



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

UNIVERSIDAD LAICE ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE EDUCACION, TURISMO, ARTE Y HUMANIDADES

CARRERA HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO
DE:

LICENCIADO(A) HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

TEMA:

Mejora continua de servicios de animación como gestión en el Hotel Oro Verde de la ciudad de Manta

AUTORES:

GARCÍA ROLDAN MADELINE MILENA
MERA QUIROZ STEFANNY PAMELA

TUTOR:

ABG. CABALLERO MERO DANIEL RAFAEL

MANTA – MANABÍ – ECUADOR 2024

CERTIFICACION DEL TUTOR**CERTIFICO:**

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de las estudiantes García Roldan Madeline Milena, Stefanny Pamela Mera Quiroz, legalmente matriculada en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 20242025(2), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es *"Mejora continua de servicios de animación como gestión en el Hotel Oro Verde de la ciudad de Manta"*

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, viernes, 20 de diciembre de 2024.

Lo certifico,



ABG. Caballero Mero Daniel Rafael, Mg

Docente Tutor

Área: Educación, Turismo, Artes y Humanidades

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

El presente trabajo titulado como “Mejora continua de servicios de animación como gestión en el Hotel Oro Verde de la ciudad de Manta”

Ha cumplido con los requisitos académicos exigidos por el reglamento de Régimen académico por las estudiantes García Roldan Madeline Milena y Mera Quiroz Stefanny Pamela. El mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

Por ende, esta investigación de fin de carrera ha cumplido con las peticiones y ha sido revisado por este tribunal.

Para dar autenticidad:

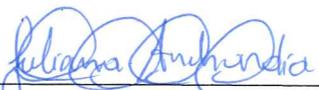
Firma.



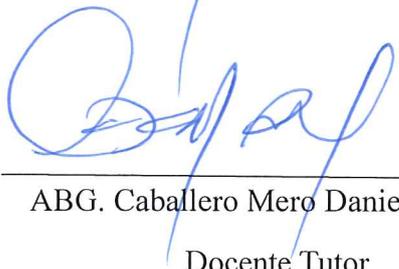
 Ing. Farfán Tigre Angela Evelina. Mg
 Presidenta del tribunal



 Dr. Piguave Mero Carlos Rolando.
 Miembro del tribunal



 ING. Anchundia Pazmiño Juliana Carolina
 Miembro del tribunal



 ABG. Caballero Mero Daniel Rafael
 Docente Tutor



 García Roldan Madeline Milena
 Estudiante



 Mera Quiroz Stefanny Pamela
 Estudiante

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

El actual proyecto de investigación se lleva a cabo como requisito previo a la obtención del título de Licenciados en Hospitalidad y Hotelería en la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Dado a eso, las ideas vertidas en este estudio corresponden exclusivamente a las autoras, por tal motivo se exhortan a dar los respectivos créditos.



García Roldan Madeline Milena

CI: 1317741609



Mera Quiroz Stefanny Pamela

CI: 1315402832

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a todas las personas que, con su apoyo, guía e inspiración, han sido parte fundamental de este logro. A mi familia, por su amor incondicional y confianza; a mis amigos que hice en esta travesía, por su motivación constante, y a mis mentores, por compartir sus conocimientos y enseñanzas.

Este proyecto también es un esfuerzo, dedicación y aprendizaje acumulado a lo largo de este camino, a cada persona que de alguna forma contribuyó, les agradezco de corazón. Que este trabajo sea un paso más hacia nuevas metas y sueños cumplidos.

Mera Quiroz Stefanny Pamela

Dedico este trabajo a aquellos que han sido mis pilares fundamentales en esta travesía académica. Ha sido un largo camino, tanto bueno como malo, pero así se ha logrado conseguir el objetivo.

A mi querido hijo, quien ha sido mi mayor motivación y fuente de inspiración. Tu amor, paciencia y sonrisas han sido mi impulso para alcanzar esta meta. Gracias por ser mi luz en los días oscuros y por llenar mi vida de alegría y esperanza. Este logro es tuyo tanto como mío.

A mi amado esposo, compañero de vida y apoyo incondicional. Gracias por tu amor, comprensión y paciencia durante este arduo proceso. Tu aliento y confianza en mí han sido mi roca en los momentos difíciles. Este logro es nuestro. Juntos, hemos superado cada obstáculo y hoy celebramos juntos esta victoria.

Y también agradecerles a mis mascotas y familiares más cercanos que fueron un pilar fundamental en este camino que creyeron en mí, incluso cuando yo mismo dudaba. Su fe en mí me impulsó a alcanzar mis metas.

García Roldan Madeline Milena

AGRADECIMEINTO

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todas las personas que hicieron posible la realización de este proyecto, a mis profesores y mentores, por su valiosa orientación, paciencia y enseñanza a lo largo de este proceso, sus conocimientos y consejos fueron clave para superar los desafíos encontrados.

A mi familia, por su apoyo incondicional, motivación y comprensión en cada etapa de este camino. Su confianza en mí ha sido mi mayor fortaleza. A mis compañeros y amigos, por compartir ideas, enseñanza, brindar apoyo y estar presente cuando más lo necesité.

Finalmente, agradezco a todas aquellas personas que, de manera directa e indirecta, contribuyeron al desarrollo de este trabajo. Su ayuda y colaboración han dejado una huella significativa en este logro.

Mera Quiroz Stefanny Pamela

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a todas las personas que han contribuido de alguna forma u otra en la realización de esta tesis. Su apoyo, orientación y ánimo han sido fundamentales en este camino hacia la culminación de este proyecto académico.

Mi más sincero agradecimiento a nuestro mentor, por su invaluable orientación, paciencia y sabiduría a lo largo de todo este proceso. Sus consejos expertos y su dedicación han sido clave en el éxito de este trabajo.

Finalmente, agradezco a la vida, por darme la fortaleza y motivación para superar los desafíos que surgieron en el camino.

Este logro es resultado del apoyo, paciencia y esfuerzo de muchas personas que han dejado una huella imborrable en esta etapa de mi vida.

García Roldan Madeline Milena

RESUMEN

El servicio de animación de un hotel constituye un aspecto importante en la satisfacción y experiencia de los huéspedes. En este contexto se plantea como objetivo principal, analizar la mejora continua de animación como gestión en el Hotel Oro Verde de la ciudad de Manta, con la finalidad de identificar la satisfacción de los visitantes y promover estrategias congruentes con los servicios de animación por medio de un tipo de investigación descriptiva con enfoque mixto, donde la aplicación de la técnica de la encuesta a 94 huéspedes y entrevista al encargado de esta entidad hotelera, evidencio la evaluación de factores importantes adherentes a la calidad, diversificación e integración a los servicios de animación, donde los resultados que se encontraron se asocian en que el 46% expreso que el servicio es deficiente, y el 90% de los encuestados cree que es esencial implementar nuevas actividades de animación, y su aplicación sea inclusivo, para todos los grupos de edad, y al mismo tiempo, otro factor indispensable que expresaron los clientes, se relaciona con mejorar la comunicación interna enfocada a la socialización de los servicios de animación, concluyendo que el hotel Oro Verde, debe de integrar diversos programas y actividades para satisfacer las exigencias de los huéspedes, independientemente de su edad, gusto o preferencia, y al mismo tiempo, se debe de crear un sistema comunicacional eficiente que mejore la experiencia y posicione a este entidad como referente a nivel local y nacional.

Palabras claves: Servicios de animación, comunicación, gestión, mejora continua

ABSTRACT

The entertainment service of a hotel constitutes one important aspects focused on guest satisfaction and experience. In this context, the main objective is to analyze the continuous improvement of animation as management at the Hotel Oro Verde in the city of Manta, with the purpose of identifying visitor satisfaction and promoting strategies consistent with animation services through a type of descriptive research with a mixed approach, where the application of the survey technique to 94 guests and interview with the manager of this hotel entity, evidences the evaluation of important factors adhering to quality, diversification and integration to the entertainment services, where the results They found that 46% expressed that the service is deficient, and 90% of those surveyed believe that it is essential to implement new entertainment activities, and their application is inclusive, for all age groups, and at the same time. , another indispensable factor expressed by clients, is related to improving internal communication focused on the socialization of entertainment services, concluding that the Oro Verde hotel must integrate various programs and activities to satisfy the demands of guests, regardless of their age, taste or preference, and at the same time, an efficient communication system must be created that improves the experience and positions this entity as a reference at the local and national level.

Keywords: Animation services, communication, management, continuous improvement.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACION DEL TUTOR.....	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	III
DEDICATORIA	V
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	IV
AGRADECIMEINTO	V
RESUMEN	VII
ABSTRACT	VIII
INTRODUCCIÓN.....	XIV
Capítulo I – Marco Teórico	1
1.1 Origen de la Animación Turística	1
1.2 El Auge del Club Med	2
1.3 Animación Turística en Ecuador	3
1.4 Marco Legal.....	3
1.4.1 Constitución del Ecuador	3
1.4.2 Ley Orgánica de Servicio Publico	4
1.5 Definición del Turismo.....	4
1.6 Establecimiento de Alojamiento.....	4
1.7 Aparición de la Animación en el Hotel Oro Verde	5
1.7.1 Historia del Hotel Oro Verde.....	5
1.7.2 Departamento de Animación Turística.....	5

1.7.3 Organigrama del Personal de Animación Turística para Hoteles.....	6
Capítulo II Diseño Metodológico	7
2.1 Diseño de la Investigación.....	7
2.2 Tipos de Investigación.....	7
2.2.1 Investigación Descriptiva	7
2.2.2 Investigación Bibliográfica- Documental.....	7
2.3 Métodos Teóricos	8
2.3.1 Análisis- Síntesis	8
2.3.2 Deducción- Inducción.....	8
2.3.3 Histórico	9
2.3.4 Bibliográfico.....	9
2.4 Métodos Empíricos.....	9
2.4.1 Encuesta.....	9
2.4.2 Entrevista	10
2.5 Población y Muestra	10
2.5.1 Población	10
2.5.2 Muestra	10
Capítulo III – Resultados y Discusión.....	11
3.1 Instrumento de Encuesta.....	11
3.2 Resultados de la Entrevista Aplicada al Representante del Oro Verde.....	21
3.3 Discusión	24
Capítulo IV - Diseño del Plan de Acción	26

4.1.1	Capacitación Permanente Dirigida a los Colaboradores	26
4.1.2	Creación de Incentivos para los Empleados	27
4.1.3	Evaluación Permanente del Desempeño de los Empleados	28
4.1.4	Mejora de la Planificación Interna.....	29
	Conclusiones.....	30
	Recomendaciones	31
	Anexos	32
	Encuesta.....	32
	Entrevista	35
	Referencias Bibliográficas.....	36

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Satisfacción de las actividades de animación	11
Tabla 2 Variedad de actividades de animación para diferentes edades.....	12
Tabla 3 Calidad de los servicios de animación del hotel Oro Verde.....	13
Tabla 4 Servicios de animación constante a los turistas.....	14
Tabla 5 Accesibilidad de los servicios de animación	15
Tabla 6 Implementación de actividades de animación	16
Tabla 7 Implementación de nuevas actividades en el hotel Oro Verde.....	17
Tabla 8 Comunicación de las actividades de animación del hotel Oro Verde	18
Tabla 9 Calificación de la gestión de los servicios de animación del hotel Oro Verde	19
Tabla 10 Servicios de animación que debe mejorar el hotel Oro Verde	20

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1	Satisfacción de las actividades de animación	11
Gráfico 2	Variedad de actividades de animación para diferentes edades.....	12
Gráfico 3	Calidad de los servicios de animación del hotel Oro Verde.....	13
Gráfico 4	Servicios de animación constante a los turistas.....	14
Gráfico 5	Accesibilidad de los servicios de animación	15
Gráfico 6	Implementación de actividades de animación	16
Gráfico 7	Implementación de nuevas actividades en el hotel Oro Verde.....	17
Gráfico 8	Comunicación de las actividades de animación del hotel Oro Verde	18
Gráfico 9	Calificación de la gestión de los servicios de animación	19
Gráfico 10	Servicios de animación que debe mejorar el hotel Oro Verde	20

INTRODUCCIÓN

En el cantón Manta, con un competitivo entorno hotelero actual, la implementación de la mejora continua de servicios de animación se ha convertido en un factor clave para mantener la satisfacción del cliente y la ventaja competitiva. Dentro de este contexto, la gestión de servicios de animación en hoteles desempeña un papel vital, ya que influye directamente en la experiencia general del huésped.

El objetivo es explorar, analizar y proponer estrategias efectivas para mejorar la gestión de servicios de animación en el hotel, centrándonos en el concepto de mejora continua. Al comprender y optimizar este aspecto crucial de la operación hotelera, buscamos contribuir a la excelencia en la prestación de servicios, la fidelización de clientes y la competitividad sostenible en la industria hotelera.

Para lo cual, se implementó una investigación de tipo descriptiva por medio de un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), con la finalidad de precisar los datos encontrados en este proceso de investigación, otorgando una información actualizada y de fuentes primarias que fueron de vital importancia para cumplir los objetivos propuestos.

El hotel Oro Verde de la ciudad de Manta se encuentra comprometido con mantener y mejorar continuamente sus servicios de animación con el objetivo de brindar a sus huéspedes una experiencia inolvidable durante su estancia. Reconocemos que la animación es una parte fundamental de la oferta hotelera una segmentación en un organigrama de un hotel, ya que contribuye a la diversión, entretenimiento y relax de nuestros clientes.

Por lo cual, se examinará la mejora continua de los servicios de animación, debido a que es de vital importancia en el funcionamiento de los hoteles de la ciudad de Manta, donde los huéspedes constituyen la principal fuente de ingreso de estas empresas, los cuales optan por hospedarse en lugares donde satisfaga sus necesidades, desde la perspectiva de la animación y todos los elementos que se involucran en el cumplimiento de las exigencias de los huéspedes que buscan actividades de animación diversas, para cualquier preferían y gusto.

Planteamiento del problema

El servicio de animación hotelera con base a los criterios determinados por Sánchez (2019) , establece que es un conjunto de actividades y acciones realizada sobre un grupo, conglomerado o medio con la intención de desarrollar la comunicación mejorar la estadía social. En otras palabras, es el conjunto de estrategias y acciones realizadas por una o varias personas con la finalidad de recrear, comunicar e interactuar con adultos y niños.

De esa forma, los servicios de animación son ejecutados por las autoridades y representantes de cada institución, de acuerdo con los lineamientos y estrategias implementadas, principalmente en las entidades hoteleras, con la finalidad de que los huéspedes no solo satisfagan sus exigencias y necesidades, sino también que perciban esa institucionalidad hotelera. Los servicios de animación tienen como finalidad, otorgar a los turistas un entorno agradable, de experiencia e innovador, satisfaciendo las necesidades de todas las personas de forma integral (Cordero, 2020).

En ese sentido, el hotel Oro Verde tiene como desafío mantener altos niveles de satisfacción del cliente, sin embargo, pese a las diversas estrategias implementadas y actos desarrollados, aún persisten desafíos que limitan la capacidad del hotel para mejorar continuamente sus servicios de animación. Por lo cual, uno de los principales desafíos es la falta de involucramiento del personal en el proceso de mejoramiento continuo a través del uso de metodologías y herramientas específicas. Esto ha resultado en desmotivación entre el personal y conflictos internos que afectan negativamente la calidad del servicio de animación.

Asimismo, otro desafío importante es la falta de retroalimentación de los clientes sobre su satisfacción con el servicio de animación ofrecido y la falta de análisis y seguimiento de los comentarios de los clientes, lo cual ha impedido la identificación y solución de problemas y ha limitado la capacidad del hotel para implementar mejoras efectivas. Además, el hotel no cuenta con un sistema efectivo de medición de indicadores que permita evaluar y medir de forma objetiva el impacto de las iniciativas de mejora continua implementadas, dificultado la toma de decisiones acerca de las iniciativas e inversiones que se deben priorizar para

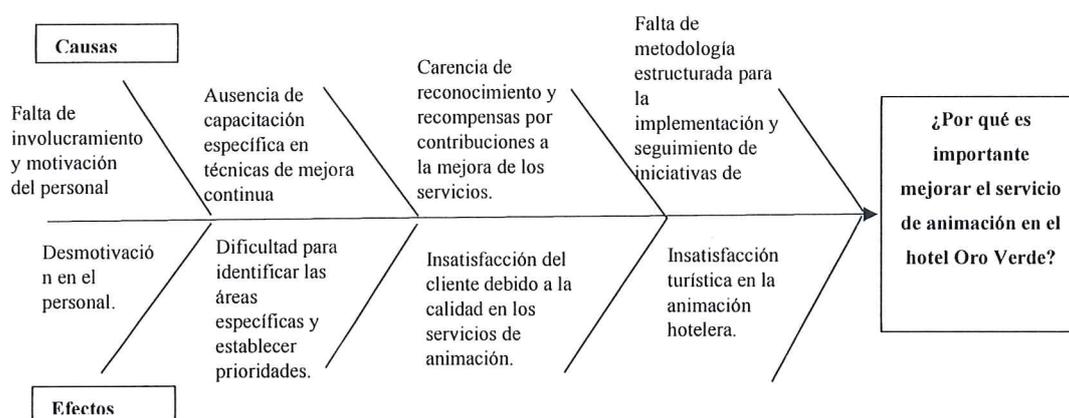
mejorar la calidad del servicio de animación. Por lo cual, se presenta la siguiente estructura.

En el **Capítulo I**, contendrá los acervos bibliográficos que fueron importantes para la comprensión de la investigación, donde por medio de las variables que se desarrollaron se aportó a la presentación de los resultados.

Asimismo, el **Capítulo II**, contiene el diseño metodológico y los métodos u tipos de investigación que se utilizaron para cumplir con los objetivos de la investigación, así como también, los instrumentos aplicados, como es el caso de la encuesta y entrevista.

Y finalmente, el **Capítulo III**, cuenta con el plan de acción propuesto para mejorar el servicio de animación del hotel Oro Verde, el cual se justifica en los resultados encontrados que surgieron a partir de las técnicas aplicadas en esta investigación.

Diagrama de Ishikawa



Objetivo de la investigación

Campo de acción: hotel Oro Verde del cantón Manta.

Variables

Independientes: Animación Turística direccionada al hotel Oro Verde del cantón Manta.

Dependiente: La satisfacción del cliente.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la mejora continua de animación como gestión en el Hotel Oro Verde de la ciudad de Manta.

Objetivos específicos

Describir los niveles de satisfacción de los clientes por medio de la aplicación de una encuesta con la finalidad de evidenciar entornos de mejora.

Gestionar las actividades de animación que se realiza en el hotel en función de las necesidades de sus huéspedes.

Diseñar un plan de acción que contribuya a fortalecer la competencia laboral en el Hotel Oro Verde de la ciudad de Manta.

Justificación

La mejora continua de los servicios animación se ha constituido como una de las áreas más importantes un hotel, debido a que su incidencia no solo les permite a los clientes contar con una experiencia única y satisfactoria, sino que también se ha establecido como un factor esencial para destacar en el mercado hotelero, donde los hoteles deben de adaptarse a los constantes cambios, necesidades, preferencias y gustos de los clientes, otorgándoles un servicio de calidad, caracterizado por actividades culturales, deportivas, recreacionales y de entretenimiento, cumpliendo los estándares y exigencias de todos los huéspedes. La mejora continua relacionada con los servicios de animación tiene como principal característica, satisfacer y fidelizar a los huéspedes por medio de un enfoque sistemático y eficiente (González, 2021).

En ese sentido, surge la necesidad de evaluar la mejora continua de los servicios animación del hotel Oro Verde de la ciudad de Manta. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC, 2023), este cantón cuenta con 257.000 habitantes, siendo una ciudad turística que demanda de servicios hoteles y alojamiento e infraestructura. Por lo cual, con la finalidad de establecer cómo los servicios de animación aportan a la satisfacción integral de los clientes, y al mismo tiempo, determinar el grado de conformidad de todas las personas que usan los servicios de animación de esta entidad hotelera, lo cual es de vital importancia para identificar las áreas de mejoras como aquellas donde los clientes perciben deficiencia, permitiendo evaluar sus fortalezas y debilidades y de esa forma, implementar estrategias que coadyuven a que la experiencia de los huéspedes.

Con base a lo mencionado, la ciudad de Manta caracterizada por su dinamismo turismo, se establece como un entorno adecuado para el hotel Oro Verde implemente estrategias de animación eficiente y de calidad, diferenciándose de la competencia por su innovación. En ese sentido, la investigación es de vital importancia debido a que la mejora continua enfocado en los servicios de animación no solo influye de forma directa en la gestión interna del hotel, sino que también incide en la imagen y reputación en el contexto local y nacional, siendo la satisfacción de los huéspedes un factor determinante que aporta a garantizar la sostenibilidad del hotel, desde lo económico hasta la gestión e institucionalidad del hotel.

Capítulo I – Marco Teórico

1.1 Origen de la Animación Turística

La animación turística tiene sus raíces en las prácticas recreativas que se desarrollaban en los centros turísticos a principios del siglo XX. Estas actividades, inicialmente informales y espontáneas, buscaban entretener a los huéspedes y fomentar la interacción social Gambarota & Lorda (2020).

A lo largo del siglo XX, la animación turística se fue profesionalizando y estructurando como una disciplina específica dentro de la gestión hotelera, donde cada día se fue constituyendo como un mercado exigente, donde la satisfacción del consumidor fue estableciéndose como uno de los aspectos más importantes de los hoteles y su servicio de animación. Moreno (2020), establece que este proceso se vio impulsado por diversos factores, como:

El crecimiento del turismo, caracterizado en sus orígenes por aquellos clientes que buscaban destinos acordes a sus necesidades, aumentando la competitividad en la industria hotelera. Por ello, el aumento del número de viajeros y la diversificación de los destinos turísticos causarían la generación de una mayor demanda de actividades de ocio y entretenimiento (Lastra, 2020).

La competencia entre hoteles fue uno de los factores esenciales para que los hoteles incrementen su demanda, sin embargo, con el pasar del tiempo, la exigencia por parte de los huéspedes fue mayor, los cuales debieron adaptarse a las preferencias de los huéspedes. La diferenciación de los servicios hoteleros se convierte en un elemento clave para atraer y fidelizar a los clientes (Morales & Ramírez, 2020).

Asimismo, la evolución de las expectativas del cliente, experimentarían una serie de cambios sustanciales, los cuales, por medio de la implementación de estrategias de los hoteles, experimentaban una demanda considerable, siendo beneficio a nivel turístico y económico. Los turistas comenzaron a demandar experiencias más completas y memorables durante sus viajes (Gutiérrez, 2022).

En la década de los 50, la animación turística comenzó a consolidarse como una herramienta importante para los hoteles, lo cuales por primera vez

empezaban a ejecutar actividades que atraían la atención de los turistas, siendo beneficioso para los hoteles. En esta época, se desarrollaron los primeros programas de animación estandarizados, que incluían actividades como juegos, concursos, bailes y espectáculos (Paredes & Vargas, 2022).

La década de los 60, fue testigo de un boom de la animación turística, impulsada por el crecimiento del turismo familiar y la popularización de los resorts. En esta época, la animación se convirtió en un elemento fundamental para crear un ambiente familiar y entretenido en los hoteles, situación similar ocurrió en las décadas de los 70 y 80, la animación turística continuó evolucionando y diversificándose. En esta época se desarrollaron nuevos tipos de actividades para atender a diferentes segmentos de mercado, como animación infantil, deportiva y cultural (López V. , 2020).

En las últimas décadas, la animación turística ha seguido adaptándose a las nuevas tendencias del sector turístico. De acuerdo con Pérez (2023), se ha puesto un mayor énfasis en la personalización de las experiencias, la integración de la tecnología y la promoción de la sostenibilidad.

En la actualidad, la animación turística se considera una herramienta esencial para la gestión hotelera. Según Castro (2022), los hoteles que ofrecen programas de animación de calidad pueden diferenciarse de la competencia, mejorar la satisfacción del cliente y aumentar su rentabilidad.

1.2 El Auge del Club Med

Un punto de inflexión importante en la historia de la animación turística se produjo en 1950 con la fundación del Club Med, una empresa de vacaciones francesa, la cual fue la primera en ofrecer un paquete vacacional integral con todo incluido; alojamiento y comidas sino también una amplia gama de actividades organizadas y entretenimiento. Este nuevo modelo de turismo fue un gran éxito y rápidamente se extendió a otras partes del mundo, siendo pionero en la industria hotelera (García, 2020).

Con el paso de los años, la animación turística ha seguido evolucionando y se ha vuelto más sofisticada. De acuerdo con Hernández (2021), actualmente los hoteles ofrecen una amplia variedad de programas de animación, como son:

- Clubes infantiles: estos clubes ofrecen actividades supervisadas y cuidado infantil para niños de todas las edades.
- Clubes para adolescentes: estos clubes ofrecen actividades y eventos específicamente para adolescentes.
- Actividades para adultos: estas actividades pueden variar desde clases de fitness hasta demostraciones de cocina y catas de vino.
- Entretenimiento nocturno: esto puede incluir música en vivo, espectáculos de danza y noches temáticas.

1.3 Animación Turística en Ecuador

En la década de los 80, la animación turística en Ecuador experimentó un crecimiento importante, impulsado por el aumento de la llegada de turistas y la competencia entre los destinos turísticos. En esta época, se desarrollaron los primeros programas de animación estandarizados, que incluían actividades como juegos, concursos, bailes y espectáculos (Carrillo, 2022).

La década de los 90 fue testigo de la profesionalización de la animación turística en Ecuador. Se crearon escuelas y cursos para formar animadores profesionales, y se desarrollaron asociaciones y gremios del sector (Bermúdez y Díaz, 2020). En la década del 2000, la animación turística en Ecuador se diversificó y especializó. Se desarrollaron nuevos tipos de animación para atender a diferentes segmentos de mercado, como animación infantil, animación deportiva y animación cultural (Vidal & Serrano, 2022).

En la actualidad, la animación turística en Ecuador se considera una herramienta fundamental para la gestión hotelera y el desarrollo turístico. Los hoteles y centros turísticos que ofrecen programas de animación de calidad pueden diferenciarse de la competencia, mejorar la satisfacción del cliente y aumentar su rentabilidad (Ortega, 2022).

1.4 Marco Legal

1.4.1 Constitución del Ecuador

En el Art. 234.- El estado tendrá como principal objetivo, garantizar la formación permanente de los funcionarios y servidores públicos por medio de

instituciones educativas o programas adherentes a la formación, mediante de otros organismos que se encuentren bajo las normas ecuatorianas.

1.4.2 Ley Orgánica de Servicio Público

Art. 1.- Objeto. – Este objetivo tiene como principal requisito, implementar diversos parámetros normativos que coadyuven a las Unidades de Administración de Talento Humano (UATH), con la finalidad de sistematizar la formación y aprendizaje por medio de un proceso de planificación y evaluación de los programas, mejorando las habilidades de los servidores.

De acuerdo con el Reglamento de Formación y Capacitación (2015), determina que el aprendizaje y capacitación se fundamenta en coadyuvar al mejoramiento de las competencias de enfoque individual de las y los servidores públicos, para el eficaz desempeño en su puesto de trabajo.

El Art. 23 redescrive que son derechos irrenunciables de los servidores públicos, los cuales deben de adquirir nuevos conocimientos de aprendizaje por parte del Estado, para lo cual las instituciones prestarán las facilidades.

1.5 Definición del Turismo

El turismo se constituye como un factor que engloba aspectos esenciales de movilización o desplazamientos de las personas a diversos lugares, lo cual se asocia por factores de carácter profesional, negocios o distracción, caracterizado por ser una actividad que se realiza para buscar la satisfacción de las necesidades de los turistas. Esta clase de individuos son catalogados como viajeros, los cuales deciden explicar su lugar de destino de forma integral, desde los países hasta las actividades que pueden desarrollar en el entorno (Díaz, 2022)

1.6 Establecimiento de Alojamiento

Su principal característica radica en alojar a diversos turistas por tiempos determinados, otorgándoles a los huéspedes una estadía integral adherente de sus exigencias y necesidades. (Serrano y Hernández, 2022). Es decir, su principal función se establece como el ofrecimiento de alojamiento a cambio de un precio determinado por la entidad hotelera, y sus diversas connotaciones, como es el servicio de comida, entretenimiento, lavandería, entre otros.

1.7 Aparición de la Animación en el Hotel Oro Verde

1.7.1 Historia del Hotel Oro Verde

El hotel Oro Verde es una cadena hotelera ecuatoriana que se ha destacado por brindar una excelente atención y servicio. Fundada hace más de 32 años, la primera edificación de esta cadena se inauguró en el centro de Guayaquil (Cevallos).

Además, el hotel Oro Verde cuenta con una ubicación ideal frente al océano Pacífico en Manta, a solo 2 km del aeropuerto Eloy Alfaro. Ofrece habitaciones cuidadosamente decoradas con conexión Wi-Fi gratuita, piscina al aire libre, gimnasio bien equipado y un parque infantil vallado con toboganes (Vega & Rodríguez, 2023).

En Cuenca, el hotel Oro Verde también ha sido pionero al crear el Departamento de Animación Turística. Este departamento ofrece programas novedosos que identifican la región, satisfacen las necesidades de ocio y entretenimiento, y permiten a los clientes sentirse bien. Las actividades incluyen propuestas activas y pasivas, juegos al aire libre, juegos de salón y actividades acuáticas dirigidas a diferentes tipos de huéspedes y ciudadanos cuencanos en general. (Cordero, 2020)

1.7.2 Departamento de Animación Turística

El hotel Oro Verde ha integrado un departamento específico para llevar a cabo en el enfoque de la animación turística. Este enfoque busca reducir el aburrimiento, el estrés y la fatiga de los huéspedes, al tiempo que fomenta la solidaridad y el compañerismo.

Las actividades ofrecidas por el departamento están diseñadas para diferentes grupos de personas, como niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, las cuales han tratado de adaptarse a todas las necesidades y exigencias de los huéspedes, indistintamente de la edad o exigencia. Además, se han calculado los costos de cada actividad y los precios de venta al público, demostrando que es un servicio viable para el hotel (Cordero, 2020).

1.7.3 Organigrama del Personal de Animación Turística para Hoteles

Un organigrama del departamento de animación turística de un hotel muestra como está organizado el área de animación y recreación. Panhelov y Danilko (2018), este satisface las demandas del establecimiento hotelero.



Capítulo II Diseño Metodológico

2.1 Diseño de la Investigación

El enfoque que se utilizó en el desarrollo de la investigación es de carácter mixto, debido a que se presentó información bibliográfica importante para la comprensión del objeto de estudio, y al mismo tiempo, se aplicó la técnica de la encuesta y entrevista como medio de recopilación de información, con la finalidad de profundizar el análisis de las actividades asociadas a la animación que se llevan a cabo en el hotel Oro Verde de la ciudad de Manta.

2.2 Tipos de Investigación

2.2.1 *Investigación Descriptiva*

Este tipo de investigación permitió realizar una caracterización de todos los servicios con los que cuenta el hotel enfocados al desarrollo de la actividad de animación, y al mismo tiempo, aportó al análisis de los niveles de satisfacción de los turistas que acuden a esta entidad turística, obteniendo información oportuna y de fuentes directas que ayudaron a identificar el entorno del Hotel Oro Verde y las áreas que necesitan una intervención urgente para mejorar los servicios de animación.

Por ese motivo, la aplicación de este tipo de investigación permitió analizar los patrones de conducta de las personas, y al mismo tiempo, sus necesidades y exigencias adherentes a los servicios de animación, lo cual es esencial para la implementación de estrategias por parte del hotel Oro Verde, precisando las áreas de mejora, lo cual es indispensable para impulsar medidas que satisfagan las necesidades de las personas que usan las instalaciones de esta entidad.

2.2.2 *Investigación Bibliográfica- Documental*

La investigación bibliográfica – documental contribuyó a comprender de forma teórica el objeto de estudio, lo cual fue de vital importancia para identificar las técnicas de animación, servicios hoteleros y todo el entorno de los servicios de animación, siendo esencial en la presentación de los resultados que se obtuvieron a lo largo de esta investigación.

En ese sentido, esta investigación proporcionó teorías sólidas que justificaron los resultados encontrados adherentes al objeto de estudio, por medio de la literatura

asociada a los servicios de animación, lo cual fue de vital importancia para contextualizar los principales hallazgos en función de las necesidades de las personas que utilizan las instalaciones del hotel Oro Verde, principalmente los servicios de animación.

2.3 Métodos Teóricos

2.3.1 *Análisis- Síntesis*

La aplicación de este método contribuyó a la descomposición de toda la información que se obtuvo, tanto de las fuentes directas por medio de las encuestas, como el sustento teórico extraído de los acervos bibliográficos, con la finalidad de integrarlos, coadyuvando a la comprensión de los niveles de satisfacción de los turistas con relación al desarrollo de las actividades de animación del Hotel Oro Verde de la ciudad de Mantra.

La principal característica de este método radicó en descomponer la recopilación de la información obtenida de forma constitutivas, es decir por medio del análisis con la finalidad de realizar una conjetura precisa y coherente mediante la implementación de la síntesis, lo cual fue de vital importancia para presentar una visión integral y elocuente del objeto de estudio, y al mismo tiempo, permitió evaluar los datos de la aplicación del instrumento de la encuesta y asociarlo con los resultados de las entrevista.

2.3.2 *Deducción- Inducción*

Este método aportó al análisis de los conceptos generales que se añadieron relacionado con el objeto de estudio, el mismo que coadyuvó al análisis de los servicios de animación del Hotel Oro Verde de la ciudad de Manta, donde a partir de la información que se obtuvo por parte de la encuesta, se determinaron las conclusiones adherentes a los servicios de animaciones de esta entidad turística.

De esta forma, la implementación de este método permitió que de dedujeran las teorías integradas y relacionadas con el objeto de estudio, lo cual fue de vital importancia debido al análisis del servicio de animación con relación a los resultados encontrados a partir de la aplicación del instrumento de la técnica de la encuesta y entrevista, validando los acervos bibliográficos con el práctico, y al mismo tiempo, contribuyó a la identificación de patrones del servicio que ofrece el hotel.

2.3.3 Histórico

Este método se utilizó con la finalidad de realizar un análisis comprensivo e integral de la evolución de los servicios de animación del hotel Oro Verde, lo cual fue de vital importancia para determinar la cronología de los cambios a favor de las necesidades de los turistas que usan sus instalaciones, y al mismo tiempo, los resultados que sean obtenidos, producto de los cambios constantes por parte de esta entidad en la búsqueda de mejorar el área de servicios de animación.

Su principal función radicó que la comprensión evolutiva en el tiempo, donde se destacó la situación pasada y presente del hotel Oro Verde de la ciudad de Manta, y los cambios que se han aplicado, lo cual fue esencial para determinar las diversas estrategias ejecutadas y de esa forma, fortalecerlas o modificarlas, siendo esencial para la elaboración de mejoras en el área de los servicios de animación.

2.3.4 Bibliográfico

La ejecución de este método en la presente investigación permitió recopilar información bibliográfica sólida que aportaron a una mejor comprensión del objeto de estudio relacionado con los servicios de animación, lo cual fue determinante para contrarrestarlo con los resultados encontrados a partir de la aplicación de la técnica de la encuesta e instrumento de la entrevista.

Por esa razón, el sustento teórico que coadyuvó la implementación de este método permitió crear una relación directa con los servicios de animación del hotel Oro Verde de la ciudad de Manta, lo cual aportó a realizar comparaciones que fueron desde los acervos biográficos con los hallazgos que se obtuvieron por medio de las técnicas de investigación aplicadas.

2.4 Métodos Empíricos

2.4.1 Encuesta

Esta técnica es consecuente con los objetivos de la investigación, debido a que se implementó permitió obtener información que permitió identificar las áreas de mejoras relacionadas con los servicios de animación del Hotel Oro Verde de la ciudad de Manta, al mismo tiempo, contribuyó a identificar los niveles de satisfacción de los huéspedes que acuden a esta entidad turística.

2.4.2 Entrevista

Para conocer de forma directa la percepción y estrategias implementadas del hotel Oro Verde de la ciudad de Manta, se estableció la técnica de la entrevista como medio de información, dirigida al gerente de esta institución, la cual permitió obtener datos adherentes a los servicios de animación, siendo esencial para el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

2.5 Población y Muestra

2.5.1 Población

Para la población se consideraron la participación de los huéspedes que se alojaron durante la última semana año del año en curso. Los cuales, de acuerdo con los datos ofrecidos por el Hotel Oro Verde de Manta, es de 125 personas.

2.5.2 Muestra

El desarrollo de la muestra se estableció por medio de un análisis probabilístico y de carácter aleatorio simple, donde cualquier individuo podrá formar parte del estudio de esta investigación. Para tal efecto, se implementó una fórmula estadística direccionada a una población previamente identificada, con los siguientes datos

$N = 125$ población

$Z = 1.95$ nivel de confianza

$e = 0.05$ error estándar

$p = 0.5$ población de éxito

$q = 0.5$ población de fracaso

$$n = \frac{(Z)^2 * (p) * (q) * N}{(e)^2 (n - 1) + (Z)^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1.95)^2 * (0.5) * (0.5) * 125}{(0.05)^2 (125 - 1) + (1.95)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{118.82}{1.26}$$

$$n = 94$$

Capítulo III – Resultados y Discusión

Con base a lo desarrollado, la encuesta se aplicó a 94 huéspedes alojados en el Hotel Oro Verde de forma aleatoria, con la finalidad de identificar sus niveles de satisfacción relacionado con los servicios de animación hotelera, lo cual fue de vital importancia para identificar las áreas de mejoras continuas como gestión de esta entidad turística.

3.1 Instrumento de Encuesta

1. ¿En qué rango establece usted la satisfacción de las actividades de animación realizadas en el Hotel?

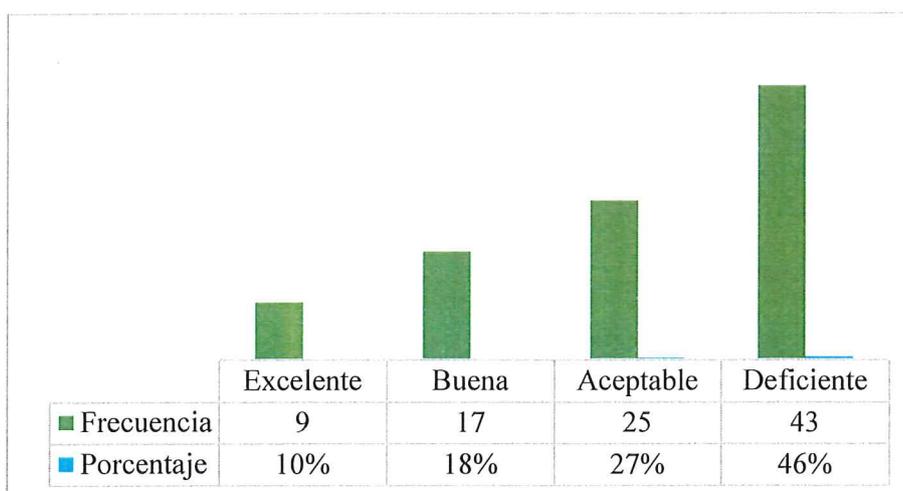
Tabla 1

Satisfacción de las actividades de animación

Actividades de animación	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	9	10%
Buena	17	18%
Aceptable	25	27%
Deficiente	43	46%
Total	94	100%

Gráfico 1

Satisfacción de las actividades de animación



Nota. Elaboración a partir de la encuesta realizada.

Análisis

Del total de los 94 huéspedes encuestados, el 46% señaló que no se siente satisfecho con los servicios de animación del hotel Oro Verde de la ciudad de Manta, mientras que el 27% consideró que los servicios que recibió son aceptables, mientras que el 18% lo calificó como buena y solo el 10% como excelente. Aquello evidencia de forma significativa, los turistas que visitan este centro turístico no se encuentran satisfechos con los servicios de animación, lo cual es de vital importancia para la comodidad y calidad de la estadía de los huéspedes.

2. ¿Cómo califica la adaptabilidad de las actividades de animación dirigida a los diversos grupos y edades de los huéspedes del hotel?

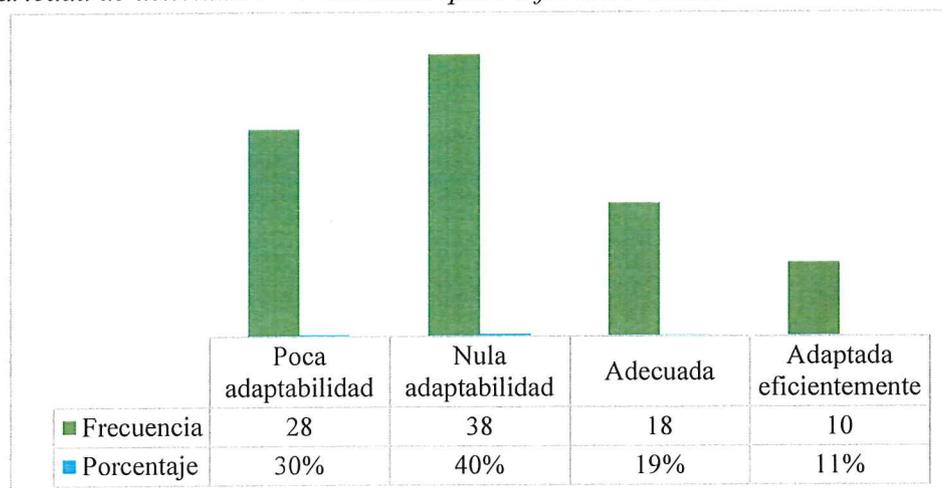
Tabla 2

Variedad de actividades de animación para diferentes edades

Adaptabilidad y animación	Frecuencia	Porcentaje
Poca adaptabilidad	28	30%
Nula adaptabilidad	38	40%
Adecuada	18	19%
Adaptada eficientemente	10	11%
Total	94	100%

Gráfico 2

Variedad de actividades de animación para diferentes edades



Nota. Elaboración a partir de la encuesta realizada.

Análisis

Respecto a la variedad de actividades de animación para los diversos grupos o en su defecto, distintas edades, el 40% manifestaron que hay nula adaptabilidad por parte del hotel con los servicios de animación, mientras que el 30% poca adaptabilidad, y el 19% la calificó como adecuada y solo el 10% como adaptada un servicio adaptado eficiente. Aquello evidencia que el hotel no tiene servicios de animación direccionados a los gustos diversos de los turistas, ni tampoco para todas edades, lo cual limita la comodidad y satisfacción de los huéspedes, los cuales demandan de un servicio que contemple todas sus exigencias, indistintamente de su rango de edad o gusto.

3. ¿Cuál es su apreciación acerca de la calidad enfocada a los servicios de animación que ofrece el hotel?

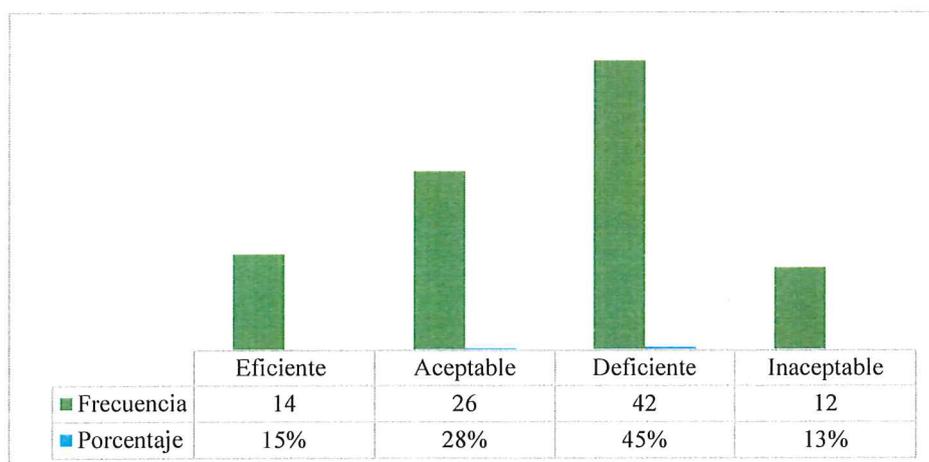
Tabla 3

Calidad de los servicios de animación del hotel Oro Verde

Calidad de los servicios	Frecuencia	Porcentaje
Eficiente	14	15%
Aceptable	26	28%
Deficiente	42	45%
Inaceptable	12	13%
Total	94	100%

Gráfico 3

Calidad de los servicios de animación del hotel Oro Verde



Nota. Elaboración a partir de la encuesta realizada.

Análisis

De forma significativa, el 45% de los huéspedes manifestaron que la calidad de los servicios de animación del hotel Oro Verde de la ciudad de Manta son deficientes, mientras que el 28% señaló que son aceptables, y el 15% expresaron que son eficientes, y el 13% inaceptable. Se evidencia la inconformidad de la mayoría de los turistas que acceden a las instalaciones de este hotel, los cuales optan por realizar diversas actividades que les permita satisfacer sus exigencias y necesidades, sin embargo, el servicio de animación es muy deficiente, imposibilitando la satisfacción de los turistas de forma sustancial.

4. ¿Cómo establece los servicios de animación ofrecidos por el hotel con relación a su frecuencia?

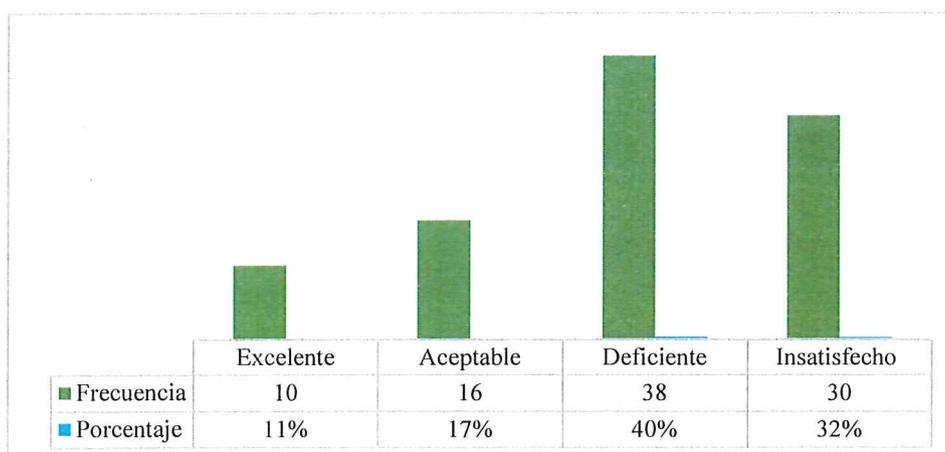
Tabla 4

Servicios de animación constante a los turistas

Animación	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	10	11%
Aceptable	16	17%
Deficiente	38	40%
Insatisfecho	30	32%
Total	94	100%

Gráfico 4

Servicios de animación constante a los turistas



Nota. Elaboración a partir de la encuesta realizada.

Análisis

La mayoría de los turistas que visitan con frecuencia las instalaciones del hotel oro verde, en un 40% manifestaron que los servicios de animación son deficientes, lo cual no destaca frente a la competencia, mientras que el 32% lo determinó como insatisfecho, y el 17% aceptable, y solo el 11% lo calificó como excelente. Se puede observar como la mayoría de los huéspedes que visitan constantemente las instalaciones de este hotel con la finalidad de encontrar resultados distintos, expresaron que sigue siendo deficiente e insatisfecho, lo cual les genera malestar, exhortándolos a contemplar otras opciones que satisfagan sus exigencias.

5. ¿Cuál es su calificación acerca de la accesibilidad de realizar las actividades de animación que ofrece el hotel?

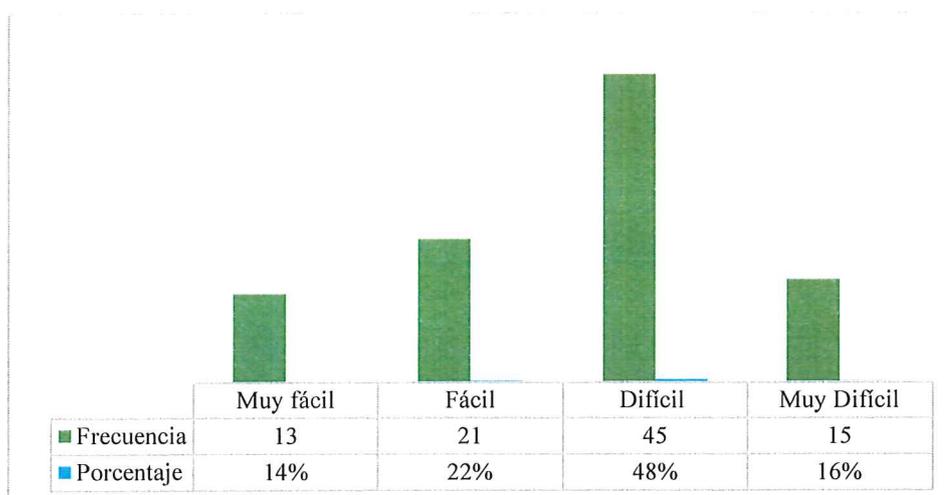
Tabla 5

Accesibilidad de los servicios de animación

Accesibilidad	Frecuencia	Porcentaje
Muy fácil	13	14%
Fácil	21	22%
Difícil	45	48%
Muy Difícil	15	16%
Total	94	100%

Gráfico 5

Accesibilidad de los servicios de animación



Nota. Elaboración a partir de la encuesta realizada.

Análisis

Referente a la accesibilidad de acceder a los servicios de animación del hotel Oro Verde de la ciudad de Manta, el 48% de los huéspedes manifestaron que es difícil, mientras que el 22% lo establecieron como fácil, mientras que el 16% muy difícil y el 14% muy fácil. Se evidencia que este hotel más allá de contar con servicios de animación ineficientes también carece de la comunicación y organización necesarias relacionadas con el desarrollo de las actividades, provocando que el huésped se sienta insatisfecho e inconforme con los servicios que ofrece esta entidad turística con relación a las actividades de animación.

6. ¿Considera usted que el hotel debería implementar más actividades de animación?

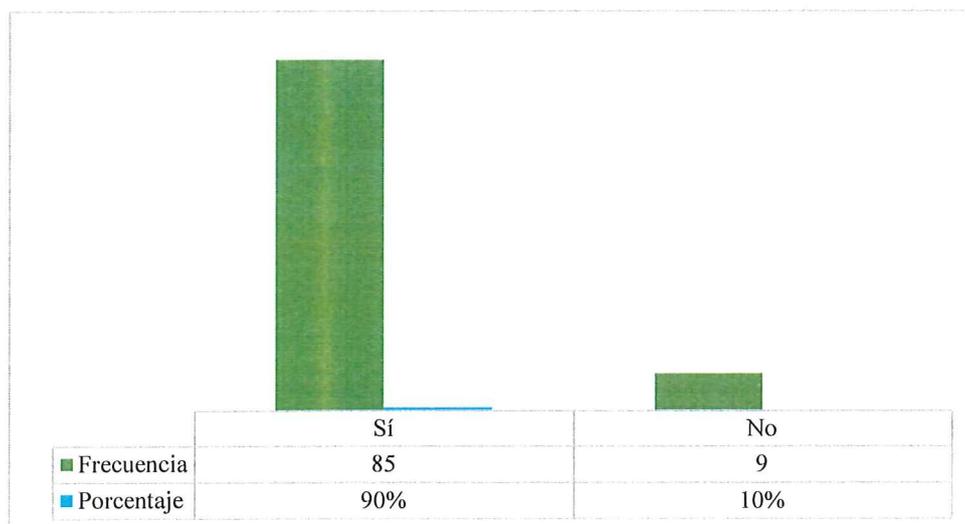
Tabla 6

Implementación de actividades de animación

Implementación de actividades	Frecuencia	Porcentaje
Sí	85	90%
No	9	10%
Total	94	100%

Gráfico 6

Implementación de actividades de animación



Nota. Elaboración a partir de la encuesta realizada.

Análisis

La mayoría de los huéspedes, expresaron que el hotel Oro Verde de la ciudad de Manta si debiera de implementar una variedad de servicios de animación, el 90%, es decir; un total de 85 encuestados manifestaron que existe mucha deficiencia e insatisfacción en ese rubro, el cual limita su nivel de satisfacción en esta entidad turística, mientras que solo el 10% señalaron que el hotel no debe de integrar nuevas actividades de animación. Esto evidencia que, entre los visitantes, de forma significativa no se encuentran conforme con las actividades que desarrolla el hotel para sus huéspedes, lo cual limita su estadía en las instalaciones.

7. ¿Cuál de las siguientes opciones le gustaría que se implemente en el hotel respecto a los servicios de animación?

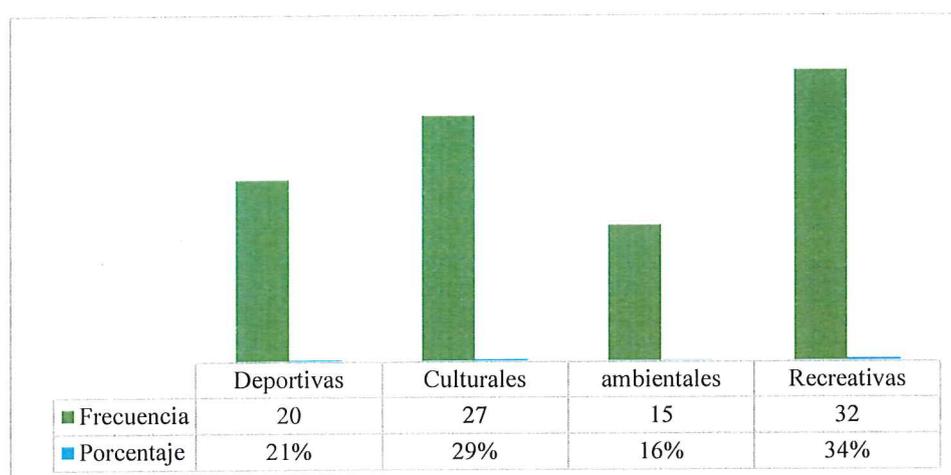
Tabla 7

Implementación de nuevas actividades en el hotel Oro Verde

Variedad de actividades	Frecuencia	Porcentaje
Deportivas	20	21%
Culturales	27	29%
ambientales	15	16%
Recreativas	32	34%
Total	94	100%

Gráfico 7

Implementación de nuevas actividades en el hotel Oro Verde



Nota. Elaboración a partir de la encuesta realizada.

Análisis

El 34% de los huéspedes del hotel Oro Verde cree que se deben implementar otras actividades de carácter recreativo, con la finalidad de integrar a todos los grupos, indistintamente de su edad, mientras que el 27% señalaron que deben de integrar actividades de origen cultural, y el 21% deportivas y finalmente, el 16% desea actividades ambientales, incursionado en la naturaleza. El denominador común de los huéspedes en contar con una extensa y variada gama de actividades de animación, las cuales estén direccionadas a todas las necesidades y exigencias de los turistas, siendo de su estadía un servicio satisfactorio.

8. ¿Cómo determina usted la comunicación del hotel con relación a la información de las actividades de animación?

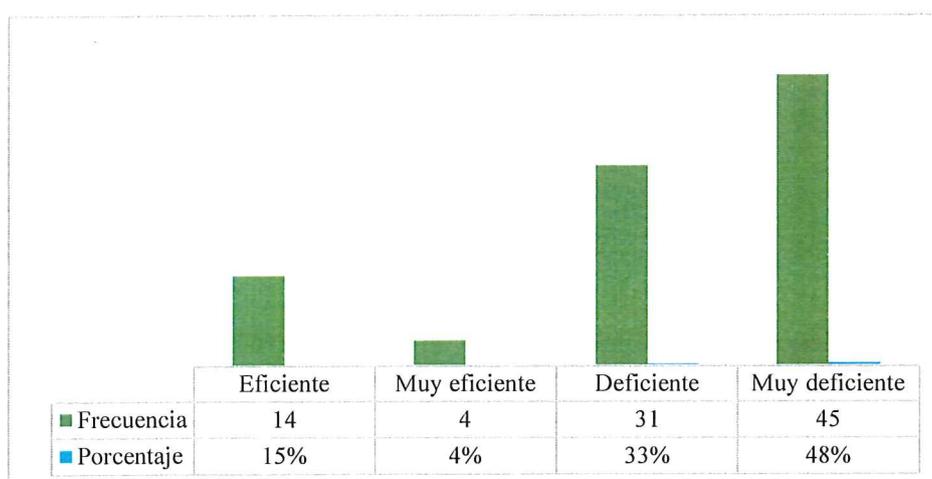
Tabla 8

Comunicación de las actividades de animación del hotel Oro Verde

Comunicación de las actividades	Frecuencia	Porcentaje
Eficiente	14	15%
Muy eficiente	4	4%
Deficiente	31	33%
Muy deficiente	45	48%
Total	94	100%

Gráfico 8

Comunicación de las actividades de animación del hotel Oro Verde



Nota. Elaboración a partir de la encuesta realizada.

Análisis

Del total de los 94 huéspedes encuestados, el 48% manifestaron que la comunicación enfocada a los servicios de animación es muy deficiente, mientras que el 33% la calificó como deficiente, y el 15% como eficiente, y solo el 4% cree que es muy eficiente. Se puede evidenciar que otro de los problemas que padece esta entidad se asocia a la falta de comunicación eficiente al momento de socializar el desarrollo de sus actividades, lo cual genera que los huéspedes se sientan insatisfechos y confundidos debido a la mala planificación comunicacional que existe en el hotel Oro Verde de la ciudad de Manta.

9. ¿En qué rango usted califica la gestión enfocada a los servicios de animación del hotel para la satisfacción de los huéspedes?

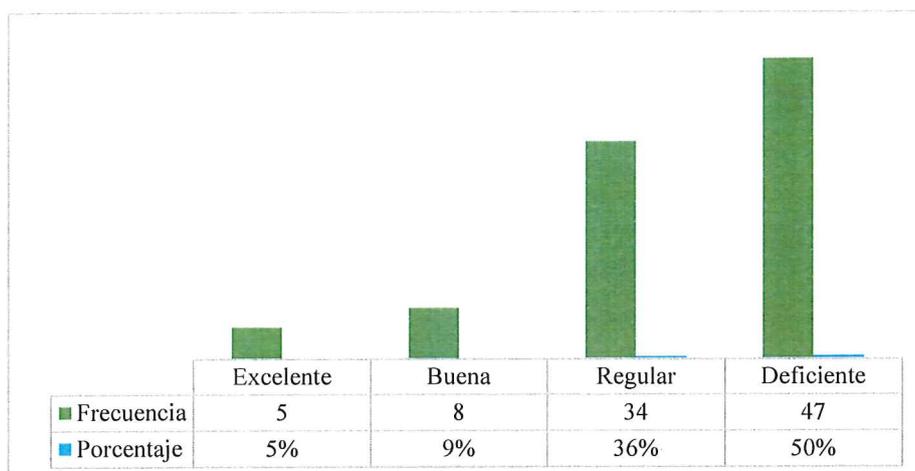
Tabla 9

Calificación de la gestión de los servicios de animación del hotel Oro Verde

Servicios de animación	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	5	5%
Buena	8	9%
Regular	34	36%
Deficiente	47	50%
Total	94	100%

Gráfico 9

Calificación de la gestión de los servicios de animación del hotel Oro Verde



Nota. Elaboración a partir de la encuesta realizada.

Análisis

La mayoría de los encuestados, es decir; el 50% expresaron que el servicio de animación del hotel Oro Verde de la ciudad de Manta es deficiente, mientras que el 36% lo calificó como regular, y el 9% como buena y solo el 5% como excelente. Se observa que la mayoría de los turistas que llegan a este hotel no se encuentran conformes con la gestión del hotel, donde las limitaciones de animaciones y falta de eficacia en la comunicación, genera que los huéspedes no se encuentren satisfechos con lo que ofrece el hotel, principalmente relacionado con los servicios de animación.

10. ¿Qué factores enfocados a los servicios de animación cree usted que el hotel debería mejorar?

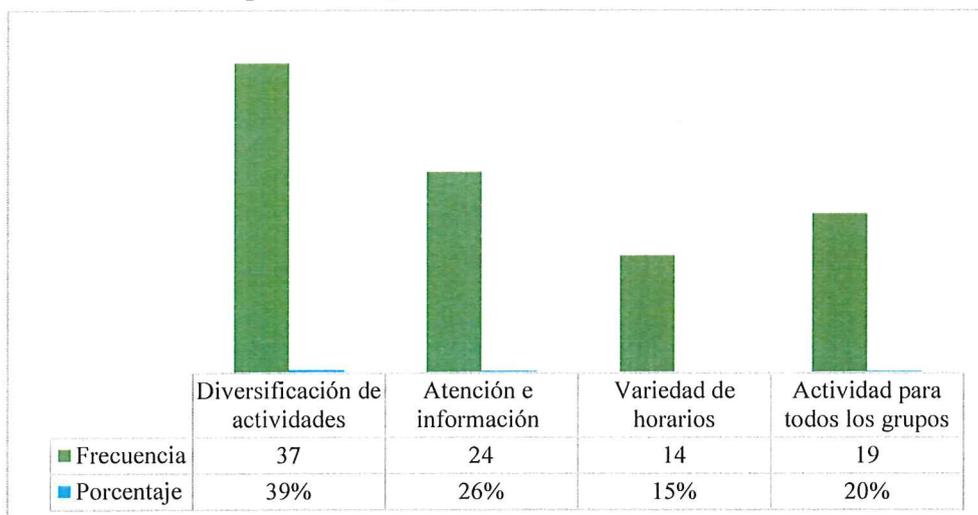
Tabla 10

Servicios de animación que debe mejorar el hotel Oro Verde

Factores para mejorar	Frecuencia	Porcentaje
Diversificación de actividades	37	39%
Atención e información	24	26%
Variedad de horarios	14	15%
Actividad para todos los grupos	19	20%
Total	94	100%

Gráfico 10

Servicios de animación que debe mejorar el hotel Oro Verde



Nota. Elaboración a partir de la encuesta realizada.

Análisis

Como se ha evidenciado que uno de los problemas se relaciona con la limitación en la variedad de servicios de animación, el 39% manifestaron que se debe mejorar la diversificación de actividades con la finalidad de que puedan satisfacer todas las exigencias de los huéspedes, mientras que el 26% cree que se debe poner énfasis en la atención e información de las actividades de animación, y el 20% expresaron que el hotel debe de realizar actividades para todos los grupos y edades sin ningún tipo de exclusión, y mientras que el 15% estableció que los horarios deben ser variados. Se evidencia que los principales problemas de hoteles radican en la poca capacidad enfocada a las actividades de animación y a la ineficiente gestión comunicacional que emplea, generando inconformidad en las personas que visitan y usan sus instalaciones.

3.2 Resultados de la Entrevista Aplicada al Representante del Oro Verde

1. ¿Cómo analiza el desarrollo de los servicios de animación enfocado en la calidad y satisfacción de los huéspedes que utilizan los servicios del hotel Oro Verde?

Los servicios de animación se constituyen como un factor determinante y significativo para el hotel, debido a que representa la satisfacción de los visitantes que acuden a nuestras instalaciones, en varios casos se ha evidenciado diversos comentarios importantes y positivos relacionados con nuestro servicio, sin embargo, también se ha evidenciado falencias que han sido expresadas por los propios turistas en los análisis y estudios internos que realiza el hotel, lo cual ha afectado a la estadía de los huéspedes, exhortando a estructura el proceso y gestión de la animación de forma eficiente, mejorando la experiencia de los clientes con los que cuenta el Oro Verde.

2. ¿Cuáles son las medidas que ha implementado para mejorar la calidad de los servicios de animación del hotel Oro Verde?

Se ha implementado una serie de programas enfocados a mejorar la formación de los empleados que realizan las actividades de animación, por medio de la interacción con los clientes y de esa forma, evidenciar sus exigencias y ejecutar estrategias con base a sus necesidades, no obstante, como representante del hotel, somos consciente que se debe de diversificar la integración de las actividades de

animación, incluyendo aspectos culturales, deportivos o en su defecto de carácter recreacional, y de esa forma, mejorar la calidad de los servicios de animación y la satisfacción de los huéspedes.

3. ¿Cómo se evalúa actualmente la eficacia y rendimiento de los servicios de animación del hotel?

La evaluación que realiza el hotel actualmente se mide por medio de encuestas de satisfacción con relación a los servicios de animación que ofrece el hotel. Sin embargo, se está trabajando en la implementación de indicadores más precisos con la finalidad de identificar de forma precisa, las necesidades de los clientes, como es el caso del indicador clave de rendimiento (KPI), el cual contempla la calidad de un servicio de forma eficiente.

4. ¿Cuál es el compromiso de los empleados en los procesos de mejora relacionados con los servicios de animación?

El personal que tiene una incidencia directa con los servicios de animación se encuentra muy comprometida, donde nosotros como hotel, les ofrecemos diversas herramientas y recursos importantes para que la calidad de la atención sea eficiente, en todos sus niveles, sin embargo, aun seguimos en proceso de obtener los resultados esperados con base a las estrategias que hemos implementado, principalmente en mejoras en el servicio y actividades de animación.

5. ¿Qué tipo de herramienta o estrategia considera usted que se necesita para mejorar y optimizar de forma eficiente las actividades de animación del hotel?

La optimización ha surgido a raíz de la implementación de programas que tienen que ver con la gestión y entretenimiento de las actividades del hotel, donde se comenzó a gestionar la implementación tecnológica para mejorar las actividades de animación, con la finalidad de contar con una mejor organización y socialización con los huéspedes, lo cual sabemos que es esencial para mejorar la satisfacción de los clientes.

6. ¿Cómo determina el hotel la ejecución de las actividades de animación y su dirección enfocada a las exigencias, gustos y edades?

El hotel Oro Verde siempre trata de ofrecer y satisfacer todas las exigencias de los huéspedes, sin embargo, se ha evidenciado un margen de mejora importante, lo cual también se asocia con clientes variados de diversas edades y grupos, y con perfiles muy sofisticados, lo cual no ha llevado a la implementación de un estudio exhaustivo de carácter social, demográfico y de cultura con el objetivo de brindar un servicio de animación eficiente.

7. ¿Cuál sería su sugerencia general para fortalecer las actividades de animación de los hoteles de la ciudad de Manta?

Lo más importante actualmente para el servicio de animación de una entidad hotelera, radica en la innovación de sus actividades de animación, las cuales coadyuvan a que los huéspedes se sientan satisfechos, otorgándoles una experiencia inolvidable, adicional a eso se debe de trabajar de forma exhausta con la identidad de la provincia de Manabí, fortaleciendo el sentido de pertinencia con los clientes

3.3 Discusión

Los resultados que se evidenciaron en el desarrollo de la investigación reflejaron que existen deficiencias sustanciales e importantes en los servicios de animación del hotel Oro Verde de la ciudad de Manta, lo cual tiene incidencia directa en la satisfacción de los turistas que visitan sus instalaciones. Según el instrumento de la encuesta, el 46% de los huéspedes expresaron que las actividades de animación son deficientes, mientras que el 10% cree que este servicio es excelente. Aquello tiene una relación directa con los resultados que se encontraron por medio del instrumento de la entrevista, donde su principal representante determinó que efectivamente se han encontrado diversas falencias sustanciales en la experiencia de los usuarios, lo cual lo asocian con la infraestructura limitada y la poca dinamización de los servicios de animación de esta entidad de alojamiento.

Asimismo, también se identificó que una de las complicaciones más importantes que presenta el hotel Oro Verde de la ciudad de Manta se relaciona con la falta de adaptabilidad que contienen las actividades de animación enfocadas a los diversos grupos de personas, considerando su edad y preferencias. En ese sentido, el 40% de los participantes determinaron que no las actividades no se adaptan a todas sus exigencias y necesidades. Lo cual también es certificado por el representante del hotel de esta entidad, el mismo que manifestó que aún no se han ejecutado planes de diversificación asociados a la variedad de los servicios de animación, lo cual evidencia una limitación en las actividades ofrecidas, tal cual como lo estipula en la investigación Pérez (2023), estableciendo que los turistas optan por la búsqueda de alternativas integrales y exploradoras, en diversos entornos.

De la misma manera, los resultados también determinaron que existe una deficiencia considerable en la comunicación interna y externa de esta entidad turística en función de las actividades de animación que se realizan. Donde el 48% de los participantes catalogaron que la comunicación es muy deficiente, y al mismo tiempo aquello les genera un entorno de confusión e incertidumbre en los turistas, aquello se relaciona con los resultados que se encontraron en la entrevista, la misma que recalcó que se han implementado eh diversos recursos tecnológicos para optimizar y mejorar esta deficiencia, sin embargo, aún no se obtienen los resultados esperados. Aquello también lo sustenta los acervos bibliográficos, como es el caso de Castro (2022), el cual determinó

que es esencial que exista una comunicación eficiente para impulsar la fidelización y satisfacción de los turistas.

Así mismo, el desarrollo de las actividades de animación es una de las áreas de mejora que se identificaron en el proceso investigativo, justificado en que el 90% de los participantes consideran que es de vital importancia incorporar diversas actividades que se enfoquen al entorno recreativo y cultural. No obstante, se destaca la intervención y estrategias de prevención por parte del hotel Oro Verde de la ciudad Manta, él mismo que ha ejecutado diversas áreas de esparcimiento con la finalidad de mejorar de forma significativa la calidad de los servicios de animación. Esto coincide con la investigación realizada por Morales y Ramírez (2020), los cuales determinaron que para mejorar la satisfacción de los usuarios que visitan los hoteles es indispensable contar con diversas actividades de animación, las cuales deben de direccionarse a cualquier grupo de edad, considerando sus preferencias.

Con base a lo mencionado, los resultados y hallazgos de esta investigación enfocados a los instrumentos de recopilación de datos como son la entrevista y la encuesta, aunado a la implementación de los diversos acervos bibliográficos que se utilizaron, destacaron la importancia de implementar diversas estrategias que sean esenciales para mejorar los servicios de animación del hotel Oro Verde de la ciudad de Manta, desde la perspectiva comunicacional, capacitación del personal y variedad de actividades relacionadas con los servicios de animación. La aplicación de estas estrategias es indispensable para mejorar la satisfacción de los huéspedes de forma integral.

Capítulo IV - Diseño del Plan de Acción

El desarrollo del siguiente plan de acción surge a partir de las deficiencias evidenciadas que tiene el hotel Oro Verde de la ciudad de Manta relacionado con el servicio de animación, el mismo que por medio del fortalecimiento de capacitación, motivación, evaluación y planificación interna pretende presentar un plan de mejora sustancial, con el objetivo de mejorar la estadía de los huéspedes que buscan un momento de relajación y entretenimiento, lo cual no solo mejorará el servicio, sino también la competitividad de esta entidad.

4.1.1 Capacitación Permanente Dirigida a los Colaboradores

Este tipo de estrategia permite que los empleados que forman parte del área de servicios de animación mejoren sus competencias sustancialmente, desempeñándose de forma eficiente con relación a las necesidades de los huéspedes, donde por medio de talleres y capacitaciones mejorarán sus habilidades de forma eficaz.

Actividades	Ejecutores	Recursos	Duración	Indicadores
Identificación de las áreas vulnerables	Recursos humanos y el encargado del servicio de animación	Encuestas y evaluación de los huéspedes	3 semanas	Análisis de satisfacción de los huéspedes
Planificación de talleres	Recursos humanos	Expertos y profesionales del servicio de animación	2 meses	Cumplimiento del cronograma
Organización de seminarios y programas de validación enfocados al servicio de animación	Supervisor y encargado del servicio de animación	Recursos audiovisuales	1 mes	Número de colaboradores entrenados
Analizar el impacto de los talleres por medio de técnicas como la encuesta con relación a sus conocimientos.	Recursos humanos y encargado del área	Software estadístico	Evaluación mensual	Informe de las mejoras de forma individual de cada empleado

4.1.2 Creación de Incentivos para los Empleados

Su aplicación contribuye a promover el fortalecimiento del compromiso por parte de los empleados que forman parte del área de servicios de animación del hotel Oro Verde de la ciudad de Manta, lo cual es de vital importancia para que los trabajadores estén en constante competencia, mejorando su productividad de forma eficiente e integral.

Actividades	Ejecutores	Recursos	Duración	Indicadores
Programa de reconocimiento dirigido a los empleados	Departamento de recursos humanos	Premios	Mensualmente	Uso del programa de reconocimiento
Diseño de bonificación por el cumplimiento de objetivos	Encargado del área de servicios de animación	Bonificaciones	Trimestral	Cantidad de empleados que son bonificados
Oportunidad de propuestas por parte de los empleados para mejorar el área de animación	Área de evaluación del hotel	Espacio de reunión	Trimestral	Cantidad de estrategias propuestas
Presentación mensual de los reconocimientos a los empleados por sus objetivos cumplidos	Gerencia del hotel	Espacio de reunión	Trimestral	Compromiso de los empleados evidenciado por medio de la técnica de la encuesta.

4.1.3 Evaluación Permanente del Desempeño de los Empleados

La aplicación de esta estrategia no solo permitirá evidenciar la eficiencia de los empleados de forma periódica, sino también contribuirá a identificar las áreas de mejora del hotel, otorgándoles a los colaboradores la información y capacitación necesaria para mejorar la calidad del servicio de animación.

Actividades	Ejecutores	Recursos	Duración	Indicadores
Implementar un cronograma trimestral para analizar el desempeño de los empleados	Departamento de recursos humanos	Recurso informático relacionado con la gestión de rendimiento	Mensualmente	Cronograma aprobado
Ejecutar socializaciones colectivas e individual con los empleados	Departamento de recursos humanos	Espacio de reunión	Mensualmente	Informe de su desempeño socializado a los empleados
Integrar técnicas de recopilación de información para medir la satisfacción de los empleados	Analista estadístico	Software estadístico	Trimestral	Datos de la encuesta
Evaluación de los ajustes realizados en el desempeño de los empleados	Encargado del servicio de animación	Espacio de reunión	Mensualmente	Presentación de ajustes en función de la estrategia ejecutada

4.1.4 Mejora de la Planificación Interna

El uso de esta estrategia pretende fortalecer la comunicación interna con relación a todos los empleados que forman parte del servicio de animación del hotel Oro Verde, la misma que se realizará por medio de herramientas de gestión, y socializaciones mensuales.

Actividades	Ejecutores	Recursos	Duración	Indicadores
Implementar herramientas que permitan una eficiente gestión comunicacional interna	Departamento de recursos humanos	Recurso informático relacionado a las capacitaciones de los empleados	Mensualmente	Plataforma funcionamiento y colaboradores preparados
Reunión por semana adherentes al desarrollo de actividades	Encargado del servicio de animación	Espacio de reunión	Semanal	Integración de socialización adherente a las mejoras semanales
Implementación de boletines de carácter digital	Área de comunicación del hotel	Software gráfico	Semanal	Información de fácil acceso por todos los canales digitales
Evaluación de la planificación y comunicación interna	Departamento de recursos humanos	Encuesta	Mensualmente	Presentación de los resultados de la encuesta

Conclusiones

La gestión de los servicios de animación en el hotel Oro Verde se establece como una área que necesita potenciarse con la finalidad de mejorar la satisfacción de los usuarios que acuden y usan las instalaciones de esta entidad, debido a que se encontraron resultados deficientes relacionados con la calidad de las actividades ejecutadas, representando diversas limitaciones en aquellos turistas que buscan un servicio eficiente e integral, lo cual refleja que se necesita implementar un enfoque proactivo que coadyuve a mejorar los servicios de animación, beneficiando no solo a la institución hotelera, sino también a sus clientes.

Los hallazgos encontrados en el desarrollo de la investigación determinaron que el 90% de los turistas o usuarios que usan las instalaciones de este hotel, considera que es de vital importancia la implementación y variación de diversas actividades de animación, las cuales deben estar direccionadas a la imposibilidad y a la satisfacción de los gustos y preferencias de diversas edades, sin exclusión alguna. La falta de adaptabilidad por parte de este hotel excluye un segmento de turistas que de alguna u otra manera, optan por servicios de animación diferenciados.

Así mismo, se identificó que los sistemas de comunicación no corresponden a las necesidades y exigencias que se presentan en los diversos escenarios en el hotel Oro Verde de la ciudad de Manta, lo cual genera insatisfacción en los turistas, debido a que no se enteran ni socializan de las actividades a desarrollar por parte de los colaboradores de esta entidad turística, donde el 81% de los encuestados que visitan estas instalaciones, ha calificado a la comunicación interna como comunicación deficiente, lo cual refleja la necesidad de mejorar los procesos comunicativos, entre el cliente y el hotel.

Las limitaciones en los servicios de animación se constituyen como un factor que afecta significativamente la imagen institucional del hotel Oro Verde de la ciudad de Manta, principalmente a nivel competitivo como otras entidades turísticas de la ciudad, lo cual determina la necesidad de implementar estrategias congruentes con las necesidades y exigencias de los turistas, lo cual no solo permitirá que se consolide como una empresa innovadora, sino que también aumentaría la fidelidad de las personas que usan los servicios de animación y mejoraría su institucionalidad de forma integral.

Recomendaciones

Se deben de crear un conjunto de actividades compuestas en un portafolio que contemple un conjunto de opciones integrales para satisfacer las necesidades y exigencias de los turistas que visitan y usan los servicios del hotel Oro Verde a la ciudad de manta, asegurando y fortaleciendo que dichas actividades sean afectivas para todas las edades, preferencias y gustos de sus usuarios, adicionando o un análisis permanente acerca de la satisfacción de los clientes con el objetivo de fortalecer las actividades de animación y mejorar la estadía de los turistas.

Se deben establecer una mejora significativa asociada a la comunicación interna y externa del hotel, por medio de un sistema de comunicación eficiente y moderno, con la finalidad de que los turistas y usuarios puedan acceder en tiempo real a todas las opciones enfocada al servicio de animación que tenga en cartelera esta entidad turística, y de esa forma fortalecer los mensajes difusivos de forma integral y eficiente, garantizan o que todos sus clientes tengan una información eficaz, antes y durante de su permanencia en el hotel Oro Verde.

Se debe de implementar un programa que tenga como finalidad, la formación permanente para todos los colaboradores que se encuentran inmersos en las actividades de animación, centrándose en mejoras de habilidades, así como también, en otorgar las herramientas necesarias para que los trabajadores puedan ofrecer un servicio de atención al cliente eficiente, creativo y eficaz, lo cual no solo mejoraría significativamente el servicio de animación y todos sus entornos, sino que también incrementaría el compromiso por parte de sus colaboradores con los objetivos institucionales del hotel.

El hotel debe de empleado indicadores que se asocien al rendimiento y satisfacción precisa eh direccionados a los servicios de animación, con la finalidad vehicular una evolución medible al impacto de las estrategias que se vayan implementando y de esa forma, ejecutar análisis en tiempo real para fortalecer la experiencia de los turistas que usen y se alojen en el hotel Oro Verde de la ciudad de Manta. Aunado a aquello, el resultado de estas auditorías permitirá validar el cumplimiento de los parámetros establecidos, mejorando la calidad de los servicios de animación de forma eficiente y eficaz.

Anexos

Encuesta



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

ENCUESTA DIRECCIONADA A LOS HUÉSPEDES DEL HOTEL ORO VERDE DE LA CIUDAD DE MANTA

Objetivo: Evaluar la satisfacción de los huéspedes con relación a los servicios de animación

Indicaciones: Se emplean un conjunto de diez preguntas, donde debe de seleccionar una opción por cada pregunta.

Instrumento de Encuesta

1. **¿En qué rango establece usted la satisfacción de las actividades de animación realizadas en el Hotel?**

Excelente

Buena

Aceptable

Deficiente

2. **¿Cómo califica la adaptabilidad de las actividades de animación dirigida a los diversos grupos y edades de los huéspedes del hotel?**

Poca adaptabilidad

Nula adaptabilidad

Adecuadas

Adaptadas eficientemente

3. **¿Cuál es su apreciación acerca de la calidad enfocada a los servicios de animación que ofrece el hotel?**

Eficiente

Aceptable

Deficiente

Inaceptable

4. ¿Cómo establece los servicios de animación ofrecidos por el hotel con relación a su frecuencia?

Excelente

Aceptable

Deficiente

Insatisfecho

5. ¿Cuál es su calificación acerca de la accesibilidad de realizar las actividades de animación que ofrece el hotel?

Muy fácil

Fácil

Difícil

Muy Difícil

6. ¿Considera usted que el hotel debería implementar más actividades de animación?

Sí

No

7. ¿Cuál de las siguientes opciones le gustaría que se implemente en el hotel respecto a los servicios de animación?

Deportivas

Culturales

ambientales

Recreativas

8. ¿Cómo determina usted la comunicación del hotel con relación a la información de las actividades de animación?

Eficiente
Muy eficiente
Deficiente
Muy deficiente

9. ¿En qué rango usted califica la gestión enfocada a los servicios de animación del hotel para la satisfacción de los huéspedes?

Excelente
Buena
Regular
Deficiente

10. ¿Qué factores enfocados a los servicios de animación cree usted que el hotel debería mejorar?

Diversificación de actividades
Atención e información
Variedad de horarios
Actividad para todos los grupos

Entrevista



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

ENTREVISTA AL GERENTE DEL HOTEL ORO VERDE DE LA CIUDAD DE MANTA

Objetivo: Conocer las estrategias implementadas del hotel para mejorar los servicios de animación del hotel Oro Verde.

1. **¿Cómo analiza el desarrollo de los servicios de animación enfocado en la calidad y satisfacción de los huéspedes que utilizan los servicios del hotel Oro Verde?**
2. **¿Cuáles son las medidas que ha implementado para mejorar la calidad de los servicios de animación del hotel Oro Verde?**
3. **¿Cómo se evalúa actualmente la eficacia y rendimiento de los servicios de animación del hotel?**
4. **¿Cuál es el compromiso de los empleados en los procesos de mejora relacionados con los servicios de animación?**
5. **¿Qué tipo de herramienta o estrategia considera usted que se necesita para mejorar y optimizar de forma eficiente las actividades de animación del hotel?**
6. **¿Cómo determina el hotel la ejecución de las actividades de animación y su dirección enfocada a las exigencias, gustos y edades?**
7. **¿Cuál sería su sugerencia general para fortalecer las actividades de animación de los hoteles de la ciudad de Manta?**

Referencias Bibliográficas

- Bermúdez, A., & Díaz, A. (2020). La animación turística como factor de satisfacción y repetición de visitas en hoteles todo incluido. *Revista de Ciencias Turísticas*, 72-86.
- Carrillo, D. (2022). Importancia de los servicios de animación en el enfoque hotelero. *Estudios de Calidad y Servicio*, 35-50. doi:10.1039/ecsq.2022.13435
- Castro, F. (2022). Percepción de los clientes sobre los servicios de animación en los hoteles de la región andina. *Estudios de Gestión Turística*, 69-78.
- Cevallos, J. (2021). La animación como herramienta estratégica para hoteles rurales. *Turismo y Economía*, 38-58. Obtenido de <https://revistalideres.ec/lideres/cadena-hoteler-a-oro-verde-incorpora.html>
- Constitución de la República del Ecuador. (20 de Julio de 2008). Normas que rigen los hoteles del Ecuador. Obtenido de oas: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Cordero, A. (2020). La influencia de la animación en los hábitos de consumo turístico en los hoteles. *Revista de Estudios de Consumo Turístico*, 25-32.
- Díaz, M. (2022). Identificación de beneficios y desafíos asociados con los programas de animación. *Revista Studia Periegetica*, 36-42. doi:10.5604/01.3001.0014.1219.
- Ferrer, A. (2020). La animación como herramienta de fidelización en el sector hotelero. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 68-74.
- Gambarota, D., & Lorda, M. (2020). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 14-18.

- García, M. M. (2020). La percepción de los turistas sobre los servicios de animación en hoteles de lujo en la Costa Caribe. *Estudios de Turismo*, 112-129. doi:10.2324/et.2020.26112
- González, A. (2021). Servicios de animación y su enfoque relacionado con la mejora continua. *Revista de Desarrollo Turístico*, 19-28.
- Gutiérrez, M. (2022). Efectos de la animación en la fidelización de los turistas en hoteles con régimen de todo incluido. *Revista Turística Internacional*, 2021.
- Hernández, G. (2021). Animación turística en hoteles rurales: Estrategias para mejorar la experiencia del turista. *Revista Latinoamericana de Turismo y Cultura*, 36-47.
- INEC. (2023). Instituto Nacional de Estadística y Censos. Boletín de Población de la ciudad de Manta. 15-48.
- Lastra, X. (2020). Impacto del Turismo en el Desarrollo del Ecuador: Reflexiones desde la academia. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 147-185.
- Ley Organica de Servicio Público. (16 de Octubre de 2010). Obtenido de https://www.superbancos.gob.ec/bancos/wp-content/uploads/downloads/2020/12/ley_organica_servicio_publico2.pdf
- López, F. (2019). La animación turística como factor diferenciador en la hotelería de sol y playa. *Revista de Investigación Turística*, 234-250.
- López, V. (2020). La animación en los hoteles: Una estrategia para el posicionamiento en el mercado turístico. *Revista de Marketing Turístico*, 63-84.
- Lorena, P. M. (2019). Análisis del sector de animación de la industria hotelera del Perú. *Revista de Desarrollo Social y Turístico*, 25-37. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/jspui/handle/20.500.11962/20613>

- Merriam., S. B. (2009). *Qualitative Research and Evaluation in Physical Education and Sport Pedagogy*. Estados Unidos.
- Morales, J., & Ramírez, F. (2020). El impacto de la animación turística en la percepción de valor en los hoteles urbanos. *Revista de Turismo Urbano*, 17-28.
- Moreno, F. (2020). El turismo experiencial, deportes y juegos tradicionales: Nueva perspectiva para el desarrollo turístico local. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 125-145. doi:<https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.884>
- Ortega, T. (2022). La evolución de la animación turística en los hoteles mediterráneos: 2000-2020. *Cuadernos de Turismo*, 15-21.
- Panhelov, B., & Danilko, V. (2018). La esencia y los tipos de programas de animación en turismo. *Revista de Turismo Ecológico*, 13-18. doi:10.4236/jss.2019.76014
- Paredes, L., & Vargas, P. (2022). Las actividades de animación y su relación con la satisfacción de los turistas en los hoteles de montaña. *Revista de Turismo de Aventura*, 25-28.
- Pérez, S. (2023). La integración de la animación turística en la oferta hotelera: Retos y oportunidades. *Revista de Investigación en Turismo y Cultura*, 115-135.
- Reglamento de Formación y Capacitación. (15 de Junio de 2015). Obtenido de <https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/07/REGLAMENTO-DE-FORMACION-Y-CAPACITACION-MINFIN.pdf>
- Sánchez, B. (2021). La animación turística como factor de diferenciación en el sector hotelero: Un estudio de caso en la Costa del Sol. *Revista de Turismo y Desarrollo Sostenible*, 37-48.

- Sánchez, J. (2019). Animación hotelera, una perspectiva de diferenciación de marcas. Bases conceptuales y metodológicas. *Explorador Digital*, 79-95. doi:<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v3i4.917>
- Serrano, G., & Hernández, M. (18 de Febrero de 2022). La animación en hoteles de playa: Impacto en la satisfacción y lealtad del cliente. *Revista de Gestión Hotelera*, 75-95.
- Vega, C., & Rodríguez, P. (2023). Impacto de los servicios de animación en la fidelización de clientes de hoteles vacacionales. *Revista de Turismo y Hospitalidad*, 45-58. Obtenido de <https://www.oeverdemanta.com/es/>
- Vidal, D., & Serrano, C. (2022). El valor de la animación turística en la fidelización de los clientes en hoteles de lujo. *Revista de Hostelería y Turismo*, 44-59.