



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y  
TURISMO**

**TEMA:**

DISEÑO DEL SERVICIO DE ANIMACIÓN HOTELERA COMO ACTIVIDAD  
COMPLEMENTARIA EN EL HOTEL PUNTA DEL MAR DEL CANTÓN LA  
LIBERTAD.

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Previo a la obtención del Título de:**

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

**AUTORA:**

JULIANA VICTORIA DEL PEZO TOMALÁ

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2018**

**TEMA:**

**DISEÑO DEL SERVICIO DE ANIMACIÓN HOTELERA COMO ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA EN EL HOTEL PUNTA DEL MAR DEL CANTÓN LA LIBERTAD.**

**AUTORA:**

**Del Pezo Tomalá Juliana Victoria**

**TUTORA:**

**Lcda. Aguirre Suárez Tannia, MSc.**

**Resumen**

El objetivo general de esta investigación está fundamentado en determinar la animación como actividad complementaria para huéspedes del Hotel Punta del Mar del cantón La Libertad; constituye una fortaleza al momento de ofertar un servicio de calidad y que los fidelice a los clientes. La metodología utilizada para este estudio fue de tipo descriptiva con idea a defender. Se aplicó la entrevista y la encuesta como herramientas para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder determinar la situación real del hotel. Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los huéspedes y empleados además de la entrevista al gerente del mismo, es que la propuesta de Diseño de Servicio de Animación como actividad complementaria para el mencionado establecimiento hotelero, servirá para hacerlo suficientemente llamativo para competir y diferenciarse de los demás hoteles, con un servicio convertido en valor agregado en la hotelería nacional e internacional.

**Palabras claves:** Animación Hotelera, Actividad Complementaria, establecimiento Hotelero, Servicio, Hotel, Diseño.



**THEME:**

**DESIGN OF THE HOTEL ANIMATION SERVICE AS A COMPLEMENTARY ACTIVITY AT THE HOTEL PUNTA DEL MAR DEL CANTON LA LIBERTAD THE FREEDOM OF SANTA ELENA PROVINCE, YEAR 2017**

**AUTORA:**

**Del Pezo Tomalá Juliana Victoria**

**TUTORA:**

**Lcda. Aguirre Suárez Tannia, MSc**

**Summary**

The general objective of this research is based on determining the animation as a complementary activity for guests of the “Punta del Mar” Hotel of the La Libertad canton; It constitutes a strength when offering a quality service and that loyalty to customers. The methodology used for this study was descriptive with an idea to defend. The interview and the survey were applied as tools to collect the information of the selected sample and to determine the real situation of the hotel. The results obtained from the surveys applied to the guests and employees as well as the interview to the manager of the same, is that the proposal of Animation Service Design as a complementary activity for the aforementioned hotel establishment, will serve to make it sufficiently striking to compete and differentiate itself from the other hotels, with a service converted into added value in the national and international hotel industry.

**Keywords:** Complementary, activity, service, hotel establishment hotel, design, hotel animation.

### **APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

En mi calidad de profesor Guía del trabajo de titulación “DISEÑO DEL SERVICIO DE ANIMACIÓN HOTELERA COMO ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA EN EL HOTEL PUNTA DEL MAR DEL CANTÓN LA LIBERTAD. ”, elaborado Juliana Victoria Del Pezo Tomalá , egresada de la Carrera de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Turismo, me permito en declarar que luego de haber dirigido certificadamente y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual apruebo en todas sus partes.



---

**Lcda. Tannia Aguirre Suárez MSc.**

**PROFESOR GUÍA**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

El presente Trabajo de Titulación: **DISEÑO DEL SERVICIO DE ANIMACIÓN HOTELERA COMO ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA EN EL HOTEL PUNTA DEL MAR DEL CANTÓN LA LIBERTAD**, elaborado por **Del Pezo Tomalá Juliana Victoria**, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

### **Transferencia de derechos autorales.**

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de **Ciencias Administrativas** carrera de **Hotelería y Turismo** pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.



**Del Pezo Tomalá Juliana Victoria.**

**C.C. No:0927834176**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por guiarme en todo momento, a mis padres que hicieron que todo esto sea posible para que culmine lo que me propuse hace unos años atrás, gracias por el apoyo incondicional en este arduo camino.

A mi Tutora Lcda. Tannia Aguirre Suárez Msc, más que una docente una excelente persona y amiga, por guiarme en la ejecución de este trabajo, de igual forma a las docentes Ing. Sabina Yillón, Lcda. Brusela Vásquez quienes fueron mis profesoras en mi formación profesional que de una u otra manera me brindaron su ayuda y asesoramiento necesario para la realización de este trabajo.

Gracias a todas aquellas personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

**Juliana Victoria Del Pezo Tomalá.**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por ser el todo creador y permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres Aquiles del Pezo Matías y Martha Tomalá González, a quienes les debo todo en mi vida, por ser ese pilar fundamental de nuestra familia por darme el apoyo necesario y regalarme la herencia más valiosa mis estudios, por su comprensión en todo momento y por enseñarme valores los mismos que me han enseñado el camino, a mis hermanos Aquiles, Bianca y Arelis que de una u otra forma me dieron su apoyo.

En especial a mi hija Ariana del Pezo Tomalá por ser el motor y la persona más importante, la que me inspira para culminar esta etapa de mi vida y por la que seguiré cosechando más éxitos.

De igual forma a mis docentes, por su tiempo en mi formación profesional, a mis amigos que de una u otra forma estuvieron en cada momento brindándome su ayuda necesaria.

**Juliana Victoria Del Pezo Tomalá.**

**TRIBUNAL DE GRADO**



---

**Econ. Rosa M. Panchana, MTF.**  
**DECANA (E) DE LA FACULTAD**  
**CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



---

**Lcda. Silvia Paola Peralta Mendoza, MSc.**  
**DIRECTORA CARRERA (E)**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



---

**Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.**  
**PROFESORA GUÍA**



---

**Lcda. Narcisa Brusela Vásquez Farfán, MSc.**  
**PROFESORA DE ÁREA**



---

**Ab. Víctor Coronel Ortiz, MSc.**  
**SECRETARIO GENERAL (E)**

## ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO I</b> .....	7
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	7
1.1 Revisión de la literatura .....	7
1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos.....	13
Animación hotelera.....	13
Importancia de la animación.....	13
Finalidades de la animación en la Hotelería .....	15
Clasificación de la recreación: .....	16
Actividades recreativas .....	18
Características de las actividades recreativas .....	18
Clasificación de las actividades recreativas .....	19
Tipos de actividades.....	19
Animador .....	21
Responsabilidades del animador.....	22
Características del animador.....	23
Perfil del animador.....	23
Huésped .....	25
Atención al huésped.....	25
Perfil del huésped.....	25
Tipología de Huéspedes.....	26
Servicios turísticos complementarios .....	28
Tipos de motivaciones .....	31

Alojamiento .....	32
<b>CAPÍTULO II</b> .....	35
<b>MATERIALES Y MÉTODOS</b> .....	35
2.1 Tipo de Investigación.....	35
2.2 Métodos de la Investigación .....	36
2.1Diseño de recolección de datos.....	39
<b>CAPÍTULO III</b> .....	40
<b>3.RESULTADO Y DISCUSIÓN</b> .....	40
3.1.Análisis de datos y resultados.....	40
3.1.1Análisis de la entrevista dirigidas a los huéspedes y personal que labora en el establecimiento hotelero. ....	40
3.1.2Análisis de la encuesta aplicada a los huéspedes del hotel.....	42
3.1.2.1Análisis de datos .....	42
3.3 Resultados.....	55
<b>CONCLUSIONES</b> .....	56
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	57
<b>PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	58
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	63
<b>3.8 WEBGRAFÍA</b> .....	63
<b>ANEXOS</b> .....	67

**ÍNDICE DE TABLAS**

TABLA 1 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE .....	69
TABLA 2 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE .....	70
TABLA 3 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	71
TABLA 4 PRESUPUESTO.....	81
TABLA 5 CRONOGRAMA .....	82

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

GRÁFICO 1 .....	42
GRÁFICO 2 .....	43
GRÁFICO 3 .....	44
GRÁFICO 4 .....	45
GRÁFICO 5 .....	46
GRÁFICO 6 .....	47
GRÁFICO 7 .....	48
GRÁFICO 8 .....	49
GRÁFICO 9 .....	50
GRÁFICO 10 .....	51
GRÁFICO 11 .....	52
GRÁFICO 12 .....	53
GRÁFICO 13 .....	54

**ÍNDICE CUADROS**

CUADRO # 1 POBLACIÓN DEL CANTÓN LA LIBERTAD .....	38
CUADRO # 2 CÁLCULO DE LA MUESTRA .....	73

## INTRODUCCIÓN

La animación hotelera sigue siendo un tema de mucha vigencia. En la actualidad es muy poco comprendida aún por algunos empresarios hoteleros, los cuales continúan aferrados a la idea de que hotelería es una habitación, buena comida, algunos cócteles y una piscina.

Desde su mismo origen, el hombre ha tenido que trabajar para poder subsistir, primero, mediante la caza y elaboración de artefactos y más tarde, al hacerse sedentario, en la agricultura y la ganadería, estas actividades causaban al hombre fatiga, por lo que era necesario tener un tiempo para descansar el cuerpo y divertirse, es así como se puede ver que el trabajo y el descanso se encuentran íntimamente relacionados desde el inicio de los tiempos. Actualmente, se define al descanso como la forma de liberarse de la tensión y el agotamiento físico producidos por el trabajo. Mientras que al ocio se le define como el conjunto de actividades que el hombre realiza sin verse obligado hacerlas Morfin, (2003).

A nivel global la cadena de hoteles ZT de España son especializados en vacaciones de familia, para ellos, la animación es indispensable y se ha convertido en un servicio complementario ya que los huéspedes no consideran dormir y comer como las principales variables a la hora de seleccionar un destino vacacional, lo realmente importante y determinante, es la búsqueda de nuevas experiencias turísticas, que actualmente marcan tendencia en el turismo, estas permiten ofrecer al cliente actividades extras que sirvan para sacarlo de su

cotidianeidad transformando su tiempo libre en un ocio activo y experimental. Abreu, (2015).

La animación en el Ecuador es capaz de crear un nuevo producto turístico, generando la posibilidad de nuevos empleos en la región donde se ejecute, para ello, se necesita el compromiso y la unión de los sectores tanto estatales como privados, se considera en la actualidad a la industria hospitalaria como una de las más grandes generadoras de empleo en el mundo. Abreu, (2015).

La competencia entre los lugares de alojamiento en el Ecuador y el mundo obligan a innovar para satisfacer las necesidades de los huéspedes y ofrecer una experiencia inolvidable que los impulse a regresar a determinado lugar u hotel. Mogrovejo Merchán (2010) expone la animación y su incidencia en la prestación de servicios turísticos en la ciudad de Cuenca, el autor sugiere que a través de esta investigación se puede generar una ventaja competitiva entre los establecimientos.

De acuerdo a lo antes mencionado por el autor, la animación como actividad además de ser una estrategia de posicionamiento, es un servicio ofertado como parte de aquellas actividades complementarias que permiten un incremento de demandantes, esta actividad a más de crear experiencias en los huéspedes permite que estos se involucren con otras personas, a través de estas nuevas alternativas de experiencias para el cliente se puede competir con otros hoteles de manera indirecta acaparando mayor clientela para el establecimiento hotelero. Cevallos Ríos (2013) manifiesta que un plan de animación es muy importante

como servicio en hoteles o hostales estos deben ser ofertados adecuadamente, ya que de acuerdo a lo que establecen los expertos en el tema será un plus adicional en la oferta de servicios que les permite a los establecimientos de alojamiento crecer de manera competitiva antes otros hoteles con un servicio adicional para los huéspedes.

En la provincia de Santa Elena existe diversidad en los servicios de alojamiento, los mismos que se encuentran en constante competencia para captar el mayor número de huéspedes; uno de los establecimientos hoteleros que realiza estas actividades como servicio complementario es el Hotel Decamerón Punta Centinela, en este establecimiento sus servicios ofertados radican en aquellas actividades adicionales como la animación hotelera haciendo que el turista se recree realizando otro tipo de actividades, contribuyendo a mejorar y fidelizar a los clientes de los establecimientos hoteleros. *Innovtur, (2016)*.

El presente estudio se basa en el Diseño del Servicio de Animación Hotelera como Actividad Complementaria en el Hotel Punta del Mar del Cantón La Libertad; el objetivo de esta investigación es proponer un programa de servicios de animación hotelera para la motivación de los huéspedes del hotel; una de las ventajas de este establecimiento es que cuenta con una sala de eventos amplia donde se puede desarrollar actividades de animación y recreación, que por el momento no se llevan a cabo; sin embargo, en temporadas se ofrecen conciertos para clientes internos y externos. A pesar de estar ubicado en una zona privilegiada y de contar con las características antes mencionada, su demanda no

es aquella deseada, pues los clientes que llegan a este hotel en su mayoría son clientes o turistas de negocios, estos se consideran visitantes y por lo general no pernoctan las 24 horas en el establecimiento. Así como también recepta familias que al llegar a las instalaciones del hotel buscan otras alternativas de ocio que complementen su estadía, también parejas que llegan de luna de miel; también cuenta con clientes de carácter artístico que llegan por presentaciones de eventos en el mismo hotel o en zonas aledañas; de acuerdo a este estudio se ha considerado como fin importante que el hotel oferte este servicio como actividad complementaria, que le permita convertirse en el primer establecimiento de la provincia que otorgue este servicio como parte de las actividades hoteleras.

Debido a la gran importancia que tiene actualmente la Animación en la industria hotelera en el buen uso del tiempo libre de los huéspedes, mediante la investigación se busca conocer u observar cuál es la relevancia de la aplicación de este servicio en el hotel Punta del Mar, no sólo conocer cómo incrementará la fidelización de los huéspedes y la aceptación de una futura demanda, sino también obtener información de las expectativas de los clientes ante el servicio como tal, por esta razón, es necesario investigar ¿Cómo incide el diseño del servicio de animación hotelera en las actividades complementarias del Hotel Punta del Mar?

La investigación realizada tiene como objetivo General “Analizar la incidencia del servicio de animación hotelera en las actividades complementarias del hotel Punta del Mar”

El presente estudio direcciona la investigación con las siguientes tareas científicas:

- Análisis de la fundamentación teórica sobre Animación Hotelera que proviene de diferentes autores para fortalecer la parte teórica del proyecto.
- Diagnóstico de los servicios ofertados en el Hotel Punta del Mar, a través del levantamiento de información mediante encuestas y entrevistas.
- Elaboración del Diseño de Servicio de Animación Hotelera en el Hotel Punta del Mar

La Animación Hotelera como actividad complementaria hoy en día se ha convertido en una de las actividades que generan ingreso a los hoteles; esta actividad les permite a los establecimientos de alojamiento recibir mayor demanda que se incentiva a realizar acciones diferentes a la de comer y dormir.

Propone al turista o viajero un sin número de actividades, deportes, sociales, culturales, para toda las edades y sexos, manteniéndolos siempre ocupados con las tareas más divertidas, las cuales generan más fuentes de trabajo al ámbito local, mayor participación de todos los involucrados con la actividad realizada.

De acuerdo a los estudios antes mencionados con respecto a la propuesta del diseño del servicio de animación hotelera como actividad complementaria en el Hotel Punta del Mar, se considera que será de gran importancia porque a través de esta actividad se tiene bases teóricas para la realización del trabajo de investigación, la implementación de la actividad como tal es beneficiosa y permitirá al hotel crear una fidelización con el cliente, además de contribuir directamente con su satisfacción.

El presente trabajo de investigación está estructurado de la siguiente manera; El Capítulo I está compuesto del marco teórico donde se muestra la revisión de la literatura sobre animación hotelera, fundamentos sociales, psicológicos, filosóficos y legales, estos temas son una pauta para el mejor entendimiento del tema que se ha propuesto para el establecimiento hotelero. En el Capítulo II, se presenta la metodología utilizada para la aplicación de la investigación, dentro de la cual se encuentran las encuestas y entrevistas realizadas a los huéspedes y empleados del establecimiento hotelero. Por otro lado, el Capítulo III, se muestran los resultados y discusión, estos están compuesto por el análisis de datos, limitaciones, resultados de la investigación, finalizando con las conclusiones y recomendaciones que permitirán conocer si el diseño de un servicio de animación hotelera aportaría a la oferta complementaria del establecimiento.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1 Revisión de la literatura**

Para el presente tema de investigación se ha tomado como referencia la tesis de grado de Mogrovejo Merchán (2010), titulada “LA ANIMACIÓN TURÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS” en la ciudad de Cuenca. Tiene como objetivo “Lograr que la actividad turística sea más dinámica a través de la inclusión en la animación turística como una fortaleza en la prestación de servicios en establecimiento como hoteles, el diseño de la metodología que utilizó fue la exploratoria en la cual está inmersa la observación y recolección de datos a través de encuesta y fichas de observación, que fueron muy importantes para el desarrollo de esta investigación por lo que se detallan las conclusiones más relevantes, a continuación.

- ❖ La animación hotelera surge como estrategia de posicionamiento para generar una ventaja competitiva en los establecimientos hoteleros, originariamente, y luego empieza a extenderse tanto en su estudio como en su aplicación.
- ❖ La animación hotelera permite una sinergia entre la oferta y demanda, ya que debe conocer estos dos elementos de manera integral para una correcta dirección de actividades y se logre la satisfacción de los huéspedes.
- ❖ La Animación permite volver a crear experiencias, sensaciones, emociones y sentimientos a través de cualquier actividad considerada animada.

La información antes mencionada fue tomada en consideración como estudio con el fin de determinar elementos que se pueden implementar en el diseño del servicio de Animación Hotelera como actividad complementaria en el Hotel Punta del Mar y con esto poder generar una ventaja competitiva frente a otros establecimientos del lugar. De tal manera que sea un producto diferenciador que el hotel pueda ofrecer y esto permitirá a su vez el incremento de la demanda que contribuya a la satisfacción de las necesidades y expectativas del huésped o visitante, creando experiencias únicas generando aceptación ante las actividades que ofertaría el establecimiento, además de generar plazas de empleos ya que si un turista llega a una localidad genera ingresos económicos desde el momento de su llegada hasta el momento que abandona el sitio.

Se toma como referencia el artículo científico de (Almendariz Amoró, Enrique Castillo, & Escudero Sanz, 2013) titulada: PROGRAMA PARA INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN EN LAS ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN EN CLIENTES CUBANOS DE 12 A 15 AÑOS QUE VISITAN EL HOTEL CLUB AMIGO DE AGUAS AZULES. Como objetivo planteado es “proponer un programa de animación específico para el segmento de edad de 12 a 15 años que visitan la instalación hotelera”, los principales métodos utilizados fueron la encuesta al cliente, la entrevista a los animadores y la observación, del artículo científico; tomamos las conclusiones más relevantes.

- ❖ Se elaboró un programa de animación con una amplia propuesta de actividades físico-recreativas teniendo en cuenta las características y necesidades de los clientes cubanos de 12 a 15 años que visitan el hotel

Club amigo “Aguas azules” de Varadero, lo cual incrementará los niveles de participación de los mismos en las actividades de animación.

- ❖ La constatación del programa de animación, mediante la consulta por los expertos, permitió la evaluación positiva de sus elementos estructurales y las posibilidades para su aplicación en la práctica.

A través de las tesis antes mencionadas, se destaca que con la implementación de actividades de animación en los hoteles se puede obtener beneficios de gran importancia haciendo que los huéspedes tengan otra perspectiva del lugar donde se van a hospedar, además con el presente estudio se podrá detectar las necesidades y motivaciones que posean los turistas para así poder realizar las actividades correctas, y ellos se puedan sentir cómodos y por esta razón puedan realizar marketing boca a boca y se pueda fidelizar a los clientes y ellos regresen por los servicios ofertados.

También para el presente tema de investigación se ha tomado como referencia la tesis de (Cevallos Ríos, 2013), titulada: “PROPUESTA DE PLAN DE ANIMACIÓN Y RECREACIÓN TURÍSTICO EXPERIENCIAL PARA EL HOSTAL FRANCISCO III DEL CANTÓN SALINAS COMO ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA Y LA DESESTACIONALIZACIÓN DE LA DEMANDA” que tiene como objetivo: “que los Hoteles sean centros de descanso y diversión brindando a los huéspedes la posibilidad de cumplir algunos de sus sueños de vacaciones que contribuirá a la mejora de su calidad de vida”. El diseño de la metodología que utilizó fue el método hipotético-deductivo además de las técnicas de recolección de datos como: la encuesta y entrevista realizadas

tanto a los turistas y huéspedes del establecimiento hotelero, de esta investigación se tomó como referencias las conclusiones más relevantes, a continuación:

En base a la investigación previa a la elaboración de la presente propuesta de animación se ha podido confirmar la idoneidad en la creación de una nueva oferta o producto que ofrezca alternativas experienciales y vivenciales innovadoras.

- ❖ Tanto los especialistas en la materia como las instituciones indagadas han mostrado su confianza en una iniciativa innovadora como la propuesta, así como la necesidad de apostar por nuevas alternativas de oferta al turista, que propicien su interés, no sólo durante la temporada alta sino en general durante el año. En este sentido, ven plausible la apuesta por nuevos segmentos de mercado como los localizados por el estudio, aquí cobra especial importancia el mercado de “adulto mayor”, un nicho que sin duda ha sido y está siendo desatendido y por el que apuesta definitivamente el plan de animación diseñado.

Se consideró como referencia el tema antes mencionado ya que de acuerdo a estudios, estos temas son similares y buscan dar nuevas experiencias a los huéspedes y turistas que pretendan inquirir alternativas novedosas de relajamiento, buscando desestresarse por motivos de trabajo y esto hace que lleguen a lugares donde ofrezcan diferentes servicios extra hoteleros, de esta manera se dará un plus adicional a la estadía del cliente mediante el servicio diferenciado, todas estas actividades deben ser para diferentes edades así como para niños, jóvenes y adultos mayores, que de acuerdo a cada segmento, deben ser

totalmente distintas si se tienen diferentes grupos, y por ende también debe haber alternativas que se puedan realizar en familias.

De igual manera se consideró como referencia la tesis de Checa Zambrano (2015) titulada: “ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS DE RECREACIÓN EN HOTELES DE QUITO Y PROPUESTA DE UNA NUEVA ESTRUCTURA DE ENTREGA DE SERVICIOS RECREATIVOS ACORDE A LAS NUEVAS TENDENCIAS”.

El trabajo tiene como objetivo: analizar el servicio recreativo del hotel Sheraton Quito en conjunto con otros Hoteles de la misma categoría, creando una propuesta nueva de servicios recreativos, la metodología empleada en esta investigación fue la siguiente: se utilizó la investigación exploratoria, con un enfoque cualitativo, de la presente investigación se describen a continuación las relevantes.

- ❖ Se puede concluir que, aunque la oferta recreativa en la mayoría de hoteles de la ciudad de Quito es deficiente y poca variada, también se puede encontrar en una menor cantidad una oferta recreativa que va creciendo poco a poco, y que busca principalmente la satisfacción de los huéspedes.
- ❖ La investigación realizada en los 3 hoteles seleccionados permitió definir los beneficios a obtenerse mediante la aplicación de actividades recreativas en sus instalaciones, los beneficios que se obtienen en la realización de actividades físicas son representados en la salud de los actores e implicados en estas alternativas. Además, de los beneficios que se pueden encontrar en la realización de la animación en los hoteles, no solo es de carácter social y cultural para el cliente, sino también por salud y bienestar al cuerpo, puesto que también contribuye mucho a la salud mental, como,

por ejemplo, la realización de aquellos deportes que suelen ser de rutina, en el cliente como; correr, trotar, entre otros, de esta forma los hoteles obtendrán diferentes beneficios que ayudará a la continua mejora de las actividades recreativas.

- ❖ Se pudo analizar las políticas de servicio e infraestructura con las que los 3 hoteles cuentan, en cuanto a las políticas de servicios se encontró que tan solo el hotel Quito es el que tiene falencias, su estructura organizacional no está bien establecida y no existen normas y políticas definidas de atención al cliente y de objetivos comunes que mediante su ejecución permitan mantener un estándar de calidad en el hotel, por esta razón existen muchas quejas por parte de los usuarios de este hotel que exigen mejoras en tanto en la calidad de servicio como en la variedad del mismo.

Las teorías antes mencionadas fueron analizadas por la autora de la presente investigación ya que de acuerdo a las similitudes, se pudo evidenciar que los resultados serán de gran aporte tanto para los turistas siendo estos los favorecidos directos, al desarrollar este tipo de actividades en la animación hotelera como parte del servicio complementario, de ésta manera también se beneficia al personal de dicho establecimiento a través de la preparación que se le dará para brindar este servicio, cuál es la importancia del mismo en la oferta del hotel, y cuál sería su función directa ante el cliente que es el consumidor final, pues será un servicio que generará reacción ante todos los involucrados, esto ayudará con la fidelización del cliente, además que esta nueva alternativa se utilizará como

estrategia competitiva a nivel cantonal y provincial ante los otros hoteles, siendo este innovador y capaz de receptar nueva clientela.

## **1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos**

### **Animación hotelera**

La animación hotelera es una actividad reciente que se da en hoteles, conlleva gran responsabilidad para desarrollar habilidades de los huéspedes logrando un disfrute al máximo y esparcimiento placentero para los clientes OMT (1983)

La animación en el Hotel Punta del Mar será un conjunto de acciones que impulsan a los huéspedes del establecimiento a participar en una determinada actividad especialmente en el desarrollo sociocultural, ya sea de un grupo o una sola persona, la animación hotelera tiene dos objetivos que serán muy importantes en la aplicación al hotel: desarrollar la comunicación que esto no es más que fomentar la vida social y cultural de los huéspedes; y, el otro objetivo es el crear un ambiente de armonía para los huéspedes.

De acuerdo al autor (Plant, 2009) se entiende la animación hotelera como una experiencia que es capaz de integrar a una persona en actividades de entretenimiento, fortaleciendo y mejorando la mente, que les permite a las personas desarrollar el carácter, adquirir habilidades, mejorar la salud y la aptitud física, además de aumentar el desarrollo social o carisma entre una persona con otra, o de un grupo de personas ante actividades que se involucren demás actores.

**Importancia de la animación.** La animación cobra cada vez más importancia en hoteles vacacionales especializados en familias. Las familias no consideran

dormir y comer como las principales variables a la hora de seleccionar el destino vacacional, esto se da por hecho, lo realmente determinante es la búsqueda de experiencias turísticas que lo saquen de su cotidianidad y que transformen su tiempo libre en un ocio activo y experiencial, la animación es muy importante como servicio complementario del Hotel Punta del Mar, ya que será un aporte a la oferta del mismo y así habrá más demanda y por ende será un hotel el cual se diferenciará de otros por el servicio que brindará satisfaciendo las necesidades de los turistas o visitantes.

### **Funciones de la animación y recreación**

La función de la animación se define como, la adaptación a las diferentes formas de vida social, como elemento complementario de las distintas adaptaciones y elemento de desarrollo individual y grupal.

La (OMT, 2004) identifica las funciones específicas de la animación:

- ❖ **Función social:** integración del individuo, en el medio social que se encuentra inmerso.
- ❖ **Función cultural:** difusión de las obras de arte e históricas, el contacto directo de estas con el turista y así con la cultura de la región que la protege.
- ❖ **Función de marketing de boca en boca:** la recomendación de los turistas hacia el establecimiento, permite el aumento de sus

ventas e incremento de sus ganancias, viendo esto como un servicio diferenciado.

Las funciones de la animación son muy importantes, debido a que influye en lo social que será de integrar a una persona con otra, ya que los huéspedes que acuden al Hotel Punta del Mar a veces son personas que andan solas y esta será una función de integrarlos con los demás huéspedes para que se sientan cómodos y tengan una experiencia muy agradable; la parte cultural, se enfocará en que el turista conozca la cultura de nuestra provincia, mostrándole a través de las actividades de recreación cómo los juegos tradicionales u obra de teatro sobre la localidad y la función de marketing serán de mucha importancia, porque de acuerdo a lo que se le pueda brindar en el hotel Punta del Mar, el huésped hará marketing del establecimiento y este no gastará dinero en una promoción porque los mismos huéspedes lo harán de forma indirecta a través de la promoción boca a boca.

### **Finalidades de la animación en la Hotelería**

La animación contribuirá de manera positiva al Hotel Punta del Mar al implementar el servicio de la animación como actividad complementaria para satisfacer y cubrir las necesidades de los huéspedes, todo esto mediante programas variados con actividades que se desarrollarán para crear un ambiente de comunicación entre huéspedes de distintas nacionalidades o localidades, así también, se dará a conocer la cultura del cantón La Libertad y de la provincia de Santa Elena, además se vinculará al huésped con el personal del hotel y esto

ayudará a mejorar la rentabilidad creando un vínculo de familiaridad y apego eligiendo siempre el establecimiento sobre nuevas opciones que se generen en el mercado; a continuación se describen las finalidades de la animación hotelera según los requerimientos y espacios analizados en el sector en el que se encuentra ubicado :

- ❖ Crear un ambiente de comunicación, entre los huéspedes de distintos países, sexo, edad, religión, por medio de las actividades que se realicen en el Hotel Punta del Mar.
- ❖ Lograr el interés de los huéspedes por las costumbres y tradiciones del cantón La Libertad.
- ❖ Vinculación del cliente a la comunidad, por medio del patrimonio histórico y sociocultural del cantón.
- ❖ Aprovechamiento del tiempo libre para ganar una mejor calidad de vida.
- ❖ Mejorar la diversificación de los servicios del hotel Punta Del Mar originando que los clientes repitan su estadía, propiciando además el ingreso de nuevos huéspedes.

#### **Clasificación de la recreación:**

La clasificación de la animación se organiza con base en las funciones que un animador desempeñará en su labor profesional para que los participantes, visitantes o turistas se desenvuelvan sin ataduras y se liberen de la carga de stress que vive a diario, teniendo muy en cuenta que en su mayoría los huéspedes que

llegan al hotel son los que realizan turismo de negocios, por lo cual, se considera dentro de la animación dos formas de realizar una recreación para el cliente.

1. Animación cultural
2. Animación de Integrar.

1.- Animación cultural: La cultura por sí sola se vuelve una animación para la atracción del turismo, el conocer la cultura o tradiciones de un país motiva el interés por parte del turista y más para el extranjero. Es importante, promover la cultura, monumentos, museos, festivales, así como lugares con atractivos históricos importantes y atractivos naturales, de esta manera los huéspedes del hotel que opten por recibir este servicio conocerán a través de la animación cultural aquellas costumbres y tradiciones identifican a los pobladores del cantón donde se encuentra situado el establecimiento hotelero.

2.- Animación de integrar: La animación de integrar o integral permite la formación de varios subgrupos con diferentes características para que logren un mismo fin, aunque ese fenómeno presenta implicaciones sociales y psicológicas en su unión.

Se entiende que el ser humano por su naturaleza es sociable, por ello está en constante relación con los demás individuos, por lo que los centros en donde se cuenta con animadores, como los hoteles, resorts o clubes han estado interesados en satisfacer las necesidades del cliente, desarrollando tours y actividades tanto culturales como deportivas, de entretenimiento, entre otros.

Es así como la animación de integrar, no solo permitirá que el huésped del hotel Punta del Mar se involucre más con la gente de los alrededores, sino también se

creará una relación entre ellos al momento de realizar las diferentes dinámicas con un mismo fin, es decir, que sin conocerse podrá haber más empatía y podrán involucrarse a través de los juegos o actividades que realicen en la animación.

La animación integral se da particularmente en tres diferentes tipos de turismo que son:

- ❖ Turismo familiar: este tipo de viajes permite a la familia compartir sus inquietudes y deseos.
- ❖ Turismo de negocios: actividad meramente comercial ya que el hombre de negocios solo permanece unas horas en el destino.
- ❖ Turismo de aventura: incluye actividades extremas al aire libre.

De acuerdo con lo investigado, estos tres tipos de turismo son muy importantes en un establecimiento de alojamiento y en este caso sería el Hotel Punta del Mar, puesto que estos son los que más atraen a los huéspedes.

### **Actividades recreativas**

Las actividades recreativas son todas aquellas que permiten a una persona en este caso a un turista o huésped del Hotel Punta del Mar, aumentar la creatividad de los individuos siempre y cuando las actividades sean acorde a sus intereses y capacidades, por ejemplo: el tipo de sexo, la edad y las diferentes motivaciones.

### **Características de las actividades recreativas**

(Pérez, 2003) De acuerdo con lo investigado las características de las actividades son muy importantes de conocerlas, pues así se puede obtener las actividades acordes a los huéspedes del Hotel Punta del Mar, las características son:

- ❖ Es voluntaria
- ❖ Es de participación gozosa
- ❖ Es regeneradora de las energías gastadas en el trabajo, estudio o diario vivir de los huéspedes
- ❖ Es compensadora de las limitaciones y exigencias de la vida
- ❖ Es saludable

### **Clasificación de las actividades recreativas.**

Las actividades recreativas se clasifican de diferentes maneras, pero en relación al turismo se clasifican de acuerdo a la orientación; de las cuales se subdividen en tres como son: la **Motriz**, en donde están inmersos los juegos tradicionales, las danzas, los deportes entre otros: en lo **Cultural**, están inmersos el teatro, música, espectáculos, y lo **Social**: como charlas, bailes y encuentros, de las que se mencionan, algunas serán de vital importancia para la recreación turística que se ofertará en el Hotel Punta del Mar.

### **Tipos de actividades**

Las actividades recreativas se pueden estudiar a través de tres variables:

1. **Especie de la actividad:** se refiere a los diferentes tipos de actividades, pueden ser divididas en cinco categorías:
  - ❖ **Esparcimiento:** comprende las actividades como paseo, el uso de las playas o piscinas, excursiones a las montañas o bosques que no requieran un adiestramiento especial y todas aquellas actividades que resulten un atractivo para el participante.

- ❖ **Las visitas culturales:** se refiere a las actividades como visitas a museos, monumentos artísticos y culturales como: iglesias, ruinas, zonas arqueológicas, lugares turísticos, visitas a sitios artesanales, fiestas populares y tradicionales folklóricas.
  - ❖ **Sitios naturales:** corresponden a la observación y al disfrute de la naturaleza en sus diferentes manifestaciones.
  - ❖ **Actividad deportiva:** se refiere a todas aquellas actividades que involucren una actividad física, así como una actividad deportiva.
  - ❖ **Asistencia a acontecimientos programados:** esta tiene que ver con los espectáculos de luz y sonido, exposiciones festivas, concursos de bellezas, corridas de toros, partidos de fútbol espectáculos nocturnos, entre otros.
2. **Naturaleza de la actividad:** esto implica tomar como sujeto de análisis al propio participante para investigar su comportamiento y actitud durante la visita o la práctica de una actividad recreativa, se puede subdividir en cinco posibilidades tales como:
- 1 y 2: corresponden a las actitudes personales.
  - 3 y 4: son formas de realizar la actividad.
  - 5: la consecuencia espacial del modo de practicarla.
1. **Ser protagonista:** implica la participación en la misma actividad y por consecuencia estar activamente participando.
  2. **Ser espectador:** implica simplemente observar la actividad sin tener ninguna inferencia en la actividad más que la de presenciar y actuar de manera pasiva.

3. **Las actividades individuales:** implican que algunas de ellas se pueden realizar en forma individual sin que participen otras personas.
  4. **Las actividades grupales:** implican la realización de algunas actividades en grupo ya que no es posible realizarlas en forma individual, esto permitirá a todos los involucrados que se conozcan para poder desarrollar la acción con más confianza y dinamismo entre ellos.
- 
3. **Estructura de la actividad:** la intensidad y la distribución en el espacio son dos aspectos que conforman la estructura de la actividad, la intensidad de la actividad investiga la importancia relativa de la misma.

Los tipos de actividades se pueden desarrollar de acuerdo con las instalaciones del Hotel Punta del Mar, así como también, se debe tener en cuenta los tipos de huéspedes que se alojarán en él, para la realización de las actividades recreativas siempre se va a necesitar de una persona que esté al frente de las actividades, en este caso, sería el animador que a continuación se describirá su perfil características que deben ser acordes para la actividad que este debe realizar en el hotel.

### **Animador**

El animador, es un profesional que ejerce enorme influencia sobre personas o una colectividad, especialmente durante el uso del tiempo libre, permitiendo que se establezcan contactos e intercambios humanos; conocido también como un intermediario para el desarrollo de las actividades dentro del medio ambiente, natural, social y turístico.

El animador proporciona distracción no siempre como actor, ya que debe permitir a cada persona descubrirse así mismo, realiza la función de un embajador cultural, estará siempre preparado para ofrecer información sobre el entorno donde radica su instalación hotelera, dominando las ofertas de la mismas; Morfin (2003) determina al animador como la cara más visible de un establecimiento, en este sentido, es la persona que más poder de fidelización posee sobre el cliente por lo que debe de ostentar algunas cualidades.

El animador dentro de un establecimiento de alojamiento que ofrece el servicio de animación hotelera es muy importante, aportará de manera positiva pues será quien tenga contacto directo con los huéspedes, además que en él recaerá toda la responsabilidad para dar un buen trato a los huéspedes.

### **Responsabilidades del animador**

Las responsabilidades del animador es muy importante conocer para así contar en el Hotel Punta del Mar con una persona que posea estas responsabilidades como la de proponer, ejecutar, coordinar, participar y ser comunicativo para que este pueda desenvolver en el cargo de animador.

Las responsabilidades de animador son:

Proponer, ejecutar y organizar programas de animación, teniendo en consideración los intereses, gustos, preferencias y motivaciones de los clientes para proporcionarles un buen disfrute de las acciones.

- ❖ Coordinar con las demás áreas del hotel Punta del Mar las necesidades de materiales, para el buen éxito de una actividad.
- ❖ Participar en reuniones de información dando a conocer las actividades que se realizaran en el programa de animación en el hotel Punta Del Mar.
- ❖ Establecer comunicación directa con los clientes teniendo como objetivo lograr su confianza y participación en las actividades.

### **Características del animador**

Conocer las características del animador, es de vital importancia para el personal del Hotel Punta del Mar, ya que así se podrá seleccionar de acuerdo a sus características para el cargo que pueda desempeñar con las funciones, acorde a lo establecido.

Las características del animador son:

- ❖ Conocimiento de idiomas aplicados a la profesión.
- ❖ Conocimiento teórico práctico de las actividades socioeducativas.
- ❖ Conocimientos psicológicos y sociológicos.

### **Perfil del animador**

Al igual que las características así mismo es indispensable conocer el perfil del animador para que este pueda desempeñar sus funciones de la mejor manera posible dentro del Hotel Punta del Mar, además el perfil será acorde a las

necesidades que tenga el establecimiento relacionado a las actividades de animación.

### **Funciones del animador**

Las funciones o actividades que debe realizar el animador que estará en el Hotel Punta del mar debe de incentivar a la persona o grupos de personas, facilitar la información requerida por una o varias personas, incrementar conocimiento de acuerdo a las actividades que estarán a su cargo, será capaz de difundir y ubicar asistencia técnica y directamente, para la ejecución y marcha de las actividades que lo requiere.

### **Tipos de animadores.**

Al describir al animador, se podrá conocer el tipo de actividades recreativas que pueden desempeñar ante el huésped con mayor relevancia, ya que, de acuerdo a lo investigado, una persona no es suficiente para todas las actividades que se desarrollarán en el Hotel Punta Del Mar, a continuación, se describen los tipos de animadores:

- ❖ **Animador Lúdico:** Vincula los diferentes procedimientos para la formación del adulto
- ❖ **Animador cultural:** es un agente social, cuya función principal es implantar y al mismo tiempo desarrollar actividades deportivas y formativas.
- ❖ **Animador terapéutico:** se centra en personas con necesidades de tipo curativas y de relajación
- ❖ **Animador turístico:** organiza y encamina una serie de pasos de carácter recreativo, deportivo y cultura.

- ❖ **Animador promotor:** permite la fácil obtención a publicaciones culturales y ayuda a la asimilación de una manera crítica.
- ❖ **Animador principal:** Motiva a las personas y las introduce en su campo de trabajo, presentando las diversas posibilidades de ocupación de su tiempo libre.
- ❖ **Animador de grupos:** integrar al individuo a un grupo, de acuerdo a sus objetivos, necesidades y preferencias, este siempre debe de ser capaz de integrar a todas las personas para el desarrollo de las actividades.
- ❖ **Animador organizador:** Es la persona que interviene en la parte operativa como promoción y difusión del arte, dominio de acción cultural y acción social.

Al describir los tipos de animadores, es con el fin de conocer el personal adecuado para direccionar las actividades que se deben cumplir en el programa de animación.

### **Huésped**

Según: Pérez & Merino (2011), los huéspedes son personas que aunque viajen solos, en parejas, familias, grupos de amigos o grupos de interés especiales, representan una variedad de individualidades que plantearán diferentes requerimientos, distintas formas de comunicación y todo aquello que significa para todo el personal de un hotel: atenderlos, entenderlos y satisfacerlos, brindándoles la atención y entregándoles los servicios como a los más distinguidos personajes.

## **Atención al huésped**

Leiva Gallardo (2011) establece como departamento de recepción al primer encuentro que posee el invitado con el establecimiento hotelero, los empleados que lo integran requieren del conocimiento y la aplicación de aspectos del ceremonial y de la normativa protocolar. La amabilidad en el trato hacia el invitado a un evento es considerada como uno de los pilares fundamentales para tener en cuenta en la proyección de una imagen corporativa de excelencia. En un hotel la carta de presentación es la atención que tienen los empleados ante el huésped en su estadía.

## **Perfil del huésped**

El perfil de un huésped depende de factores que el personal de un establecimiento considere como:

- ❖ Las aptitudes
- ❖ La personalidad
- ❖ Las actitudes
- ❖ Preferencias
- ❖ Los hábitos
- ❖ Su carácter
- ❖ Las necesidades
- ❖ Sus motivaciones.

## **Tipología de Huéspedes**

### **1. Tipos de huéspedes que visitan un hotel**

- ❖ **Turistas:** son aquellos que viajan por hacer turismo, recreación, visitas y actividades no comerciales, quieren aprender acerca de las costumbres la historia y el idioma de cada lugar que visitan, por lo general viajan en grupo, a estos se le tiene que dar toda la información que necesiten sobre la zona, el transporte, los eventos locales que pueden tener lugar en la zona, entre otras, para que se sientan como en su casa, por lo general están buscando servicios de recreación, alimentos y bebidas, este tipo de huéspedes suelen ser muy sensibles a los precios.
- ❖ **Familias:** Suelen viajar fines de semana y quieren un breve descanso de su rutina diaria, ellos están buscando un lugar tranquilo para relajarse y disfrutar de su tiempo, además buscan servicios de recreación alimentos y bebidas y valoran el hotel que les ofrezca servicio de canguero en sus instalaciones, comidas especiales para niños y equipos de animación.
- ❖ **Personas Mayores:** Muchas veces son personas que no pueden cuidar del todo de sí mismos cuando pasan los años, por lo que están buscando un hotel con ambiente agradable y acogedor, el personal debe ser agradables y paciente con ellos y cuidarlos sin darle la impresión de que nos comportamos con ellos como si fueran niños.
- ❖ **Viajeros de negocios:** Es el mercado más importante para muchos hoteles de ciudad y esta es la razón por la que los hoteles que dirigen este mercado han diseñado productos y servicios específicos para cubrir las

necesidades como un entorno tranquilo; a la mayoría de los viajeros de negocios, no les gusta estar en hoteles porque después de un duro día de trabajo prefieren quedarse en un lugar tranquilo para descansar y relajarse en vez de una habitación ruidosa en un hotel, a este tipo de huéspedes se le tiene que ofrecer facilidades tales como salas de reuniones, servicios de computación, acceso de internet. Los viajeros de negocios no suelen ser muy sensibles a los precios y a menudo utilizan la comida del hotel (especialmente el servicio de habitaciones). Las bebidas y las instalaciones recreativas, es un conveniente y rentable mercado y es un segmento importante debido a su nivel estable de demanda a unos precios elevados.

- ❖ **Delegados:** las reuniones y convenciones por lo general atraen a cientos de personas y esta es la razón por la que tenemos que convencer al organizador de la reunión para elegir nuestro hotel, ellos están buscando un servicio rápido y no les gusta estar en colas esperando, las reuniones y convenciones tienen que ver con las personas que asisten a seminarios, asociaciones comerciales, espectáculos.

## **2. Tipos de huéspedes según las características comunes**

### **1. Según la asiduidad con que se hospedan en un hotel**

- ❖ Huéspedes habituales
- ❖ Vip`s o very important persons
- ❖ Huéspedes ocasionales
- ❖ Clientes potenciales

## **2. Según su procedencia**

Existen dos grandes ramas

- ❖ Clientes Nacionales
- ❖ Clientes Internacionales

## **3. Por el tipo de reserva**

- ❖ Individuales
- ❖ Grupos
- ❖ Reservas anticipadas

### **Servicios turísticos complementarios**

Los servicios complementarios pueden ser entendidos como ofertas de servicios con las que cuentan de forma alternativa, las distintas compañías, tanto si se trata de una empresa fabricante de productos o de servicios, más allá del propósito central de la empresa y con el fin de mejorar al máximo la atención prestada.

Los servicios complementarios pueden ofrecerse al turista ya sea de manera individual o pueden estar incluidos dentro de un paquete turístico, esto va a depender de los fines y objetivos que haya tenido el turista para viajar.

En los hoteles, los servicios complementarios son de diferentes carácter de acuerdo al recurso económico de cada hotel, en el caso del Hotel Punta del Mar, posee servicios para sus huéspedes como: estacionamientos, servicio de alimentos y bebidas , salón de eventos, wi-fi, discoteca, un centro comercial, entre otros, pero el huésped siempre está en busca de nuevos servicios que satisfagan su

estadía en el lugar , por lo que, se considera que el hotel oferte entre sus servicios las actividades complementarias que forman parte del diseño de animación, esto permitirá la fidelización del huésped ante el establecimiento.

Los hoteleros siempre están buscando la manera de mejorar la experiencia de búsqueda del cliente, con un creciente número de establecimientos participando en el mercado, puede resultar difícil destacar, aunque el precio, los comentarios, la ubicación y conveniencia siguen siendo los elementos clave para los viajeros, un reciente estudio de TripAdvisor señala que el 77% de las reservas están motivados por los servicios disponibles que ejerzan, así como el valor añadido para los consumidores, además, revela que algunos servicios complementarios son considerablemente más influyentes en la toma de decisión final que otros, como por ejemplo, el que haya el servicio de wi-fi gratis, en las habitaciones influye en el 74% de los usuarios para que se reserven o no en ese hotel, lo mismo ocurre para el 60% con el desayuno incluido en el precio, los amenities de la habitación para el 56%, servicios gratuito de traslados al aeropuerto para el 35% y el hecho de que el personal del hotel hable el idioma del cliente para otro 35%.

**Ocio:** Es considerado el tiempo libre de una persona, en la cual cesan sus actividades u obligaciones laborales como el trabajo.

### **Tipos de Ocio**

- ❖ **Ocio nocturno:** Se asocia a las actividades realizadas en la noche y que se desarrollan en bares, discotecas y lugares que se consideren adecuadas para esta actividad, en donde la música y la bebida son el mayor atractivo.

- ❖ **Ocio espectáculo:** Es todo lo relacionado a los espectáculos presentaciones culturales como teatro, cine, danza, entre otros.
- ❖ **Ocio deportivo:** se relaciona a todo lo que se realice con el fin de realizar una práctica deportiva. se refiere a la práctica de algún deporte.

**Tiempo libre:** Es aquel tiempo que una persona tiene para realizar una actividad que desee, sin ninguna obligación, se considera que este tiempo libre que corresponden a las horas de estudio, trabajo o tareas de hogar con el fin de salir de la rutina, realizando diferentes actividades dirigidas al ocio y recreación que complementen el tiempo de descanso de las personas.

### **Motivación**

(Valdés Herrera, 2016) La motivación son aspectos psicológicos que se relacionan directamente con el desarrollo de una persona, en este caso en el huésped, la motivación no es un rasgo personal más bien son extrínsecas creadas para motivar o incentivar a una persona, las motivaciones para el huésped serán las actividades de animación que se ofrezcan en el hotel Punta Del Mar, de tal manera que complementen su estadía en el establecimiento antes mencionado.

La motivación parte de dos puntos importantes dentro del hotel pues existirá una motivación para el personal que trabaja incentivando con bonos por parte del establecimiento para que ellos tengan toda la predisposición para trabajar, además, de la motivación para los huéspedes que con el trato que dará el personal a ellos, se sentirán seguros de las actividades que se realizarán.

## **Tipos de motivaciones**

La OMT (Organización Mundial del turismo); según lo investigado en el turista existen tres motivaciones importantes para desarrollar la actividad fuera de su lugar habitual entre ellas tenemos:

- ❖ **Motivaciones personales.** Se pueden considerar como aquellas necesidades de contacto con la naturaleza, en este caso en el Hotel Punta del Mar, se brindará actividades recreacionales, las mismas que serán las caminatas que podrán realizar los huéspedes, estas se las harán en el malecón del cantón que se encuentra situado al pie del establecimiento, aquí el huésped podrá ver de manera directa la pesca artesanal que realizan aquellos habitantes del cantón en el sector de la Caleta como comúnmente se lo nombra al lugar.
- ❖ **Motivaciones Familiares** Las motivaciones familiares se dan por la necesidad de encontrar un cierto estilo de vida familiar que la vida cotidiana impide, es por esto, que se realizan las actividades familiares para compartir más tiempo juntos, estas serán aquellas que se involucre a toda una familia, como en el teatro y juegos tradiciones.
- ❖ **Motivaciones sociales.** Son aquellas necesidades de los turistas que buscan involucrarse con personas de la localidad.

Los tipos de motivaciones de los turistas se basan en conocer diferentes lugares, cosas y personas, así también son motivados por servicios nuevos que ofrecen los hoteles, es así que el programa de animación en el Hotel Punta del Mar se convertirá en un servicio nuevo capaz de provocar la interacción entre clientes.

## **Alojamiento**

Alojamiento u Hospedaje es la acción de dar posada a una persona ya sea a cambio de dinero o por servicios.

**Oferta Turística:** Se define como oferta turística a todo el conjunto, atributos, valores, servicios y productos que se encuentran en el mercado, para ser bien destinadas a satisfacer las necesidades en el tiempo libre, ocio o vacaciones de un público, dentro del hotelería la oferta es considerada un valor intangible, es decir lo que el cliente se lleva como experiencia o la satisfacción obtenida que este obtiene por su paso por el hotel al adquirir los servicios prestados por el establecimiento.

**Demanda Turística:** Es el conjunto de personas que de forma individual o colectiva se encuentran motivadas adquirir una serie de productos turísticos tangibles o intangibles con el objetivo de cubrir sus necesidades.

## **Infraestructura**

Yépes Piqueras (1996) señala que se evidencia cómo los hoteles se encuentran fuertemente desprotegidos frente a un cliente cuya característica fundamental es la de ser dinámico, que puede elegir su destino turístico, que disfruta sus vacaciones en determinadas épocas y que está constantemente comparando ofertas que cada vez son mejores. No es posible desplazar los hoteles a aquellos destinos de moda, es difícil adaptar las prestaciones o incluso la decoración a gustos cambiantes y desde luego, dimensionar las infraestructuras para áreas de ocupación estacionales supone un despilfarro de medios no utilizados el resto del año.

### **1.3 Fundamento legal**

Según lo establecido por la Ley de Turismo en los artículos 42 y 43, donde están inmersas todos los servicios que se ofertan en un establecimiento hotelero parten de la satisfacción de los clientes, además, de la seguridad de los mismos pues así también se amparan las actividades de recreación en el plan del Buen vivir ya que se menciona que toda persona tiene derecho a recrearse y vivir feliz partiendo de esto que las actividades de recreación mejoran la salud, involucran a personas de distintos lugares, incentivan a conocer la cultura de otros.

### **1.4 Fundamento social.**

En su mayoría los huéspedes que acuden al establecimiento de alojamiento son familiares, empresarios y grupos de convenciones de tipo religioso, estos clientes gozan del tiempo libre tras su estadía en el hotel esto les permite relacionarse con otras personas de otras culturas conocer y aprender de ellos, a través de las diferentes actividades que se desarrollen en las diferentes temáticas que se impartan en los juegos.

### **1.5 Fundamentos psicológicos.**

El hotel es un lugar donde el huésped puede relajarse saliendo del estrés de su vida cotidiana, la intervención de los huéspedes en las actividades de ocio complementaría su estadía haciendo la misma más placentera, de esta forma les permite involucrarse con otras personas para conocer de cada uno de ellos a través de las actividades que se puedan desarrollar dentro de la animación hotelera les permite crear un vínculo de afectividad con el establecimiento.

## **CAPÍTULO II**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **2.1 Tipo de Investigación**

Es preciso recalcar, que el tipo investigación que se realizó en el estudio fue, la descriptiva con idea a defender, que permitió realizar un análisis de la inexistencia del servicio de animación hotelera en el Hotel Punta del Mar, este trabajo es de carácter cualitativo porque involucra a los huéspedes, ya que permitirá conocer la opinión de cada uno de ellos, conociendo que el método cualitativo investiga la parte social que interviene en el campo de trabajo. Además, se aplicó instrumentos de recolección al gerente general y empleados del hotel, como apoyo para el desarrollo de esta labor investigativa con la finalidad de recopilar fundamentos necesarios para la ejecución del trabajo; a continuación, se describen los diferentes tipos y métodos que se encuentra fundamentados para el estudio.

#### **Investigación Descriptiva**

La investigación descriptiva, es la que detalla situaciones y eventos como es en este caso, la inexistencia del servicio de animación hotelera en el Hotel Punta del Mar, partiendo de la situación actual que se encuentra el objeto de estudio, los factores que influirán en la propuesta para establecimiento como es la elaboración del programa del servicio de la animación hotelera como actividad complementaria, por ende, se indagará todo lo relacionado como son: los huéspedes, la infraestructura, el animador, las actividades que se realizarán entre otros servicios.

## **Investigación de campo**

La investigación de campo es un proceso que utiliza un método científico, que permite obtener nuevos conocimientos del campo a investigar. En este caso, es investigar a fondo todo lo relacionado al Hotel Punta del Mar, los servicios que ofertan, para así poder conocer qué actividad se puede insertar en el programa de Animación Hotelera.

## **2.2 Métodos de la Investigación**

Los métodos de la investigación utilizados son los siguientes:

### **Método inductivo:**

El método inductivo parte de una observación de los hechos para obtener una temática a investigar, en este caso, se observó que a dicho Hotel le hace falta un servicio complementario como es la animación para así fidelizar a sus huéspedes.

### **Método deductivo:**

La deducción se basa de lo general hacia lo particular, en este caso, parte del problema general que es la inexistencia del servicio de animación Hotelera como actividad complementaria del hotel Punta del Mar, además de los datos generales de la investigación como son los datos recopilados mediante la entrevista y encuestas que se ejecutó previo a la investigación general, para luego deducir por medio del razonamiento, las suposiciones, es decir, para luego aplicarlos en forma individual y comprobar su validez.

## **Métodos empíricos.**

### **Encuesta.**

Se aplicó la encuesta a los colaboradores con el propósito de obtener información acerca de la implementación del servicio en el hotel, a los clientes para conocer el grado de aceptabilidad de un nuevo servicio que les permita satisfacer sus necesidades. La encuesta se realizó mediante la utilización de preguntas cerradas utilizando el programa SPSS para determinar el porcentaje de aceptación en cada uno de los cuestionamientos.

### **Entrevista**

La entrevista fue aplicada al gerente del hotel para saber si está dispuesto a implementar este nuevo servicio; a empleados, para conocer si están aptos para otorgar el servicio, además, para conocer aquellas falencias que se presenten al no conocer la importancia de este servicio en el hotel. Las preguntas que se elaboraron fueron estructuradas de tal manera, para que el entrevistado pueda emitir su opinión abiertamente a las interrogantes que se plantearon sobre el tema de animación hotelera, para posteriormente ser analizadas de acuerdo con los criterios vertidos.

## **2.3 Diseño de Muestreo**

La presente investigación es de carácter descriptivo, por lo tanto, se necesita de una población y muestra para obtener datos, que serán de vital importancia para el desarrollo de esta. La población que se empleó en el presente estudio fueron

huéspedes y empleados del hotel, la intervención de ellos en la recolección de datos es para conocer información si es o no viable la creación de un programa de animación hotelera en el Hotel Punta Del Mar.

### **Muestreo Probabilístico**

El muestreo probabilístico dentro del presente estudio de investigación son los huéspedes que acudieron al hotel Punta del Mar durante el mes de agosto, así como también el personal del establecimiento que tienen la probabilidad de ser escogidos para formar parte de una muestra.

### **Población:**

La población que se investigó para el presente proyecto, es aquella que está inmersa en el estudio, en este caso, son los huéspedes que acudieron el mes de agosto al hotel Punta del Mar, así mismo, el personal que labora en el establecimiento, la población se define de acuerdo con el objeto de estudio en este caso, es la inexistencia del servicio de animación hotelera como actividad complementaria del Hotel.

**Cuadro # 1 Población**

<b>ELEMENTOS</b>	<b>N</b>
<b>Huéspedes del Hotel Durante mes de Agosto</b>	<b>879</b>
<b>Personal del Hotel</b>	<b>20</b>
<b>Total</b>	<b>899</b>

**Fuente:** Datos proporcionado por el Hotel  
**Elaborado por:** Juliana del Pezo

### **Muestra:**

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación, en conclusión, la muestra es una parte representativa de la población; existen procedimientos para obtener la cantidad de los componentes necesarios en este caso se utilizó la fórmula de acuerdo a que la población es de

carácter finita.

$$n = \frac{Z^2 PQN}{E^2 (N-1) + Z^2 PQ}$$

Dónde:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(899)}{(0.05)^2 (899 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$
$$\frac{863.3996}{3,2054}$$
$$n = 269$$

### **2.1 Diseño de recolección de datos**

Para la recolección de datos que se utilizaron las entrevistas y las encuestas las cuales se aplicaron al personal del hotel, así como también a los huéspedes del mismo, considerando que el grado de su intervención es muy importante para el desarrollo de la investigación.

En los instrumentos que se utilizaron se tomó en cuenta algunos aspectos como:

- ❖ Datos generales
- ❖ Aspectos sociales
- ❖ Nivel de satisfacción, entre otros

## **CAPÍTULO III**

### **3. RESULTADO Y DISCUSIÓN**

#### **3.1. Análisis de datos y resultados.**

##### **3.1.1 Análisis de la entrevista dirigidas a los huéspedes y personal que labora en el establecimiento hotelero.**

La entrevista es una técnica para obtener datos que consiste en un dialogo entre dos o más personas, se la realizó a huéspedes, y personal del Hotel Punta de Mar.

##### **1.- ¿Qué opina usted de la Animación en hoteles?**

Los entrevistados consideran que la Animación, es un servicio complementario que hoy en día está tomando importancia en el sector hotelero, a través de este servicio se puede fidelizar al cliente, pero que también, se necesita del personal adecuado para realizar todas las actividades que conciernen en el servicio.

##### **2.- ¿Cuáles serían los beneficios de implementar la Animación en el hotel Punta del Mar?**

Los entrevistados manifestaron que desde sus puntos de vista, existen varios beneficios al implementar la animación como servicio complementario, los cuales serían por ejemplo una mayor estadía del huésped en el hotel, promoción indirecta del hotel, experiencias únicas para el huésped, el beneficio de la aplicación del **programa de animación en el hotel será que el establecimiento Punta Del Mar,** marcará una diferencia por este servicio ante los demás hoteles del cantón La Libertad, así también, los huéspedes consideran que sería un servicio muy llamativo que les complementaría su estadía.

**3.- ¿Considera importante el uso de la Animación para complementar los servicios que se ofertan en el hotel Punta del Mar?**

Los entrevistados consideraron que, Sí es importante el uso de la animación para complementar sus servicios ya que los huéspedes en la actualidad no solo consideran pernotar, los clientes buscan nuevas experiencias que los saquen de su cotidianidad que les permita disfrutar de su tiempo libre.

**4.- ¿Dispone de personal que este apto para dar este servicio como es la animación en hotel?**

El entrevistado principal con respecto a esta pregunta fue el Gerente General del hotel, manifestó que no dispone de un personal capacitado en animación hotelera, pero al implementarse este servicio en el establecimiento se capacitaría a los empleados y se reclutaría al personal indicado para la realización de esta actividad como servicio.

**5.- ¿Considera usted que a través de la implementación de la animación hotelera como servicio complementario se pueda fidelizar a los huéspedes en el Hotel Punta del Mar?**

Manifestaron que, si consideran que a través de la animación como servicio complementario se pueda fidelizar a los huéspedes, porque las actividades que se ofertarán serán diferentes a las que normalmente están acostumbrados, les permitirán socializar y conocer de las culturas de otras personas que también disfruta de la estadía en el hotel, así el cliente se sentirá motivado a un pronto retorno al establecimiento hotelero.

### 3.1.2 Análisis de la encuesta aplicada a los huéspedes del hotel.

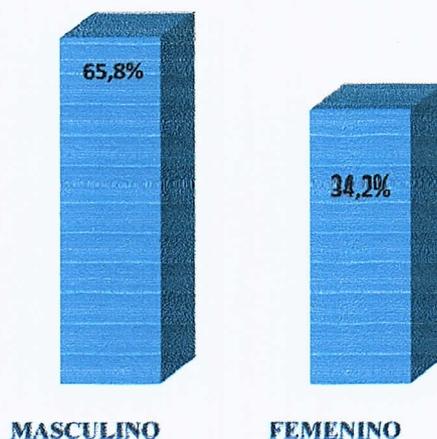
#### 3.1.2.1 Análisis de datos

Tabla #6

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>MASCULINO</b>	177	65,8%
<b>FEMENINO</b>	92	34,2%
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

Gráfico 1

#### HUESPEDES DEL HOTEL



Fuente: Hotel Punta del Mar

Elaborado por: Juliana Del Pezo

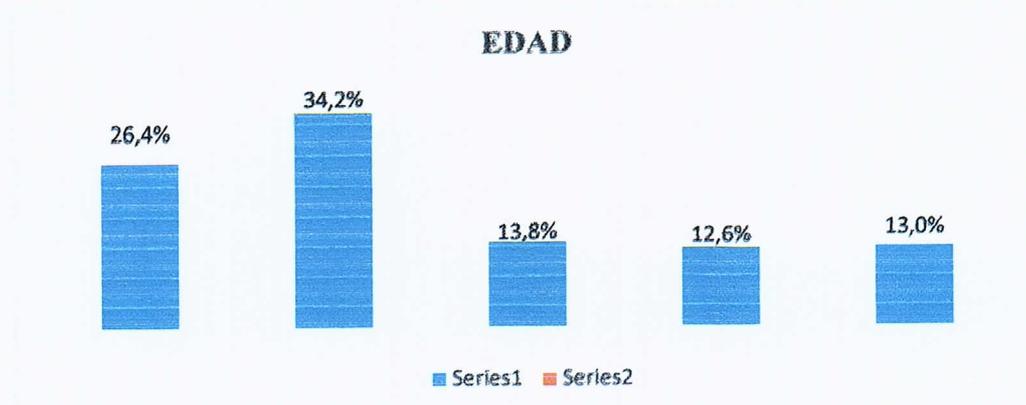
De acuerdo a las encuestas realizadas el ingreso de los huéspedes al hotel es de ambos sexos, considerando que el mayor porcentaje de encuestados es masculino, esto no representa ningún problema ya que las actividades a desarrollarse serán para ambos segmentos, este dato solo se toma en consideración para conocer un porcentaje estimado del género al que se dirige nuestra investigación.

## Edad de los encuestados.

Tabla #7

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
18-28	71	26,4%
29-38	92	34,2%
39-40	37	13,8%
49-58	34	12,6%
59 o mas	35	13,0%
TOTAL	269	100%

Gráfico 2



Fuente: Hotel Punta del Mar  
Elaborado por: Juliana Del Pezo

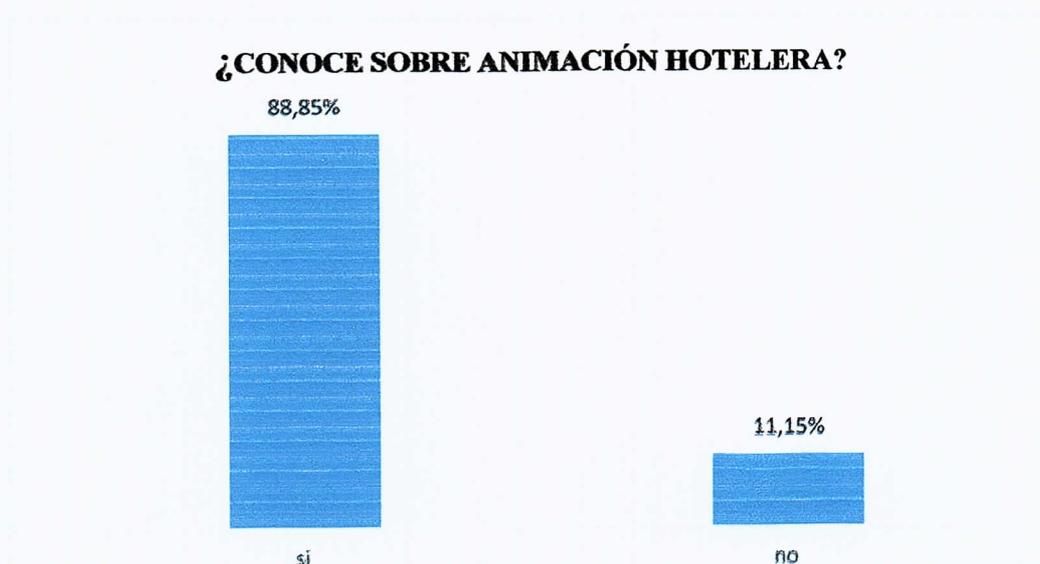
En lo que refiere a las edades de los huéspedes en el hotel, corresponden los siguientes, y se ve reflejado entre 29-38 años un mayor porcentaje, mientras que hay otro número considerado de huéspedes entre 18-28, seguido de 59 años en adelante, y finalmente tenemos pequeños segmentos entre los 49-58 años y 39-48, conocer estos datos es de mucha importancia porque permitirá conocer al tipo de segmento al que se ofertarían las actividades.

### 1.- ¿Conoce usted sobre Animación Hotelera?

Tabla # 8

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	239	88,85%
NO	30	11,15%
TOTAL	269	100%

Gráfico 3



**Fuente:** Hotel Punta del Mar  
**Elaborado por:** Juliana Del Pezo

De acuerdo a la pregunta sobre Animación Hotelera, un pequeño porcentaje de los huéspedes encuestados mencionaron que no conocen sobre este servicio, mientras que la mayor parte de los encuestados mencionaron si conocer sobre la animación hotelera, ya que han realizado esta actividad durante su estadía en otros hoteles, mencionaron que es una alternativa de ocio muy reconocida en otros países y les permite congeniar con otras personas del entorno donde se realiza la actividad.

## 2.- ¿Frecuencia con la que acude al hotel Punta del Mar?

Tabla #9

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Dos veces al año</b>	132	49,1%%
<b>Una vez al año</b>	98	36,4%
<b>Tres veces al año</b>	39	14,5%
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

Gráfico 4



**Fuente:** Hotel Punta del Mar

**Elaborado por:** Juliana Del Pezo

De acuerdo con las encuestas realizadas en relación con la frecuencia a la que el cliente acude al hotel Punta del Mar, un pequeño porcentaje de los huéspedes mencionaron que realizan su estadía una vez por año, mientras que más de la mitad de los encuestados mencionaron que su visita es dos veces por año y finalmente un pequeño número de encuestados acude al hotel tres veces al año y estas estancias son netamente por asuntos de trabajo.

**3.- ¿Estaría usted interesado en participar en el programa de animación hotelera como servicio complementario en caso de implementarse en el hotel?**

**Tabla #10**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	<b>229</b>	<b>85,1%</b>
<b>No</b>	<b>40</b>	<b>14,9%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 5**



**Fuente:** Hotel Punta del Mar  
**Elaborado por:** Juliana Del Pezo

De las encuestas realizadas a los huéspedes del hotel sobre el interés al participar en el programa de animación hotelera como servicio complementario, se obtuvo en su mayoría la aceptación total de los encuestados manifestaron que, si están interesados en participar en dicho programa, así mismo en un menor número no estaría interesado, por lo que se deduce que la implementación del programa tendría éxito.

#### 4.- ¿En qué lugar le gustaría que se desarrollen las actividades recreativas?

Tabla #11

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
En el malecón	164	59,9%
En las instalaciones del hotel	78	28,3%
En el restaurante	27	11,9%
TOTAL	269	100%

Gráfico 6



Fuente: Hotel Punta del Mar  
Elaborado por: Juliana Del Pezo

Un total de encuestados representando más de la mitad manifestó que les gustaría que las actividades se las realice en el malecón de La Libertad, mientras que un grupo menor sugirió que las actividades deben ser en las instalaciones del hotel, y finalmente un pequeño número manifestó que le gustaría que las actividades se realicen en el restaurante, por lo que se concluye que tendrían aceptación las actividades recreativas que se propone.

5.- ¿Con qué frecuencia le gustaría que hubiera actividades de animación en el hotel?

Tablas #12

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Los fines de semana</b>	223	82,9%
<b>Todos los días</b>	36	13,4%
<b>Cada quince días</b>	10	3,7%
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

Gráfico 7



**Fuente:** Hotel Punta del Mar  
**Elaborado por:** Juliana Del Pezo

Más de la mitad de los encuestados manifestó que les gustaría que las actividades se las realice los fines de semana, mientras que un menor rango prefiere que sean todos los días, y finalmente un pequeño número de los huéspedes propone que las actividades se las deben realizar cada quince días; demuestra que esta propuesta es mayormente viable.

6.- ¿Qué tipo de actividades de Animación le gustaría que ofertaran?

Tabla # 13

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Juegos Tradicionales</b>	139	51,7%
<b>Música</b>	91	33,8%
<b>Juegos Interactivos</b>	11	4,1%%
<b>Actividades Culturales</b>	15	5,6%
<b>Actividades de relajación</b>	13	4,8%
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

Gráfico 8



Fuente: Hotel Punta del Mar

Elaborado por: Juliana Del Pezo

El total de los encuestados, en lo que se refiere al tipo de animaciones que preferiría, un gran número menciona que prefieren que se realicen juegos tradicionales, mientras que un otros les gustaría que se imparta actividades sobre temas de música, seguido de un grupo menor prefiere juegos interactivos, además les gustaría que se desarrollen actividades culturales y finalmente también prefieren actividades de relajación.

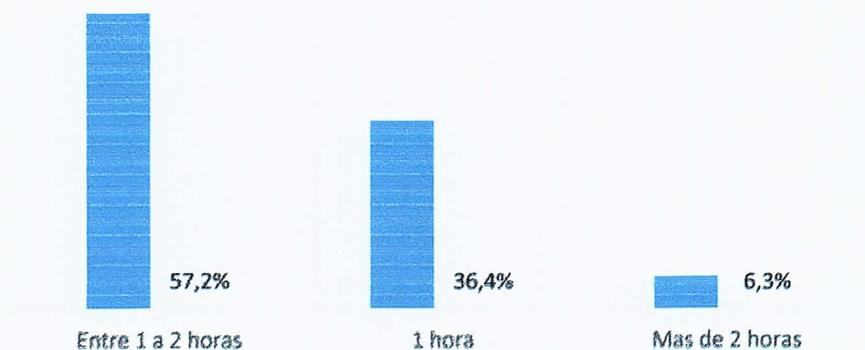
7.- ¿Qué tiempo consideraría usted que sea el necesario para realizar las actividades de animación?

Tabla # 14

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Entre 1 a 2 horas	154	57,2%
1 hora	98	36,4%
Mas de 2 horas	17	6,3%
TOTAL	269	100%

Gráfico 9

**¿TIEMPO EN REALIZAR LAS ACTIVIDADES?**



Fuente: Hotel Punta del Mar  
Elaborado por: Juliana Del Pezo

Según la opinión de los huéspedes referente al tiempo en el que se deben impartir las actividades, más de la mitad de los encuestados consideran que deben ser entre 1 a 2 horas, un porcentaje menor manifestaron que sean en 1 hora, y finalmente un pequeño número consideran que es importante más de una hora. El tiempo que se emplee la actividad debe ser el necesario para que los huéspedes puedan disfrutar al máximo y puedan compartir con los demás participantes.

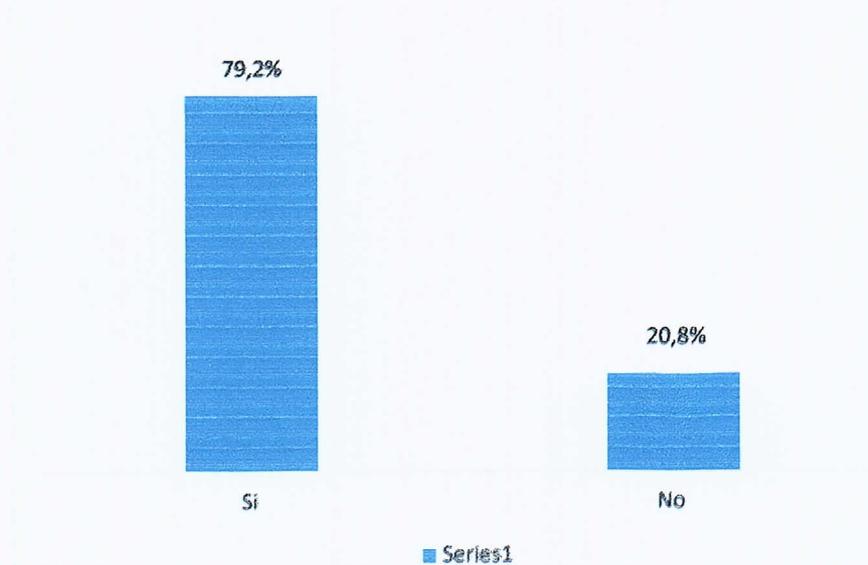
8.- ¿Cree usted que la Animación Hotelera influenciará en la prestación de servicios en hotel Punta del Mar?

**Tabla #15**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	213	79,2%
<b>No</b>	56	20,8%
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 10**

**¿LA ANIMACIÓN HOTELERA INFLUIRÁ EN EL SERVICIO?**



**Fuente:** Hotel Punta del Mar  
**Elaborado por:** Juliana Del Pezo

Un gran número considerado de los encuestados mencionaron que, sí sería influyente en la prestación de un nuevo servicio en las instalaciones del hotel ya que esto permitirá fidelización de los clientes, mientras que un menor porcentaje manifestó que no influye porque algunos huéspedes solo optan por ir al hotel a pernoctar porque su tiempo lo dedican a visitar lugares aledaños al hotel.

9.- ¿Está usted de acuerdo en que las actividades de animación difunden nuestra identidad cultural?

Tabla # 16

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	171	63,6%
No	98	36,4%
TOTAL	269	100%

Gráfico 11



Fuente: Hotel Punta del Mar  
 Elaborado por: Juliana Del Pezo

De acuerdo con la opinión de los turistas, expresaron que a través de las actividades realizadas si se podrá conocer de la identidad cultural del lugar donde se encuentra ubicado el hotel, mientras que un menor porcentaje opino que lo antes mencionado no les permitirá conocer acerca de la cultura del lugar, porque consideran que los juegos que se realicen muy pocas veces se tratarán de la identidad cultural de los anfitriones.

10.- ¿Cree usted que a través de este servicio se pueda fidelizar a los huéspedes?

Tabla #17

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	229	86,7%
No	40	13,3%
TOTAL	269	100%

Gráfico 12

**FIDELIZAR A LOS HUESPEDES.**



Fuente: Hotel Punta del Mar  
Elaborado por: Juliana Del Pezo

Con respecto a esta pregunta un en su mayoría de los encuestados manifiestan que, sí se lograría que los huéspedes a través de esta actividad se fidelicen, porque este sería un servicio intangible que les permitirá gozar de su tiempo de estadía en el hotel, mientras que un menor porcentaje no cree que sería la mejor forma de fidelizar un cliente ya que no todos los huéspedes llegan al hotel por vacacionar si no algunos acuden por trabajo.

11.- ¿Qué actividad consideraría usted que será la más acogida?

Tabla # 18

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Actividades culturales</b>	97	36%%
<b>Juegos tradicionales</b>	83	31%
<b>Música</b>	54	20%
<b>Deportiva</b>	35	13,0
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>100%</b>

Gráfico 133



**Fuente:** Hotel Punta del Mar

**Elaborado por:** Juliana Del Pezo

Con respecto a la actividad con mayor acogida, los encuestados manifestaron que serían las actividades culturales porque les permitiría conocer más de las costumbres del lugar, por otro lado manifestaron que más aceptación tendrían los juegos tradicionales, ya que por medio de esta actividad aprenderían juegos nativos del lugar que muchos desconocen, mientras que un menor número de encuestados considera que tendría más aceptación la música y finalmente el deporte sería la actividad con menor rango de aceptación.

### **3.2 Limitaciones**

Las limitaciones que hubo ante la recolección de datos en las preguntas dirigidas a los huéspedes para la realización de las encuestas fueron, las siguientes:

- ✓ Para el cliente es un poco incómodo que se les entrevisten ya que están en tiempo de estadía en el hotel y les molesta que los aborden para trabajos investigativos.
- ✓ Otra de las limitaciones fue la entrevista a los empleados del hotel pocos dieron la respectiva entrevista, ellos manifestaban que estaban en horas laborables.

### **3.3 Resultados**

En el presente estudio de investigación a través de la recolección de datos cualitativos y cuantitativos, mediante las entrevistas y encuestas realizadas, se determinó que la propuesta de un Diseño de Animación Hotelera en el Hotel Punta del Mar permitirá que se fidelice a sus clientes y se diversifique su oferta a través de esta actividad, posicionarse en el mercado local y nacional como uno de los mejores establecimientos hoteleros existentes de la provincia de Santa Elena, captando la mayor cantidad de turistas o visitantes.

## CONCLUSIONES

- ❖ La industria de la hotelería está en constante crecimiento cada día, esto representa el interés de los huéspedes por actividades que complementen su visita en el lugar, mediante la recopilación de la información para la presente propuesta del Diseño de Animación en el hotel se llegó a la conclusión que es idóneo y de vital importancia otorgar un servicio que ofrezca nuevas alternativas innovadoras, experienciales y vivenciales que permitan a los turistas que llegan al hotel complementar su estadía en el sitio.
- ❖ Se realizó el diagnóstico de la situación actual de los servicios que ofrecen en el hotel, y se determinó que no se cubre con ciertas necesidades que el cliente pueda requerir, también se pudo conocer que el personal que labora actualmente no posee mucha información sobre la animación hotelera. La animación sería una alternativa que contribuya a elevar la oferta de los servicios complementarios, se puede asegurar la calidad de este servicio con la adecuada planificación, organización y ejecución de las actividades que los animadores puedan realizar a través del buen ambiente tanto para niños, adultos y jóvenes.
- ❖ El diseño de un programa de Animación en el hotel es un apoyo necesario para el establecimiento, este permite ofertar un servicio adicional que cumpla con aquellas exigencias del cliente, hoy en día, en muchos hoteles de diferentes países, están implementando este tipo de servicio complementario puesto que permite a los huéspedes salir de lo cotidiano, pero sobre todo permite la fidelización y el incremento de los consumidores del servicio alojamiento.

## RECOMENDACIONES

- ❖ Dar a conocer los resultados de la presente investigación a los directivos del hotel para que puedan reelaborar el programa, con el fin de elevar la calidad del servicio de animación que se pretende ofertar esto les permitirá diversificar los servicios complementarios del Hotel Punta del Mar partiendo de la información obtenida mediante la fundamentación teórica.
  
- ❖ Partiendo del diagnóstico de los servicios que oferta el hotel Punta del Mar se recomienda capacitar e involucrar al personal en el tema de la animación hotelera preparándolos para el desarrollo de actividades, en temáticas de motivación, recreación, guianza que forman parte del programa de animación hotelera que se prestará en el establecimiento de alojamiento.
  
- ❖ Se deberá considerar el Diseño del servicio de animación hotelera propuesto en base a la planificación, considerando en el programa visitas a lugares turísticos, uso y adecuación de las instalaciones del hotel, recursos del establecimiento para así poder dar a conocer un poco de cultura y tradición del lugar donde se encuentra el establecimiento.

## **PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **ELABORACIÓN DEL DISEÑO DEL PROGRAMA DE SERVICIO DE ANIMACIÓN HOTELERA COMO ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA EN EL HOTEL PUNTA DEL MAR**

Este programa está dirigido a los huéspedes del Hotel Punta del Mar con el fin de generar una impresión positiva, mediante la participación en las actividades complementarias ofertadas en el hotel, de tal manera que satisfaga sus necesidades dentro del establecimiento de alojamiento, a través de la interacción de los clientes y el prestador de servicio utilizando y optimizando los recursos y espacios físicos del hotel, esto permitirá la promoción de los recursos locales y la interacción de los servicios entre sí.

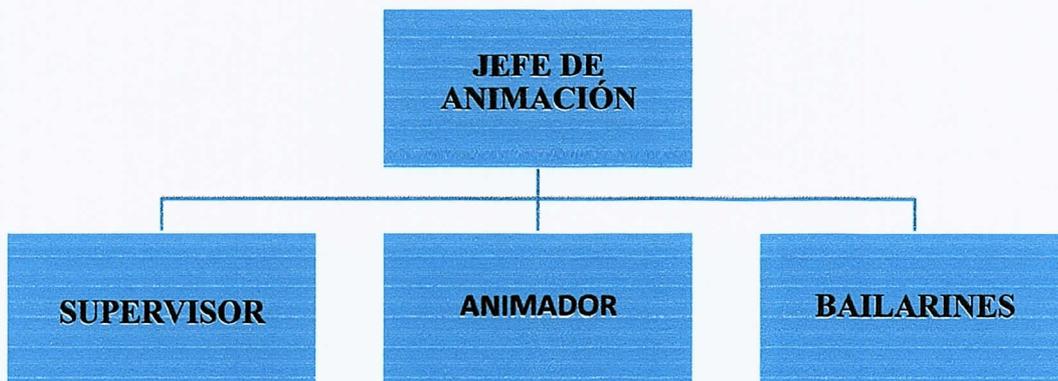
**OBJETIVO GENERAL:** Complementar la oferta turística del hotel, a través de la implementación del diseño de un programa de animación hotelera para el establecimiento hotelero.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- ✓ Especificar actividades recreativas que se adapten a los clientes, que permitan satisfacer sus necesidades, además de fomentar la dinámica y participación entre los clientes.
- ✓ Identificar los recursos (humanos y materiales) necesarios para la ejecución de las actividades.
- ✓ Difundir estrategias promocionales en el sector hotelero, para posicionar el nuevo servicio dentro del mercado turístico.

## **DEPARTAMENTO DE ANIMACIÓN**

Como toda prestación de servicio es necesario contar con un departamento que permita planificar, dirigir y organizar las actividades llevadas a cabo, por lo que se plantea el siguiente organigrama como departamento inmediato para la realización de todas aquellas acciones tomadas por los responsables.



Elaborado por: Juliana del Pezo Tomalá

**JEFE DE ANIMACIÓN:** Es encargado de realizar todo lo concerniente a la programación de la animación en el hotel, que se ejecute de acuerdo a lo planificado tomando en cuenta los horarios que se han especificado para realizarse las actividades por los animadores.

**SUPERVISOR:** Es el encargado de supervisar las actividades a realizarse en las diferentes horas, que estas se lleven a cabo como se han planificado.

**ANIMADOR:** Es el que está en contacto directo con el huésped, el encargado directo de incentivar al huésped a la participación en la actividad.

**BAILARINES:** Está conformado por el cuerpo de animación que realiza bailes en las horas estipuladas para la animación de los huéspedes en las instalaciones del hotel, estas se pueden llevar a cabo en la piscina o en las áreas de esparcimientos del establecimiento como en el salón de eventos.

**PROGRAMAS:** Los siguientes programas están dirigidos a cada uno de los segmentos que se considere para la realización de las actividades, se especifica el lugar, tipo y tiempo en que se deben ejecutar.

**PROGRAMA #1 JUEGOS TRADICIONALES**

**Tabla # 14**

<b>OBJETIVO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>LUGAR</b>	<b>SEGMENTO</b>	<b>TIEMPO</b>
Lograr que los participantes interactúen entre sí.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ensacados</li> <li>✓ Rayuela</li> <li>✓ Simón dice</li> <li>✓ El cuadrado</li> <li>✓ La lanzada</li> </ul>	Malecón de La Libertad	Esta actividad es dirigida a niños, jóvenes y adultos	El tiempo estimado es de una hora y media.

**PROGRAMA # 2 JUEGOS DE PISCINA**

**Tabla # 15**

<b>OBJETIVO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>LUGAR</b>	<b>SEGMENGTO</b>	<b>TIEMPO</b>
Crear un ambiente de competencia entre los huéspedes, mediante la agilidad en los juegos recreativos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nada con la pelota</li> <li>✓ Busca objetos</li> <li>✓ Baile en la piscina</li> </ul>	Piscina del hotel	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Jóvenes desde 15 años</li> <li>✓ Adultos hasta 60 años</li> </ul>	✓ Una hora

**PROGRAMA # 3 ACTIVIDADES NOCTURNAS**

**Tabla #16**

<b>OBJETIVO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>LUGAR</b>	<b>SEGMENTO</b>	<b>TIEMPO</b>
Lograr que el cliente resalte sus cualidades de canto y destrezas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Canto</li> <li>✓ Juego limón en la copa</li> <li>✓ Bailo-terapia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Discoteca del hotel</li> <li>✓ Salón de eventos del hotel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Jóvenes de 18 años en adelante</li> </ul>	✓ De 1 a 2 horas

**PROGRAMA # 4 NIÑOS FELICES**

**Tabla # 17**

<b>OBJETIVO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>LUGAR</b>	<b>SEGMENTO</b>	<b>TIEMPO</b>
Lograr que los niños desarrollen sus <b>habilidades</b> motrices.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pintar</li> <li>✓ La cuchara y el huevo</li> <li>✓ Estatua</li> <li>✓ Baile de la silla.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Malecón de La Libertad.</li> <li>✓ Sala de eventos del hotel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Niños de 5 años hasta 10 años</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 2 horas</li> </ul>

## BIBLIOGRAFÍA

- Abreu Hernández, P. P. (2015). *La animación es algo más que*. Patagonia, Argentina: Región.
- OMT. (2004). ANIMACION TURISTICA.

### 3.8 WEBGRAFÍA

- Almendariz Amoró, A., Enrique Castillo, Y., & Escudero Sanz, D. (2013).  
<http://monografias.umcc.cu/monos/2013/Facultad%20de%20Cultura%20Fisica/mo13173.pdf>. Obtenido de <http://monografias.umcc.cu/monos/2013/Facultad%20de%20Cultura%20Fisica/mo13173.pdf>
- Cevallos Ríos, D. G. (2013).  
<http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/864/1/CEVALLOS%20RIOS%20DENISSE.pdf>. Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/864/1/CEVALLOS%20RIOS%20DENISSE.pdf>
- Checa Zambrano, M. J. (Abril de 2015).  
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9129/Disertaci%C3%B3n%20de%20Tesis.pdf?sequence=1>. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9129/Disertaci%C3%B3n%20de%20Tesis.pdf?sequence=1>
- Maslow, A. (s.f.).  
<https://www.euroresidentes.com/empresa/motivacion/motivacion-segun-autore>. Obtenido de <https://www.euroresidentes.com/empresa/motivacion/motivacion-segun-autore>
- Mogrovejo Merchán, A. C. (Octubre de 2010).  
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1654>. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1654>
- Morfin. (2003). Obtenido de <http://animacionturisticapuebla.blogspot.com/>

- OMT. (1983). Obtenido de <http://animacionturisticapuebla.blogspot.com/>
- OMT. (2004). <http://animacionturisticapuebla.blogspot.com/>. Obtenido de <http://animacionturisticapuebla.blogspot.com/>
- OMT. (2015). Obtenido de <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2011). <https://definicion.de/huesped/>. Obtenido de <https://definicion.de/huesped/>
- Sánchez, A. (2003). Obtenido de <http://www.redcreacion.org/documentos/congreso7/APerez.html>
- Pérez Sánchez, A. (2003). *Recreacion: Fundamentos teórico-metodológicos*. En *Recreacion: Fundamentos teórico-metodológicos* (pág. 180). Cuba: Instituto Politécnico Nacional.
- Pérez, A. (2003). [https://books.google.com.ec/books/about/Recreaci%C3%B3n.html?id=3kuIYgEACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ec/books/about/Recreaci%C3%B3n.html?id=3kuIYgEACAAJ&redir_esc=y). Obtenido de [https://books.google.com.ec/books/about/Recreaci%C3%B3n.html?id=3kuIYgEACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ec/books/about/Recreaci%C3%B3n.html?id=3kuIYgEACAAJ&redir_esc=y)
- Plant, J. (2009). <http://www.redcreacion.org/documentos/congreso8/CDuque.html>. Obtenido de <http://www.redcreacion.org/documentos/congreso8/CDuque.html>
- Tamayo, T. (2012). <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html>. Obtenido de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html>
- Valdés Herrera, C. (07 de 10 de 2016). <https://www.gestiopolis.com/motivacion-concepto-y-teorias-principales/>. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/motivacion-concepto-y-teorias-principales/>
- Yépes Piqueras, V. (1996). *Calidad de Diseño y Efectividad de un Sistema Hotelero*. Valencia: Fundacion Cavanilles de altos estudios Turisticos. Obtenido de <http://personales.upv.es/vyepesp/96YXX01.pdf>

# ANEXOS



La libertad, septiembre 26 del 2018

Lcda. Paola Peralta Mendoza. MSc  
**DIRECTORA DE LA CARRERA DE GESTION Y DESARROLLO  
TURÍSTICO UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**

Yo Ing. Susana Rivera Saltos, **Gerente Comercial Del Hotel Punta Del Mar**, autorizo a la **UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**, la publicación total del trabajo de Titulación en la página web de la Universidad, de autoría de la señorita **Juliana Victoria Del Pezo Tomalá**, con cedula de identidad 0927834176, egresada de la carrera de Hotelería y Turismo, cuyo tema es **"DISEÑO DEL SERVICIO DE ANIMACIÓN HOTELERA COMO ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA EN EL HOTEL PUNTA DEL MAR DEL CANTÓN LA LIBERTAD"**

Autorizo a quien interese dar el uso correcto de este documento para los fines que lo requieran.

  
**HOTEL PUNTA DEL MAR**  
Atentamente  
.....  
**Ing. Susana Rivera Saltos**  
**GERENTE DE COMERCIALIZACIÓN**  
**Ing. Susana Rivera**  
**Gerente Comercial**

**ANEXOS**  
**Anexo N.º 1**

**Foto # 1 Entrevista en el Hotel Punta del Mar**



**Fuente:** recepcionista del hotel  
**Tomada por:** Juliana del Pezo

**Foto # 2 Vista del Hotel Punta del Mar**



**Fuente:** Sitio Web  
**Tomada por:** Juliana del Pezo

## **Anexo N.º 2**

### **Foto # 3 Salón de eventos**



**Fuente:** Salón de Eventos  
**Tomada por:** Juliana del Pezo

### **Foto # 4 Vista del malecón desde el Hotel**



**Fuente:** Vista Panorámica desde el Salón de Eventos del Hotel  
**Tomada por:** Juliana del Pezo

ANEXO N.º 3

Tabla 0-1 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	INSTRUMENTOS
LA ANIMACIÓN HOTELERA	Es una actividad que se puede desarrollar en principalmente hoteleros, empresariales y población abierta, donde el profesional desarrolla habilidades para la elaboración y aplicación de actividades recreativas que le permiten integrarlas con la responsabilidad y compromiso.	Actividades recreativas	1.- Participación de los huéspedes. 2.- Interés por la actividad ofertada.	¿Conoce usted sobre la animación hotelera?	Encuesta
		Incremento de las relaciones sociales	1. - Interacción entre los huéspedes.	¿Cuáles serían los beneficios de implementar la Animación en el hotel Punta del Mar?	Entrevista
		Diversificación de la demanda	1.- Fidelización de los huéspedes 2.- Diversificación de los servicios del hotel.	¿Considera importante el uso de la Animación para complementar los servicios que se ofertan en el Hotel?	Entrevista

ANEXO N.º 4

TABLA 0-2 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
Variable dependiente	Los servicios turísticos complementarios son actividades que se realizan con el objetivo de captar la atención de un grupo importante de personas.	Motivar al cliente	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Animación cultural</li> <li>2. Animación nocturna</li> <li>3. Animación infantil.</li> </ol>	¿Dispone de personal que este apto para dar este servicio como es la animación en hoteles?	Entrevista
ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA		Dinamizar el establecimiento	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aceptación del público.</li> </ol>	¿Estaría usted interesado en participar en el programa de animación hotelera como servicio complementario?	Encuesta
			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aceptación del nuevo servicio.</li> </ol>	¿Considera usted que a través de la implementación de la animación como actividad complementaria se pueda fidelizar a los huéspedes?	Entrevista

ANEXO N.º 5

Tabla 0-3 MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA			
Tema	PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES
DISEÑO DEL SERVICIO DE ANIMACIÓN HOTELERA COMO ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA EN EL HOTEL PUNTA DEL MAR DEL CANTÓN LA LIBERTAD.	La inexistencia del servicio de animación hotelera como incidencia en la prestación de servicios turísticos complementarios del hotel Punta del Mar del cantón la Libertad provincia de Santa Elena año 2017.	“Analizar la incidencia del servicio de animación hotelera en las actividades complementarias del hotel Punta del Mar”	X: Servicio de Animación Hotelera
			Descriptivo Encuestas Entrevistas
			Y: Actividad Complementaria
			Guía de Entrevista Cuestionario

ANEXO N.º 6

Cuadro # 2 Cálculo de la Muestra

**Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas**

N [tamaño del universo]	899
-------------------------	-----

← Escriba aquí el tamaño del universo

p [probabilidad de ocurrencia]	0,5
--------------------------------	-----

← Escriba aquí el valor de p

**Fórmula empleada**

$$Z^2 PQN$$

$$= \frac{Z^2 PQN}{E^2 (N - 1) + Z^2 PQ}$$

Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)
90%	0,05	1,64
95%	0,025	1,96
97%	0,015	2,17
99%	0,005	2,58

**Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 899 con una p de 0,5**

Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%
90%	63	76	94	119	155	207	286	408	586	793
95%	87	105	129	161	206	269	360	488	654	822
97%	104	125	153	190	240	309	405	533	689	835
99%	140	167	202	246	305	382	482	605	739	853

ANEXO N.º 7



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA  
ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE  
TURISMO

**Objetivo:** Identificar el interés de la inserción de la Animación Hotelera en la prestación de servicios en el hotel Punta del Mar.

**ENCUESTA SOBRE LA ANIMACIÓN HOTELERA EN EL HOTEL PUNTA DEL MAR**

**Género:** 1. Masculino  2. Femenino

**Edad:**  
1.- 18-  2.- 29-  3.- 39-48  4.- 49-  5.- 59 ó   
28 38 58 más

**1- ¿Conoce usted sobre la Animación Hotelera?**

1.- Sí  2.- No

**2.- ¿Frecuencia con la que acude al hotel Punta del Mar?**

1.-Una vez al año  2.- Veces al año  3.- Tres veces al año

**3.- ¿Estaría usted interesado en participar en el programa de animación hotelera, como servicio complementario en caso de implementarse en el Hotel Punta del Mar?**

1.-Si  2.- No

**4.- ¿En qué lugar le gustaría que se desarrollen las actividades recreativas?**

1.-En las instalaciones del hotel   
2.-En el malecón de La Libertad  3.- En el restaurante

**5.- ¿Con que frecuencia le gustaría que hubiera actividades de animación en el hotel?**

1.- Todos los días  3.- Cada quince días   
2.- Los fines de semana  4.- Feriados

**6.- ¿Qué tipo de actividades de Animación le gustaría que ofertaran?**

1.- Juegos tradicionales  2.- Música  3.- Juegos interactivos

4.-Actividades culturales  5.- Actividades de Relajación

7.- ¿Qué tiempo consideraría usted necesario para las actividades de animación?

1.- Menos de 1 hora  3.- Entre 1 y 2 horas

2.- 1 hora  4.-Más de 2 horas

8.- ¿Cree usted que la Animación Hotelera influenciará en la prestación de servicios del Hotel Punta del Mar?

1.- Si  2.-No

9.- ¿Está usted de acuerdo en que las actividades de animación difunden nuestra identidad cultural?

1.-Si

2.- No

10.- ¿Cree usted que a través de este servicio se pueda fidelizar a los huéspedes?

1.- Si  2.-No

11.- ¿Qué actividad consideraría usted que será la más acogida?

1.-Deportiva  3.-Juegos tradicionales

2.- Musical  4.-Actividades culturales



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN  
HOTELERA**

**Objetivo:** Identificar el interés de la inserción de la Animación Hotelera en la prestación de servicios en el hotel Punta del Mar.

**ENTREVISTA**

**Nombre:**

**Cargo:**

**1.- ¿Qué opina usted de la Animación en hoteles?**

---

---

---

---

---

---

---

**2.- ¿Cuáles serían los beneficios de implementar la Animación en el hotel?**

---

---

---

---

---

---

---

**3.- ¿Considera importante el uso de la animación para complementar los servicios que se ofertan en el hotel?**

---

---

---

---

---

---

---

**4.- ¿Dispone de personal que este apto para dar este servicio como es la animación en hoteles?**

---

---

---

---

---

---

**5.- ¿Considera usted que a través de la implementación de la animación como servicio complementario se pueda fidelizar a los huéspedes?**

---

---

---

---

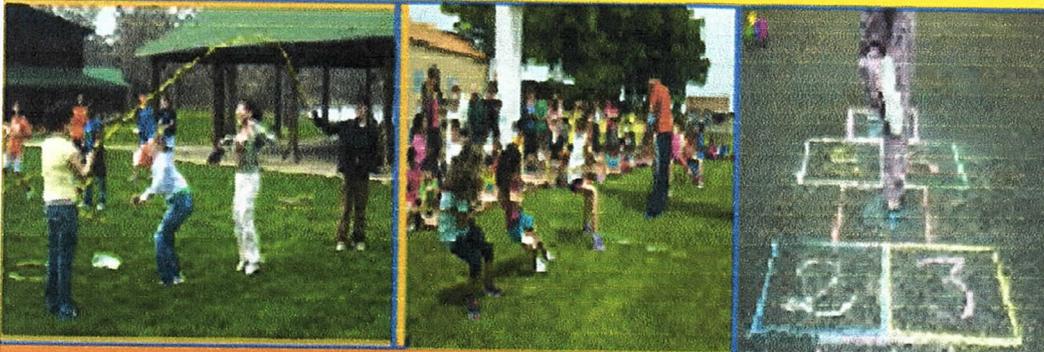
---

---

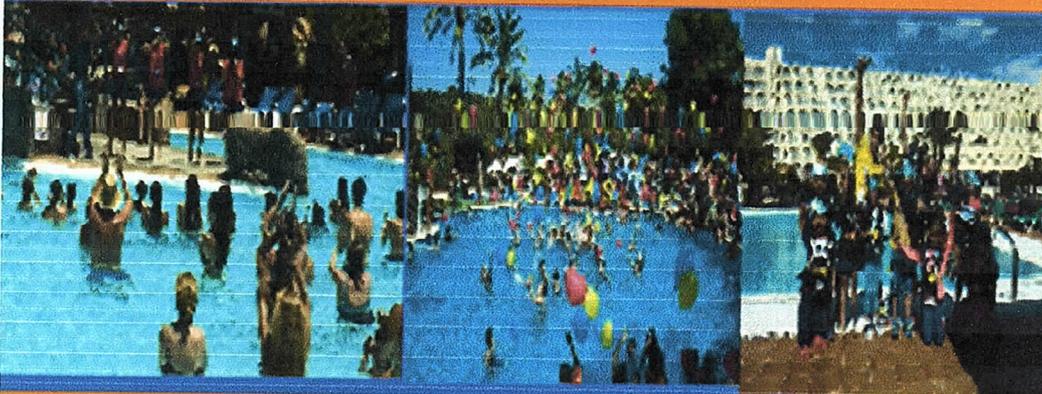
**PROMOCIÓN**

**ANEXO N.º 7**

**ANIMACIÓN PUNTA DEL MAR**



**JUEGOS TRADICIONALES**



**JUEGOS DE PISCINA**



**ACTIVIDADES NOCTURNAS Y JUEGOS LUDICOS**

# REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO

## TITULO SEGUNDO

### DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS

#### CAPITULO I

##### DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y SU CATEGORIZACION

Art. 41.- Alcance de las definiciones contenidas en este reglamento.- Para efectos de la gestión pública y privada y la aplicación de las normas del régimen jurídico y demás instrumentos normativos, de planificación, operación, control y sanción del sector turístico ecuatoriano, se entenderán como definiciones legales, y por lo tanto son de obligatorio cumplimiento y herramientas de interpretación en caso de duda, según lo dispuesto en el Art. 18 del Código Civil ecuatoriano, las que constan en este capítulo.

Art. 42.- Actividades turísticas. - Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juego (bingo - mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo. - Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a) Alojamiento

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;

b) Servicio de alimentos y bebidas

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento;

c) Transportación

Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación;

d) Operación

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo. Se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación;

cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e) Intermediación

La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

Por razón de las funciones que deben cumplir y, sin perjuicio de la libertad de empresa, las agencias de servicios turísticos pueden ser de tres clases: Agencias de viajes internacionales, agencias de viajes mayoristas y agencias duales.

Son organizadoras de eventos, congresos y convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial; y,

f) Casinos, salas de juego (bingo - mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

**Tabla 0-4 PRESUPUESTO**

<b>RECURSOS MATERIALES Y SUMINISTROS</b>			
<b>N°</b>	<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
10	Lápices	\$0,50	\$5,00
10	Esferos Bic	\$0,50	\$5,00
4	Resmas de hojas	\$5,00	\$20,00
2	Anillado	\$4,00	\$8,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$38,00</b>
<b>RECURSOS TECNOLÓGICOS Y TECNICOS</b>			
<b>N°</b>	<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
1	Laptop	\$550,00	\$550,00
1	Cámara fotográfica	\$350,00	\$350,00
1	Impresora	\$200,00	\$200,00
	Teléfono y comunicación	\$25,00	\$25,00
8	Tintas para la impresora	\$20,00	\$160,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.285,00</b>
<b>TRANPORTE</b>			<b>\$120,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.443,00</b>

RECURSOS	Materiales:		\$38,00
	Técnicos:		\$1.285,00
	Transporte:		\$120,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.443,00</b>

