la obligación de darles asesoramiento agrícola, ganadero y ayuda financiera a través del Banco de Fomento para los diferentes proyectos agropecuarios que lleven a cabo los miembros de la comuna. (Ídem)

## **I.8 EL TURISMO**

La Organización Mundial de Turismo (OMT, 2006) menciona que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo.

Según Ma. Graciela Rodríguez. (2009-Artículo deporte y cultura) El Turismo es un movimiento migratorio temporal, por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro. Pudiendo desarrollarse dentro o fuera del país. En un viaje turístico lo importante es el desplazamiento mismo y el destino. Un turista puede estar interesado en la belleza natural de un lugar, en su gente, en su gastronomía o en las obras culturales del lugar, las realizaciones productivas.

Determinamos entonces que el turismo es un conjunto de las acciones, actividades, relaciones y fenómenos causados por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que no estén motivados por una actividad lucrativa, permanente o temporal.

### **I.8.1 TURISMO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

La provincia de Santa Elena tiene un turismo muy variado ya que existen opciones para ofrecer y además tiene un limitado número de territorio especialmente para los jóvenes que buscan la aventura, el placer y el deporte pero sin apartar que existe lugares o atractivos culturales, naturales históricos y patrimoniales de interés para todo tipo de edad. No obstante consideramos de condición primordial que debemos estar mejor preparado en materia de infraestructura para poder abastecer y satisfacer a todos los potenciales turistas que esta actividad pueda conllevar. (Artículo Ministerio de Turismo Provincial de Santa Elena)

Según el Spring Break en Latinoamérica (2010), que es una red de opinión turística, nos dice que los jóvenes de EEUU disfrutaban visitando Galápagos y la Ruta del Spondylus, porque en estos lugares presentan paisajes muy hermosos y demandan de aventura y placer que incluye riesgo, ocio, playa, mucha farra y diversión. Los deportes playeros como el voleibol, el surf y las motos acuáticas son algunas otras

actividades aprovechadas por los turistas, mientras otros prefieren simplemente tomar sol.

### **1.8.2 EL TURISTA**

La Academia Internacional de Turismo de Montecarlo (2000) señala que el turista se refiere a “toda persona que visita, durante un período superior a 24 horas, una localidad o país distinto a aquel en que reside.

Un **turista** es aquella persona que se traslada de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.( OMT 2000)

Definimos entonces que el turista es todo visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

### **1.8.3 EL TURISTA EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

Según el Ministerio de Turismo Provincial de Santa Elena (2010) ha considerado establecer el tipo de turistas que nos visitan y pernoctan en ella y se clasifican en dos grandes categorías:

#### **- Planificadores**

Están más abiertos a toda fuente de información y acostumbrados a viajar con paquetes turísticos (como los turistas de masa organizados y los de masa

individual).Entre ellos se destacan los turistas que viajan por negocio, por ocio, por deporte, por relajarse y apreciar la naturaleza y por aspectos netamente culturales.

#### - Exploradores

Tienen tendencia a rechazar las fuentes de información y no se preocupan tanto por el riesgo. Les gusta explorar nuevos territorios y la aventura que esto conlleva.Tenemos otra categoría, según la búsqueda de información, los vagabundos (drifters). Se dejan llevar de un lugar a otro. (Ídem)

## I.9 LA HOTELERÍA

Según la OMT (2009), la Hotelería es una rama del turismo, que brinda el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren. Cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades. La hotelería es muy importante dentro del mundo turístico, ya que brinda la estadía del turista en el viaje brindándole servicios que le hagan sentir como en lugar de origen.

Felipe Jesús Gallegos (Diccionario de términos turísticos - 2009) La hostelería es un conjunto de servicios que proporcionan alojamiento y/o comida a los huéspedes/clientes mediante compensación económica.

Se entiende por **hostelería u hotelería** a las empresas dedicada de modo habitual o profesional a proporcionar habitación o residencia a personas, junto o no con otros servicios de carácter complementario.(*“Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico”*. MARTÍN ROJO)

Podemos definir entonces que la **hotelería** es una industria que se ocupa de proporcionar de manera habitual a los clientes principalmente el servicios de alojamiento, comida y otros complementarios para lograr la satisfacción integral del huésped, todo regulado mediante pago.

### **I.9.1 DEFINICIÓN DE HOTEL**

“La palabra hotel viene del francés hotel y esta a su vez del latín *hospitales*, de hostes, huésped” (1997, **Plazola Cisneros, A., Plazola Anguiano, G., Calzada V. y López E. p. 377**)

El art. 8 del Reglamento general de actividades turísticas (decreto no. 3400), prevista en el art. 171 de la constitución política de la república del 2002, nos manifiesta que:

Hotel.- Es hotel todo establecimiento que de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, las siguientes:

- a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo, siempre que ésta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo, salidas de seguridad;
- b)Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los hoteles residencias y hoteles apartamentos; y,
- c) Disponer de un mínimo de treinta habitaciones. (Ídem)

## **I.9.2 CLASIFICACIÓN DE LOS HOTELES**

El art. 8 del Reglamento general de actividades turísticas (decreto no. 3400), prevista en el art. 171 de la Constitución Política de la República del Ecuador del 2002 nos indica que existen las siguientes clases de hoteles: Hoteles de una estrella, de dos estrellas, de tres estrellas, de cuatro estrellas y de cinco estrellas.

**Hoteles de cinco y cuatro estrellas:** Los hoteles de cinco y cuatro estrellas, son establecimientos de lujo se caracterizan por ofrecerte la mejor atención y la más amplia gama de servicios, y deberán además cumplir con lo siguiente:

- a) Contar con un Asistente de Gerencia para atender los reclamos de los clientes;
- b) Ofrecer a los huéspedes dos o más variedades de desayunos;
- c) Deberán existir en estos establecimientos cajas fuertes individuales a disposición de los clientes que deseen utilizarlas.
- d) Poseer instalaciones y maquinarias propias para el lavado y secado de ropa.

Los hoteles de cinco estrellas deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción y conserjería
- b) De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones así como su limpieza y preparación.
- c) De habitaciones que deberá tener personal encargado de atender los pedidos de los huéspedes durante las veinticuatro horas del día, tanto de comidas como de bebidas.

- d) De comedor, que estará atendido por el “Maître” o Jefe de Comedor.
- e) Telefónico, en el que existirá una central de por lo menos diez líneas.
- f) De lavandería y planchado para la ropa de los huéspedes y la lencería del alojamiento.
- g) Médico, este servicio se prestará con cargo al cliente que lo requiera. Además deben contar con máscaras y equipos de oxígeno en especial en la región interandina.

Los hoteles de cuatro estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción y conserjería, permanentemente atendidos por personal experto.
- b) De pisos para el mantenimiento de las habitaciones
- c) De habitaciones, para atender los pedidos de comidas y bebidas a las habitaciones de manera permanente.
- d) De comedor que estará atendido por un Maître o Jefe de Comedor
- e) Telefónico. Existirá una central con por lo menos cinco líneas atendida permanentemente
- f) De lavandería y planchado para la ropa de los huéspedes y la lencería del establecimiento.
- g) Médico, de forma permanente y los hoteles de la región interandina, será conveniente la existencia de algunas máscaras y equipos de oxígeno.

**Hoteles de tres estrellas:** Estos hoteles tienen un costo medio y están bien ubicados, sea porque están en el casco céntrico de la ciudad. Cuentan con amplios espacios en cada habitación.

Los hoteles de tres estrellas, deberán exclusivamente contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción y conserjería,
- b) De pisos, para mantenimiento de las habitaciones así como para su limpieza y preparación.
- c) De comedor, que estará atendido por el Maitre o Jefe de Comedor y asistido por el personal necesario, con estaciones de ocho mesas como máximo.
- d) De lavandería y planchado para atender el lavado y planchado de la ropa de los huéspedes y de la lencería del alojamiento. Este servicio podrá ser propio del alojamiento o contratado.
- e) Botiquín de primeros auxilios.

**Hoteles de dos estrellas:** Estos hoteles de mediana categoría cuentan con servicio de alimentos y bebidas. Están ubicados casi siempre en la zona céntrica de la ciudad.

Los hoteles de dos estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción, permanentemente atendido por personal capacitado. Los botones o mensajeros dependerán de la recepción;



- b) De pisos para el mantenimiento de las habitaciones así como para su limpieza, que será atendido por camareras, debiendo existir al menos una camarera por cada diez y ocho habitaciones.
- c) Telefónico. Existirá una central con por lo menos dos líneas, atendida permanentemente, pudiendo ocuparse de este cometido la recepción.
- d) De lavandería y planchado para la ropa de los huéspedes y la lencería del alojamiento. Este servicio podrá ser propio del alojamiento o contratado.
- e) Botiquín de primeros auxilios.

**Hoteles de una estrella:** son los más económicos y los que menos servicios tienen, son generalmente espacios pequeños y suelen estar ubicados en zonas distantes del centro o casco urbano de la ciudad. Poseen en cierta medida infraestructura limitada.

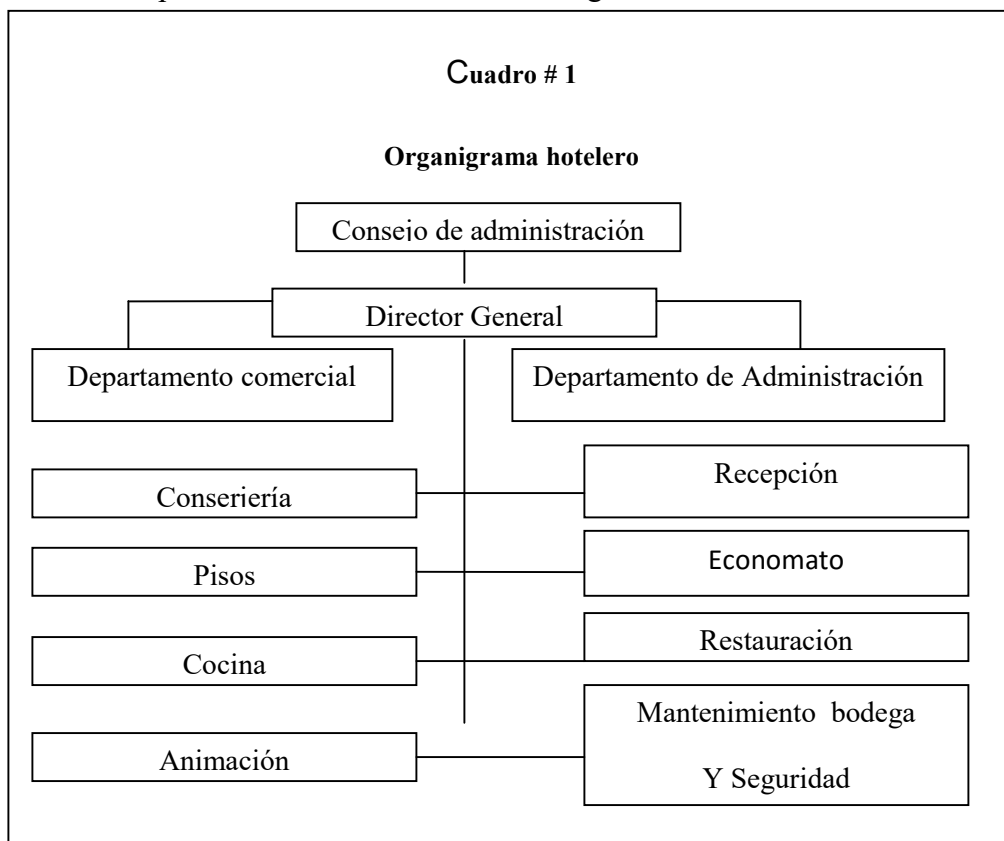
Los hoteles de una estrella, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción, permanentemente atendido, dentro de lo posible, por personal capacitado. Los botones o mensajeros dependerán de recepción;
- b) De pisos para el mantenimiento de las habitaciones, así como para su limpieza, que será atendido por camareras, debiendo existir al menos una camarera por cada diez y ocho habitaciones.
- c) De comedor, atendido por el personal necesario según la capacidad del establecimiento.
- d) Teléfono público.

### I.9.3 ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

La función de organización en un HOTEL se encarga de la identificación de cada una de las actividades a realizar, de su agrupamiento por departamentos, de la asignación a cada grupo de un administrador o supervisor y de establecer las medidas necesarias para la coordinación horizontal y vertical en la compañía. (Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico 2000)

En función de las características del entorno, de las estrategias y objetivos genéricos de la empresa, de la tecnología utilizada, del tamaño de la compañía, de su expansión geográfica, etc., la empresa hotelera presentará una estructura organizativa determinada. Con carácter general el organigrama que con más frecuencia presentan los hoteles independientes o individuales, es el siguiente:



Fuente: “Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico”. Editorial PIRÁMIDE (Grupo Anaya S.A.). Madrid, 2.000. Elaborado por MARTÍN ROJO

En cada uno de estos departamentos trabajarán los siguientes empleados:

- **Departamento comercial:** director comercial, personal administrativo y en ocasiones técnicos o expertos en publicidad y relaciones públicas, además del director.
- **Departamento de administración:** jefe de administración, que en ocasiones realiza también las funciones propias del jefe de personal, contables y personal administrativo.
- **Conserjería:** jefe de conserjería, conserjes, botones, porteros de accesos y de aparcamiento.
- **Recepción:** jefe de recepción, recepcionistas, telefonistas, cajero.
- **Pisos:** gobernanta, sub-gobernanta, camareras de pisos.
- **Economato y bodega:** jefe de compras, ayudantes de economato y bodega.
- **Cocina:** jefe de cocina, cocineros, ayudantes de cocina, pinches de cocina, reposteros, cafeteros, marmitones (se encargan de la limpieza y funcionamiento de la maquinaria de la cocina).
- **Restaurante:** maître o jefe de sala, camareros, ayudantes de camarero, somelier, barman.
- **Animación:** jefe de animación, monitores y personal técnico especializado en las distintas materias.
- **Mantenimiento:** jefe de mantenimiento, electricistas, fontaneros, jardineros, etc.
- **Seguridad:** jefe de seguridad, subjefes. **(Dirección y gestión de empresas del sector turístico – editorial Pirámides)**

## **I.9.4 PERSONAL Y FUNCIONES POR DEPARTAMENTO**

### **DEPARTAMENTO DE AMA DE LLAVES**

Es el departamento con mayor número de empleados en el hotel, tiene como principal función la limpieza del hotel, habitaciones, pasillos, oficinas, áreas comunes, etc.

Su personal se conforma de la siguiente manera:

- Ama de llaves
- Sub gobernanta
- Jefa de piso
- Camareras

#### **Actividades:**

1.- **Limpieza y mantenimiento.**- los empleados debe estar capacitados en el tema de higiene y asepsia para realizar la limpieza del hotel, este servicio se muestra como imagen interna del hotel.

2.- **Entrenamiento de personal.**- cada empleado del hotel debe ser entrenado para relacionarse con sus compañeros, relacionarse con otros departamentos del hotel y con los clientes.

3.- **Suministros y equipos.**- pedidos, almacenaje, control, re-ordenar, ama de llaves junto con el contralor puede tener un patrón de la vida útil de los equipos usados.

4.- **Trabajo de oficina.**- son todos los reportes que se deben llevar, como el establecimiento de horarios, vacaciones, permisos, este es el más voluminoso y sirve para llevar un buen record del pago dada la cantidad de empleados.

## **DEPARTAMENTO DE RESERVACIONES**

El departamento de habitaciones es el encargado de captar y manejar las solicitudes de reservas. El mismo opera en estrecha coordinación con el personal del departamento de recepción y ama de llaves.

### **Actividades:**

- 1.- Determinar la disponibilidad del hotel.
- 2.- Cotizar las tarifas de las habitaciones
- 3.- Tomar y confirmar las reservaciones y documentarlas

El departamento está compuesto por:

### **Gerente de reservaciones:**

- Controla y coordina todas las reservaciones
- Mantiene el control sobre la exactitud de la información dada por los agentes de reservas.
- Vigila y controla los cupos de los suplidores (agentes de viaje) para asegurarse de que no sobrepasen el número de habitaciones contratadas en cada categoría.
- Mantiene relaciones cordiales con los suplidores
- Revisa y modifica las tarifas de las habitaciones según las instrucciones de los departamentos competentes.
- Asegura que la base de datos del centro de cómputos este actualizada
- Asegura que toda solicitud de reserva sea contestada el mismo día

- Asegura la exactitud en la preparación de los informes: forecast, ocupación, etc. dando especial atención a las tendencias del mercado para prevenir sobreventa y aprovechar la demanda.

**Agente de reservaciones:**

- Su principal objetivo es vender habitaciones
- Toma las reservas y las computa.
- Mantiene actualizado el centro de cómputos para un forecast lo mas próximo a la realidad posible.
- Apoya al gerente de reservaciones en sus actividades: atención de suplidores, huéspedes, etc.
- Atiende las sugerencias y quejas de huéspedes en el hotel en cuanto a la asignación de habitaciones y reservaciones.

**DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN**

Definición.- El departamento de recepción es la tarjeta de presentación del hotel. Tiene gran importancia de cara a la clientela, ya que es el primer departamento con el que el cliente tiene relación, bien sea de una forma personal a su llegada, bien a través de cualquier medio de comunicación, teléfono, fax, carta, etc., si hace reserva antes de su llegada.

Está conformado por el siguiente personal:

**Gerente de recepción:**

- Define funciones de puestos
- Interviene en el proceso de reclutamiento de personal.
- Supervisa el trabajo de sus subalternos
- Elabora los horarios de trabajo del personal de recepción

- Revisa la facturación de las cuentas de los huéspedes.
- Mantiene actualizada la capacitación del empleado.

### **Supervisor de recepción:**

- Coordina y supervisa las labores del personal de recepción
- Asegura que se logre la satisfacción total del cliente
- Mantiene informado al personal de las actividades y disposiciones de la gerencia
- Se asegura de que las tarifas aplicadas sean las correctas
- Apoya al personal en la solución de problemas
- Revisa los reportes para asegurar que sean correctos

### **Recepcionista:**

- Recibe a los huéspedes
- Vende y asigna habitaciones
- Da información general del hotel
- Hace el registro de entrada del huésped
- Revisa el reporte de habitaciones hecho por ama de llaves
- Lleva el control de entrada/salida de huéspedes
- Reporta a ama de llaves las habitaciones checkout para fines de limpieza
- Lleva el control de las llaves de la habitación

### **Telefonistas**

- Comunicarse con los clientes del hotel
- Comunicarse con los demás departamentos
- Ejecutar el servicio de forma rápida y moderada

## **Cajeros**

- Cobro de facturas: en efectivo o a crédito (moneda nacional o extranjera, cheques de viaje, bonos de agencias de viajes, comisiones).
- Cambio de divisas.
- Control de cofres de seguridad

## **Capitán de Botones**

- Controlar a sus subalternos en la eficiencia de su trabajo.
- Controla el ingreso de personas no deseadas al hotel.
- Informa sobre el desplazamiento de los huéspedes. Los recibe y despide.
- Esta pendiente de la puerta y requerimientos del huésped.

## **Botones**

- Acompañar al huésped hasta la habitación
- Llevan el equipaje del huésped a la habitación
- Mantienen una postura de atención como ayuda adicional para el huésped y la recepción.
- Consulta si desea que le abra el equipaje.
- Verifica que todo en la habitación funcione a la perfección.

## **Conserjes**

- Recibir y dar la bienvenida al huésped.
- Dar y recibir llaves de las habitaciones del "Rack de llaves" ó "Palomar"
- Comunicar a los distintos departamentos la llegada del huésped.
- Repartir la correspondencia y mensajes del huésped y para el huésped.
- Reservas de actividades para el huésped (excursiones, paseos, cine, etc.)
- Brindar la seguridad al hotel.



- Salvaguardar la seguridad de los huéspedes
- Brindar información a los huéspedes.

## **DEPARTAMENTO DE ANIMACIÓN TURÍSTICA**

El departamento de animación turística se encarga de la planificación y organización de las actividades de la clientela de un establecimiento hotelero. Por lo tanto, debe tenerse en cuenta como factor primordial la diversión y el entretenimiento de ésta; las actividades propuestas deben seguir un patrón específico que permita la consecución de tal fin. Y para ello se necesita un guía que reúna las características que exige una actividad de este tipo: gran capacidad de comunicación y de organización, sentido lúdico, gran entusiasmo, dinamismo, extroversión, etc. De esta forma surge la figura del Animador Turístico, una persona que debe fomentar la participación e iniciativa del grupo.( MsC: Pedro Pablo Abreu Hernández -2001).”

### **I.10 CONCEPTO DE ANIMACIÓN TURÍSTICA**

Según la OMT (1985) la animación turística es “toda acción realizada en o sobre un grupo, una colectividad o un medio, con la intención de desarrollar la comunicación y garantizar la vida social”

La Animación Turística es un conjunto de técnicas derivadas de la recreación que permiten, planificar, organizar y desarrollar diferentes actividades o juegos, con el objetivo de crear un ambiente favorable en un grupo, contribuyendo al incremento de las relaciones sociales en el mismo y a la satisfacción de los intereses y necesidades de las personas en su tiempo libre. (MsC: Pedro Pablo Abreu Hernández - 2001).

Según Hernández, Pablo (2001) La animación turística es el conjunto de técnicas, formas de organización y movilización de un contingente, que ayudan al desarrollo personal y colectivo mediante la utilización de servicios recreativos en el tiempo libre.

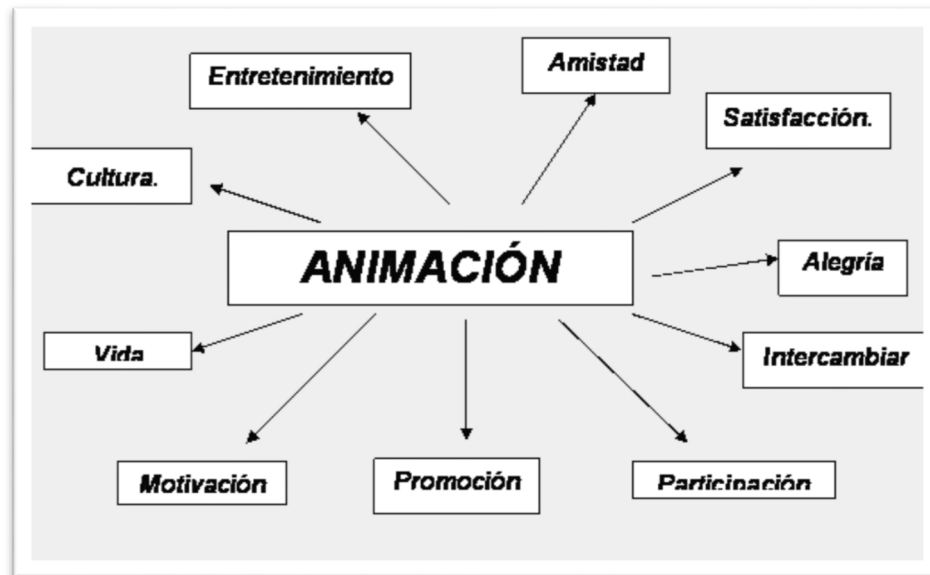
La Animación Turística entonces se puede considerar como una tendencia dentro de la actividad hotelera que ha surgido poco a poco con la finalidad de cubrir las necesidades de los consumidores de los Servicios Turísticos y contribuye a enriquecer más el concepto de turismo, logrando que los establecimientos de alojamiento turístico sean centros de relaciones humanas, de contactos multiculturales y de comunicación en general, y que la diversión y el ocio se vean continuamente enriquecidos y al alcance de cualquier cliente.

### **I.10.1 ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE ANIMACIÓN**

La animación turística en la hotelería ha logrado satisfacer la necesidad de recreación del turista en su estancia, por lo que el profesor Guillermo González Heinrich, la define como el conjunto de actividades diurnas y nocturnas que se desarrolladas en un establecimiento, para satisfacer las necesidades de ocio, de disfrute y de esparcimiento de los huéspedes alojados en él. (Artículo para los hoteles del siglo XXI)

Según Felipe Jesús Gallegos (Diccionario de términos turísticos - 2009) Animación turística en la hotelería es una estrategia o herramienta para que los clientes de un establecimiento se relacionen para satisfacer sus necesidades de ocio mediante el desarrollo de unas actividades físicas y/o lúdicas para lograr la fidelización con el hotel

**Cuadro #2**  
**Características de la animación turística** Fuente: "Animación y Recreación Turística" de



Luis E. de la Ribera. Mayo 1992.

### **I.10.2 CARACTERÍSTICAS DEL DEPARTAMENTO DE ANIMACIÓN**

1. Debe estar relacionada con la Misión y Valores de la propia empresa (Cadena Hotelera, establecimiento del tipo que sea)
2. Definir Misión y Valores del Departamento
3. Analizar las tipologías de nuestros clientes a lo largo del año y sus necesidades.
4. Definir programas de ocio y animación básicos en función de las necesidades detectadas.
5. Desarrollar programas de animación alternativos. (días de lluvia, eventos especiales que se producirán a lo largo del año, etc.)
6. Establecer prioridades, necesidades y tiempos en la implementación del programa de animación.

7. Definir cómo vamos a evaluar la buena marcha del programa:  
Cualitativamente Cuantitativamente
8. Determinar la fuente de recursos: económicos, humanos y técnicos.
9. Identificar y analizar las diferentes tareas y puestos necesarios para llevar a cabo el programa de animación.
10. Asignar responsabilidades para cada puesto.
11. Establecer perfiles adecuados para los diferentes puestos.
12. Definir las relaciones entre los puestos.
13. Encontrar las personas adecuadas para cada puesto.
14. Entrenar y desarrollar a los animadores para enfrentarse a sus responsabilidades.
15. Coordinar las actividades del día a día
16. Medir la buena marcha del programa. Sus virtudes y sus defectos.
17. Corregir las deficiencias del programa. (Luis E. de la Ribera y Freddy J. Llerena. 1992 .Animación y Recreación Turística)

### **I.10.3 IMPORTANCIA DE LA ANIMACIÓN HOTELERA**

Cuando las personas están disfrutando de su tiempo libre esperan tener contactos con otros individuos. La vida en un hotel es parte de la sociedad, entonces corresponde a la animación turística el buen desempeño de la socialización y comunicación en este lugar, utilizando procedimientos necesarios para cada edad, grupo social, etc. Aplicar un programa de actividades de animación que contemple los gustos y necesidades de todos los clientes. Especialización, satisfacer mediante un organizado programa de actividades, las necesidades de los huéspedes ofertando una variada y adecuada gama de tareas mediante las cuales facilitar el intercambio y

aumentar las relaciones entre todas las personas que se encuentren en el hotel, surgiendo así nuevas amistades, incrementando el conocimiento de las personas sobre los elementos culturales, costumbres y tradiciones del lugar visitado.

Según el Prof. MsC: Pedro Pablo Abreu Hernández (2001) nos dice que este servicio hotelero tiene entre sus mayores objetivos que el cliente se sienta satisfecho dentro del hotel y regrese al año siguiente a pasar sus vacaciones nuevamente en ese mismo hotel que le ofreció un buen servicio de animación. Esto permite que el hotel incremente sus ventas en conceptos de juegos. Además la animación permite una atención diferenciada a niños y personas de la tercera edad. Además de crear un ambiente relajado y distendido en el establecimiento, relacionando a todos los clientes, a fin de conseguir una atmósfera de amistad.

#### **I.10.4 OBJETIVOS DE LA ANIMACIÓN HOTELERA**

Los objetivos los podemos plantear de la siguiente manera:

- Corto Plazo: Conseguir que los clientes se sientan vinculados a la empresa y/o alojamiento turístico.
- Largo Plazo: Fidelizar a los clientes actuales y que éstos mediante el marketing viral hagan publicidad. (Luis E. de la Ribera y Freddy J. Llerena. 1992 .Animación y Recreación Turística)

La animación turística como servicio hotelero tiene entre sus objetivos los siguientes:

- Hacer más atractiva la estancia de los huéspedes en los hoteles.(Ofrecer a los turistas algo nuevo y diferente cada día).

- Satisfacer al cliente dentro del hotel, que éste regrese y se lo comente a sus familiares y amigos. De esta manera se practica este enunciado (Publicidad de boca a boca)
- Vincular al huésped con la naturaleza, el medio ambiente y la recreación permitiendo que unido a ello conozca más sobre la cultura y tradición de la región.
- Incrementar las ventas del servicio del hotel.
- Idear una estrategia capaz de hacer que el turista se detenga más tiempo en esa zona, tendrían que ponerse de acuerdo muchos sectores que en la actualidad no tienen en cuenta que el turismo es beneficio para todos, no para un sólo sector.
- Elevar la calidad de vida de los huéspedes, ofreciéndoles actividades que les permitan mantenerse en buen estado físico y mental durante el tiempo que duran sus vacaciones.
- Crear una ventaja competitiva, lo cual establece una oportunidad de mercado, esto es diferenciación, desarrollar servicios con cualidades distintivas importantes para que sean percibidos como algo único por el consumidor.
- Brindar al huésped un producto de calidad con buenos y novedosos servicios, permitiéndole satisfacer sus intereses y necesidades de conocimiento, información, diversión y comunicación.
- Fomentar la comunicación entre animadores y trabajadores de otros departamentos del hotel.
- Crear ambientes de comunicación entre los huéspedes de distintos países, sexos, religiones, edades y niveles culturales, por medio de las actividades que se realizan.

- Fomentar el interés en los huéspedes por las costumbres y tradiciones de una zona determinada.
- Vincular al cliente con la comunidad, aportándole conocimientos sobre el patrimonio histórico y socio cultural de la región.
- Lograr que los clientes aprovechen de forma sana su tiempo libre, ganando calidad de vida. (idem)

### **I.10.5 MODALIDADES DE LA ANIMACIÓN HOTELERA**

La animación hotelera diferentes modalidades que buscan satisfacer las necesidades del huésped, entre los cuales tenemos:

- Animación participativa: Es para aquellos clientes que les gusta la acción, a quienes les gusta participar y que han elegido la empresa por el servicio de animación que ofrece.
- Animación contemplativa: Es para aquellos clientes que eligen una empresa con animación para pasar sus vacaciones, pero que prefieren mirar y no participar activamente.
- Animación mixta: mezcla de las anteriores.(Ernesto Yturralde 2010)

### **I.10.6 ACTIVIDADES DE LA ANIMACIÓN HOTELERA**

La programación que se ofrece a los clientes debe ser atractiva y acorde a la tipología de éstos, debe ser flexible y adaptable a los gustos, necesidades e intereses de los diferentes grupos (edad, gustos y nacionalidades).

- **Actividades de carácter deportivo.-** aquellas actividades y costumbres, requiere competición con uno mismo o con los demás y tener un conjunto de reglas perfectamente definidas. Los deportes son un entretenimiento tanto para quien lo realiza como para quien observa su práctica.
- **Actividades de carácter lúdico:** Son aquellas actividades que se refieren a la necesidad del ser humano, de comunicarse, de sentir, expresarse y producir en los seres humanos una serie de emociones orientadas hacia el entretenimiento, la diversión, el esparcimiento, que nos llevan a gozar, reír, gritar e inclusive llorar en una verdadera fuente generadora de emociones. Las actividades lúdicas fomentan el desarrollo psico-social, la conformación de la personalidad, evidencia valores, puede orientarse a la adquisición de saberes, encerrando una amplia gama de actividades donde interactúan el placer, el gozo, la creatividad y el conocimiento.
- **Actividades de carácter sociocultural.** Las actividades culturales, de ocio y tiempo libre, son aquellas que cualquier persona puede desarrollar voluntariamente para descansar, relajarse, divertirse, entretenerse, formarse, desarrollar su capacidad creadora, practicar deportes, disfrutar del arte, museos, cine, teatro; realizar excursiones; elaborar manualidades, artesanías, etc. Las actividades culturales y de ocio y tiempo libre, suponen tener y disfrutar libremente de tiempos propios.
- **Actividades de carácter participativo:** Son aquellas actividades donde el cliente siempre debe estar en acción.
- **Actividades de carácter contemplativo:** Son aquellas actividades donde el cliente prefiere mirar y no participar activamente. (Ernesto Yturralde & asociados Latinoamérica 2010)



### **Público objetivo:**

La animación en los establecimientos de alojamiento se dirige a:

- **Adultos:** a partir de los 18 años de edad.
- **Adultos mayores:** a partir de los 60 o 65 años de edad.
- **Adolescentes:** entre los 11 y 17 años de edad.
- **Niños:** entre los 5 y los 11 años de edad.

### **I.10.7 PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE ANIMACIÓN**

#### **Animador turístico, perfil y funciones.**

El Animador Turístico se encarga de la Planificación y Organización de Actividades Turísticas. Para ello se necesita una persona que tenga cualidades de comunicación y de organización, sentido lúdico, gran entusiasmo, dinamismo, extroversión, etc. De esta forma, permitirá y potenciara la participación y la iniciativa del grupo o de los clientes y el disfrute de los Productos Turísticos.

#### **1. Organización**

Un programa profesionalmente elaborado prevé una multitud de actividades, que aparte de su realización requiere una organización minuciosa para distribuir espacios para las actividades, ensayos, momentos de descanso, previsión de material para las actividades etc.

Estas actividades han de ser preparados y realizados diferentemente para adultos y niños, cosa que es evidente. No solo requiere el conocimiento de cómo

realizar cada una de las actividades, sino también hacerlo con responsabilidad y creatividad para evitar lesiones o disgustos y proporcionar momentos amenos y que toda la familia tanto pequeños hasta adultos maduros puedan llevarse una excelente impresión del hotel.

## **2. Relaciones Públicas**

Es uno de los aspectos más importantes para un animador turístico. El trato continuo con los turistas es imprescindible y hace la diferencia entre un buen producto y un producto sobresaliente. Es el animador quien ha de buscar el contacto continuamente con los turistas, saludar siempre, dedicarles un rato, escucharles, darles cualquier información de su interés del hotel, la zona o el país. Un contacto positivo desde el principio es muy importante, no solo para la animación, sino para todo el hotel.

## **3. Función pedagógica**

Son varias las actividades que requieren conocimientos pedagógicos, sobre todo aquellas dirigidas a adolescentes y niños.

Según donde trabaje un animador se encontrará con posibilidades y limitaciones mayores o menores para crear y desarrollar un programa de actividades con objetivos que han de determinarse con la dirección del hotel.

### **La creatividad y la innovación.**

Estos dos elementos claves aseguran una continua mejora de las actividades y los proyectos de animación, ya que evitan que las actividades de animación sean

repetitivas o limitadas a determinados juegos o competiciones. Teniendo un programa sofisticado de animación no es necesario realizar inversiones grandes ni mucho esfuerzo modificar algunas cosas, manteniendo la mayoría de las actividades. Es algo fundamental mantener viva la creatividad de los animadores y muy aconsejable cambiar el programa de animación para cada temporada nueva.(Aycan - escrito para los Hoteles del Milenio 2010)

El animador debe ser polifacético y por ello – según va adquiriendo experiencia y va dominando las diferentes técnicas y funciones importantes para esta profesión – se ha de ir seguir formando, buscando actividades y técnicas nuevas. El hotelero debe busca un servicio de animación turística profesional y sostenible pero no solo ha de emplear animadores profesionales, sino también facilitar al equipo de animación lo necesario para poder desarrollar un programa.

### **Competencias y habilidades del animador turístico**

Monera señala tres categorías de aptitudes que se piden a un buen animador.

- 1) Facilidad en crear contactos humanos para que surjan con rapidez lazos estrechos entre los miembros del grupo.
  
- 2) El animador debe poseer la capacidad de mandar sin imponer o lo que es lo mismo una suficiente personalidad y dinamismo para suscitar sin imponer. Por otra parte, debe tener cierta viveza intelectual y buena dosis de imaginación para responder a las situaciones nuevas que se presentan en el grupo, así como la suficiente flexibilidad y objetividad para aceptar y apoyar las iniciativas de los otros.

3) Una gran resistencia física y psíquica para realizar su quehacer que conlleva multiplicidad de tareas y muchas horas de dedicación, así como un amplio sentido de la organización para no verse desbordado por su actividad.

Las aptitudes que según Vessiganet deben poseer los animadores dedicados a la juventud son estas:

- Aptitudes físicas, lo que supone: salud satisfactoria y buena resistencia física.
- Aptitudes intelectuales, tales como: Disponibilidad, sociabilidad, capacidad de relaciones humanas;
- Control emocional;
- Flexibilidad de espíritu y capacidad de iniciativa;
- Sentido de lo real, de lo pedagógico y de lo estético;
- Saber mantener la autoridad y tener capacidad de decisión;
- Interés por buscar los medios; los métodos y las técnicas apropiadas.
- Aptitudes morales: el animador debe poseer una moral abierta y una serie de cualidades morales, tales como: sentido del deber, honestidad, constancia en el trabajo, entusiasmo, compromiso, etc.

## **I.11 SITUACIÓN ACTUAL DE LA ANIMACIÓN TURÍSTICA EN LOS HOTELES EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

La problemática de la animación turística a nivel mundial se refleja una seria necesidad de cambiar la desconocida y falsa imagen de este fenómeno socio cultural en favor de un turismo más equilibrado, en muchos casos la animación turística es repetitiva y limitada a ciertas actividades que son propuestas en otros hoteles del mundo.

A menudo y únicamente, la animación es confundida con el espectáculo, los disfraces, las actividades lúdicas y no existen equipos sólidos de formadores para animadores turísticos, ni mucho menos instituciones dedicadas a este campo profesional, tan necesario en el sector del turismo.(Manual de interacción de la animación turística)

Los programas de animación en los hoteles reflejan claramente la pérdida de los valores culturales y autóctonos de cada región a cambio de los modelos extranjeros sujetos a fenómenos de moda mundial (noche del casino, del terror, baile de toga, etc.).

Esta problemática exige una sólida asesoría profesional para los hoteles y otros tipos de servicios turísticos, (restaurantes, parques, clubes sociales, casas de cultura y demás establecimiento.

En la provincia de Santa Elena aún se desconoce la actividad de animación, ciertos empresarios consideran que es un espacio que sin duda aporta a la economía y desarrollo hotelero pero no lo ejecutan en su hotel.

## **I.12 DECLARACIÓN DE INTENCIÓN Y DISEÑO METODOLÓGICO PLANTEADO EN LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación que se propone realizar es de carácter cualitativo y de campo con soporte documental bibliográfico, orientado a la explicación y solución práctica de un problema en particular. Es esta investigación se aplicará la metodología deductiva ya que iremos desde lo general a lo particular.

A nivel del método particular se aplicará el enfoque hipotético deductivo sustentado en la comprobación y constatación de las variables e indicadores que conforman la hipótesis de trabajo.

En lo que concierne a los instrumentos de recolección de información recurriremos a las encuestas y entrevistas soportados en formatos elaborados y validados para la instancia permanente.

El proceso de análisis recuperados en el campo se analizará estadísticamente a través de cuadros de tabulación de frecuencia, de contingencia, gráficos de barras etc.

Los datos a nivel cualitativo y cuantitativo en el proceso de análisis se recurrirán a la aplicación del chip cuadrado que aprueba la hipótesis planteada. Para concluir, la elaboración de la propuesta y el informe final se sujetaran a términos generales a la metodología y formulación de proyectos.

## CAPITULO II

### **INVALIDACIÓN METODOLÓGICA, PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

Para la validación metodológica del estudio de campo fue necesario la realización de una prueba piloto donde se aprueben el primer instructivo de recolección de información utilizada en esta investigación tales como encuestas y es de donde partirán los parámetros para las entrevistas dirigidas a las autoridades de turismo.

El contenido del instructivo fue basado en el estudio de la matriz de indicadores que fue el resultado de la Operacionalización de las variables que comprobaron la hipótesis planteada en la propuesta de investigación. Esto fue revisado en su momento por profesionales en turismo con conocimiento de investigación. (Ver anexos 2 y 3)

Esta prueba piloto se realizó en carnaval del 2010, donde se tomo como muestra una cantidad de turistas aproximadamente 100 personas entre turistas y moradores. Este proceso fue respaldado y complementado por el estudio de un proceso evaluativo que el Ministerio de Turismo Provincial realizó en el año 2009, con la supervisión del Blgo. Santiago Torres, Director Provincial de Turismo de ese entonces, Carlos Tomalá supervisor de zona y sus colaboradores, junto mi participación como pasante, donde las estrategias de la animación turística fue una alternativa de recreación para los turistas que disfrutaban de las playas de la provincia, recibimos varias agradecimientos y sugerencias de mejoramiento. El objetivo de este proceso fue el de inculcar y difundir este servicio a los turistas y los hoteles para que puedan ejemplarizarse e incluirlo en su oferta turística.

Según Prof. MsC: Pedro Pablo Abreu Hernández (2008) «Al seminario realizado en Santa Elena asistieron más de 40 cursantes, pero debo destacar un hecho que llamo mi atención, después de visitar varias universidades de la península, que poseen la carrera de hotelería y turismo, conversar con los estudiantes sobre la importancia de este servicio y reconocer ellos que dentro de su formación no reciben ni siquiera el más mínimo dato de recreación y animación turística. La presencia de los mismos al evento fue muy escasa, sucedió lo mismo con los empresarios hoteleros, gastronómicos y dueños de agencias de viajes, que ni siquiera comprendieron los beneficios de este servicio, luego de una reunión en la cual se les explicó, en qué consistía el mismo» señaló el profesor Abreu.

Como resultado se pudo constatar el interés de los turistas por participar en los procesos de animación turística, las perspectivas del mismo y su aceptación junto a las múltiples y apropiadas opiniones de los moradores y profesionales de turismo nos dio como resultado el resultado del nuevo instructivo con un banco de preguntas profundas y factibles, anexos a esto fue recomendable utilizar una guía de confiabilidad basada en libro técnicas para investigar volumen 3 de Claudio Ariel Burbano (2006). Todos los procesos desarrollados en el estudio de campo han pasado por varios filtros donde se han utilizados diversas estrategias y técnicas que han contribuido en mi investigación y puedan ser interpretadas por los lectores que serán los que determinen la validez y confiabilidad de las conclusiones expuestas en este estudio.

Finalmente el instructivo de tesis asigna las encuestas y entrevistas como instrumentos confiables que permiten analizar la situación actual del problema y nos conduce a canalizar la investigación si es o no factible. La elaboración de la propuesta así como el informe final están sujetos en términos generales a la metodología y formulación de proyectos planteados por la Facultad de Ciencias



administrativas de la UPSE en el documento aspectos formales de la tesis de grado 2010.

## **II.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación se desarrolló considerando la investigación de campo, ya que los datos se recogen de manera directa de la realidad en su ambiente natural, que dice el turista, la población; sus rasgos culturales, el proceso interpersonal y la relación con el medio. Para el desarrollo del trabajo investigativo se precisó recurrir a fuentes y técnicas de análisis y razonamiento moderno con el objeto de recolectar datos que respalden el diseño y conformación de un producto turístico. Básicamente serán tres las fuentes en las que se podrá adquirir información: fuentes generales, fuentes secundarias y fuentes primarias.

## **II.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

**De tipo exploratorio:** Que permitió examinar el tema de investigación debido a que ha sido poco estudiado y no se ha abordado con suficiente seriedad, al mismo tiempo que sirve para familiarizarse profundamente con el objeto de estudio.

**De tipo descriptivo:** Permite describir eventos y hechos, especificando las características, propiedades y perfiles del objeto de estudio, sometiendo a un análisis más riguroso.

**Correlacionales:** Básicamente mide dos o más variables, estableciendo su grado de correlación, sin pretender dar una explicación completa (de causa y efecto) al fenómeno investigado, investiga grados de correlación, dimensiona las variables.

## II.3 TÉCNICAS A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN

La Revisión Bibliográfica: para recoger la información necesaria y elevar el nivel de actualización sobre el tema, objeto de investigación, conociendo así la situación actual del problema que se investiga.

El método del Enfoque Sistémico: fue utilizado para concebir la interrelación de todos los procesos que tienen que ver con el servicio de animación turística en los hoteles de la provincia.

### **Del nivel práctico:**

El método de la Encuesta: se utilizó en tres momentos: primero encuestar a los pobladores para conocer que información poseen sobre la animación turística en los hoteles de la provincia de Santa Elena, la segunda para conocer las preferencias individuales de los turistas al visitar nuestra provincia y la satisfacción del mismo con el servicio de animación turística en un hotel y la tercera conocer las perspectivas de los empresarios hoteleros en relación a la importancia de la animación turística y el compromiso con los huéspedes y la sociedad.

El método de la entrevista: Se utilizó con las autoridades de turismo, lo que permitió evaluar la perspectiva y la importancia de este servicio para el desarrollo del turismo y la hotelería en nuestra provincia y además para encontrar sugerencias que contribuyan a la realización de esta propuesta.

El método Matemático Estadístico: fue utilizado para realizar el procesamiento estadístico de los resultados, permitiendo llegar a conclusiones sobre el trabajo.

## II.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

### Población:

La población a la que se orienta el presente estudio, corresponde a los habitantes de la provincia de Santa Elena, a los turistas que visitan nuestra provincia, a los dueños o administradores de los hoteles y a los representantes de las autoridades de turismo locales. Los datos fueron catalizados dentro de la provincia en diferentes situaciones y los mismos que dieron para el muestreo de mi investigación son los siguientes:

**Cuadro # 3**

SEGMENTACIÓN	CANTIDAD	FUENTE
Habitantes	301 168	VII Censo de Población y VI de Vivienda del año 2010.
Turistas	129 000	Diario El Expreso-información general ( abril 2011)
Servidores turísticos	395	Catastro de la Prefectura Provincial de Santa Elena
Autoridades Turísticas	9	Arqueólogo Erick López

**Elaborado por: Lucas, J.**

**Cálculo de las muestras:** En la provincia de Santa Elena, presenta una población de **301 168** habitantes, en el último feriado se constató la presencia de 230 000 turista, existen 395 servidores turísticos y 9 autoridades turísticas. Para el desarrollo de la investigación se tomó la siguiente tabla que contiene las cantidades del muestreo, resultado de la aplicación del programa computarizado y técnico de muestreo MACSTAT 2.0 usando el modo z.

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Dónde:

**N** = Población. = El conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características y forma el universo para el propósito del problema de investigación de mercado.

**n** = Muestra. = Sub grupo de elementos de la población que se ha seleccionado para participar en el estudio con la finalidad de obtener información.

**t** = Margen de confiabilidad (en este caso: 0.95% de confiabilidad  $t = 1.96$ ).

**p** = Probabilidad de éxito del evento.

**q** = uno  $-p$ . (1-p) probabilidad de fracaso del evento.

**e** = Nivel de error.- El grado de precisión de las estimaciones.

**Cuadro # 4**

<b>SEGMENTACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
Habitantes	384	Encuestas
Turistas	384	Encuestas
Servidores turísticos	195	Encuestas
Autoridades Turísticas	9	Entrevistas

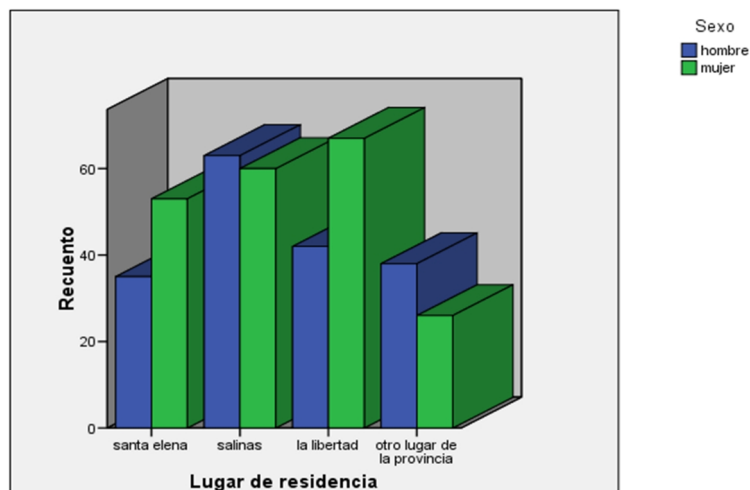
Elaborado por: Lucas, J.

## II.5ANÁLISIS DE ENCUESTA A MORADORES

Resultados obtenidos en la 1ra Encuesta realizada a los pobladores (ver anexo 4)

### 1. Sexo y lugar de residencia de los pobladores encuestados

Gráfico N° 1



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores.

Comprende el sexo y lugar de residencia de las personas encuestadas.

En el gráfico #1 se pudo constatar que los participantes de esta investigación fueron de los tres cantones de la provincia de Santa Elena, donde Salinas fue el cantón con mayor encuestado con un 32%, (63 varones y 60 mujeres) seguido de La Libertad con un 28% (42 varones y 67 mujeres) y Santa Elena con un 23% de encuestados (35 varones y 53 mujeres), el restante es decir el 17% corresponden a otros encuestados de otros lugares del país.

Esto nos demuestra el sexo de los encuestados y su procedencia, además de la magnitud de territorio que se utilizó para realizar la técnica de investigación.

## 2. Importancia del turismo para la provincia

Gráfico N° 2



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores

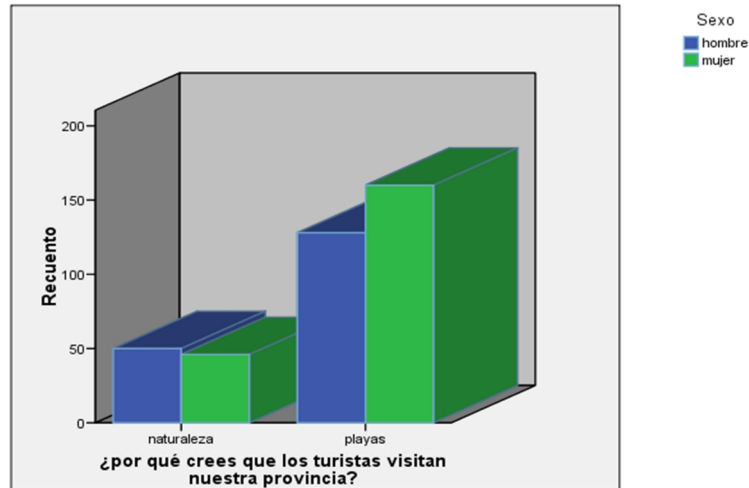
Comprende el índice de importancia que los pobladores tienen en relación al turismo.

Todos los encuestados entre hombres y mujereses decir el 100% (178 varones y 206 mujeres) coinciden en que es importante el turismo en nuestra provincia, por todos los beneficios que da a la colectividad.

Esto demuestra que los pobladores conocen del turismo y los impactos positivos que causan a una población que lo sabe manejar y esto se puede notar en todos los feriados y en temporadas donde existen a gran escala turismo nacional e internacional en la provincia de Santa Elena.

### 3. Razones por la que los turistas visitan nuestra provincia

Gráfico N° 3



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores.

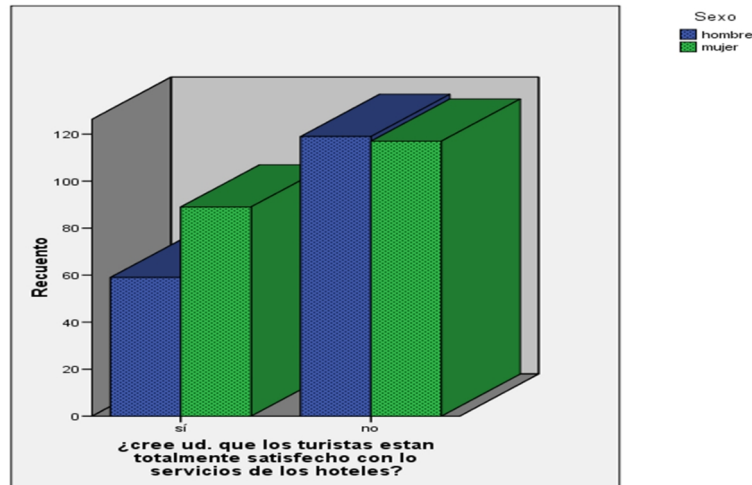
Comprende las razones por la cual los pobladores creen que los turistas visitan la provincia de Santa Elena.

Como se puede apreciar en el gráfico # 2 que 228 encuestados entre varones y mujeres es decir un 75% plantean que visitan la provincia por nuestras playas, mientras 96 personas es decir el 25% manifiestan que lo hacen por la naturaleza.

Esto significa que la mayoría de las personas que viven en nuestra provincia consideran que los turistas nos visitan por las playas y la naturaleza, dejando a un lado los demás atractivos por lo que debemos analizar y ejecutar una promoción que considere o explote más los atractivos excluidos que también son importantes para generar ingresos y para el turismo sustentable en los atractivos culturales e históricos etc.

#### 4. Satisfacción de los turistas en relación a los servicios que le ofrecen los hoteles

Gráfico N° 4



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores.

Comprende la perspectiva de los pobladores en relación a los diversos servicios que los hoteles brindan a los huéspedes y su satisfacción.

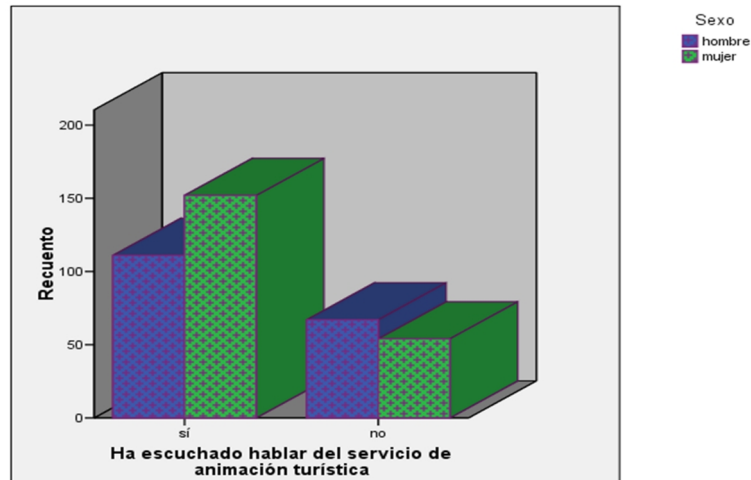
En el gráfico #4 se puede constatar que el 53% de los encuestados afirman que los turistas no están totalmente satisfechos con los servicios que le ofrecen los hoteles, mientras que solo el 47% afirman lo contrario.

Esto significa que los hoteles están brindando una gama de servicios a los huéspedes pero aquellas están satisfaciendo al cliente de forma mediática. Por lo tanto se debe regular estos servicios porque cada vez están bajando su nivel de satisfacción y por ende la demanda disminuirá y lo que debemos tener siempre presente que el huésped es lo más importante cuando de servicios hoteleros se hable.



## 5. Conocimiento acerca del servicio de animación turística

Grafico N° 5



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores

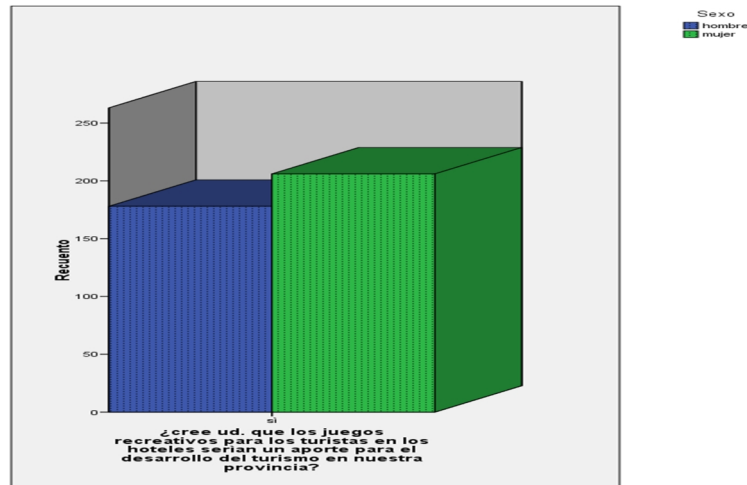
Comprenden el conocimiento que poseen los pobladores tanto hombres y mujeres en relación de la animación turística.

En el gráfico #5 se puede apreciar que un 69% de los encuestados entre hombres y mujeres plantean que si conocen del tema de animación turística, mientras que un 31% manifiestan que no poseen conocimiento o no han observado la ejecución del mismo.

Esto significa que el termino animación turística no esta tan ligada con ellos aunque posteriormente en el gráfico #6 apreciaremos que ellos consideran a los juegos recreativos una excelente opción de entrenamiento a los turistas. Por lo tanto es necesario que el tema de animación turística y su importancia se difundan más a nivel local.

**6. los juegos recreativos y el aporte al desarrollo del turismo en nuestra provincia.**

**Grafico N° 6**



**Elaborado por: Lucas, J.**

**Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores.**

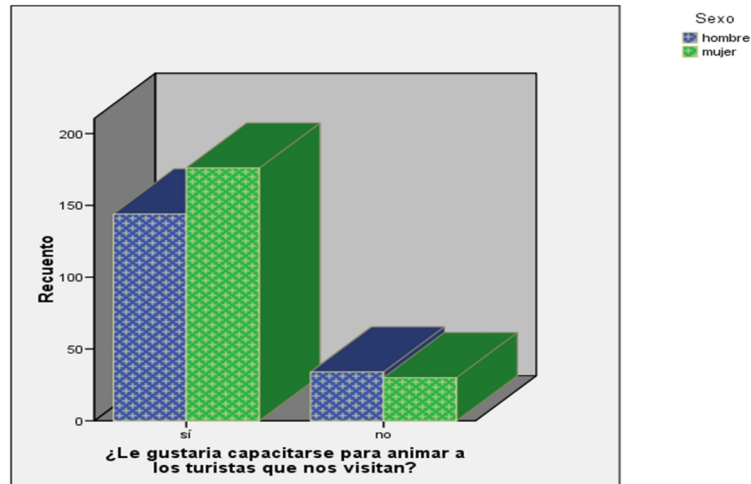
Comprende la perspectiva que los pobladores en relación a los juegos recreativos aplicados como servicio para los huéspedes y el aporte al turismo en nuestra provincia.

En el gráfico anterior se plantea que el 100% de los encuestados es decir los 384 pobladores que manifiestan que sería factible utilizar juegos recreativos en los hoteles para el desarrollo de la actividad turística.

Esto significa que se debe considerar los juegos recreativos dentro de los servicios que ofrecen los hoteles a los huéspedes porque esto aportará al desarrollo innovador y económico de los hoteles y también como un medio diferencial y por ende el desarrollo a la provincia.

## 7. Capacitación para animar a los turistas

Grafico N° 7



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores.

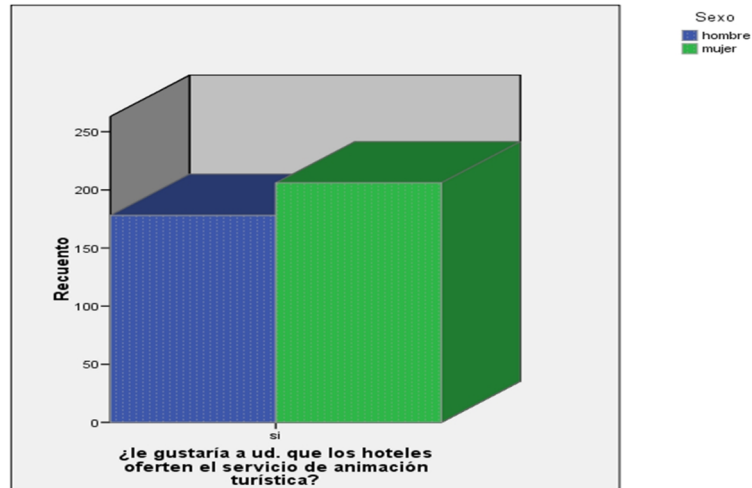
Comprende en la perspectiva que los pobladores poseen en relación a capacitarse o no en animación turística.

En el gráfico #7 se puede apreciar que un 84% de los encuestados le gustaría capacitarse para animar a los turistas que nos visitan, mientras que el 16% no desea capacitarse en animación turística.

Esto refleja la demanda de personas que requieren o les gustaría participar en talleres de animación turística para superarse involucrarse en área de turismo, por lo que se determina que la población está dispuesta a trabajar en este ámbito, aunque existe una mínima población que no quiere trabajar en esto o consideramos que desconoce del tema.

## 8. Los hoteles y el servicio de animación turística

Grafico N° 8



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores.

Comprende la perspectiva de poblador en relación a si que los hoteles oferten o no el servicio de animación turística.

En el gráfico anterior se puede apreciar que el 100% de los encuestados entre varones y mujeres, es decir, todos están convencidos que los hoteles deben ofertar el producto de animación turística para los huéspedes.

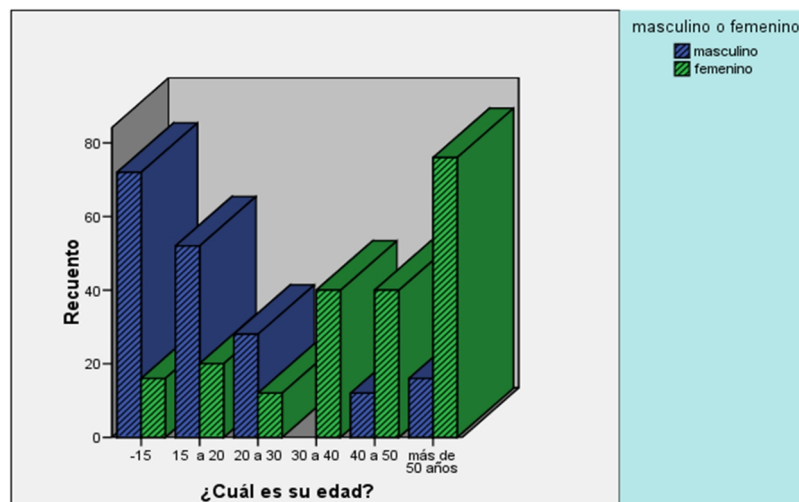
Esto significa que desde el punto vista de la sociedad les gustaría que los hoteles brinden el servicio de animación turística a sus huéspedes, por lo tanto estamos llamados a ejecutar procesos que conlleven a la recreación o implantar un modelo de animación hotelera. Es valioso manifestar que los servicios complementarios son mucha utilidad para fidelizar al cliente.

## II.6 ANÁLISIS DE ENCUESTAS A TURISTAS

Resultados obtenidos en la Encuesta realizada a los turistas (ver anexo 5)

### 1. Edad y género de los turistas

Grafico N° 1



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas.

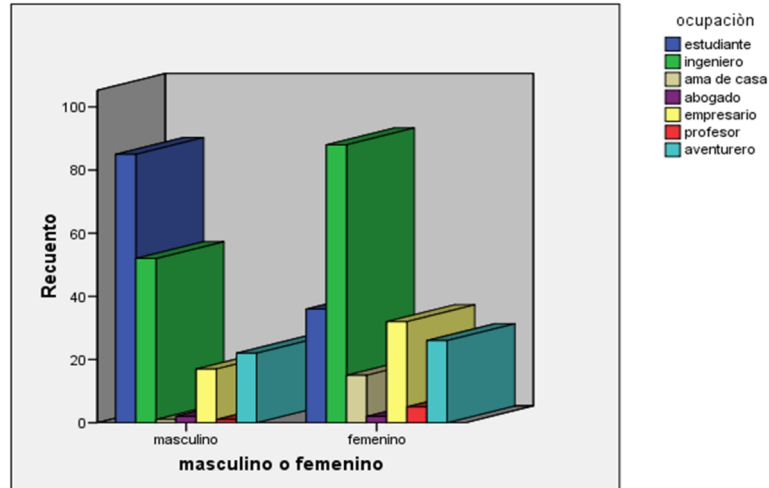
Comprende la edad y el género de los encuestados en esta investigación.

En el gráfico # 1 se puede detectar el rango de edades menos de 15 años hasta más de 50 años, donde 23% de los encuestados son adolescentes y niños, seguido del público adulto mayor, más de 50 años donde encuestamos al 22% entre hombres y mujeres, el 19% de los encuestados fueron adolescentes y jóvenes entre 15 y 20 años, el 13% de los encuestados fueron turistas entre los 40 a 50 años y el 10% de los encuestados fueron de 20 a 30 y de 30 a 40 años.

Esto significa que los géneros y edades forman parte de la investigación.

## 2. Profesión u ocupación de los turistas por género.

Gráfico N° 2



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

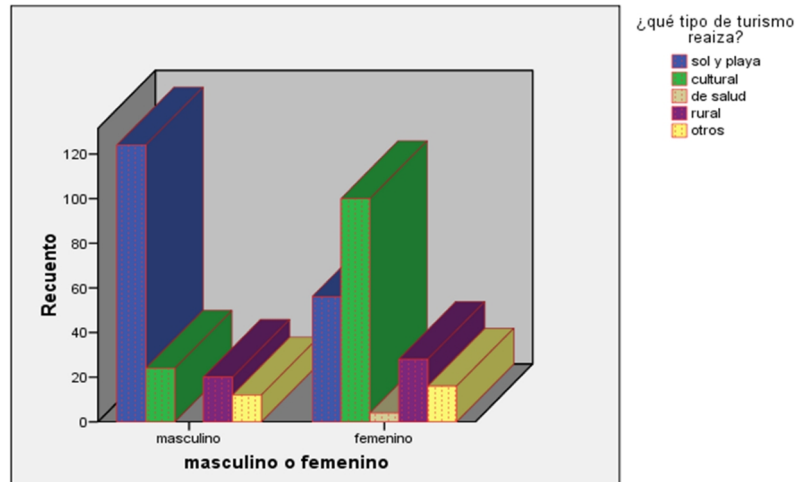
Comprende la ocupación o profesión de los turistas, realizados por género.

En el gráfico #2 se pudo determinar que las diferentes personas que visitan nuestro sector desde el punto de vista de ocupación u profesión entre hombres y mujeres; Constatamos entonces que 121 estudiantes, 140 ingenieros son los que más nos visitan, mientras que 48 aventureros y 49 empresarios también gozan de las maravillas de la provincia, las amas de casa, abogados y profesores tienen un porcentaje considerable de afluencia.

Esto significa que el índice de personas o turistas que nos visitan poseen una profesión y que en general la Provincia de Santa Elena es un lugar más visitado por sus playas y paisaje, por esa razón creemos que la animación turística será factible porque poseemos atractivos que nos hacen único.

### 3. Tipo de turismo que realiza.

Gráfico N° 3



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

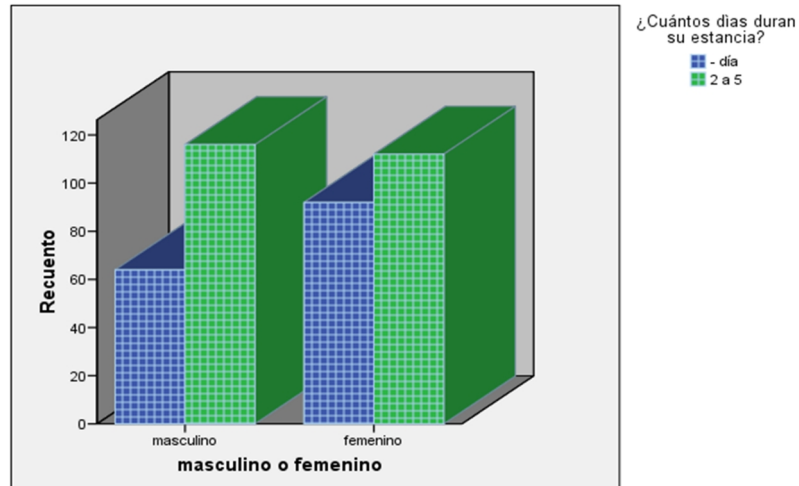
Comprende el tipo de turismo se realizan en la provincia de Santa Elena.

En el gráfico #3 podemos constatar que un 32 % de la población masculina y un 14 % de la femenina prefieren realizar el turismo de sol y playa, mientras que un 26 % de las mujeres y un 6 % de los varones prefieren realizar el turismo cultural, el turismo rural posee un porcentaje de preferencia de 13%, mientras que el 9% de los visitantes prefieren otro tipo de turismo como: el de salud, deporte etc.

Esto nos muestra que nuestra provincia es visitada por sus diversas playas y su cultura, el turismo rural tiene un bajo pero considerable porcentaje y es donde se debe trabajar para que tenga más acogida, además existe turistas que les gusta el deporte extremo por tal razón debemos dar énfasis a promocionar más los otros tipos de turismo que no son muy reconocidos.

#### 4. Duración de las estancias en sus viajes

Gráfico N° 4



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas.

Comprende el periodo de permanencia de los turistas dentro de nuestra provincia cuando salen de vacaciones.

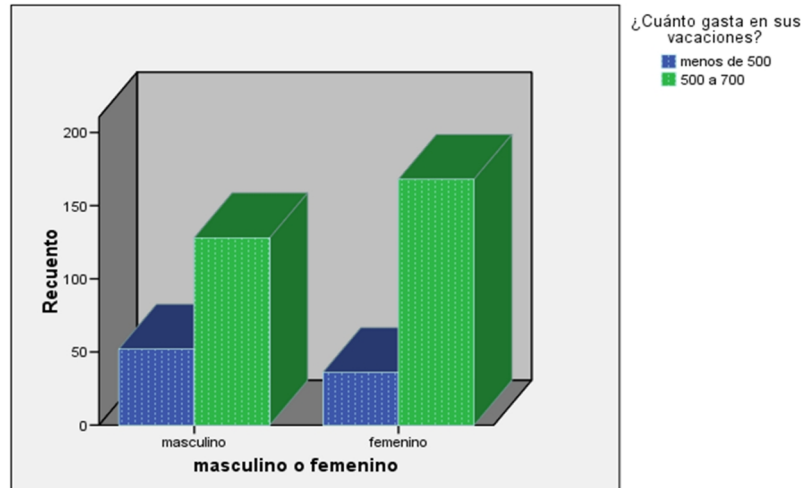
En el gráfico #4 podemos observar un alto índice en la duración de estancia de los turistas en nuestra provincia, pues un 59% entre varones y mujeres afirman que su estancia es entre 2 a 5 días, sobre un 41 % que afirman que permanecen 1 día vacacionando en nuestro sector.

Esto significa que la mayoría de personas que nos visitan tienen un promedio de entre 1 a 5 días por tal razón al realizar el modelo de Animación Turística los programas deben desarrollarse o planificarse en un lapso de tiempo de 5 días, y una programación para 1 día, siempre tomando en cuenta el cambio e ingreso de los huéspedes al hotel es decir el check out y check in.



## 5. Gastos en los lugares donde realiza sus vacaciones.

Gráfico N° 5



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

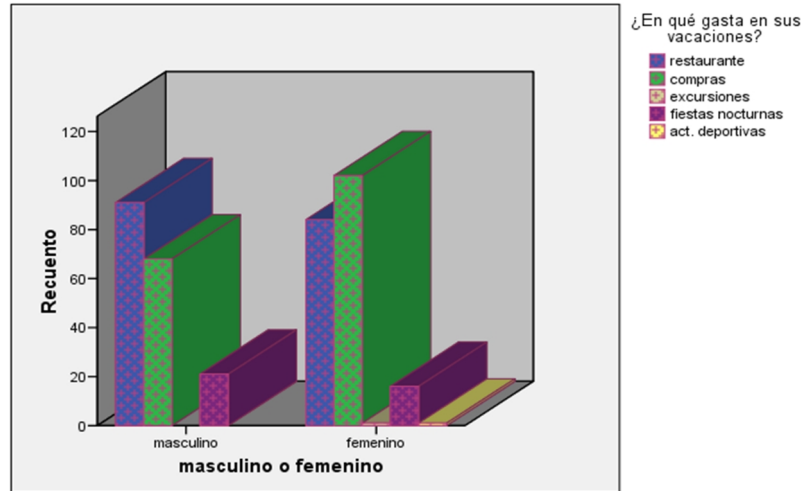
Comprende los el monto de dinero que gastan los turistas en servicios turísticos dentro de la provincia de Santa Elena.

En el gráfico# 5 podemos constatar que el 77% de los encuestados afirman que gastan menos de 500 dólares en los distintos lugares turísticos de nuestra provincia, mientras que el 23 % gasta entre 500 a 700 dólares.

Esto significa que existe la turistas considerable que les gusta gastar de acuerdo a las alternativas que oferte nuestra provincia, por esta razón debemos implementar buenas alternativas porque de esta manera el consumo y distracción de los visitantes el gasto será mayor. Nuestro modelo de animación turístico debe ser diseñado con miras al consumismo y excelencia, pues no esta de más manifestar que estamos en un mundo de promoción y compra.

6. De sus gastos durante la permanencia en el lugar de vacaciones, la mayoría de sus gastos se destinan a:

Gráfico N° 6



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

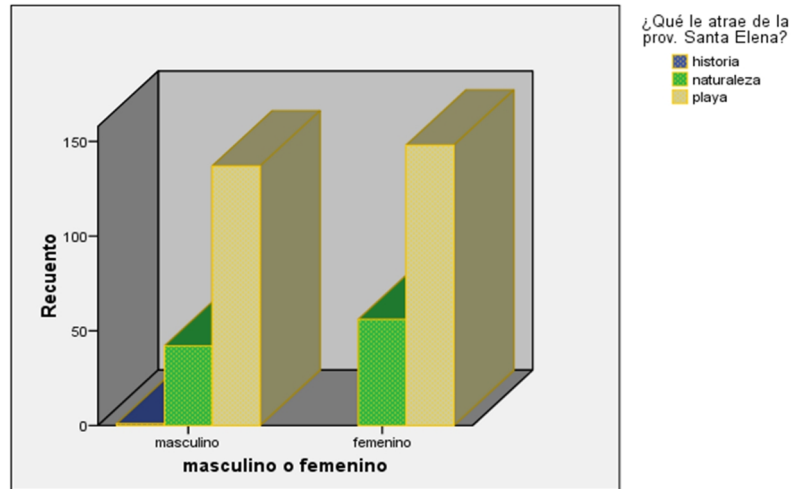
Comprende los lugares o servicios atractivos que los turistas gastan al permanecer en la provincia de Santa Elena.

En el gráfico# 6 podemos apreciar que el 46% de los encuestados gastan en restaurantes, el 44% gastan en compras, el 9,6 % gastan en fiestas nocturnas y el 0,2% en excursiones y actividades deportivas.

Esto significa que los turistas más allá del hospedaje tienen un alto porcentaje en gastos, por esta razón debemos considerar que los lugares de servicios en nuestra provincia acogen a muchos turistas y que tenemos que fomentar alternativas e incentivar a que utilicen el servicio.

## 7. Razones por la que visita la Prov. Santa Elena.

Gráfico N° 7



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

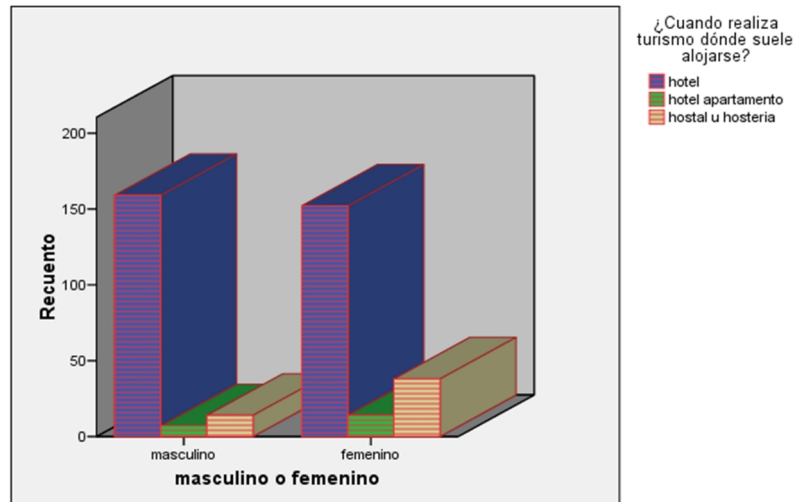
Comprende las razones por la cual el turista le gusta visitar y permanecer en la provincia de Santa Elena.

En el gráfico # 7 podemos constatar que el 74, 2% de los encuestados entre hombres y mujeres manifiestan que lo que les atrae de nuestra provincia son sus playas, mientras que el 25, 6 % nos dice que les atrae su naturaleza, solo un 0,2 % manifiestan que le gusta nuestra historia.

Esto significa que los turistas visitan la provincia de Santa Elena por las playas y la naturaleza que son los parámetros que influirán en la realización de paquetes turísticos y por ende en los programas de animación turística.

## 8. lugares donde suele alojarse

Gráfico N° 8



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

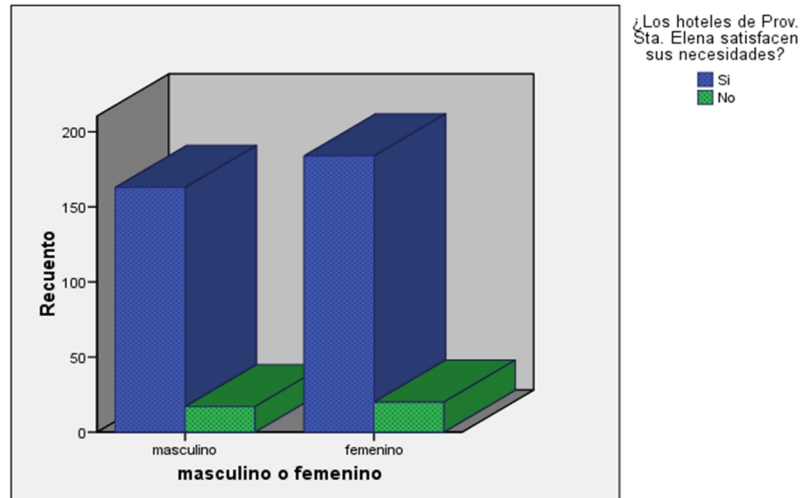
Comprende lugares donde los turistas suelen normalmente hospedarse cuando visitan la provincia de Santa Elena.

En el gráfico # 8 podemos constatar que el 81% de los encuestados entre varones y mujeres se alojan en hoteles, el 13% se aloja en hosterías u hostales y el 6% se aloja en hotel apartamento.

Esto significa que a la hora de alojarse los turistas prefieren hoteles y es necesario equipar con excelentes servicios para lograr una estadía placentera, a este objetivo queremos llegar con el programa de animación turística, que busca entre sus tantos objetivos educativos, sociales y económicos, mejorar las expectativas del visitante y su completo bienestar en relación a los hoteles de nuestra provincia.

## 9. Satisfacción de los turistas en relación al servicio del hotel

Gráfico N° 9



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

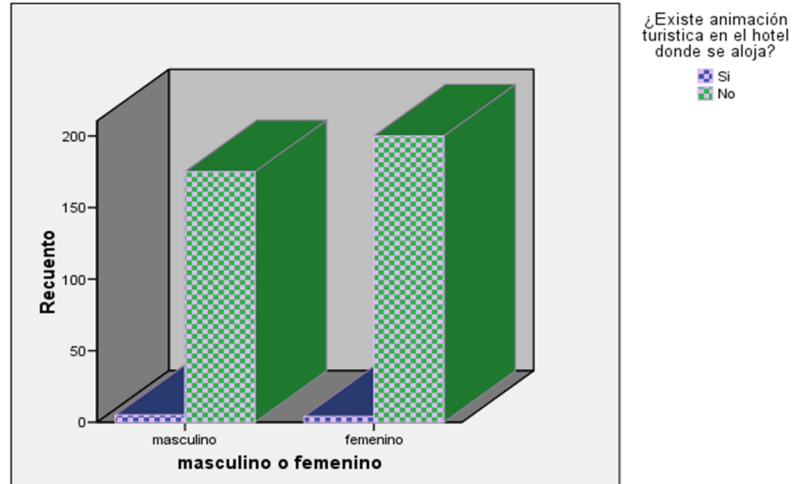
Comprende cuan es la satisfacción del turista en relación a los servicios que ofrece el hotel.

En el gráfico #9 se pudo verificar que el 90% de los encuestados afirma que los hoteles de nuestra provincia satisfacen sus necesidades como huéspedes pero el 10% afirma que no.

Esto significa que existe una aceptación favorable de satisfacción de los huéspedes en relación a los servicios, pero debemos bajar la guardia o despreocuparnos cuando las estadísticas afirman algo positivo para la hotelería, pues es necesario llegar a la satisfacción total de los huéspedes. Para ello debemos indagar en los gustos del cliente y las razones porque no están satisfechos con el servicio.

## 10. Existe animación turística en el hotel donde se aloja

Gráfico N° 10



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

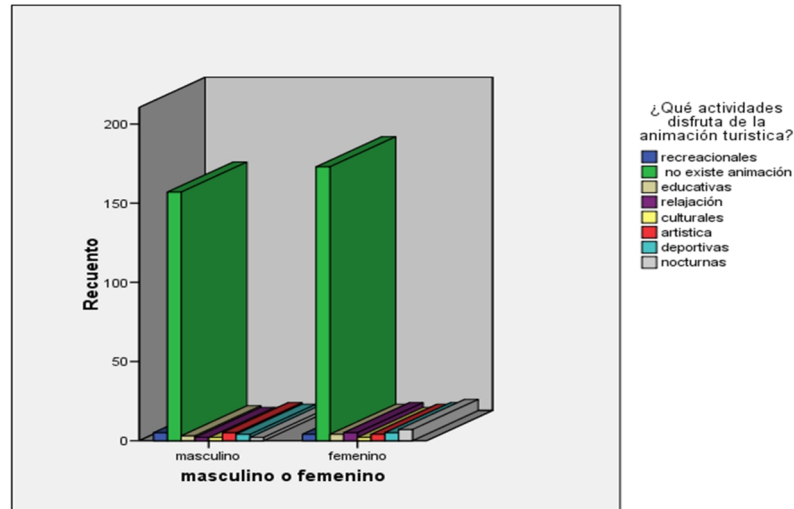
Comprende el conocimiento de los turistas posee en relación a la animación turística y su existencia en el hotel donde se hospedan.

En el gráfico # 10 podemos constatar que el 98% de los encuestados entre hombres y mujeres afirman que el hotel donde se han hospedado no tienen animación turística, mientras que solo el 2% es decir, 9 personas de 384 afirman que uno de los hoteles donde se han hospedado posee el servicio de animación turística.

Esto significa que los hoteles en su mayoría no brindan el servicio de animación turística y las razones pueden ser muchas desde el desconocimiento a la poca importancia al mismo, por lo tanto consideramos que los hoteles de la provincia de Santa Elena debe implementar este servicio porque es relativamente nuevo y sobre todo presenta objetivos que benefician al hotel y al huésped.

## 11. Actividades que usted ha disfrutado en la animación turística

Gráfico N° 11



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

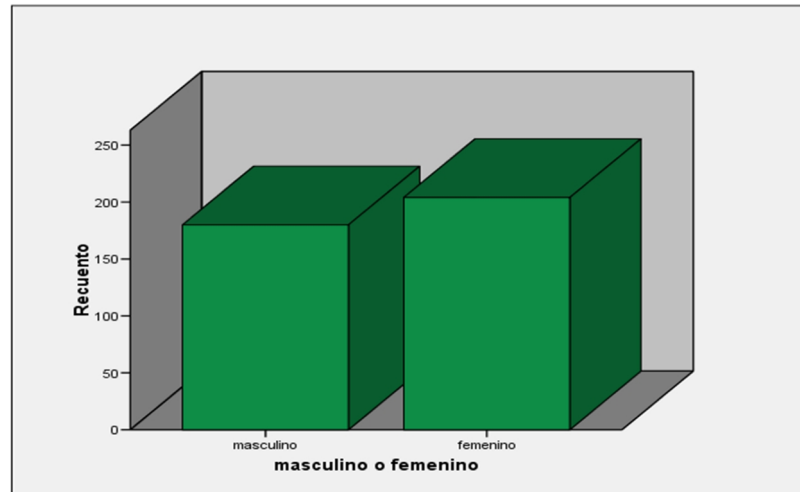
Corresponde a las actividades que los turistas han disfrutado en su estancia.

En el gráfico #11 que representa el 2% (9 turistas) de los encuestados que afirmaron que en el hotel donde sean hospedado existen animación turística, logamos expresar que el 2% es decir 9 personas entre hombres y mujeres han recibido actividades de recreación, artísticas, deportivas y nocturnas, 7 personas han recibido actividades de relación y educativas, solo el 1% es decir 4 personas han recibido actividades culturales. En su defecto el 98% de las personas encuestadas no han recibido en el hotel donde se han alojado actividades de animación turística.

Esto significa que los hoteles que brindan el servicio de animación turística poseen correctas alternativas para entretener al turista.

## 12. Aceptación de la animación turística por los turistas

Gráfico N° 12



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turista.

Comprende la aceptación de los turistas de la animación turística en los hoteles.

En el gráfico # 12 podemos constatar que el 47% de los encuestados varones, y el 53% de las encuestadas mujeres, es decir el 100% afirman que les gustaría que los hoteles posean el servicio de animación turística.

Esto significa que la animación turística es un tema nuevo y que despierta las expectativas de los que ya la han experimentado y más aún de los que no la han experimentado por lo tanto los directores o empresarios hoteleros deben dar constante importancia a este tema y por tal razón es necesario crear un modelo metodológico de animación turística para los hoteles de nuestra provincia.

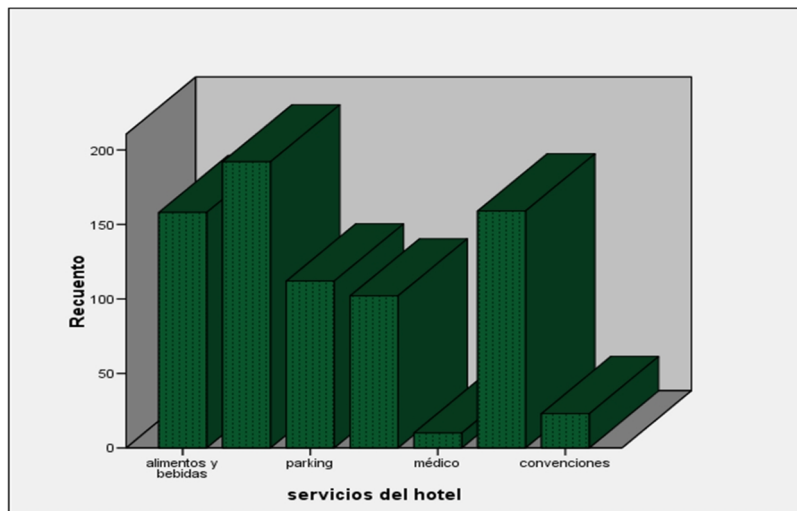


## II.7 ANÁLISIS DE ENCUESTAS A EMPRESARIOS HOTELEROS

Resultados en la Encuesta realizada a los empresarios hoteleros. (Ver anexo 6)

### 1. Servicios del hotel

Gráfico N° 1



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

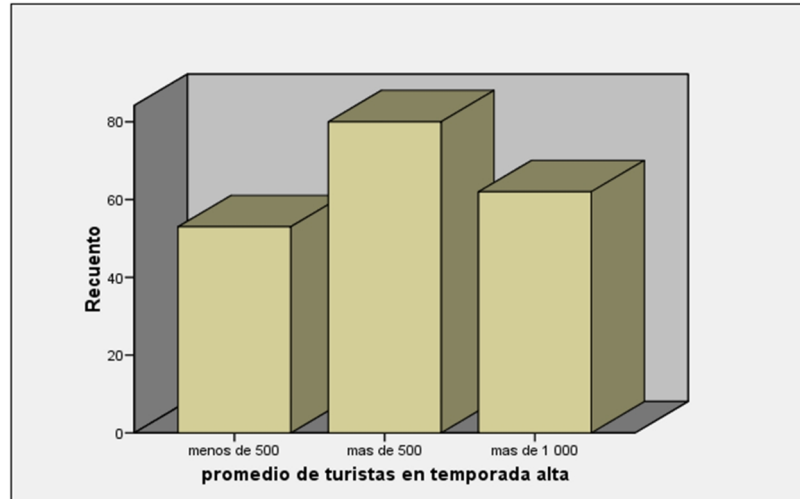
Comprende los servicios que ofrece los hoteles en la provincia de Santa Elena.

En el gráfico #1 podemos constatar que el 81% de los hoteles encuestados ofrecen el servicio de alimentos y bebidas, el 19% no lo brinda; el 98% brinda el servicio de recepción y el 2% no lo hace, El 57% el servicio de parking y el 43% no lo ofrece. El 52% ofrece el servicio de lavandería y el 48% no lo ofrece. El servicio médico con 5% de prestación; el servicio de convenciones con el 12% de prestación y el 82% brinda los servicios complementarios mientras que el 18% no.

Esto significa que muchos hoteles no satisfacen a sus clientes.

## 2. Promedio de número de turistas por día en temporada alta

Gráfico N° 2



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

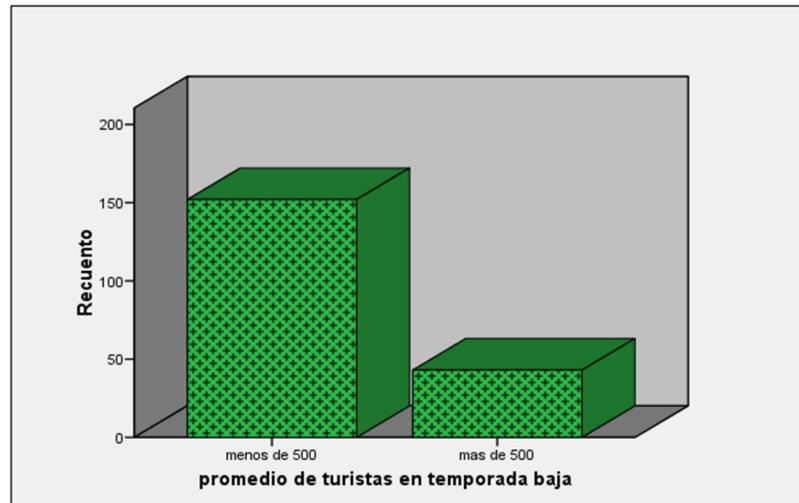
Comprende el promedio de turistas por día en los hoteles de la provincia de Santa Elena en temporada alta.

En el gráfico #2 se puede constatar que mediante el análisis determinamos que los hoteles de la provincia de Santa Elena en temporada alta aumentan las pernoctaciones en un 32% que afirman que por día se hospedan un promedio de más de 1 000 turistas, un 41% afirma se hospedan más de 500 turistas y con un 27% afirma que se hospedan menos de 500 turistas.

Esto significa que tenemos una afluencia de turistas elevada y que le debemos garantizar que su estadía tenga todo lo necesario, en seguridad, condiciones de respeto, atención etc., además debemos lograr que ese porcentaje se incremente para así desarrollar aún la hotelería en el país.

## 2.1 Promedio de número de turistas por día en temporada baja

Gráfico N° 2. 1



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

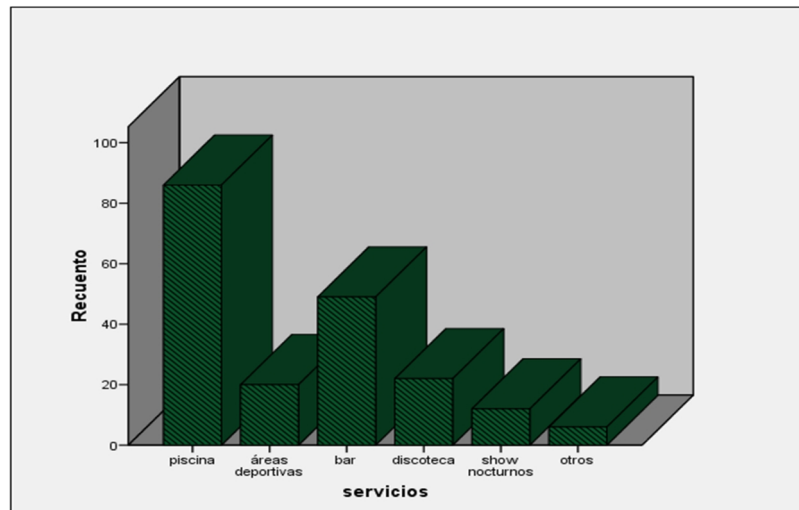
Comprende el promedio de turistas por día en los hoteles de la provincia de Santa Elena en temporada baja.

En el gráfico #2.1 podemos analizar que en temporada baja suelen disminuir las pernoctaciones pero no en índice perjudicial, el 78% manifiesta que el promedio de turistas por día en su hotel es menos de 500 y el 22% manifiestan que es más de 500 turistas.

Esto significa que los hoteles bajan su producción cuando es temporada baja pero que se mantienen y no les perjudica en su totalidad pues siempre existen turistas a toda hora o día en nuestra provincia ya que estamos posesionados en el ente nacional y en buen camino en el ámbito internacional.

### 3. Servicios complementarios que ofrece su establecimiento

Gráfico N° 3



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

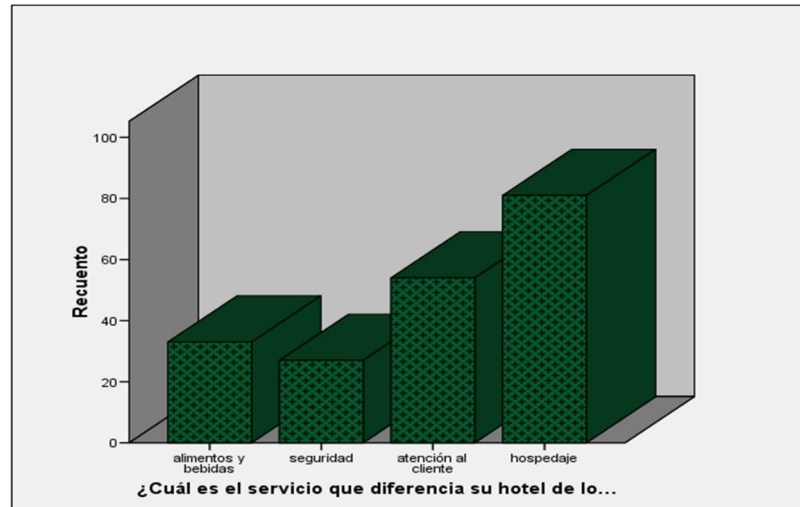
Comprende los servicios complementarios que ofrecen los establecimientos hoteleros de la provincia de Santa Elena.

En el gráfico # 3 podemos constatar que el 57% es decir más de la mitad de los hoteles encuestados brindan el servicio de piscina; el 43% de los hoteles brinda áreas para deporte, mientras el 78% manifiesta que no lo brinda; el 72% de los hoteles brinda espacio de bar a sus clientes, mientras que el 28% de los hoteles encuestados afirman que no lo ofrecen; el 23% de los hoteles ofrece el servicio de discoteca, el 77% no lo brinda; 17% de los hoteles encuestados afirman que brindan el servicio de show nocturno, mientras que el 83% manifiestan que no brinda.

Esto significa que la oferta de servicios adicionales está en buena marcha aunque hay hoteles que no brindan cierto servicio por razones de infraestructura.

#### 4. Servicio que diferencia a los hoteles

Gráfico N° 4



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

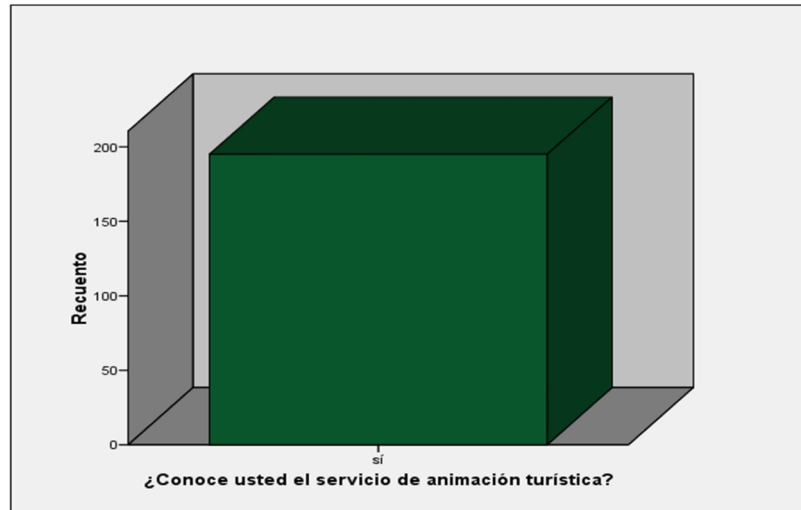
Comprende el servicio resaltable que diferencia un hotel de otro.

En el gráfico #4 se observa que casi la mitad de los hoteles encuestados es decir el 41% afirman que el servicio que diferencia su hotel de otro es el hospedaje, manifiestan que el hospedaje que brindan es de comodidad y con buena atención al huésped. El 28% afirman que la atención al cliente es el principal aspecto de diferencia, mientras que el 17% y 13% de los encuestados creen que el servicio de alimentos y bebidas y la seguridad respectivamente son la marca de diferencia

Esto significa que un gran porcentaje de los hoteles buscan alternativas de satisfacción al cliente en el aspecto hospedaje, donde son múltiples opciones de complacencia, la atención es primordial y es de este ámbito que emerge la animación turística.

## 5. Conocimiento del servicio de animación turística

Gráfico N° 5



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

Comprende el conocimiento que poseen los empresarios hoteleros en relación a la animación turística.

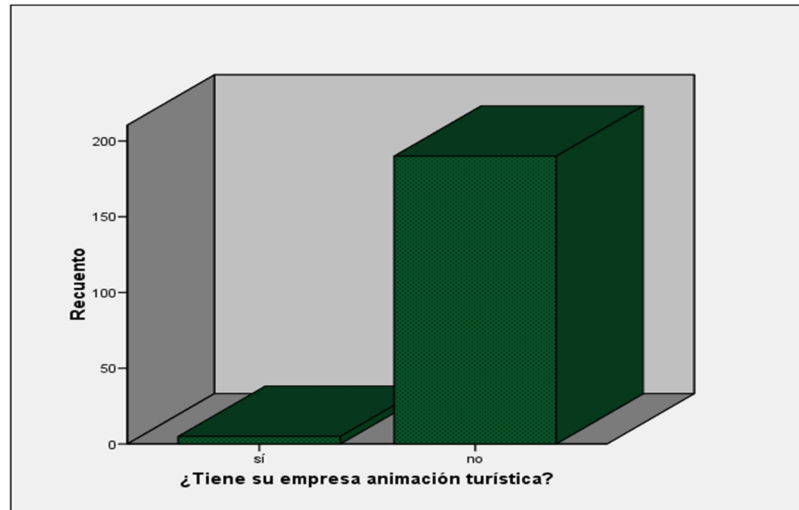
En el gráfico # 5 se pudo constatar que el 100% de los hoteles encuestados afirman que conocen del servicio de animación turística.

Esto significa que la animación turística es reconocida como un servicio que logra llegar a cumplir las expectativas de los huéspedes y que los empresarios hoteleros conocen de este tema pero es recomendable que indaguen más en este ámbito para que puedan darle la importancia que requiere y sobre todo para que conozcan los múltiples beneficios que la animación turística ofrece para sus hoteles, por tal razón es conveniente crear un modelo de animación turística.

## 6. La empresa hotelera y la animación turística

Gráfico N° 6

Elaborado por: Lucas, J.



Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

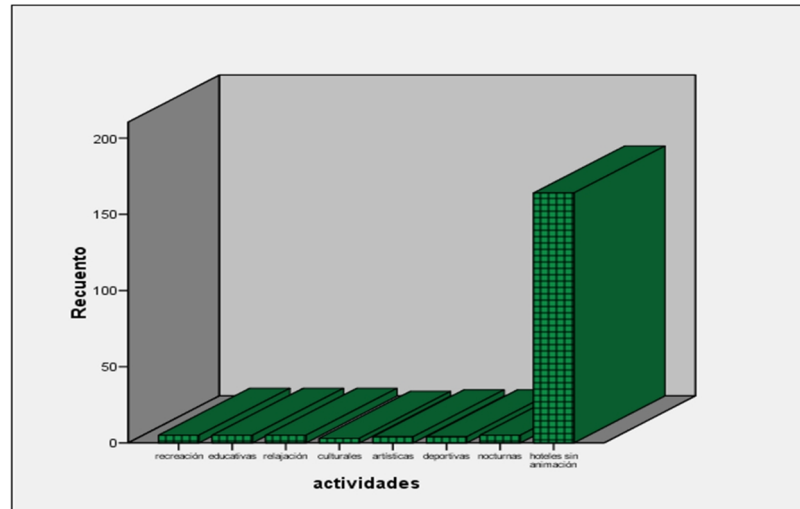
Comprende conocer cuantos hoteles brindan el servicio de animación turística en la provincia de Santa Elena.

En el gráfico #7 se pudo constatar que el 97% de los hoteles encuestados afirman que su empresa no presta el servicio de animación turística y solo el 3% de los encuestados prestan este servicio.

Esto significa que los hoteles de la provincia de Santa Elena no ofrecen el servicio de animación turística y por lo tanto no gozan de los beneficios de este servicio, por lo tanto es necesario implementar un modelo o manual que detalle todo lo relacionado a la animación turística y se utilice en los hoteles como una oferta con valor agregado y diferencial y permita al hotel ser pionero en este tema y mantener la fidelidad del huésped y con una difusión de éste hacia otras personas.

## 7. Actividades de animación turística

Gráfico N° 7



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

Comprende las actividades que brindan los hoteles que brindan el servicio de animación turística.

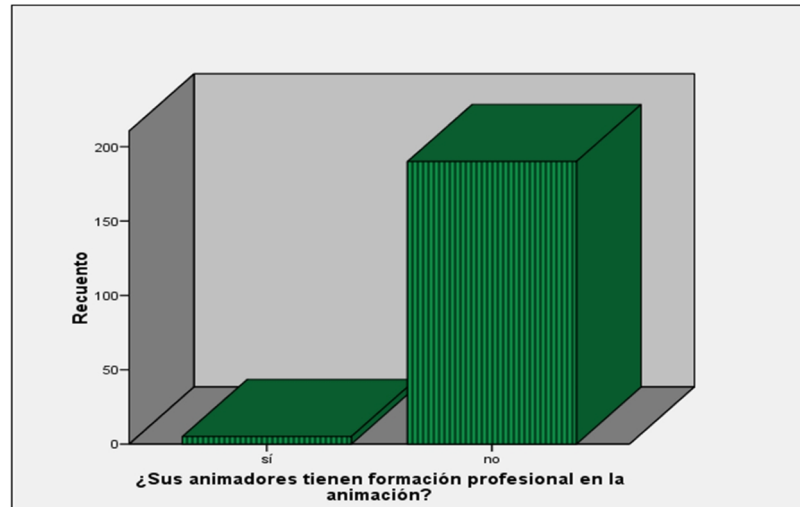
En las gráfico # 7 podemos constatar que todos los hoteles brindan actividades de animación turística quedando de la siguiente manera: los 5 hoteles brindan los servicio de recreación, educativas, relajación y nocturnas, e hoteles brindan actividades culturales y 4 hoteles ofrecen actividades artísticas y deportivas.

Esto significa que los 5 hoteles que brindan el servicio de animación turística en nuestra provincia lo hacen basándose al medio donde está ubicado el hotel con actividades de recreación, de relajación, artísticas, deportivas, nocturnas, actividades culturales y educación.



## 8. Formación profesional de los animadores de animación turística

Gráfico N° 8



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

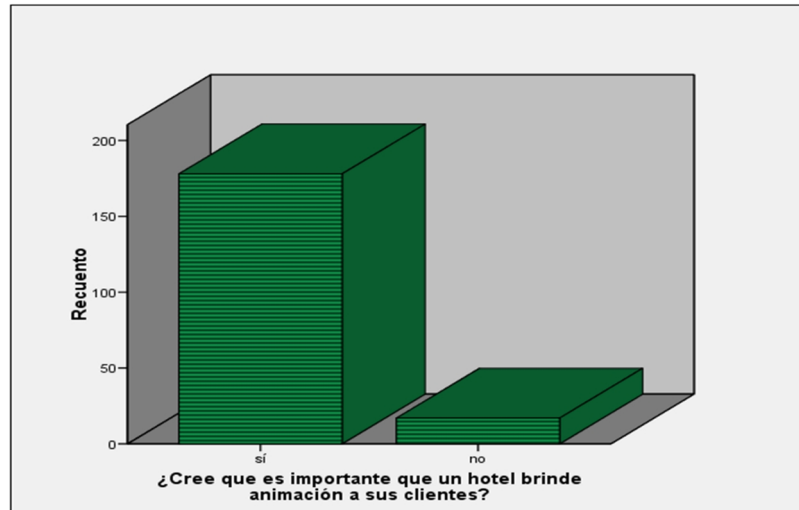
Comprende el porcentaje de formación profesional de los animadores de animación turística de los hoteles.

En el gráfico anterior podemos observar que los 5 hoteles que brindan el servicio de animación turística, manifiestan que su personal está apto para ejecutar animación a sus huéspedes. Cabe recordar que 97% de los hoteles no ofrecen el servicio de animación turística.

Esto nos indica que existen empresarios hoteleros que están a la vanguardia del servicio de animación y que conocen cuanto los beneficia como empresa y que el personal que ejecutan este servicio están capacitados y aptos para planificar, diseñar y realizar animación, usando las estrategias aprendidas en curso y es lo que el modelo de animación turística busca que todos lo empresarios, personal del hotel.

## 9. Importancia de la animación turística en un establecimiento hotelero

Gráfico N° 9



Elaborado por: Lucas, J

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

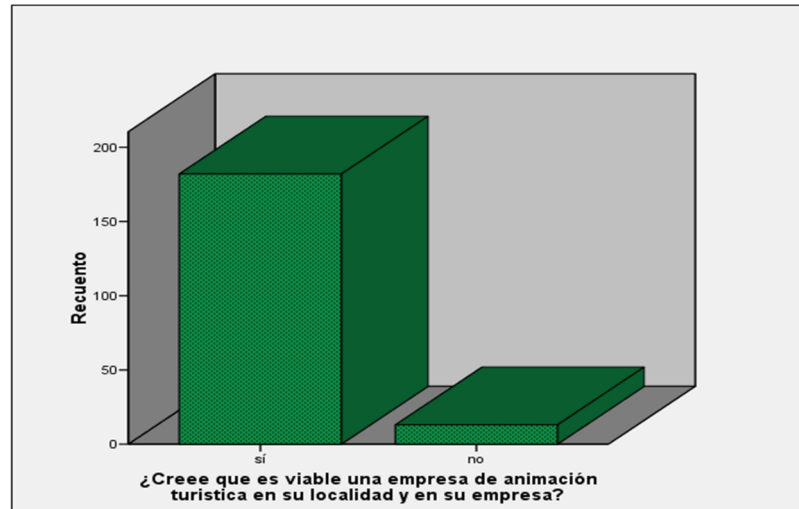
Comprende cuan importante consideran los empresarios hoteleros al servicio de animación turística en su hotel y si es factible su ejecución en el mismo.

En el gráfico # 9 podemos constatar que el 91% de los hoteles encuestados manifiestan que si es necesario que los hoteles brinden el servicio de animación turística y mientras que solo el 9% manifiesta lo contrario.

Esto significa que los empresarios hoteleros desean incursionar en este ámbito novedoso por lo tanto es necesario y recomendado trabajar con los hoteles con un modelo de animación turística para mejorar la satisfacción integral de los huéspedes y aumentar las pernoctaciones en el hotel logrando un prospero crecimiento económico y contribuyendo al desarrollo de la sociedad.

## 10. Viabilidad que un establecimiento tenga animación turística

Gráfico N° 10



Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

Comprende la viabilidad por parte del empresario hotelero en que exista la apertura del departamento de animación turística en su hotel.

En el gráfico # 10 se puede constatar que el 93% de los hoteles encuestados afirman que es viable que exista un departamento de animación turística en su empresa y que el 7 % manifiestan lo contrario.

Esto nos indica que existen empresarios hoteleros en su mayoría que están dispuestos a crear un espacio para el departamento de animación turística donde planificarán y diseñarán los programas de animación con personal capacitado, ya que este tema es muy conocido y referenciado o quieren despejar dudas y las expectativas que ofrecen este servicio de interacción con los clientes.

## **II.8ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES DE TURISMO**

Resultados obtenidos en las entrevistas realizada a las autoridades de turismo de la provincia para constatar sus perspectivas en relación a la importancia de la animación turística en los hoteles de la provincia de Santa Elena y en la sociedad en general. ( ver anexo 7)

En relación al turismo en nuestra provincia consideran que netamente es un destino turístico que ofrece un abanico completo de alternativas no solo turísticas, sino también culturales, ecológicas, y de salud como las aguas termales de San Vicente, que logran que el turista siempre tenga lugares que visitar y por la cual regresen. Además que sigue desarrollándose turísticamente, y cada una de las dependencias de turismo y afines a ésta, aportan y trabajan conjuntamente para fortalecer las líneas estratégicas que cumplen buenos objetivos que benefician a la economía de la provincia.

Los hoteles de la provincia de Santa Elena deben cumplir con requisitos de apertura, y de seguimiento de sus negocios y son reguladas por el Ministerio de Turismo, el mismo que sintetiza los resultados otorgando categorías, cierre o apertura de los establecimientos, aunque cada entidad turística cantonal aporta con el proceso de control. Los entrevistados han escuchado y relativamente conocen la animación turística, que estos espacios son importante para que los turistas conozcan a fondo los atractivos manteniéndose activos y sobre todo que se beneficien con todo lo que la animación turística pueda brindar, como socialización, salud, conocimiento y entretenimiento.

Es necesario que los hoteles tengan el servicio de animación turística, que no sea un impedimento la infraestructura porque conocemos que los hoteles no son tan grandes, pero no es preciso un gran espacio dentro del hotel para ofrecer una gama

de alternativas recreativas, ahora no solo la animación turística es juegos sino también darles a conocer lo cultural de los pueblos, para de esa formar amar mas nuestro país y nuestra cultura.

Es prioritario también que los cantones o la provincia tenga un grupo o asociación de animadores turísticos jurídicamente legalizada, porque ya se ha realizado años anteriores proyectos pilotos de la animación en las playas para diferenciarnos nacionalmente de otras provincia. Nosotros como entidad apoyamos y fortalecemos las iniciativas de los jóvenes y sobre todo los proyectos que tienen que ver con el fortalecimiento profesional y el desarrollo de nuestra provincia.

Como Santaelenenses tenemos que buscar el bienestar para nuestra gente, las proyecciones que todos buscamos en común es que si nuestra provincia ya es un destino turístico, tenemos que lograr el posicionamiento, con todas la alternativas o estratégicas que logren en fin, además desarrollar actividades productivas que generen a futuro mejorar la calidad de vida y la disminuir la pobreza.

## **II.9 INTEGRACIÓN FINAL DE LOS DATOS OBTENIDOS EN LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

Para poder definir la magnitud del problema, las causas- efectos que este producía y la solución del mismo como todo proceso investigativo se tomó en consideración los tres cantones que forman la provincia; Santa Elena, Salinas y La Libertad; dentro de ellas consideramos lugares o puntos turísticos donde haya concentración de turistas y moradores, estos sitios fueron a lo largo del Malecón de La Libertad y Salinas, el balneario Montañita, Ballenita, Olón, y Ayangué.

Visitamos los hoteles existentes en la provincia basándonos en la muestra obtuvimos información, en su mayoría de los administradores de los hoteles, pocos fueron los dueños o gerentes de los hoteles.

En relación a las entrevistas realizadas visitamos las entidades públicas de turismo como el Ministerio Provincial de Turismo, la Prefectura de la provincia de Santa Elena, y los departamentos de turismo de cada cantón.

Como las tablas de contingencias están expuestas con doble entrada podemos relacionar y exponer de forma clara las opiniones de mujeres y varones en los diferentes ítems de los cuestionarios de encuestas dadas. (Ver anexo 8)

Los resultados de demanda la investigación en relación a la importancia de turismo fue el 100% donde podemos destacar que los turistas, moradores y empresarios hoteleros han confiado en desarrollo de sus formas de vida con el turismo.

La condición de satisfacción de los turista en relación a los servicio de los hoteles según el análisis a los turistas y al criterio de los moradores el porcentaje de 50% que no satisfacen al huésped. Existe descontento de los clientes porque solo el hotel se ha vuelto un lugar para dormir y guardar sus cosas porque la mayoría de los turistas buscan otras alternativas de diversión en otro lugar, conocen de la cultura en otro sitio.

En relación al conocimiento de animación turística por partes de los moradores, turistas y empresarios hoteleros. El 69% de moradores entre varones y

mujeres, el 100 % de los turistas conocen la animación turística. Es decir que es un tema que la población maneja desde su perspectiva.

Los empresarios hoteleros conocen que es la animación turística porque el análisis arrojó el 100% pero no se atreven a ofertarlo debido a que padecemos de una desinformación de los gustos de los turistas y además estamos inmersos en una cultura de sedentarismo.

También desconocen los factores que hacen que otras ciudades y países impongan la animación turística como principal servicio, desconocen los beneficios que éste da a los hoteles, a los turistas y a la sociedad y esto se refleja en la aplicación en sus hoteles porque no lo ven como una alternativa primordial en sus servicios, solo el 40% de los empresarios optarían por aplicar la animación turística y es un considerable y manejable eso quiere decir que podemos implantar con talleres el proceso de la animación turística y aclarar las dudas que presentan los empresarios.

Nuestra hipótesis: La inexistencia de un Modelo de Animación Turística en los hoteles de la Provincia de Santa Elena se debe al poco conocimiento que poseen los empresarios hoteleros con respecto a la animación turística, no se aplica en su totalidad pero es rescatable considerar que esto se debe a lo antes expuesto y que es relevante manifestar que el 60% de los empresarios quieren involucrar en sus servicios el modelo de animación turística.

De forma general podemos manifestar que los resultados obtenidos dan pauta y validez a la realización de un modelo metodológico y de desarrollo de Animación Turística.

## **CAPÍTULO III**

### **III ANÁLISIS DE LA ANIMACIÓN TURÍSTICA EN LOS HOTELES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA: MODELO METODOLÓGICO Y DE DESARROLLO**

#### **III.1 PRESENTACIÓN**

La recreación y animación abarca todas las actividades que el hombre realiza en búsqueda de un goce físico o espiritual y para el Huésped esta actividad es de una importancia fundamental para su desarrollo psíquico y social, así como desde la óptica de un establecimiento hotelero se transforma en una herramienta de mejora de sus servicios y de fortalecimiento de la competitividad en el mercado.

En la provincia de Santa Elena aún se desconoce la actividad de animación turística, ciertos empresarios consideran que es un espacio que sin duda aporta a la economía y desarrollo hotelero pero no lo ejecutan en su hotel. Según el análisis ejecutado mediante la metodología y el proceso investigativo es prioritario promover y ejecutar un diseño metodológico de animación turística para el sector hotelero de la provincia que genere la creación de un espacio donde se planifique y desarrolle estratégicamente los programas es decir, el departamento de animación y recreación turística.

El Modelo metodológico de Animación Turística (MAT) para se ha planteado para todos hoteles para contribuir al desarrollo del conocimiento de la actividad recreativa a fin de orientar a la actividad hotelera y la comunidad en su conjunto sobre los beneficios de la recreación como variable decrecimiento socio-económico. Además contiene una declaración de principios rectores que permiten direccionar el modelo hacia los fines comunes de la sociedad hotelera.



## **III.2 DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS RECTORES**

### **III.2.1 FILOSOFÍA**

Compromiso que nos involucra a todos los que creemos en el turismo como alternativa de desarrollo socio-económico, este modelo brinda un excelente guía para ejecutar el servicio de animación turística para los pequeños y grandes hoteles de nuestra provincia de Santa Elena. Sus ideales se sustentan en los principios sociales, culturales y de educación contribuyendo a ocupar su tiempo libre de forma sana y creadora desarrollando valores, hábitos y actitudes que permitan mejorar la calidad de vida individual y colectiva de los huéspedes.

### **III.2.2 VISIÓN**

La Animación Turística es el servicio diferencial que se ha posesionado y logrado que la hostelería en la provincia de Santa Elena sea competente frente a los sectores hoteleros nacionales e internacionales.

### **III.2.3 MISIÓN**

Fomentar la animación turística en el sector y en la oferta de los hoteles como medio diferencia, competitiva, integral y con valor agregado, logrando en el huésped compromiso y fidelidad hacia el establecimiento hotelero.

### **III.2.4 POLÍTICAS**

- Talento humano: Personas capacitadas y aptas para el desarrollo de las actividades de animación dentro o fuera del establecimiento turístico.

- Trabajo en equipo: Aspecto primordial para el desarrollo de las planificaciones y las actividades de la animación turística, la misma que en el ámbito social logra la familiarización correcta de los individuos.
- Mejora continua: Proponerse una meta individual afines a la empresa, donde se idealice la eficacia de los procesos de animación turística y la personalidad profesional.
- Competitividad: Se busca generar la metodología por competencia, a nivel provincial, y posicionar a la provincia de Santa Elena como una oferta turística de descanso y recreación.
- Compromiso social y ecológico: Buscamos una sociedad más fluida con valores que enriquezcan la personalidad y la superación de quienes nos visitan otorgándoles el principio de conservación y protección de nuestra naturaleza.

### **III.3 OBJETIVOS Y METAS**

#### **III.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Orientar a los hoteles de la provincia de Santa Elena que manejen el Modelo de Animación Turística mediante técnicas, conocimientos y actividades que les permitan estar a la vanguardia del desarrollo del turismo, logrando un recurso diferenciado y estratégico en la competitividad hotelera y de esta manera aumentar las pernoctaciones en los hoteles de las zonas urbanas y rurales de la Provincia.

### **III.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Otorgar un valor diferencial con relación a propuestas de similar categoría y servicio.
- Posibilitar el rompimiento con la estacionalidad de los servicios.
- Prolongar la estadía del pasajero y aumentar la probabilidad de regreso.
- Generar nuevas fuentes de ingresos a corto y mediano plazo.
- Brindar al huésped un producto de calidad con buenos y novedosos servicios, permitiéndole satisfacer sus intereses y necesidades de conocimiento, información, diversión y comunicación.
- Ampliar las posibilidades en el ámbito social
- Posibilitar el descubrimiento de sí mismo y de los demás.
- Favorecer la participación como actor y protagonista de su Tiempo Libre.
- Dar a conocer a través de estrategias innovadoras las características culturales, históricas, geográficas, entre otras, de cada región.
- Despertar en las personas la curiosidad y necesidad de ampliar su conocimiento del mundo y de las costumbres de otros lugares.

### **III.3.3 META**

Lograr que los hoteles sean centros de descanso y diversión brindando a los huéspedes la posibilidad de cumplir algunos de sus sueños de vacaciones que contribuya a mejorar su calidad de vida y a fidelizarse con el hotel.

## **III.4 DISEÑO DEL MODELO DE ANIMACIÓN TURÍSTICO PARA LOS HOTELES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

### **III.4.1 DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO**

La animación para el turista de hoy, está muy asociada a la búsqueda de experiencias turísticas, que provoquen sensaciones diferentes a las vividas cotidianamente y les marque un recuerdo imborrable de su estancia en el lugar visitado. Es por ello que concebirla como una mera actividad recreativa, es un error conceptual en la conformación y gestión del producto turístico.

El turismo es relación entre personas, descubrimiento, folklore, cultura, costumbres, paisajes, gastronomía, artesanía, etc. y en este sentido, la animación debe concebirse como una actividad que promueva el intercambio de estos valores y potencie el desarrollo humano y cultural del turista.

Esta visión forma parte de un nuevo concepto de animación turística, que aplicada a la gestión del hotel, hace de esta actividad no un complemento del producto, sino parte consustancial del mismo.

Asumir la actividad de animación bajo el nuevo enfoque explicado, lleva implícito un trabajo más profesional en este sentido, más planificado, el cual debe formar parte de la gestión del producto hotelero a los fines de una diferenciación en el mercado. En aras de esta diferenciación, la tendencia actual es considerar la animación en el hotel como la tercera área operativa. Aunque no genere ingresos directamente su operación, sí genera un fortalecimiento o mejora de la imagen del establecimiento en el mercado, claro está, de ser bien concebida y operada.

### **III.4.2 LÍNEA ESTRATÉGICA DE PRODUCTO-ANIMACIÓN**

Conocemos que el producto turístico es un conjunto muy complejo de elementos heterogéneos en donde se diseña por los componentes del patrimonio de recursos naturales, culturales, artísticos, históricos, tecnológicos y humanos que van a atraer al turista e incitarlo al viaje; así mismo constituye parte importante, todo el equipamiento que algunos autores lo denominan como la planta turística y que se concebía de manera limitada como uno de los factores complementarios para formar parte de los motivos del viaje (alojamiento, gastronomía, equipamiento artístico, cultural, deportivo, recreativo, de diversión y entretenimiento...)

La animación turística requiere a menudo de la utilización de los recursos turísticos para el desarrollo integral de los programas, permitiendo así una valoración óptima del medio natural y del patrimonio al que pertenecen. Desgraciadamente la explotación de los recursos turísticos se ha hecho sin considerar a la animación como un agente terapéutico sobre los excesos de su uso determinados a través de los parámetros de la capacidad de carga de cada recurso

En un hotel, la animación debe ser concebida sobre dos elementos fundamentales: El modelo de animación turística del hotel y los programas de actividades de animación de acuerdo a los segmentos del mercado. Para establecer un adecuado diseño del producto - animación, antes se tendrán que considerar 3 factores: el análisis, el posicionamiento y la competitividad de los productos en el mercado.

### **III.4.3 EL ANÁLISIS DEL PRODUCTO - ANIMACIÓN**

Cada empresa puede fácilmente entrar en análisis tendiente a conocer mejor su propio producto. La gestión del producto - animación permite establecer una

reflexión periódica con respecto a los cambios necesarios que se tienen que suscitar con respecto a la innovación y consecuentes adaptaciones.

Este análisis deberá considerar los siguientes aspectos:

**A) la lista de control del producto:**

- Localización.
- Lista detallada del equipamiento de la animación.
- Lista detallada de los servicios que caracterizan a la estructura turística.
- La evolución de los precios con respecto a los productos ofertados.
- Las estrategias y las políticas operativas actuales (por ejemplo sobre las Tarifas especiales, las estrategias promocionales...).
- Evaluaciones sobre la calidad de los productos - animación y los Productos – servicios ofrecidos.

**B) Análisis del entorno social, natural y físico:**

- Ubicación de la estructura (acercamiento de otros servicios de la animación socio cultural y turístico así como servicios turísticos en general que permitirán elevar el valor del producto sobre sus alternativas a ofertarlo).
- Nivel de desarrollo económico y social de las comunidades de la región.
- Políticas de valoración y preservación del medio natural.
- Análisis del contraste arquitectónico y paisajístico sobre el impacto en el medio natural y del entorno socio cultural.

- Análisis sobre la capacidad de carga de los recursos naturales, culturales, sociales y humanos.

### **C) Análisis de los productos - animación en competencia o en complementación:**

- Empresas que compiten con los productos - animación.
- Tipos, estilos y modelos de animación y sus segmentos de mercado.
- Diferencias sobre el contenido de los productos - animación.
- Niveles de intensidad en su uso y controles de calidad de los productos - animación en competencia.
- Productos - animación que puedan complementar al producto principal - animación de la empresa.

#### **III.4.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS ANIMACIÓN**

Dentro de las características de los productos hoteleros están definidos los Productos – Animación que convierten a la animación en un producto comercial capaz de atraer, sostener, motivar el interés y hacer que regrese el cliente.

La animación (dentro y fuera del Hotel) considerada como producto hace que todas las áreas se activen en función de la temática propuesta al cliente.

Las características de los Productos - Animación deben ser congruentes a la propuesta hechas por el Plan de Marketing de la Dirección Comercial de la empresa

con referencia a los siguientes parámetros para su propia definición y comercialización:

- A que tipo de clientela se orientarán dichos productos.
- Que parámetros sobre estándares de calidad se deben garantizar.
- A que precios se deben comercializar en función de los previstos como instalaciones de alojamiento.
- Cuales son sus mercados y segmentos potencialmente de mayor demanda.
- Que canales de distribución será necesario utilizar.
- Que estrategias promocionales será necesario definir.
- Características de los Productos – Animación existentes en otros destinos turísticos de la competencia.

### **III.4.5 MODELOS DE LOS PRODUCTOS – ANIMACIÓN**

Existen diferentes modelos de producto –animación. Así podemos encontrar:

**Animación de programas alternativos:** corresponde a la adaptación de los programas de animación de acuerdo a las características de los distintos segmentos de clientela, considerándose dentro de estos a Parejas, individuales, familias aisladas, grupos de tránsito... El diseño de estos productos presentan temáticas adaptadas en el día con programas de animación variada. Este modelo es el más conocido aunque no se ha incursionado sobre nuevas alternativas de comercialización.



**Animación tematizada:** Corresponde a programas bien diseñados, propuestos y retroalimentados con los clientes. La característica de estos programas se refleja por una fuerte temática variada y representativa de la Cultura Cubana. Los programas de animación provocan la vinculación de todas las áreas del hotel a esta temática así como también la participación de los turistas. Muchos hoteles se han convertido en hoteles temáticos enfocados a variantes como: fiesta y diversión, luna de miel, bioenergética, descanso, observación y descubrimiento, etnos-turismo, aventura...

**Animación de Cultura y sociedad:** Corresponde ser aplicada a los hoteles de ciudad. La fuerza y el éxito de la animación consiste en saber vincular los programas culturales de la ciudad con los turistas del hotel, asimismo debe existir una correspondencia ante un compromiso de los animadores por acercar a los turistas con las realidades de la sociedad sin olvidar que estas personas extranjeras buscan lo auténtico, lo natural, lo sencillo, lo sensible... Los programas de animación son diseñados en congruencia con las instituciones socioculturales del lugar. Casas de cultura, escuelas, círculos sociales.

**Animación segmentada especializada:** Corresponde ser dirigida a los segmentos que requieren de ciertos niveles de exigencia con referencia al tipo de animación que es necesario enfocar en el hotel. El diseño de programas de Animación para niños y adolescentes, familias, 3era edad, negocios, salud, discapacitados, ecoturismo, deportes recreativos... deben ofertarse con sus especialistas ya formados y experimentados.

**Productos - Animación opcionales:** Corresponde a la oferta de productos por evento que pueden ser un espectáculo tematizado con o sin alimentos, rutas de exploración y descubrimiento con animación, eventos recreativos y de entretenimiento especiales...la ruta de las iglesias, del vino, del tabaco, etc.

### III.4.6 DIVISIÓN DE LOS PRODUCTOS POR SEGMENTOS.-

Esta división se aplica sobre la base de las características de los distintos productos y muy de acuerdo a la división de los Productos por segmentos especializados. Los productos de animación que se sugieren aplicar a cada tipo de segmentos son:

**Cuadro # 5**  
**Productos por segmentos**

<b>SEGMENTOS</b>	<b>PRODUCTO-ANIMACIÓN</b>
Turismo de playa	Animación de programas alternativos
Clubes todo incluido	Animación tematizada
Turismo de Ciudad	Animación de Cultura y sociedad
Apartamentos y villas de playa	Animación Segmentada especializada (para familias, niños, 3era Edad...)
Turismo de eventos, negocios e incentivos	Animación Segmentada especializada (Actividades de recreación y espectáculos)
Turismo de naturaleza	Animación Segmentada especializada (ecoturística - descubrimiento y aventura)
Hoteles SPA	Animación Segmentada especializada (relajamiento, entorno y recreación)
Turismo deportivo	Animación Segmentada especializada (animación y recreación)
Ofertas opcionales	Productos - Animación de eventos

**Fuente: Lucas, J**

Asumir la animación como un producto, implica realizar su gestión teniendo en cuenta tres ideas básicas:

- **Es una actividad que, bien dirigida, se convierte en un factor de comercialización.**

La gran ventaja de la animación es la imagen positiva que puede dejar en los clientes del establecimiento, potenciando su fidelización al mismo y convirtiéndolos en promotores activos con otras personas. De hecho, en la actualidad, los estudios en

este sentido están demostrando que la valoración de los clientes respecto al hotel descansa en un alto porcentaje, en las posibilidades de animación que éste ha ofrecido, en las experiencias turísticas, de diversión, entretenimiento y de aprendizaje vividas durante su estancia en él.

- **El impacto que esta actividad tiene en el uso de los recursos turísticos**

| La tendencia actual del turista, de demandar actividades que presenten un fuerte componente al aire libre, de vínculo con espacios naturales atractivos y con la comunidad, hace de la animación un recurso de explotación del hotel que brinda la posibilidad, como ningún otro, de cuidar y conservar el medioambiente, de mostrar la cultura genuina del país y la localidad, de intercambiar sanamente con los habitantes y conocer costumbres, hábitos, rituales, etc. de la misma.

- **La animación no es un valor agregado del producto hotel y mucho menos, un complemento de éste.**

Es de por sí, parte de este producto que impacta muy directamente en la experiencia del cliente. De ahí su conceptualización como una de las áreas importantes en la gestión del mismo. Casi la generalidad de los hoteles, sobre todo los vacacionales, conciben la animación como una actividad dentro de su propia estructura.

### **III.4.7 MODELO DE ANIMACIÓN TURÍSTICA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

Es un documento base relacionado con el análisis de animación turística en los hoteles de la provincia de Santa Elena, que en síntesis general regidos por los

resultados obtenidos no poseen el servicio de animación turística, el mismo que se va implantar con nuevo esquema formativo y explicativo como una actividad que promueva el intercambio de valores y potencie el desarrollo humano y cultural del turista en relación entre personas, descubrimiento, folklore, cultura, costumbres, paisajes, gastronomía, artesanía, etc., donde lo fundamental consiste en brindar siempre la posibilidad de un mejor conocimiento de las realidades culturales, geográficas y estéticas de la localidad y el destino, al mismo tiempo ofrecer un valor al tiempo de ocio del cliente y al establecimiento.

El Modelo Animación Turística Santa Elena (MAT), establece el tipo de interrelación que existirá entre los recursos que posee el establecimiento y los recursos que posee su entorno, para su explotación en función de la animación, atendiendo al concepto previamente establecido. Es por tanto, el macro – elemento en la proyección de esta actividad en cada establecimiento hotelero.

En esta investigación logramos identificar en base a la geografía de la provincia y a la localización de los hoteles los elementos sobre los cuales, los recursos que posee el hotel, pueden ser explotados para la animación:

1. Por su nombre (imagen internacional o nacional,...)
2. Por su historia (descripción de sus antecedentes, sucesos más sobresalientes)
3. Por la imagen del país (aprovechamiento de la imagen autentica)
4. Por la calidad de su estructura (sus espacios o áreas, características de la estructura para desarrollar la animación, sus condiciones tecnológicas)
5. Por su localización y entorno (los recursos que pueden integrarse).

Un ejemplo práctico en este sentido, para un hotel ubicado en Salinas, sería:

- Localización y el entorno (permiten desarrollar actividades acuáticas, de entrono, deportivas, artísticas, artesanía e históricas)
- Su historia (origen de Salinas, historia del hotel, etc.)
- Calidad de su estructura (diversidad de espacios con que cuenta el hotel para realizar actividades de diferente carácter, etc.)

Asimismo, exponemos los aspectos a considerar para la selección de las potencialidades de los recursos del patrimonio con el interés de integrarlas a la animación del hotel:

- Selección de valores para la animación de **descubrimiento** del entorno
- Selección de valores de la animación **sociocultural** para su integración en el hotel.
- Selección de valores para la animación **hotelera** (creada en el propio hotel)

Otro ejemplo práctico en este sentido, para un hotel ubicado en Manglaralto, los recursos a valorar en este punto, se referirían a:

- Recurso natural (con valores naturales que se manifiestan en diferentes tipos de bosques, el manglar, bosques en estado virgen con maderas preciosas, ríos, aves endémicas, animales salvajes, etc.).
- Recurso Playa (importancia histórica del lugar como puerto de intercambio, transformación socio-económica, playas).

El diseño de un MAT Santa Elena puede estar enfocado a un aspecto, varios o a una selección de ellos, pero siempre estarán enfocados a objetivos de aprendizaje. Entre éstos se definen:

- De integración social - dentro y fuera del hotel
- De participación
- De descubrimiento
- De aprendizaje
- De actividades socioculturales

El MAT Santa Elena del establecimiento, se conforma atendiendo al desarrollo de los siguientes aspectos a desarrollar para su elaboración:

- Nombre del hotel
- Análisis de la animación dentro de la instalación.
- Valoración de los recursos del hotel y del entorno
- Identificación de potencialidades para la animación
- Identificación de las potencialidades de los recursos humanos dentro del hotel.
- Selección de las potencialidades de los recursos del patrimonio con el interés de integrarlas en la animación del hotel.
- Definición de los objetivos para el desarrollo de la animación en el hotel.
- Definición de la clientela y sus segmentos por edades.
- Estructuración de las actividades de animación por programas basados en los segmentos de la clientela.

- Definición de los programas de animación que produzcan mayor imagen para los hoteles de la cadena.
- Evaluación de las necesidades materiales y de equipamiento con respecto a los programas de actividades de animación.
- Características generales sobre el contenido del proyecto pedagógico.
- Evaluación de las necesidades sobre número óptimo de los animadores para el desarrollo del proyecto y la definición de sus funciones específicas.
- Aprobación por el Director del hotel

#### **III.4.8 PROGRAMA DE ANIMACIÓN TURÍSTICA**

Conocemos que el Programa de Animación es el documento donde se reflejan las actividades a desarrollar por un período de tiempo determinado, sus horarios, los responsables y el lugar donde se desarrollan.

El diseño de programas de animación debe tomar en consideración determinados criterios, siendo los más significativos:

- **La integralidad.** Las actividades no deben concebirse de forma aislada. Estas deben tener una relación entre sí. Por ejemplo .las conocidísimas clases de baile, deben tener su contrapartida en actividades de participación, generalmente nocturnas, donde el cliente pueda disfrutar de lo aprendido.
- **La correspondencia con las características del tipo de cliente** predominante en la instalación.

- **La flexibilidad.** A los fines de dar respuesta a los cambios en los deseos del cliente, los cambios del entorno, etc.
- **La variedad y creatividad.** A los efectos de llegar a todos los clientes del establecimiento, aún y cuando se diseña fundamentalmente para el segmento y el mercado predominante dentro del establecimiento.

Las actividades pueden ser diseñadas según las áreas del hotel (piscinas, restaurante, bar, etc.); temáticas (Tema del día, exposiciones con los turistas, Historias, cuentos, poesías, canciones,

Fiestas especiales, Arte y artesanía regional, etc.), pero teniendo muy en cuenta la correspondencia con lo diseñado en el MAT Santa Elena.

El programa de animación, debe tener una divulgación permanente, bien sea a través de la radio – base, el mural de animación y hasta de los propios trabajadores del hotel, incluyendo la Dirección.

### **Estructura y organización**

- Por días y horas.
- En ruedas de una semana de duración.

Un programa de animación turística para los hoteles de nuestra provincia Santa Elena requiere de dos acciones fundamentales:

1. Coordinación
2. Planificación



## **Coordinación:**

Al hablar de coordinación se hace referencia especialmente de comunicación que es un factor importante para la interrelación.

Todas las personas que trabajan en el hotel deben conocer, con menor o mayor grado de profundidad las características, los lugares de realización y los horarios de las actividades de recreación a fin de organizar y anticipar sus propias tareas así como atender a su exitosa realización.

Un ejemplo sencillo: “Se realizará a las 22 horas de la noche del sábado un bingo musical (en lugar de número se sortean títulos de canciones) en el restaurante/comedor o bar del hotel.

Todo el personal del hotel deberá estar informado acerca de las necesidades y recursos de esta actividad, no solo para acondicionar el lugar en tiempo y forma sino para comprender las acciones que se estarán desarrollando y que pudieran inferir en el normal desarrollo de su trabajo cotidiano. Por ejemplo, el tendido de un cable de sonido para un micrófono, la decoración del lugar, puede obstaculizar la tarea de limpieza y orden. Puede ocurrir, también, que se acerquen a la conserjería a preguntar sobre las particularidades del Bingo musical y sería apropiado que el huésped obtenga una respuesta satisfactoria.

En conclusión todo el personal del hotel participa directa e indirectamente de la satisfactoria realización de los eventos de recreación y es por este motivo que deberán trabajar en forma conjunta y determinada.

## **Planificación**

Se trata de tener un plan que nos permita, fundamentalmente, organizar racionalmente nuestras acciones con vistas a objetivos a cumplir y no de iniciativas libradas al azar o las ocurrencias espontáneas. Para la planificación de las actividades recreativas al igual que todo proceso es necesario realizarlo por etapas, las cuales tienen un marcado fin metodológico para poder facilitar el desarrollo objetivo del proceso.

### **III.4.9 ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN TURÍSTICA**

En los hoteles de la Provincia de Santa Elena se debe establecer estas etapas:

#### **1. Promoción de las actividades**

La finalidad de la promoción es dar a conocer con anticipación las actividades y sus respectivos horarios de manera que los huéspedes puedan organizar su tiempo y también predisponer su ánimo.

Existen varias modalidades para llevarla a cabo y debe elegirse aquellas que se consideren acordes al estilo del hotel:

- **Carteles:** es la más utilizada. Deberá ser ubicado en un lugar visible cuidando de no obstaculizar el paso de las personas. Debe llamar la atención de los huéspedes.
- **Folletos o pequeñas hojas impresas:** Pueden repartirse “en mano” entre los huéspedes o depositarse en los casilleros de las habitaciones.
- **Personalmente:** Se debe elegir el momento adecuado para invitarlo a participar y conseguir su compromiso y consentimiento.

- **Mensajes por micrófono:** Deben ser claros, con buena dicción, breves y oportunos.

### **Pautas Generales**

El contenido de la promoción debe incluir:

- Nombre de la actividad, por ejemplo: *“Fiesta de los Corazones Partidos”*
- Día y horario, por ejemplo: *Martes 15 a las 18 hs.*
- Lugar de realización, por ejemplo: Parque del Hotel.
- Lugar de encuentro en caso que no coincida con el lugar de realización.
- Destinatarios, por ejemplo: Todas las familias.
- Características particulares, por ejemplo: *“Traigan un Corazón Partido”* .

El diseño de la Promoción escrita y gráfica no debe ser sofisticado. Sólo debe estar en concordancia con el texto y la propuesta. Si se dispone de algún medio tecnológico como la computadora se puede elaborar carteles sencillos (ver anexo 9)

## **2. Cumplimiento y respeto de los horarios de las actividades**

Es de mucha importancia comenzar la actividad a la hora convocada para garantizar la **seriedad** y el **aprecio** por la programación.

El recreador o encargado de dirigir la actividad debe estar en el lugar **10’ antes de la hora** de convocatoria para ir recibiendo cordialmente a los participantes,

entablar conversaciones informales con ellos e ir construyendo un vínculo de confianza y camaradería. Si bien es aconsejable ser tolerante con los horarios de los huéspedes ya que se encuentran en sus vacaciones esta tolerancia no debe ir en desmedro de nuestra propuesta ni de los que sí concurren en el horario previsto.

Es recomendable comenzar 10 o 15 minutos después de la convocatoria como máximo e ir incorporando a los que llegan tarde aún habiendo comenzado, por ejemplo, la explicación de un juego.

### **3- Planificación de la actividad**

La planificación es una herramienta que nos permite prever y planear las propuestas de recreación.

Al seleccionar un juego o un paseo o una actividad o un espectáculo u otra alternativa de recreación debemos considerar algunos aspectos básicos: Siguiendo con el ejemplo de la “Fiesta de los Corazones Partidos” (ver anexo 10)

### **4- Apertura del juego o actividad**

Todas las actividades tienen una Apertura, un Desarrollo y un Cierre.

#### **En la Apertura:**

El recreador u organizador de la actividad puede comenzar diciendo, por ejemplo: “Gracias por acercarse a participar de nuestra actividad. Es el deseo del

hotel quepasemos entre todos un momento divertido: Ojalá esta propuesta sea del agradode ustedes” .

### **En el desarrollo:**

El recreador u organizador explicará en qué consiste la actividad o juego exponiendo claramente:

- Las reglas: cómo se juega y qué está o no permitido, asignación de puntaje, quién gana,
- Los tiempos: cuándo inicia y cuándo termina.
- Armado de los equipos: (ver actividades)
- Premios: qué se gana. (Objetos, aplausos, puntos para el equipo si es una olimpiada, etc.)
- Castigos: qué pasa si no acatan las reglas.
- Juez: quién es la persona o grupo de personas que hacen observar las reglas.

### **En el cierre:**

El recreador u organizador de la actividad deberá:

- Primero, proclamar a los ganadores pidiendo un aplauso o reconocimiento al resto delos participantes y entregando los premios si los hubiese.
- Segundo, convocar a los participantes a la próxima actividad.
- Tercero, agradecer nuevamente la presencia. (Ver anexo 11 y 12)

### **III.4.10 ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN TURÍSTICA**

Las actividades que a continuación están basadas en la orientación motriz, cultural y social que las personas persiguen para desarrollar habilidades y destrezas, junto al criterio psicológico y fisiológico del ser humano. ( ver anexo 15)

#### **1. Actividades lúdicas**

Conocemos que son actividades que se refieren a la necesidad del ser humano, de comunicarse, de sentir, expresarse y producirles una serie de emociones orientadas hacia el entretenimiento, la diversión y el esparcimiento.

#### **Objetivos**

- Fomentar el desarrollo psicosocial de los infantes.
- Ayudar a desarrollar la personalidad de los niños con valores.
- Desarrollar la capacidad de trabajo en equipo.
- Adquirir saberes o conocimiento de temas educativos.

**Ejemplos:** taller de máscaras, taller de origami

#### **2. Actividades deportivas**

Conocemos que son actividades y costumbres que requieren competición con uno mismo y con los demás y siempre tienen reglas definidas con ganadores.

#### **Objetivos**

- Fomentar la destreza de la atención y la habilidad corporal.

- Fomentar el trabajo en equipo
- Desarrollar la capacidad de competir
- Fomentar la participación y la interacción con lo demás.

Ejemplos: mini-golf, dardos, ballesta, ping-pong, bolos.

### **3.- Juegos**

Conocemos que son actividades de recreación que se los puede realizar dentro del hotel y fuera de éste.

#### **Objetivos:**

- Desarrollar diferentes capacidades en los infantes como la interacción social, habilidades.
- Desarrollar valores que les permite lograr una correcta personalidad.
- Instruir en diferentes campos cultural de los pueblos.
- Fomentar la autocrítica y la creación de sus propias reglas en los juegos.
- Desarrollar la intuición y la creatividad
- Desarrollar la atención y la concentración.

**Ejemplos:** las estrellas, el blanco y yo, el quemado etc.

### **4.- Danzas y bailes**

Danzas y canciones coreografiadas con pasos fáciles y ejecución de movimientos que permitan la interacción con los demás.

#### **Objetivos:**

- Reconocer al cuerpo como un instrumento de comunicación y expresión.

- Desarrollar la retentiva en los infantes.
- Transmitir emociones, sensaciones y sentimientos.

**Ejemplos:** armar coreografías, bailes de diferentes canciones populares etc.

## **5.- Paseos caminatas**

Conocemos que son traslados que se hacen a pie de un lugar a otro, con un propósito definido.

### **Objetivos:**

- Ejercitar el cuerpo con el ejercicio físico.
- Ayudar a mantener el ritmo cardiaco y el corazón
- Fomentar la relación del infante y el entorno.
- Fomentar el cumplimiento de reglas.

**Sugerencias:** Visitar los museos o lugares arquitectónicos, salidas a las playas de la provincia, conocer los bosques cercanos.

## **6.- Juegos y músicas tradicionales**

Conocemos que son actividades donde se desarrolla procesos culturales, como costumbres y tradiciones, manualidades o artesanías de los pueblos ancestrales, canciones tradicionales

### **Objetivos:**

- Respetar y apreciar la pluralidad de culturas y lenguas.
- Valorar las costumbres y tradiciones de los pueblos.
- Respetar la diversidad musical ancestral.



**Ejemplos:** El palo encebado, las hoyas encantadas, sacada de pañuelo, la cola del burro, el tejido de los sombreros de paja toquilla.

## **7.- Musicoterapia**

A través de la música se realizarán las siguientes actividades: la sesión se realizará en tres momentos: Reconocimiento corporal, espacio para la sensibilización, relajación y retroalimentación y la risoterapia.

## **8.- Lecturas**

### **Objetivos:**

- Contribuir al uso consiente del lenguaje por medio de juegos y distintas dinámicas.
- Desarrollar la capacidad lectora comprensiva
- Desarrollar el razonamiento en los infantes

**Sugerencias:** Taller de Cuentos, mini-excursiones en libros de gráficos.

## **9.- Fiestas**

Son reuniones para convivir y celebrar un acontecimiento especial.

### **Objetivos:**

- Fomentar la dinámica de participación con los demás
- Divertir y lograr en el infante un disfrute pleno.

**Sugerencias:** fiestas de disfraces, fiestas de corazones partidos, fiestas de cumpleaños etc.

## **10.- Gymkhanas**

Sabemos que son fiestas al aire libre, en las que se pueden celebrar diversas pruebas.

**Objetivos:**

- Desarrollar las habilidades de rapidez
- Fomentar el trabajo en equipo
- Desarrollar la destreza de concentración
- Fomentar el aspecto de socialización

**Sugerencias:** duendes encadenados, unos contra otros.

## **11.- Charlas**

Sabemos que son explicaciones detalladas de un tema específicos.

**Objetivos:**

- Motivar al niño en la interacción mediante temas que le conciernen.
- Inculcar valores familiares y personales.

**Sugerencias:** charlas de limpieza y orden, charlas de seguridad, etc.

## **III.5 LÍNEA ESTRATÉGICA DE CAPACITACIONES EN ANIMACIÓN TURÍSTICA**

### **III.5.1 MANUAL DE ANIMACIÓN EN EL ÁMBITO TURÍSTICO**

**Objetivo general**

Crear el perfil profesional y competente del animador con todos los aspectos sociológicos que inciden en los servicios del ocio y el tiempo libre para la ejecución

de programas integrales dentro o fuera del establecimiento hotelero de la provincia de Santa Elena.

## **Taller 1: LA ANIMACIÓN TURÍSTICA**

### **1. Objetivo general**

Conocer la figura del animador turístico y explicar su aportación en el marco del sector hotelero.

### **2. Objetivos específicos**

- Distinguir los diferentes tipos de animación que existen.
- Conocer la figura del animador turístico, diferenciándola de la del animador sociocultural.
- Discernir la importancia de la animación turística dentro del contexto del ocio y tiempo libre en nuestra sociedad.
- Partiendo de un breve estudio del turismo moderno, conocer las motivaciones, las actitudes y los intereses del turista actual.

### **3. Contenidos**

#### **a) Conceptos:**

1. La figura del animador turístico.
2. Concepto y evolución del tiempo libre.
3. Objetivos y modalidades de la animación en el sector hotelaría y turismo.

4. Principios de la intervención del animador.
5. Grupos evolutivos —adultos, mayores, jóvenes y niños—: características, necesidades y demanda de ocio.
6. Aspectos sociales y culturales que influyen en la demanda y necesidades de las personas que utilizan los servicios de hotelería y turismo.
7. Sociología del tiempo libre, turismo y deportes.

**b) Procedimientos:**

1. Se exponen las diferentes etapas de la animación, para conocer su evolución y así entender su rol en el marco del turismo actual.
2. A través de un breve recorrido histórico, se describe la transformación del concepto de ocio y tiempo libre en nuestra cultura.
3. Se explican las características de las diferentes tipologías de clientes y sus necesidades específicas.

**c) Actitudes:**

1. Reflejar la importancia de una oferta de ocio y entretenimiento en un establecimiento turístico.
2. Entender el valor de la sociología en el ámbito del tiempo libre, del turismo y del deporte.

**4. Criterios de evaluación**

1. Situar al animador en los diferentes ciclos de la historia del turismo.

2. Entender los objetivos de la animación turística.
3. Saber diversificar el tipo de actividad que se ofrece según los objetivos a alcanzar con cada grupo evolutivo

## **Taller 2: ELEMENTOS PARA LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE UN DEPARTAMENTO DE ANIMACIÓN EN UN ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO**

### **1. Objetivo general**

Introducir al participante en la gestión de los recursos de un departamento de animación, tanto los humanos como los materiales.

### **2. Objetivos específicos**

- Conocer las diferentes categorías y funciones de los animadores turísticos.
- Integrar el departamento de animación en el organigrama del establecimiento.
- Identificar las necesidades infraestructurales para animación.
- Conocer los procedimientos administrativos relativos a la animación.
- Aplicar las nuevas tecnologías de animación.

### **3. Contenidos**

a) Conceptos:

1. Organización de un departamento de animación.
2. Organización interna de los establecimientos. Relaciones interdepartamentales.

3. Composición interna: espacios y recursos humanos.
4. Confección de inventarios y gestión de materiales.
5. Medios «ofimáticos».
6. Elaboración y control de presupuestos.
7. Relaciones contractuales con profesionales y proveedores de servicios.

b) Procedimientos:

1. Se enmarca el departamento de animación en el organigrama hotelero, y se explican las formas de organización más habituales tanto a nivel de cadena hotelera como a nivel de establecimientos independientes.
2. Valorar la importancia de las nuevas tecnologías como una herramienta más para el trabajo del animador.
3. A través de la realización de un presupuesto, se van explicando las partidas económicas más comunes en el departamento de animación.

c) Actitudes:

1. Entender los procesos de la comunicación interna de un establecimiento.
2. Saber optimizar los recursos de los cuales se dispone a la hora de crear un producto de animación de calidad.

#### **4. Criterios de evaluación**

1. Conocer las funciones del personal de animación, así como las instalaciones adecuadas para el desempeño de sus tareas.

2. Ser capaz de utilizar el ordenador para crear impresos de utilidad.
3. Entender cómo se confecciona un presupuesto básico de animación.

### **Taller 3: DISEÑO DE PROGRAMAS DE ANIMACIÓN**

#### **1. Objetivo general**

Saber diseñar y elaborar programas de animación turística que se adapten a las características, intereses y necesidades de los participantes.

#### **2. Objetivos específicos**

- Seleccionar y secuenciar las actividades que se van a desarrollar de forma que resulte un programa variado y divertido.
- Establecer un método de seguimiento y evaluación del programa de animación.
- Identificar necesidades de colectivos con dificultades especiales y adaptación de las actividades.

#### **3. Contenidos**

a) Conceptos:

1. Criterios y procedimientos para la elaboración de una oferta de actividades.
2. Modelos de animación.
3. Principios metodológicos.
4. Elementos de la programación: secuencia y coherencia.

5. Niveles de programación.
6. Criterios para la temporalización de proyectos y actividades.
7. Técnicas de evaluación. Índice de satisfacción del cliente usuario. El proceso de «retroalimentación».
8. La animación y los discapacitados.

b) Procedimientos:

1. Partiendo de una breve explicación acerca de lo que es un programa, se introduce el concepto de «producto» y de las diferentes formas en las que éste se puede ofrecer en animación.
2. Se distinguen las actividades en función de su carácter y del tipo de cliente a quien van dirigidas.
3. Se establece la metodología para la elaboración de un programa de animación eficaz, al mismo tiempo que se analizan las formas de seguimiento más útiles y operativas.

c) Actitudes:

1. Conocer a fondo las actividades que se realizan en animación y saberlas proponer a las diferentes tipologías de clientes presentes en el establecimiento.
2. Saber coordinar los recursos, tanto los humanos como los materiales, para conseguir un servicio de calidad.



#### **4. Criterios de evaluación**

1. Seleccionar y secuenciar las actividades que se van a desarrollar con un equipo de cuatro personas organizado de forma convencional, y con uno de nueve organizado con turnos de trabajo.
2. Señalar instalaciones y medios necesarios para la ejecución de dichos programas.

### **Taller 4: LA ORGANIZACIÓN, DESARROLLO Y CONTROL DE LAS ACTIVIDADES**

#### **1. Objetivo general**

Conocer los procedimientos para la realización de las actividades, así como el adecuado uso de los materiales, para conseguir la participación de los clientes del establecimiento.

#### **2. Objetivos específicos**

- Controlar los procesos destinados a la utilización correcta de los materiales.
- Establecer los mecanismos de control adecuados para valorar el desarrollo de las actividades, así como valorar en su justa dimensión cualquier acontecimiento imprevisto.
- Poner en funcionamiento los mecanismos que garanticen la participación de los clientes.

#### **3. Contenidos**

a) Conceptos:

1. Utilización, disposición y control de materiales.
2. Control de desarrollo y participación.
3. Previsión y control de incidencias.

b) Procedimientos:

1. Se presenta una relación de los diferentes materiales que se emplean en animación, así como las pautas para su adecuada aplicación y almacenamiento.
2. Explicación de los métodos de control de participación y de satisfacción de clientes.

c) Actitudes:

1. Entender la importancia del control que el animador debe tener antes, durante y después de cada actividad que organiza.
2. Reconocer que no basta con que las actividades sean las adecuadas para el animador: sobre todo, estas deben ser divertidas y gratas para los clientes.

#### **4. Criterios de evaluación**

1. Observar las pautas para evitar incidentes durante las actividades de animación.
2. Capacidad para motivar a los clientes a participar en actividades de animación.

## **Taller 5: DINÁMICA Y DINAMIZACIÓN DE GRUPOS**

### **1. Objetivo general**

Dotar al trabajador del hotel de los instrumentos básicos que le permitan gestionar un grupo de personas en todas aquellas situaciones que se plantean en el desarrollo de las tareas que conforman el puesto de trabajo de un animador turístico.

### **2. Objetivos específicos**

- Que el participante pueda establecer una comunicación interpersonal eficaz.
- Que el participante reconozca las características propias de un grupo.
- Que el participante conozca el proceso de comunicación y los factores que lo originan.
- Que el participante emplee el lenguaje del cuerpo para reforzar sus mensajes.
- Que el participante aplique sus conocimientos sobre diferentes tipologías de clientes en la gestión de quejas.

### **3. Contenidos**

#### a) Conceptos:

1. El grupo.
2. Técnicas de comunicación.
3. Resolución de conflictos.

#### b) Procedimientos:

1. Analizar los diferentes elementos que forman parte del proceso de la comunicación.

2. Considerar la importancia del grupo en el desarrollo de la labor del animador turístico y reflexionar sobre la actitud propia.

3. Examinar las pautas de conducta para la resolución de conflictos.

c) Actitudes:

1. Saber instaurar una comunicación eficaz.

2. Ser capaz de tomar la actitud correcta en un conflicto.

3. Emplear el lenguaje corporal conscientemente.

#### **4. Criterios de evaluación**

1. Diferenciar una comunicación correcta de una incorrecta.

2. Conocer y precisar posturas corporales y sus significados.

3. Determinar la actitud óptima para las relaciones con el entorno.

#### **III.5.2 NÚMERO DE HORAS:**

La capacitación general de difusión del modelo de Animación Turística es de 80 horas. Cada taller presenta la duración de 16horas.

### **III.5.3 NÚMEROS DE PARTICIPANTES**

Cada taller tendrá entre 20 a 30 participantes

### **III.5.4 LUGAR DE LAS CAPACITACIONES**

- Sala de conferencias de la Prefectura de la Provincia de Santa Elena.
- Espacio destinado por cada municipio cantonal de la provincia de Santa Elena.
- Otro espacio financiado por la empresa privada.

### **III.5.5 PERFIL DEL CAPACITADOR**

- Licenciado en Administración turística
- Animadores- organizadores de eventos
- Licenciado en Educación física y recreación

### **III.5.6 CUALIDADES DEL CAPACITADOR**

- Conocer varios idiomas.
- Poseer cultura e historia y Geografía de Ecuador y del mundo.
- Tener carisma, talento, conocimientos básicos y personalidad.
- Ser ecuánime y disciplinado.

- Dominar los deportes más representativos.
- Desarrollar habilidades relacionadas con la actuación, el maquillaje, la costura, la música y la comunicación.
- Lograr un desarrollo físico que le permita mantenerse activo todo el tiempo.
- Conocer características psicológicas de cada edad.
- Conocimientos técnicos del trabajo con equipos.
- Dominar el trabajo con niños.
- Facilidad de comunicación.
- Conocimientos básicos elementales para el desarrollo de las actividades de animación en sentido general.

El capacitador ganará \$ 20 por hora y será seleccionado por méritos y profesionalismo.

### **III.5.7 COSTOS, PRESUPUESTOS Y FINANCIACIÓN**

#### **Estrategia de marketing**

Para la determinación del valor de la línea estratégica marketing se analizarán los siguientes aspectos: el avance tecnológico, medios de difusión escrita, las instituciones públicas de turismo y las empresas de productos; dentro de las estrategias se encuentran 500 artículos promocionales valorados \$250; 1 000 trípticos valorados en \$250 cuñas promocionales valoradas en \$700 cada 2 meses. El diseño de la página web ([www.wix.com/geodarioluks/matsantaelena](http://www.wix.com/geodarioluks/matsantaelena)) que contiene

todo el perfil del modelo de animación turística valorada en \$ 500; y las de redes sociales Facebook y twittervaloradas en \$5. (Ver anexo 13 y 14)

### **Estrategia de capacitaciones**

Para la determinación del valor de la línea estratégica de capacitaciones se analizarán los siguientes aspectos: número de créditos que otorga cada tema de capacitación (3 créditos, cada uno de estos tiene un valor de 16 horas) valor por horas del capacitador (determinada por el autor en \$20,00), entonces  $3 \times 16 \times \$20 = \$960$  y materiales (manuales, implementos, emisión de certificados y refrigerios para 20 a 30 personas que corresponde a un taller se destinan \$654,50). Total \$654,50 + \$960 = \$ 1614,50.

### **Fuentes de financiamiento**

Las fuentes de financiamiento serán entes u organizaciones públicas y privadas entre las que aportan Dirección Provincial de Turismo de Santa Elena, Prefectura de Santa Elena, Direcciones Cantonales de Turismo, Plan Ecuador

**Cuadro # 6**

**Presupuesto por taller de 20 a 30 personas**

<b>EJES DEL PROYECTO</b>	<b>DETALLE DE ACTIVIDADES</b>	<b>COSTO PARCIAL</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Gastos de difusión	500 Artículos promocionales	\$ 250,00	\$ 1 075,00
	1000 Tríptico del modelo AT	\$ 250,00	
	Enfoque o cuñas radiales	\$ 70,00	
	Pagina web	\$ 500,00	
	Pagina Facebook/ twitter	\$ 5,00	
Gastos de capacitaciones	30 manuales	\$ 300,00	\$ 654 ,50
	1 laptop por 5 talleres	\$ 160,00	
	30 carpetas	\$ 60,00	
	30 Esferográfico	\$ 7,50	
	10 cintas Adhesivos.	\$ 7,00	
	10 papelógrafos	\$ 2,00	
	1 resmas de papel A4	\$ 4,00	
	50 cartulinas tipo tarjeta	\$ 4,00	
	1 Retroproyector por 5 talleres	\$ 40,00	
	5 cajas de marcadores permanentes	10,00	
	30 lunch	60,00	
<b>COSTOS</b>			\$ 1 729,50
<b>COSTOS IMPREVISTOS</b>			\$ 172,95
<b>COSTO TOTAL ANUAL modelo de animación turística</b>			\$ 1 902,45

Fuente: Lucas, J



### III.5.8 ACTORES Y RESPONSABILIDADES

La comunidad hotelera de la provincia de Santa Elena, son los actores principales para la realización del modelo de animación turística y también serán los beneficiados directos.

- 1. Propietarios de hoteles:** principalmente son los indicados en participar porque ellos son los que buscan el desarrollo hotelero del sector y la competitividad.
- 2. Trabajadores del hotel:** su presencia en las capacitaciones mantendrá viva el servicio, pues son los indicados en operar este servicio a los huéspedes.
- 3. Ministerio de turismo – Prefectura- municipios:** la empresa pública y sus funcionarios son de suma importancia para el desarrollo de este proceso, pues lograrán certificar y avalar el modelo de animación turística.

También llevarán un sistema de control pues ahora sería un servicio más del hotel del cual se rendirá cuenta.

- 4. Organizaciones no gubernamentales:** tales como Plan Internacional, el Centro de promoción Rural y todas las organizaciones que deseen colaborar con el desarrollo de la propuesta; además de convenios con las marcas de productos masivos que nos permitirán la difusión mediante un canje.
- 5. La Universidad Estatal Península de Santa Elena:** Es la institución que ha mostrado profesionalismo en sus egresados y la que siempre está ofreciendo apoyo al desarrollo de la provincia. Será además quien otorgará los profesionales para brindar las capacitaciones, estableciendo parámetros su control en coordinación con los demás entes.

### **III.5.9 SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL**

El sistema de seguimiento y control tiene como finalidad primordial evaluar e inspeccionar la eficacia y eficiencia en la ejecución del modelo de animación turística y su proceso para el fiel cumplimiento de los objetivos generales, y específicos.

Este sistema se fundamenta en la recopilación de información general y específica de los distintos parámetros del modelo de animación turística, la presentación de resultados, análisis pertinente, la toma de decisiones y la acción correctiva de la misma.

En virtud del sistema se proponen los siguientes indicadores que se deben cumplir en el proceso.

3. Presentación de informes trimestrales dirigidos al gestor o según sea el orden jerárquico.
  
4. Controlar y evaluar los resultados de los objetivos cumplidos.
  
5. Informar de acontecimientos que obstaculicen el proceso normal de las actividades.
  
6. Solucionar los problemas encontrados en el proceso del programa.

### III.5.10CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

**Cuadro # 7**

<b>Semanas</b> <b>Actividades</b>	<b>01</b>	<b>02</b>	<b>03</b>	<b>04</b>	<b>05</b>	<b>06</b>	<b>07</b>	<b>08</b>	<b>09</b>	<b>10</b>
Presentación del modelo Animación Turística	X									
Ajustes del modelo de Animación Turística	X									
Lanzamiento del modelo		X								
Difusión e invitaciones			X							
Capacitaciones				X	X	X	X	X		
Revisión del modelo de Animación Turística				X	X	X	X	X		

## CONCLUSIONES

La industria turística constituye una importante fuente de ingreso monetario para cualquier región del país que sepa aplicar bien las áreas de hotelería, gastronomía, atractivos y servicios turísticos en general y por ende el producto hotelero global que es el alojamiento es el elemento más destacado.

La animación, es una alternativa que contribuye a elevar el valor de la oferta turística. Podemos asegurar la calidad de éste eficiente servicio cuando existe una adecuada, planificación, organización y ejecución de las actividades propuestas que hace que los animadores sean capaces de crear un clima en el cual, niños, jóvenes, adultos, entre otros sociabilizando y ganando en calidad de vida.

Las acciones estratégicas propuestas en el modelo de animación turística para mejorar el producto turístico integral hacia el huésped pueden contribuir decisivamente en la consolidación del mismo en el mercado, a su diferenciación ante la competencia y a lograr la satisfacción del cliente con mayor efectividad y su fidelidad.

## **RECOMENDACIONES**

De las conclusiones descritas en el presente trabajo, se derivan las siguientes recomendaciones:

Dar a conocer los resultados de este estudio a los directivos de los hoteles para que se apoyen en los mismos y puedan reelaborar su programa, con el objetivo de elevar la calidad del servicio recreativo que ofertan.

Trasmitir esta experiencia al resto de las instalaciones turísticas para contribuir al perfeccionamiento de su trabajo, elevando así la calidad de vida del huésped que lo visite.

La construcción y mejoramiento de áreas recreativas de los hoteles para aumentar la capacidad de participantes y la calidad de las actividades.

Apoyo de las entidades de turismo de la provincia de Santa Elena en el aspecto profesional y de capacidades para formar personal apto para la realización de la animación turística en nuestro sector hotelero.

Controlar y coordinar el seguimiento de las autoridades en relación a la calidad de prestación de servicios de los hoteles.

## BIBLIOGRAFÍA

- ABREU HERNÁNDEZ, PEDRO. (2005) Animación y Recreación Turística.
- MINCUL(2000) Aspecto metodológico del tiempo libre en la estrategia de desarrollo económico y social.
- PÉREZ SÁNCHEZ, ADOLFO. (1995) Fundamentos teóricos – metodológicos de la recreación. Ed. José Antonio Huelga.
- WAICHMAN, PABLO. (1995) Tiempo libre y recreación. Un desafío pedagógico. Buenos Aires. Argentina, Edit. Pablo Waichman.
- ABREU HERNÁNDEZ, PEDRO. (2005) Manual de animación turística.
- MÉNDEZ ÁLVAREZ, CARLOS EDUARDO Metodología-Diseño y desarrollo de investigación
- FLORES TOBAR, ANA Socióloga Santa Elena, historia

ÁLVAREZ, SILVIA G.	De Huancavilcas a comuneros – relaciones interétnicas en la Península de Santa Elena.
ÁLVAREZ. SILVIA G.	Etnicidades en la Costa Ecuatoriana.
GRUPO OCÉANO	Manual de Juegos
DE LA TEJERA SEGURA, ENRIQUE	El área de Animación Turística en los hoteles
DE LA RIBERA LUIS E.	“Animación y Recreación Turística”
J. LLERENA. Mayo 1992.	“Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico”.
CERVANTES, J. LUIS. Mexico 1989	Módulos de fomento y de fomento a la Salud
CERVANTES, J. LUIS. México 1989	Programa recreativo vacacional
CERVANTES J. LUIS. México 1989	Actividades recreativas, tipos

- CERVANTES J. LUIS. México 1989      Teoría general de la recreación
- ABREU GONZÁLEZ, O. (1995.).      La animación en las instalaciones  
hoteleras.
- MOLINA, B. (2002).      Importancia de las actividades  
recreativas hoteleras para  
clientes con necesidades  
educativas especiales

#### OTROS

Plan Preliminar de desarrollo de la Provincia de Santa Elena 2008.

VII Censo de Población y VI de Vivienda del año 2010.

Diario El Expreso- información general (2010)

Catastro de la Prefectura Provincial de Santa Elena

Diagnostico Estratégico de la Provincia de Santa Elena.



# **Anexos**

## Anexo 1

Mapa de la provincia de Santa Elena



## Anexos 2

### Matriz de operacionalización de las variables independiente

Nº	Nombre	Condición o tributo medir	Unidad de medida	Proceso de medición	Medio de verificación	Fuentes a ser consultadas	Interrogantes	Instrumentos
1	Capacitación	Nivel de conocimiento	Persona	Observación directa, consultas a prestadores de servicios, comunidad, servidores turísticos y huéspedes.	Fichas de observación, información turística, informe de registro de la comunidad, actores involucrados en la actividad turística y moradores.	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, moradores, turistas	✓ ¿Por qué no se realizan capacitaciones de actividades de recreación turística en la provincia de Santa Elena?	Entrevista – encuesta a turistas, comisión de turismo del sector, etc.
2	Información	Nivel de conocimiento	Persona	Observación directa, consultas a prestadores de servicios, comunidad, servidores turísticos y huéspedes.	Fichas de observación, información turística, informe de registro de la comunidad, actores involucrados en la actividad turística y moradores.	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, moradores, turistas	✓ ¿Por qué no se realizan capacitaciones de actividades de recreación turística en la provincia de Santa Elena?	Entrevista – encuesta a turistas, comisión de turismo del sector, etc.

N°	Nombre	Condición o tributo medir	Unidad de medida	Proceso de medición	Medio de verificación	Fuentes a ser consultadas	Interrogantes	Instrumentos
3	Instituciones educativas	Estudio académico	Directivos	Observación directa, consultas a prestadores de servicios, comunidad, servidores turísticos y huéspedes.	Fichas de observación, información turística, informe o registro de la comunidad, actores involucrados en las instituciones educativas.	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, moradores, turistas	✓ ¿Por qué no se realizan capacitaciones de actividades de recreación turística en las instituciones educativas de la provincia de Santa Elena?	Entrevista – encuesta a directivos de los establecimientos educativos de la provincia,
4	Los directivos de Turismo	Interés y apoyo institucional	directivos	Observación directa, consultas a prestadores de servicios, comunidad, servidores turísticos y huéspedes.	Fichas de observación, información turística, informe o registro de la comunidad, actores involucrados en la actividad turística y moradores.	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, moradores, turistas	✓ ¿Por qué no se realizan capacitaciones de actividades de recreación turística en la provincia de Santa Elena?	Entrevista – encuesta a turistas, comisión de turismo del sector, etc.

Nº	Nombre	Condición o tributo medir	Unidad de medida	Proceso de medición	Medio de verificación	Fuentes a ser consultadas	Interrogantes	Instrumentos
5	Prestadores de servicios hoteleros	Interés y apoyo institucional	Directivos	Observación directa, consultas a prestadores de servicios, comunidad, servidores turísticos y huéspedes.	Fichas de observación, información turística, informe o registro de la comunidad, actores involucrados en la actividad turística y moradores.	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, moradores, turistas	✓ ¿Por qué no se realizan capacitaciones de actividades de recreación turística en la provincia de Santa Elena?	Entrevista – encuesta a turistas, comisión de turismo del sector, etc.
6	Impulso control y seguimiento	El grado de impulso y control de las actividades turística	La actividad turística	Observación directa, consultas a prestadores de servicios, comunidad, servidores turísticos y huéspedes.	Fichas de observación, información turística, informe o registro de la comunidad, actores involucrados en la actividad turística y moradores.	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, moradores, turistas	✓ ¿Por qué no se realizan capacitaciones de actividades de recreación turística en la provincia de Santa Elena?	Entrevista – encuesta a turistas, comisión de turismo del sector, etc.

N°	Nombre	Condición o tributo medir	Unidad de medida	Proceso de medición	Medio de verificación	Fuentes a ser consultadas	Interrogantes	Instrumentos
7	La administración	Estructura organizacional hotelera	Directivo	Observación directa, consultas a prestadores de servicios, comunidad, servidores turísticos y huéspedes.	Fichas de observación, información turística, informe o registro de la comunidad, actores involucrados en la actividad turística y moradores.	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, moradores, turistas	¿Por qué no utilizan un espacio de su hotel para realizar animación turística?	Entrevista – encuesta a turistas, comisión de turismo del sector, etc.
8	Asesoría técnica	Interés y apoyo	Directivos	Observación directa, consultas a prestadores de servicios, comunidad, servidores turísticos y huéspedes.	Fichas de observación, información turística, informe o registro de la comunidad, actores involucrados en la actividad turística y moradores.	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, moradores, turistas	¿Por qué no se realizan asesorías para la ejecución apropiada de los servicios hoteleros?	Entrevista – encuesta a turistas, comisión de turismo del sector, etc.

N°	Nombre	Condición o tributo medir	Unidad de medida	Proceso de medición	Medio de verificación	Fuentes a ser consultadas	Interrogantes	Instrumentos
9	Interés y motivación	Interés y motivación a realizar la investigación turística.	Directivos	Observación directa, consultas a prestadores de servicios, comunidad, servidores turísticos huéspedes.	Fichas de observación, información turística, informe o registro de la comunidad, actores involucrados en la actividad turística y moradores.	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, moradores, turistas	¿Cree que la tecnología aporta a la investigación turística?	Entrevista – encuesta a turistas, comisión de turismo del sector, etc.
10	La monotonía de los servicios	La sucesión y calidad del servicio	Servicios	Observación directa, consultas a prestadores de servicios, comunidad, servidores turísticos huéspedes.	Fichas de observación, información turística, informe o registro de la comunidad, actores involucrados en la actividad turística y moradores.	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, moradores, turistas	¿Por qué no varían o renuevan sus servicios con algo novedoso los servidores turísticos hoteleros de la provincia?	Entrevista – encuesta a turistas, comisión de turismo del sector, etc.

### Anexos 3

#### Matriz de operacionalización de las variables dependientes

Nº	Nombre	Condición o tributo medir	Unidad de medida	Proceso de medición	Medio de verificación	Fuentes a ser consultadas	Interrogantes	Instrumentos
1	Profesionales	Nivel de conocimiento y aplicación de las normativas y regulaciones de las actividades pertinentes para hacer gestiones.	Estudios superiores	Observación directa, a estudiantes, profesionales de turismo, entidades escolares de turismo, ministerio de turismo.	Fichas de observación, información turística, informe universitario, directivos y actores involucrados en la universidad	Comunidad, ministerio de turismo, entidades involucradas en la actividad turística, comisión de turismo, comunidad , turistas	<p>✓ ¿Cuántos universitarios están aptos para dirigir un departamento de Animación Turística? ¿cree usted que la asignatura de Animación turística debe implementarse en el pensum académico de hotelería y turismo en las universidades?</p>	Encuestas a prestadores de servicios , comunidad, ministerio de turismo , entidades involucradas con el turismo , etc Entrevistas a turista y profesionales en el ámbito turístico Guías de observación
2	Planta turística	Estrategias y técnicas de servicio	Servicios	Observación directa, consulta a municipios, entidades turísticas, encuesta directivos hoteleros	Ficha de observación , registro catastral, dirección de turismo, cámara de turismo, oficinas de información turística	Prestadores de servicio, comisión de turismo, turistas, directivos de entidades turísticas	<p>✓ ¿Cuáles son las estrategias de servicios para atraer a los turistas? ¿Cuál es el servicio que les garantiza la calidad y deleite del hoesped?</p>	Encuestas a prestadores de servicios, ministerio de turismo , entidades involucradas con el turismo , etc Entrevistas a turista y profesionales en el ámbito turístico Guías de observación turístico, autoridades



N°	Nombre	Condición o tributo medir	Unidad de medida	Proceso de medición	Medio de verificación	Fuentes a ser consultadas	Interrogantes	Instrumentos
3	Desarrollo turístico hotelero	Nivel de desarrollo y planes de desarrollo turístico- hotelero	Proyecto turístico	Observación directa, comisión de turismo, comunidad, servidores turísticos, municipios y prefectura, dirección de turismo	Ficha de observación, registro catastral, archivos comunales, dirección de turismo, cámara de turismo, oficinas de información turística, proyectos de desarrollo turísticos hacia la comunidad	Comunidad, comisión de turismo, municipios, prefecturas y demás entidades seccionales del turismo y a nivel general.	✓ ¿Conoce usted si actualmente se están desarrollando y ejecutando proyectos relacionados al turismo en la provincia de Santa Elena?	Encuestas a prestadores de servicios, comunidad, ministerio de turismo, entidades involucradas con el turismo, etc.
4	Comité de planificación hotelera	Establecimientos y funcionamiento	Comité	Observación directa, comisión de turismo, comunidad, servidores turísticos, municipios y prefectura, dirección de turismo	Ficha de observación, registro catastral, archivos comunales, dirección de turismo, cámara de turismo, oficinas de información turística, proyectos de desarrollo turísticos hacia la comunidad	Comunidad, comisión de turismo, municipios, prefecturas y demás entidades seccionales del turismo y a nivel general.	✓ ¿Conoce usted si actualmente está funcionando un comité de planificación hotelera en la provincia de Santa Elena?	Encuestas a prestadores de servicios, comunidad, ministerio de turismo, entidades involucradas con el turismo, etc.

Nº	Nombre	Condición o tributo medir	Unidad de medida	Proceso de medición	Medio de verificación	Fuentes a ser consultadas	Interrogantes	Instrumentos
5	Necesidades del huésped	Satisfacción	gustos y deseos	Observación de campo, consultas a prestadores de servicios, comunidad, servidores turísticos y huéspedes.	Fichas de observación, reportes estadísticos, informe de registro de consultas, autoridades de turismo, actores de turismo	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, moradores, turistas	✓ ¿Cuáles son las actividades que hacen feliz y satisfecho al huésped?	Encuestas a prestadores de servicios, comunidad, ministerio de turismo, entidades involucradas con el turismo, etc
6	Administradores hoteleros	El interés a la animación turística	Empresario hotelero	Observación de campo, consultas a prestadores de servicios, comunidad, servidores turísticos y huéspedes.	Fichas de observación, reportes estadísticos, informe de registro de consultas, autoridades de turismo, actores de turismo	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, moradores, turistas	✓ ¿Cuál es la importancia que le dan los empresarios turísticos a la animación turística?	Encuestas a prestadores de servicios, comunidad, ministerio de turismo, entidades involucradas con el turismo, etc

N°	Nombre	Condición o tributo medir	Unidad de medida	Proceso de medición	Medio de verificación	Fuentes a ser consultadas	Interrogantes	Instrumentos
7	Estrategias de competitividad	Nivel de desarrollo y aplicación de técnicas y estrategias de competitividad	Técnicas y estrategias de marketing	Observación directa, consulta a turistas moradores y involucrados en el turismo	Fichas de observación, información turística, informe o registro de la comunidad, actores involucrados en la actividad turística y moradores. Páginas web, marca turística, folletos, trípticos, revistas, videos, etc.	Ministerio de turismo, entidades involucradas en a la actividad turística, comisión de turismo, comunidad , turistas	✓ ¿Cómo aplicaría las estrategias de marketing para dar a conocer la Animación Turística?	Encuestas a prestadores de servicios , comunidad, ministerio de turismo , entidades involucradas con el turismo , etc
8	Buzón de sugerencias	Satisfacción y necesidades del huésped	sugerencias	Observación de campo, consultas a prestadores de servicios, autoridades seccionales de turismo, huéspedes.	Fichas de observación , reportes estadísticos, informe o registro de consultas, autoridades de turismo, actores de turismo	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, turistas	✓ ¿existe un buzón de sugerencias en su hotel?	Encuestas a prestadores de servicios , comunidad, ministerio de turismo , entidades involucradas con el turismo , etc.

Nº	Nombre	Condición o tributo medir	Unidad de medida	Proceso de medición	Medio de verificación	Fuentes a ser consultadas	Interrogantes	Instrumentos
9	Servicios hoteleros	Diversificación y calidad de los servicios hoteleros	El servicio	Observación directa, consultas a prestadores de servicios, comunidad, servidores turísticos y huéspedes.	Fichas de observación, información turística, informe o registro de la comunidad, actores involucrados en la actividad turística y moradores.	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, moradores, turistas	✓ ¿Qué servicio brinda en su hotel y cuál es el principal?	Entrevista – encuesta a turistas, comisión de turismo del sector, etc.
10	La innovación	Diversificación y diferenciación del servicio	El servicio	Observación directa, consultas a prestadores de servicios, comunidad, servidores turísticos y huéspedes.	Fichas de observación, información turística, informe o registro de la comunidad, actores involucrados en la actividad turística y moradores.	Servidores turísticos, entidades seccionales de turismo, ministerio de turismo, moradores, turistas	✓ ¿cree usted que los hoteles innovan sus servicios creando una gama de ellos?	Entrevistas y encuestas

## Anexo 4

### Formulario de encuesta UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE TESIS DE GRADO

#### ENCUESTA A LA POBLACIÓN

Fecha:

La presente encuesta tiene como objetivo levantar información real y pertinente que nos permita conocer sobre la factibilidad de la creación de un modelo de animación o recreación turística para los hoteles de la provincia de Santa Elena.

Lugar de residencia:.....

Sexo. Hombre

mujer

1. ¿Ud. cree que el turismo es muy importante para la provincia?

a) Si	c) no
-------	-------

¿Por qué? \_\_\_\_\_

2.- ¿Por qué crees que los turistas visita la Prov. Santa Elena?

a) Fiestas	<input type="checkbox"/>	e) cultura	<input type="checkbox"/>
b) Historia	<input type="checkbox"/>	f) gastronomía	<input type="checkbox"/>
c) Patrimonio	<input type="checkbox"/>	g) playas	<input type="checkbox"/>
d) Naturaleza	<input type="checkbox"/>	h) otros. Indicar _____	

3.- ¿crees usted que los turistas están totalmente satisfecho con los servicios que le ofrecen los hoteles

a) Si	c) no
-------	-------

**4.- Ha escuchado hablar del servicio de animación turística**

a) Si	c) no
-------	-------

**5.- ¿cree usted que los juegos recreativos para los turistas en los hoteles serian un aporte al desarrollo del turismo en nuestra provincia?**

a) Si	c) no
-------	-------

**6.- ¿Le gustaría a usted que los hoteles oferten un servicio de animación turística?**

a) Si	c) no
-------	-------

## Anexo 5

### Formulario de encuesta UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE TESIS DE GRADO

#### ENCUESTA A TURISTA

Fecha:

La presente encuesta tiene como objetivo levantar información real y pertinente que nos permita conocer sobre la factibilidad de la creación de un modelo de animación o recreación turística para los hoteles de la provincia de Santa Elena.

Lugar de residencia:.....

1. Sexo. Hombre  mujer

2. Edad.

a) menor 15 años <input type="checkbox"/>	d) de 30 a 40 <input type="checkbox"/>
b) de 15 a 20 <input type="checkbox"/>	e) de 40 a 50 <input type="checkbox"/>
c) de 20 a 30 <input type="checkbox"/>	f) más de 50 <input type="checkbox"/>

3. Profesión u ocupación Indicar \_\_\_\_\_

4. ¿qué tipo de turismo realiza?

a) Sol y playa <input type="checkbox"/>	e) Estudios <input type="checkbox"/>
b) cultural <input type="checkbox"/>	f) rural <input type="checkbox"/>
c) Religioso <input type="checkbox"/>	g) otro <input type="checkbox"/>
d) de Salud <input type="checkbox"/>	Especifique: .....

5. ¿Cuántos días duran las estancias en sus viajes o vacaciones?

a) menos de un día <input type="checkbox"/>	d) entre 5 y 7 días <input type="checkbox"/>
b) entre 2 a 5 días <input type="checkbox"/>	e) más de 7 días <input type="checkbox"/>

6. ¿Cuánto suele gastar en los lugares donde pasa sus vacaciones?

a) menos de \$500 <input type="checkbox"/>	d) \$700 a \$900 <input type="checkbox"/>
b) \$500 a \$ 700 <input type="checkbox"/>	e) más de \$1 000 <input type="checkbox"/>

7. De sus gastos durante la permanencia en el lugar de vacaciones, la mayoría de sus gastos se destinan... puntúe del 1 al 10. Siendo el 1 el de mayor gasto y el 10 el de menos.

Restaurantes/comida	
Compras	
Excursiones (culturales, naturales...)	
Fiestas nocturnas	
Museos	
Espectáculos / Cine	
Actividades Deportivas	
Souvenirs / Regalos	
Otros	

8. ¿Cuándo visita la Prov. Santa Elena que es lo que le atrae de ella?

a) Fiestas <input type="checkbox"/>	e) cultura <input type="checkbox"/>
b) Historia <input type="checkbox"/>	f) gastronomía <input type="checkbox"/>
c) Patrimonio <input type="checkbox"/>	g) playas <input type="checkbox"/>
d) Naturaleza <input type="checkbox"/>	h) otros. Indicar _____

9. Cuando realiza turismo, ¿dónde suele alojarse?

a) Hotel <input type="checkbox"/>	d) Pensión <input type="checkbox"/>
b) Hotel apartamento <input type="checkbox"/>	e) propia, familiar o de amigos <input type="checkbox"/>
c) Hostal u Hostería <input type="checkbox"/>	f) otros Indicar cual _____



10. ¿Los hoteles de la provincia de Santa Elena satisfacen sus necesidades como turista?

a) Si	c) no
-------	-------

11. ¿En el hotel en el que se aloja tiene información de que exista animación para el hotel?

a) Si, tengo información. <input type="checkbox"/>	c) no, tengo información <input type="checkbox"/>
--	---

Si la respuesta es Si, tengo información conteste lo siguiente:

12. ¿Si en el hotel en el que se aloja existe animación, ¿qué actividades ha disfrutado usted de ella?

a) actividades recreacionales <input type="checkbox"/>	d) actividades artísticas <input type="checkbox"/>
b) actividades culturales <input type="checkbox"/>	e) actividades deportivas
c) actividades educativas <input type="checkbox"/>	f) actividades nocturnas
d) actividades de relajación <input type="checkbox"/>	h) otro: especifique .....

Si la respuesta es No, tengo información conteste lo siguiente:

14. ¿Le gustaría que los hoteles de nuestra provincia le brinden el servicio de animación turística?

a) Si	c) no
-------	-------

## Anexo 6

### Formulario de encuesta

#### UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE TESIS DE GRADO  
ENCUESTA A EMPRESARIO HOTELERO

Fecha:

La presente encuesta tiene como objetivo levantar información real y pertinente que nos permita conocer sobre la factibilidad de la creación de un modelo de animación o recreación turística para los hoteles de la provincia de Santa Elena.

**NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:**.....

**NOMBRE DEL ENCUESTADO:**.....

1. Qué servicio brinda en su hotel?

a) Hospedaje	d) complementarios
b) Alimentos y bebidas	e) lavandería y planchado
c) recepción y conserjería	f) medico
e) parking	h) convenciones

2. Cuál es el promedio de número de turistas que Ud. recibe por día en:

En temporadas altas \_\_\_\_\_

En temporadas bajas \_\_\_\_\_

3. ¿Cuáles son los servicios complementarios que ofrece su establecimiento?

a) Piscina	d) Discoteca
b) Espacios Deportivos/ recreacionales	e) Show Nocturno
c) Bar Karaoke	f) otro: especifique : _____

4. ¿Cuál es el servicio que diferencia su hotel de los demás hoteles?

.....

5. ¿conoce usted el servicio de animación turística?

a) Si	c) no
-------	-------

6. ¿Tiene su empresa animación turística?

a) Si	c) no
-------	-------

Si la respuesta es positiva conteste pregunta 7 y 8

7. ¿que ofertan, que actividades se realizan?

a) actividades recreacionales <input type="checkbox"/>	d) actividades artísticas <input type="checkbox"/>
b) actividades culturales <input type="checkbox"/>	e) actividades deportivas
c) actividades educativas <input type="checkbox"/>	f) actividades nocturnas
d) actividades de relajación	h) otro: Especifique.....

8. ¿Sus monitores o animadores tienen una formación profesional en la animación turística?

a) Si	c) no
-------	-------

9. ¿Cree que es importante que su establecimiento hotelero tenga una animación para sus clientes?

a) Si	c) no
-------	-------

10. ¿Cree posible o viable un departamento de animación turística en su empresa?

a) Si	c) no
-------	-------

## Anexos 7

### Formulario de entrevista

#### UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE TESIS DE GRADO

#### TÉCNICAS CUANTITATIVAS

Nombre del instrumento: ENTREVISTA                      fecha:

OBJETIVO: La presente entrevista tiene como objetivo levantar información real y pertinente que nos permita conocer sobre la factibilidad de la creación de un modelo de animación o recreación turística para los hoteles de la provincia de Santa Elena.

#### CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA LAS AUTORIDADES DE TURISMO

1. ¿Qué opina del turismo en la provincia de Santa Elena?
2. ¿Conoce usted que se haya realizado un análisis de la situación actual de los hoteles en la provincia de Santa Elena, en relación a la calidad en la prestación servicios a los huéspedes?
3. ¿Conoce usted el servicio de animación turística y los beneficios que genera a la provincia?
4. ¿Cree usted que es importante que en un destino o establecimientos turísticos se brinde el servicio de animación para sus clientes?  
Sí o no y por qué.....
5. ¿Estaría dispuesto a trabajar por implementar el servicio de animación turística en establecimientos de la provincia que desarrollan la actividad turística?  
Sí o no y por qué.....
6. ¿Cuáles son sus proyecciones como entidad con respecto al turismo para la provincia de Santa Elena?

## Anexo 8

### Tablas de contingencias

#### Encuestas a moradores

##### Tabla de contingencia # 1

		Sexo		Total	Porcentaje (%)
		hombre	mujer		
Lugar de residencia	Santa Elena	35	53	88	23
	Salinas	63	60	123	32
	La Libertad	42	67	109	28
	Otro lugar de la provincia	38	26	64	17
Total		178	206	384	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores.

##### Tabla de contingencia # 2

¿Cree Ud. que el turismo es importante para la provincia?	Sexo		Total	Porcentajes (%)
	hombre	mujer		
sí	178	206	384	100
Total	178	206	384	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores.

##### Tabla de contingencia #3

		¿Por qué crees que los turistas visitan nuestra provincia?		Total	%		
		naturaleza	playas		naturaleza	playa	total
Sexo	hombre	50	128	178	13	33	46
	Mujer	46	160	206	12	42	54
	Total	96	288	384	25	75	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores.

**Tabla de contingencia # 4**

		¿Cree Ud. que los turistas están totalmente satisfecho con lo servicios de los hoteles?		Total	Porcentajes (%)		
		sí	No		Sí	no	Total
Sexo	hombre	59	119	178	15	32	47
	Mujer	89	117	206	23	30	53
	Total	148	236	384	38	62	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores.

**Tabla de contingencia # 5**

		Ha escuchado hablar del servicio de animación turística		Total	Porcentaje (%)		
		sí	No		sí	no	total
Sexo	hombre	111	67	178	29	17	46
	mujer	152	54	206	40	14	54
	Total	263	121	384	69	31	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores.

**Tabla de contingencia # 4**

		¿Cree Ud. que los juegos recreativos para los turistas en los hoteles serían un aporte para el desarrollo del turismo en nuestra provincia?	Total	Porcentaje (%)
				sí
		Sí		
Sexo	hombre	178	178	46
	mujer	206	206	54
	Total	384	384	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores.

**Tabla de contingencia # 7**

		¿Le gustaría capacitarse para animar a los turistas que nos visitan?		Total	Porcentaje (%)		
		sí	No		sí	no	total
Sexo	hombre	144	34	178	38	8	46
	mujer	176	30	206	46	8	54
	Total	320	64	384	84	16	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores.

**Tabla de contingencia # 8**

		¿Le gustaría a Ud. que los hoteles oferten el servicio de animación turística?		Total	Porcentaje (%)
		Si	Si		
Sexo	Hombre	178	178	178	46
	Mujer	206	206	206	54
	Total	384	384	384	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores

**Encuestas a turistas**

**Tabla de contingencia #1**

		masculino o femenino		Total	Porcentaje (%)		
		masculino	femenino		Masculino	Femenino	Total
¿Cuál es su edad?	-15	72	16	88	19	4	23
	15 a 20	52	20	72	14	5	19
	20 a 30	28	12	40	7	3	10
	30 a 40	0	40	40	0	10	10
	40 a 50	12	40	52	3	10	13
	más de 50 años	16	76	92	4	18	22
	Total	180	204	384	47	53	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a moradores.

**Tabla de contingencia # 2**

		Ocupación							Total
		estudiante	ingeniero	ama de casa	Abogado	empresario	profesor	aventurero	
masculino o femenino	Masculino o Femenino	85	52	1	2	17	1	22	180
	Total	121	140	16	4	49	6	48	384

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

**Tabla de contingencia # 3**

		¿Qué tipo de turismo realiza?					Total
		sol y playa	cultural	de salud	rural	otros	
masculino o femenino	masculino o femenino	124	24	0	20	12	180
	Total	180	124	4	48	28	384

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

**Tabla de contingencia # 4**

		¿Cuántos días dura su estancia?		Total	Porcentaje		
		- día	2 a 5		- día	2 a 5	Total
masculino o femenino	masculino o femenino	64	116	180	17	30	47
	Total	92	112	204	24	29	53
		156	228	384	41	59	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

**Tabla de contingencia # 5**

		¿Cuánto gasta en sus vacaciones?				Total	
		menos de 500	%	500 a 700	%	menos de 500	%
masculino o femenino	masculino o femenino	52	14	128	33	180	47
	Total	36	9	168	44	204	53
		88	23	296	77	384	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas



**Tabla de contingencia # 6**

	¿En qué gasta en sus vacaciones?										Total	
	restaurante	%	compras	%	excursiones	%	fiestas nocturnas	%	Act. deportivas	%		%
M	91	24	68	18	0	0	21	5,4	0	0	180	47
F	84	22	102	26	1	0,2	16	4,2	1	0,2	204	53
Total	175	46	170	44	1	0,2	37	9,6	1	0,2	384	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

**Tabla de contingencia # 7**

	¿Qué le atrae de la prov. Santa Elena?						Total		Total		
	historia	%	naturaleza	%	playa	%		%		%	
masculino o femenino	Masculino	1	0,2	42	10,9	137	35,6	180	46,7		
	Femenino	0	0	56	14,7	148	38,6	204	33,3		
	Total	1	0,2	98	25,6	285	74,2	384	100		

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

**Tabla de contingencia # 8**

	Cuando realiza turismo ¿dónde suele alojarse?						Totales		
	Hotel	%	hotel apartamento	%	hostal u hostería	%		%	
masculino o femenino	masculino	159	41	7	2	14	4	180	47
	femenino	152	40	14	4	38	9	204	53
	Total	311	81	21	6	52	13	384	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

**Tabla de contingencia # 9**

		¿Los hoteles de Prov. Sta. Elena satisfacen sus necesidades?				Total	
		Si	%	No	%		%
masculino o femenino	masculin o	163	42	17	4	180	46
	femenino	184	48	20	6	204	54
Total		347	90	37	10	384	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turista

**Tabla de contingencia # 10**

		¿Existe animación turística en el hotel donde se aloja?				Totales	
		Si	%	No	%		%
masculino o femenino	masculin o	5	1	175	46	180	47
	femenino	4	1	200	52	204	53
Total		9	2	375	98	384	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

**Tabla de contingencia # 11**

Actividades de Animación Turística					Totales
	Si	%	No	%	
Actividades de recreación	9	2	375	98	384
Actividades educativas	7	2	377	98	384
Actividades de relajación	7	2	377	98	384
Actividades culturales	4	1	380	99	384
Actividades artísticas	9	2	375	98	384
Actividades deportivas	9	2	375	98	384
Actividades nocturnas	9	2	375	98	384

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

**Tabla de contingencia 12**

		¿Le gustaría que los hoteles de nuestra prov. le brinden el servicio de animación turística?		Total
		Si	%	Si
masculino o femenino	masculino	180	47	180
	femenino	204	53	204
Total		384	100	384

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a turistas

**Encuesta a empresario turístico**

**Tabla de contingencia #1**

		servicios del hotel		Total	
		Si	%	No	%
Alimentos y bebidas		158	81	37	19
Recepción		192	98	3	2
Parking		112	57	83	43
Lavandería		101	52	94	48
Médico		10	5	185	95
Complementarios		160	82	35	18
Convenciones		23	12	172	88

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

**Tabla de contingencia #2  
Temporada alta**

		hoteles		Total
		hotel	%	hotel
promedio de turistas en temporada alta	menos de 500	53	27	53
	más de 500	80	41	80
	más de 1 000	62	32	62
Total		195	100	195

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

### Temporada baja

		hoteles		Total
		hotel	%	hotel
promedio de turistas en temporada baja	menos de 500	152	78	152
	más de 500	43	22	43
Total		195	100	195

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

### Tabla de contingencia #3

	servicios del hotel		Total	
	Si	%	No	
Piscina	112	57	83	43
Áreas deportivas	43	22	152	78
Bar	140	72	55	28
Discoteca	44	23	151	77
Show nocturnos	33	17	162	83
Otros	12	6	183	94

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

### Tabla de contingencia #4

		servicios del hotel		Total
		hotel	%	hotel
¿Cuál es el servicio que diferencia su hotel de los demás?	alimentos y bebidas	33	17	33
	Seguridad	27	14	27
	atención al cliente	54	28	54
	Hospedaje	81	41	81
Total		195	100	195

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

**Tabla de contingencia #5**

		servicios del hotel		Total
		hotel	%	hotel
¿Conoce usted el servicio de animación turística?	sí	195	100	195
Total		195	100	195

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

**Tabla de contingencia #6**

		servicios del hotel		Total
		hotel	%	hotel
¿Tiene su empresa animación turística?	Sí	5	03	5
	No	190	97	190
Total		195	100	195

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

**Tabla de contingencia #7**

	servicios del hotel		Total	
	Si	%	No	%
Actividades de recreación	5	3	190	97
Actividades educativas	5	3	190	97
Actividades de relajación	5	3	190	97
Actividades culturales	3	2	192	98
Actividades artísticas	4	2	191	98
Actividades deportivas	4	2	191	98
Actividades nocturnas	5	3	190	97

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

**Tabla de contingencia #8**

		servicios del hotel	
		hotel	%
¿Sus animadores tienen formación profesional en la animación?	Sí	5	3
	No	190	97
	Total	195	100

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

**Tabla de contingencia #9**

		servicios del hotel		Total
		hotel	%	hotel
¿Cree que es importante que un hotel brinde animación a sus clientes?	Sí	178	91	178
	No	17	09	17
	Total	195	100	195

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

**Tabla de contingencia #10**

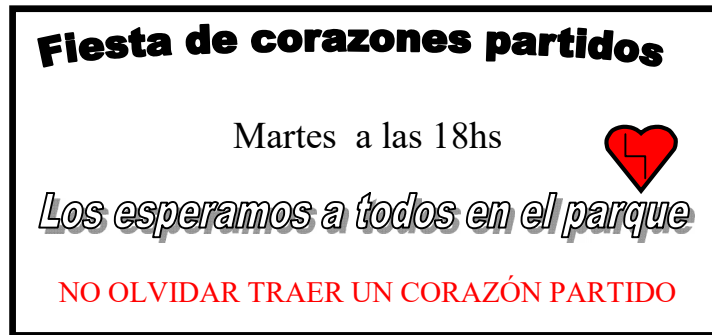
		servicios del hotel		Total
		hotel	%	hotel
¿Cree que es viable un departamento de animación turística en su empresa?	sí	182	93	182
	no	13	07	13
	Total	195	100	195

Elaborado por: Lucas, J.

Fuente: Resultado de la aplicación de encuestas a empresarios hoteleros

## Anexo 9

### Tarjeta ejemplar de un programa de animación



## Anexo 10

### Plantilla de planificación de actividad

Objetivo	Actividad	Materiales	Lugares	Duración	Observaciones
Lograr que los participantes se conozcan	Fiesta de los Corazones Partidos	* Cartulinas * Fibrones * Tijeras * Música * Sillas * Aperitivos * Videos	Parque del Hotel	1 1/2 hora 18 a 19.30 h.	Si llueve se realiza en el bar o se cambia por una proyección de video

## Anexo 11

### Modelo de itinerario de actividades de animación turística

	<b>USUARIOS</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SÁBADO</b>
9: 30	Todos	Ludoteca libre niños y adultos	
	Adultos	CAMBIO O INGRESO DE LOS VISITANTES	Acua- aeróbicos
11:00	Niños		Juegos acuáticos
	Adultos		Entrega del Óscar
14:00	Niños	Brindis de bienvenida y paseo por los alrededores del hotel	CAMBIO O INGRESO DE LOS VISITANTES
	Adultos		
16:00	Todos	juegos tradicionales	
20:00	Niños	Cine bajo las estrellas	
	adultos		
21:00	Adultos	Fiesta temática	



## Anexo 12

### Ficha del programa de animación turística

<b>FICHA N° 01 DEL PROGRAMA DE ANIMACIÓN TURÍSTICA</b>		
Nombre del Hotel: Sol de Oriente (Salinas)	Tipo de huésped: Familia con hijos	Fecha: viernes 03 - abril -2012
Encargados: Animadores Turísticos	Objetivo general: Recrear a sus huéspedes por todo un día fomentando la socialización y al conocimiento.	Recursos: Ludoteca Piscina y playa Sala de eventos Etc.
<p>Actividades: estas deben poseer las siguientes etapas: Apertura, desarrollo y cierre.</p> <p>1° actividad: <b>Brindis de Bienvenida:</b> Se convoca a los huéspedes para darles la bienvenida. Se los invita con una bebida .Es un buen momento para promocionar las actividades programadas y la dinámica de las mismas.</p> <p>2° actividad: <b>Paseo por los alrededores del Hotel:</b> Los huéspedes valorarán esta actividad ya que resulta necesario conocer el lugar que habitarán por unos días. Es aconsejable tener un circuito de paseo predeterminado.</p> <p>3 actividad: <b>Juegos tradicionales:</b> se invita a participar de los diferentes juegos de tradición, como la carrera de ensacados, el huevo en la cuchara, baile de la naranja o el globo etc. Concienciar la importancia de los juegos tradicionales.</p> <p>4° actividad: <b>cine bajo las estrellas:</b> invitar a los huésped a la sala de cine para ver una película familiar que conlleve a una reflexión facilitando la comunicación y confianza entre los participantes y el facilitador.</p> <p>5° actividad: <b>Fiesta Temática: Demostración de Coctel y Sangría.</b> Estimular el aumento de consumo, prestigio y satisfacción a través de una demostración del tipo: cómo preparar un coctel. Lo realiza el personal del Hotel. Luego un festejo por ellos, hágale sentir en casa.</p>		
Responsable: Director de animación	Observaciones:	

# Anexo 13

## Página Web








## Anexo 14

### Tríptico promocional

**MAT SANTA ELENA**

Orienta a los empresarios hoteles de la provincia de Santa Elena a manejar el Modelo de Animación Turística mediante técnicas, conocimientos y actividades que les permitan estar a la vanguardia del desarrollo del turismo, logrando un recurso diferenciado y estratégico en la competitividad hotelera y de esta manera aumentar las promociones en los hoteles de las zonas urbanas y rurales de la Provincia.



**Modelo Animación Turística**  
Prov. Santa Elena

**ES HORA DE SER MEJOR**

Dirección del trabajo principal  
Línea 2 de dirección  
Línea 3 de dirección  
Línea 4 de dirección

teléfono: 094508009 09288409  
web: [www.wix.com/gedeoluis/matsantaelena](http://www.wix.com/gedeoluis/matsantaelena)

Tu empresa necesita utilizar nuestro Modelo de Animación Turística

**MODELO DE ANIMACIÓN TURÍSTICA**

**Modelo Animación Turística**  
Prov. Santa Elena

*Es la oportunidad para diferenciarte de tu competencia*

Tel: (593) 555 55 55

#### QUE OFRECE EL MAT SANTA ELENA

El MAT Santa Elena busca nuevas alternativas de entretenimiento y diversión en los hoteles e instituciones del sector turístico, mediante la implementación de un modelo de animación turística.

Brindamos capacitaciones a los hoteles, operadoras turísticas, instituciones públicas de turismo e instituciones relacionadas con este sector.

Además le damos servicio técnico, para que usted pueda utilizar de la mejor manera este modelo, que le ayudará a su empresa ser más competitivo en el mercado



#### Objetivo de las capacitaciones

Crear el perfil profesional y competente del animador con todos los aspectos sociológicos que inciden en los servicios del ocio y el tiempo libre para la ejecución de programas integrales dentro o fuera del establecimiento hotelero de la provincia de Santa Elena.



#### CAPACITACIONES

Taller 1: LA ANIMACIÓN TURÍSTICA

Taller 2: ELEMENTOS PARA LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE UN DEPARTAMENTO DE ANIMACIÓN EN UN ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO

Taller 3: DISEÑO DE PROGRAMAS DE ANIMACIÓN

Taller 4: LA ORGANIZACIÓN, DESARROLLO Y CONTROL DE LAS ACTIVIDADES

Taller 5: DINÁMICA Y DINAMIZACIÓN DE GRUPOS

Inscripciones por la web, llámanos o visítanos

Dirección: La Libertad, barrio SO de agosto a 2 cuadras de la granja Silvia  
teléfono: 094508009 09288409  
web: [www.wix.com/gedeoluis/matsantaelena](http://www.wix.com/gedeoluis/matsantaelena)  
Correo: [matsantaelena@hotmail.com](mailto:matsantaelena@hotmail.com)  
Síguenos en Facebook: 02630705886090309  
Twitter: @matsantaelena

## **Anexo 15**

### **Sugerencia de actividades según público objetivo**

**Animación para niños** entre los 5 y los 11 años de edad.

#### **1. El taller de mascararas**

Los niños se deberán organizar en parejas; en donde cada uno de ellos elaborara su máscara sobre el rostro de su compañero. La construcción de la máscara se llevara a cabo sobre una tela que protegerá el rostro del niño; su compañero empezara a colocar tiras de papel impregnadas de engrudo, cubriendo y resaltando cada parte del rostro hasta cubrirlo en su totalidad. El molde será retirado y se dejara secar; luego para hacerlo más resistente se colocaran más capas de papel dejando secar nuevamente y por último se procederá a decorar.

#### **2. Las Estrellas**

Los niños se sientan en el suelo con las piernas en “V” formando una estrella al estar en círculo y tocarse pié con pié. Se forman dos círculos (equipos) y tiene que: levantarse el primero, dar toda la vuelta al círculo pisando todos los huecos formados por las piernas y volver a sentarse en su lugar, el siguiente por su derecha hace lo mismo, etcétera.

Gana el equipo que antes termina.

#### **3. El Oso y las Hormigas**

Uno es el oso y el resto las hormigas.

Todos están tras la primera raya. Se pregunta al OSO ¿qué quiere el oso?; el OSO puede contestar cualquier cosa: caramelos, chocolate, etcétera. Si se precipitan y traspasan la raya para huir, pierden. Cuando el OSO dice hormigas han de huir hasta la segunda raya para salvarse. En ambos casos, se precipitan o los atrapa, o bien pasan a ser osos, o son eliminados.

#### **4. Juego de atención: Blanco y Negro**

Los niños se colocan en equipos de dos, uno delante y otro detrás formando un gran círculo. Al decir “Blanco” los de dentro corren alrededor del círculo y dan una vuelta hasta llegar al lugar de su compañero y se suben a su espalda. Lo mismo harán al decir “negro” , que dan la vuelta y se suben sobre su compañero. Se va eliminando siempre a la última pareja que llega.

Una variante del juego puede ser: Dos círculos concéntricos de niños. Al decir “ya” los de afuera corren alrededor del círculo, al llegar a su pareja, meterse debajo de sus piernas y sentarse.

**Animación para adolescentes** entre los 12 y los 17 años de edad.

##### **1. Juego en Equipo:**

###### **Nueces y pasas**

Dos equipos; uno de ellos trata de pasar un balón de fútbol entre sus propios jugadores, mientras los del otro intentan interceptarlo. Se anota un punto cada vez que se realizan cinco pases consecutivos sin dejar caer la pelota; no está permitido agarrar

sino solamente interceptar la pelota. El primer jugador que toque el balón cuando haya caído al suelo, podrá recogerlo sin ser molestado. El equipo que tenga más puntos al cabo de, digamos ocho minutos, gana.

## **2. cantar una canción**

Los participantes deben es formados en parejas. A un integrante de la pareja le entrega un sobre con el título de una canción conocida. Se le colocan auriculares en los que suena otra canción, y éste debe tararear la canción escrita en la tarjeta, y su compañero de equipo adivinar el título.

## **3. Duendes encadenados**

Se pide al contingente formar una circunferencia a modo que queden uno al lado del otro lo más cerca posible. Se flexiona al frente y entrecruzan sus brazos tomándose de las manos por detrás y entre sus piernas. Hecho lo anterior, sin romper la cadena ejecutaran varias órdenes como: caminar, levantar un pie, sentarse, pararse etc.

## **4. Unos contra otros**

Los hombres se colocan en una línea, es decir unos junto a otros con un solo frente, a mismo tiempo que las mujeres se colocan detrás de ellos una al lado de la otra con un frente opuesto. A la señal: un silbido, voz o silbatazo, unos atraparan a los otros, los mismos que deberán correr para el frente en que están colocados, para evitar ser atrapados.



Las variantes pueden ser: colocarse espalda con espalda en posición de carrera, sentados dándose la espalda, etc.

## **5. Concursos de bailes**

Seleccionar 6 ritmos musicales bailables (rock and roll, merengue, salsa, tango, vals, o los ritmos que se disponga)

Conformaremos un jurado que deberá otorgar un puntaje a cada pareja en cada ritmo bailado.

Las parejas pueden bailar al mismo tiempo o 2 minutos aproximadamente cada ritmo. La labor del animador consistirá en animar a las parejas, valorarlas continuamente (sobre todo a aquellas que no lo hagan del todo bien) y motivar al público para que acompañe con palmas y aplausos el ritmo de la música.

**Animación para jóvenes y adultos** a partir de los 18 años de edad.

### **1. beber en pareja:**

En un recipiente con agua o con alguna bebida con dos bombillas tratar de beber en el menor tiempo posible todo el contenido.

## **2. reventar globos:**

Cada pareja deberá reventarlos sin ayuda de las manos y sin apretarlos contra el piso.

## **3. Paseos auto-guiados:**

En general las parejas desean momentos de privacidad y no tan sociales. A tal fin podemos entregarles mapas e información para que las parejas recorran diversos circuitos libremente.

## **4. Bailes con música romántica.**

Generalmente esta destinado en eventos especiales que requieran los huéspedes o en días especiales del año, como el día del amor y la amistad o un aniversario de bodas etc.

**Sector Adultos mayores:** a partir de los 60 o 65 años de edad.

### **1. El taller de Origami**

La idea es construir con los adultos mayores diferentes figuras, doblando hojas de colores. Figuras tales como un pingüino, una paloma, un barco, o un molinete. Permitiendo que luego los niños jueguen con los elementos elaborados.

## **2. Paseos y Caminatas**

Trayectorias cortas, tomando la precaución de llevar el agua necesaria para beber y refrescarse, respetando el tiempo de cada uno, haciendo descansos, con ropa adecuada y lejos de los horarios de sol fuerte y calor intenso.

## **3. Excursiones**

A lugares históricos y característicos de la zona.

Si es posible en vehículos confortables.

## **4. Bailes:**

Bailes relacionados con ritmos propios de su época de juventud.

Anexo # 16

Registro de los hoteles de la Provincia de Santa Elena

NOMBRE	DIRECCIÓN		CATEGORÍA	
Barceló Colón Miramar	Salinas	Malecón e/38 y 40	Lujo	Hotel
Chipipe	Salinas	Chipipe, calle 12 ave s/n e/av. Cuarta y quinta, detrás del municipio de salinas	Primera	Hotel
Mediterráneo	Salinas	Av. Antonio José de Sucre y 24 de mayo	Primera	Hotel
Playa dorada	Salinas	Cdla. Milina s/n, mz. A (a 4 cuadras de Pacifictel)	Primera	Hotel
Sun Beach Salinas hotel	Salinas	Cdla. Italiana calle 53 s/n, vía salinas, a una cuadra del colegio Rubira	Primera	Hotel
Aragosta	Salinas	Av. Carlos Espinoza Larrea	Segunda	Hotel
Da Vinci	Salinas	Cdla. Costa de oro vía Salinas	Segunda	Hotel
Don Mincho	Salinas	Carretero libertad - salinas	Segunda	Hotel
Oasis	Salinas	Calle 44 entre av. 20 y 21	Segunda	Hotel
Salinas	Salinas	Gral. Enríquez y av. José Alberto Estrella	Segunda	Hotel
Salinas costa azul	Salinas	Av. José estrella y Gral. Enríquez	Segunda	Hotel
Suite salinas	Salinas	Gral. Enrique Gallo y José a. Estrella	Segunda	Hotel
Fiesta continental	Salinas	Av. 53 ave y calle 47 ave.	Tercera	Hotel
Oro del mar # 2	Salinas	Calle 18 y av. 5ta	Cuarta	Hotel residencia
Santa rosa	Salinas	Calle 60 y av. 46 esq.	Tercera	Hotel residencia
Calypso 1	Salinas	Malecón de salinas	Primera	Hotel apartamento
Travel suites	Salinas	Av. Quinta e/ calle trece y catorce	Primera	Hotel apartamento
Palatino	La libertad	Mariscal sucre calle Guayaquil y calle 4	Tercera	Hotel residencia
Melbita	La libertad	Av. 10 entre la calle 14 y 15	Cuarta	Hotel residencia
Valdivia club	La libertad	Mirador costa de oro	Primera	Hotel apartamento
Baja montaña	Manglaralto	Manglaralto-montaña pueblo, sector la punta	Segunda	Hotel
Montaña	Manglaralto	Guido Chiriboga s/n y calle segunda	Segunda	Hotel residencia
Punta carnero	Anconcito	Punta carnero vía salinas - Anconcito	Lujo	Hotel
Del mar	Anconcito	Punta carnero - via Anconcito, en la roca pasando el puente	Primera	Hotel
Las conchas	Anconcito	Cdla. Las conchas, vía a libertad	Segunda	Hotel