

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **MAURICIO JAVIER CHECA ZAMBRANO** C.I. **1714828520** autor del trabajo de graduación intitulado: **"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"** , previa a la obtención del grado académico de **INGENIERO EN GESTIÓN HOTELERA** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 22 de abril de 2015



Mauricio Javier Checa Zambrano

C.I. 1714828520

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Mtr. Edison Cupuerán, director de esta disertación, certifico que el Sr. Mauricio Javier Checa Zambrano ha realizado con mi dirección este trabajo titulado "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", de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



Mtr. Edison Cupuerán

Quito, abril del 2015

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

DISERTACIÓN DE TESIS

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

MAURICIO JAVIER CHECA ZAMBRANO

ABRIL, 2015

QUITO – ECUADOR

DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

Mtr. Edison Cupuerán

LECTORES:

Mtr. Gabriela Maldonado

Mtr. Lotty Lizarsaburu

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico primeramente a mi CREADOR EL SEÑOR JESUCRISTO, a mis padres Inés Zambrano y Jorge Checa, a mis abuelos Ángel Zambrano y María Teresa Dueñas, quienes me han enseñado principios y valores que han guiado mi camino, que con su amor y ejemplo han sabido educarme y son los pilares fundamentales de mi vida.

Mauricio

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, quién guía mi camino, que me protege y cuida a toda mi familia y que ha permitido la culminación de mis estudios.

A mis padres, abuelos, hermanos, tíos y primos que siempre han estado a mi lado en todo momento y me ayudan a alcanzar cada una de mis metas.

A mi gran director de disertación Edison Cupuerán, por brindarme sus conocimientos y contribuir en mi aprendizaje, a mis lectores quienes, con su experiencia me han colaborado para la ejecución del presente trabajo.

A la Pontificia Universidad Católica y cada uno de mis maestros quienes me brindaron los mejores conocimientos.

Mauricio

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOiii
ÍNDICE GENERAL	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN.....	vi
ÍNDICE DE ECUACIONES	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	vi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	vii
1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1. Resumen	1
1.2. Justificación	2
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.4. OBJETIVOS	4
1.4.1. General.....	4
1.4.2. Específicos	4
1.5. Marco Teórico.....	4
1.5.1. Antecedentes o Marco referencial	4
1.5.2. Marco Teórico.....	5
1.6. Marco Conceptual.....	8
1.6.1. Interacción social:.....	8
1.6.2. Ocio:.....	8
1.6.3. Tiempo libre:.....	9
1.6.4. Recreación:	9
1.6.5. Animación turística:	9
2. CAPÍTULO II: BENEFICIOS DE LA ANIMACIÓN EN LA HOTELERÍA CONTEMPORÁNEA.....	11
2.1. Principios de la recreación.....	12
2.1.1. Historia de la recreación en los hoteles.	14
2.1.2. Primeros hoteles en aplicar la animación turística	15
2.2. Recreación en Hoteles alrededor del mundo	16
2.2.1. Actividades recreativas para hoteles	18
2.2.2. Departamento de Recreación y animación en hoteles	25
2.3. Recreación en Hoteles del Ecuador.....	28
2.3.1. Hoteles que usan recreación	29
2.3.2. Tipos de actividades de recreativas	30

3. CAPÍTULO III: SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA RECREATIVA EN LOS HOTELES DEL ESTUDIO	35
3.1. Políticas de servicio existentes	36
3.1.1. Normas de Atención al cliente	41
3.1.2. Normas y Reglamentos de Servicios Recreativos	43
3.1.3. Servicios complementarios	46
3.2. Infraestructura existente	48
3.2.1. Infraestructura de servicios	48
3.2.2. Infraestructura recreativa	50
3.3. Percepción de los clientes sobre el servicio recreativo	51
3.3.2. Perfil del cliente	55
3.3.3. Necesidades de servicios recreativos según los clientes	56
3.3.4. Brechas de servicios recreativas	60
4. CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE UN PLAN DE SERVICIOS RECREATIVOS	62
4.1. Definición de un plan de servicios recreativos	62
4.1.2. Alcance	64
4.1.3. Objetivos	65
4.2. Líneas de acción	65
4.2.1. Líneas de Acción Hotel Quito	65
4.2.2. Hotel Sheraton	73
4.2.3. Hotel Swissôtel	79
4.3. Seguimiento del plan	80
4.3.1. Hotel Quito	80
4.3.2. Hotel Sheraton	81
4.3.3. Evaluación por el cliente	82
4.3.4. Evaluación interna	83
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
5.1. Conclusiones	84
5.2. Recomendaciones	87
6. BIBLIOGRAFÍA	89
7. ANEXOS	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Actividades recreativas y de animación en establecimientos hoteleros	19
Tabla 2: The Difference IsThe Sheraton S.P.A.R.C.	20
Tabla 3: Tabla de actividades Hotel Sheraton Vistana Villages.....	21
Tabla 4 : Tabla de Actividades de los Hoteles seleccionados	34
Tabla 5: Tabla de actividades del hotel y horarios respectivos.....	67
Tabla 6 Presupuesto.....	68
Tabla 7 Presupuesto.....	69
Tabla 8: Tabla de estrategia No 1	70
Tabla 9: Tabla estrategia 2	72
Tabla 10: Actividades Recreativas y Horarios	74
Tabla 11 Departamento Recreativo Presupuesto.....	76
Tabla 12 Presupuesto.....	76
Tabla 13: Tabla de estrategias N1	77
Tabla 14: Estrategia N2	78
Tabla 15 Presupuesto.....	79
Tabla 16: Estrategia.....	80

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1: Modelo departamento recreativo.....	74
--	----

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1: Determinación de la muestra.....	52
--	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Satisfacción Hotel Quito	52
Gráfico 2: Nivel Satisfacción Hotel Sheraton.....	53
Gráfico 3: Nivel de Satisfacción H. Swissôtel.....	54
Gráfico 4: Edad Huéspedes y Género	55
Gráfico 5: Edad Huéspedes y Género	55
Gráfico 6: Edad y Género Swissôtel	56
Gráfico 7: Participación en Actividades.....	56

Gráfico 8: Actividades preferidas	57
Gráfico 9: Aceptación Actividades.....	58
Gráfico 10: Preferencias actividades.....	58
Gráfico 11: Aceptación Actividades.....	59
Gráfico 12: Actividades de Preferencia	59
Gráfico 13: Valores dispuestos a pagar y tarifa.....	69
Gráfico 14: Valores y preferencia de pago	77
Gráfico 15: Valores a pagar y preferencia de pago	80

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS 1.....	93
ANEXOS 2.....	95

1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Resumen

En esta disertación se analiza la oferta de la recreación hotelera en el Ecuador y específicamente en los hoteles de Quito. Asimismo se trata de encontrar las falencias que existen en los hoteles en relación a la recreación y animación hotelera y se propone un plan de recreación y animación que vaya acorde con las necesidades de los hoteles seleccionados. Para realizar este plan de actividades recreativas, se investigó los inicios de la recreación y animación hotelera en el mundo tratando de entender un poco más las bases históricas que están fundadas en esta área del ocio recreativo. Se igual forma se presenta una investigación acerca del lugar en el cual la recreación y animación hotelera fue aplicada por primera vez, que beneficios obtuvieron estos establecimientos hoteleros por la aplicación de la misma y como se dio a conocer por el mundo para así llegar a significar lo que hoy en día significa.

En la segunda parte se menciona y se reconoce los beneficios que los hoteles alrededor del mundo han obtenido y están obteniendo al aplicar la recreación hotelera en sus instalaciones. Aquí se identifican los beneficios tanto para los establecimientos hoteleros como para los diferentes tipos de huéspedes y clientes que acuden diariamente a los hoteles, la información obtenida se respalda en estudios realizados acerca de este tema alrededor del mundo ya que, así como en la actualidad existen falencias en esta área en los hoteles del Ecuador, también en el pasado existieron este tipo de problemas en los hoteles europeos y demás lugares del mundo. Lo anterior se completa con la definición de los diferentes tipos de huéspedes que existen o acuden a los hoteles y se dividen en diferentes categorías según su edad, sexo y nivel de satisfacción en función de las actividades que cada tipo de huésped prefiere, necesita y espera recibir.

En la tercera parte, se analizan los diferentes tipos de actividades de recreación que ya se realizan en muchas partes del planeta, con un fin saludable, de aprendizaje, de interacción social, de desarrollo personal y grupal. A su vez se presentan las actividades preferidas en ciertos hoteles europeos y se ejemplifica los diferentes tipos de actividades que el hotel Sheraton Vistana Villages ofrece hacia sus huéspedes, con estos ejemplos se podrá encontrar una gran variedad de nuevas actividades a ser utilizadas en el plan recreativo propuesto.

Posteriormente, se analizan las políticas de servicio existentes, las normas de atención al cliente e infraestructura de servicios, específicamente lo referente a la

recreación hotelera en los hoteles de Quito. Esto se completa con la medición de los niveles de satisfacción de los huéspedes con las actividades recreativas.

Por último se presenta una propuesta de plan recreativo acorde a toda la información recabada en la investigación.

1.2. Justificación

En la actualidad es muy importante que se realicen actividades recreativas y de animación en los diferentes tipos de establecimientos hoteleros, la aplicación de este tipo de actividades ayuda a crear mejores experiencias en los huéspedes, se crean lazos de confianza y satisfacción entre huésped y el hotel que sin duda alguna son beneficiosos para los dos.

La realización de este trabajo ha permitido encontrar fortalezas y debilidades en el hotel Sheraton Quito y otras instituciones hoteleras de Quito en cuanto al servicio de recreación, enfocándose a la recreación y animación hotelera. Para ello se ha realizado una comparación con diferentes hoteles que ofrecen la recreación y animación turística como parte de sus servicios principales. Además, se podría aplicar conocimientos empíricos y académicos para analizar la situación actual de la recreación y la animación hotelera, así se compararía los servicios que se ofrecen en los diferentes establecimientos hoteleros; para establecer cuáles son las nuevas tendencias en cuanto a la recreación y animación hotelera. También, se encontraría las malas prácticas recreativas y las razones por las cuales no se realiza la animación hotelera en el establecimiento a estudiar, con ello poder proponer un modelo o sistema de servicios de recreación acorde a las nuevas tendencias recreativas y de animación hotelera que se encuentren en este estudio.

El tema surge por el interés de mejorar la oferta de la recreación que se ofrece en ciertos hoteles del Ecuador y en el hotel Sheraton dando a conocer un modelo de servicios recreativos que puedan ayudar a futuros y actuales administradores de hoteles. Se ve la importancia de que un hotel de esta calidad, posea una oferta recreativa que vaya acorde a sus altos estándares; además de analizar sus servicios y compararlos con otras instituciones pertenecientes al mismo enfoque turístico. Este tipo de estudio ayudaría a mejorar la oferta recreativa, dando así otras visiones y estrategias para la aplicación de esta nueva corriente, dentro de la hotelería en Quito y el Ecuador.

Otro motivo para la realización de esta investigación es encontrar los beneficios para la salud que se dan por la aplicación de los servicios de recreación como la

animación hotelera y esparcimiento recreativo. Se ha demostrado que este tipo de actividades son beneficiosas para la salud, liberando de estrés a las personas y mejorando sus defensas. Además se clasificará por niveles, tiempo, costos, aceptación; para así encontrar sus diferentes beneficios. Para cuando un hotel lo aplique no solo lo haga por una nueva tendencia, sino también por el conocimiento de los beneficios nombrados antes.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las actividades de recreación con las que cuenta el hotel Sheraton de Quito y hoteles como Hotel Quito, Swisshotel, Hilton Colón y otros de la misma categoría, son las más básicas en cuanto a la recreación, no se ofrece una variedad de actividades y esto se lo constata en sus diferentes páginas web, en donde se da a conocer cuáles son estas actividades, aquí se encuentra actividades de recreación como baños sauna, sala de vapor, gimnasio, internet, valet parking y servicios de viaje. Estas actividades de recreación no son suficientes, ni suficientemente extensas en cuanto a tiempo para satisfacer a los clientes y por esto los huéspedes no obtienen una experiencia diferente, lo cual podría bajar sus niveles de expectativas durante su estadía. Al carecer de una variedad de actividades de recreación los hoteles se están negando la oportunidad de fidelizar clientes por lo que los huéspedes no se quedan más tiempo en las instalaciones (Hernández, 2001).

Si en estos hoteles no utilizan estas nuevas tendencias de recreación, la no aplicación de la animación hotelera no permitiría el desarrollo del ocio en sus huéspedes. Entre los principales motivos de la no realización de actividades recreativas y de animación hotelera pueden encontrarse por el nicho de mercado en el que se ubica el hotel. El hotel se enfoca en el mercado de negocios y en el turismo de paso, para los cuales los hoteles creen que no se necesita este tipo de servicios, dando a notar la falta de conocimiento en el campo de la recreación. Otro error que se da en esta área es que se cree que sin niños no se pueden realizar actividades de recreación. El desconocimiento de estos hechos hace que no se aplique los métodos de recreación en la hotelería generando así una problemática en el servicio y generación de experiencias únicas (Hernández, 2001).

El problema central radica en que en los hoteles 4 y 5 estrellas de Quito, se ha podido constatar, mediante observación, que carecen de un servicio variado y que vaya de la mano con las nuevas tendencias referente a la recreación y animación hotelera.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. General

Analizar el servicio recreativo del hotel Sheraton Quito en conjunto con otros hoteles de la misma categoría, creando una propuesta nueva de servicios recreativos.

1.4.2. Específicos

- Definir los beneficios de la recreación en los hoteles de la muestra identificando sus aplicaciones en la práctica de la hotelería contemporánea en el Ecuador.
- Analizar las políticas de servicio e infraestructura con la que cuenta la presente muestra de hoteles, identificando el valor de la aplicación de los servicios recreativos en estos establecimientos.
- Proponer un plan de servicios recreativos basado en la presente investigación para aplicar actividades de este tipo en establecimientos hoteleros de Quito.

1.5. Marco Teórico

1.5.1. Antecedentes o Marco referencial

Existen varios estudios realizados con relación a este tema, uno de estos es la propuesta de un diseño de recreación y animación a hoteles de 4 y 5 estrellas realizados en Venezuela, y fue realizado por Roman Gontscharenko y este estudio tuvo la finalidad de solucionar falencias en el servicio recreativo que ha sido entregado durante 10 años por los hoteles de Anzuategui, ayudar a mejorar la oferta e incrementar los niveles de ocupación en dichos hoteles. Se diagnosticó la situación actual de la zona en cuanto a las características turísticas que esta poseía, conjuntamente con esto se definió las actividades recreativas que iban acorde con la modalidad hoteles de playa y se identificó el recurso (Humano, materiales, y de tiempo). Al final se concluyó que los hoteles de esta zona podrían aprovechar al máximo el utilizar este tipo de oferta recreativa, ya que los turistas que se dirigen aquí lo hacen por diversión y descanso; esta propuesta recreativa finalmente no se aplicó por falta de recursos en los hoteles ya que no había grandes inversores que pudieran ayudar a poner esta propuesta en pie, y por esta razón se concluyó que sería riesgoso la ejecución de estas actividades. (Gontscharenko, 2011)

En Costa Rica la Universidad Estatal a Distancia (UNED) realizó una guía de estudio digital de las técnicas de animación turística, con el propósito de dotar a los nuevos emprendedores, de herramientas y criterios técnicos atinentes al tema con el fin de que puedan realizar propuestas en empresas de turismo sostenible. Esta guía

de estudio fue aplicada en la Universidad Estatal de Costa Rica, en el programa de diplomado y bachillerato en gestión del turismo sostenible, y los objetivos del curso fueron: Reconocer los significados y características de la animación turística, Identificar las características o cualidades que el animador turístico debe desarrollar para su proceso personal y profesional y crear programa y el proyecto de animación turística sostenible. Hoy en día esta guía es de mucha ayuda para hoteleros o nuevos emprendedores que desean desarrollar una plan de recreación. (Acuña M. , 2011)

1.5.2. Marco Teórico

El ocio ha sido considerado un objeto de estudio de manera reciente, por lo que sus pensadores plantean diversidad de posiciones las principales de las cuales se resumen a continuación. En primer lugar cabe mencionar a D. Riesman, en el siglo XIX, quien enfoca al ocio como una actividad en la cual las personas buscan ser dirigidas por alguien más, por algún conocedor o maestro del ocio (Quintana V. M., 1989).

Tiempo después J. Dumazeider, uno de los principales pensadores en el campo del ocio explica que éste posee tres funciones que son: el descanso, la diversión y la formación. El descanso es una parte fundamental para el ser humano, el tener actividades de ocio aparte de las actividades de la vida cotidiana proveerá salud a las personas. La diversión es a su vez indispensable para forjar el carácter de una persona lo cual va de la mano con la salud emocional y física como también plantean muchos pensadores con relación al papel del ocio para la meditación y la formación espiritual (Quintana V. M., 1989).

Veblen, economista estadounidense de origen noruego nacido en 1857, fue uno de los primeros en estudiar aspectos relacionados al consumo conspicuo y la emulación pecuniaria. Sus hallazgos y reflexiones, fueron un amplio material para sociólogos, psicólogos y antropólogos de todas las épocas. Entre sus obras, se destaca, “La Clase ociosa” obra que resalta entre otras cosas el papel de los intelectuales como clase destinada a la no productividad. En el turismo, Veblen fue adaptado y en cierta manera mal interpretado. Específicamente se entiende a los turistas como “una clase ociosa” cuyas dinámicas y demandas se basan en el consumo ostentoso. En realidad Veblen nunca estuvo preocupado o pensó en los turistas como exponentes de la clase ociosa. El planteó dos clases que son la productiva-técnica y la ociosa. Enfocándose en la clase ociosa, esta surge básicamente de la unión de diversas variables; en primera instancia, existe una sustitución e incorporación del principio de propiedad; esto significa asignarle al acto

consumista un aspecto de transferencia simbólica. Veblen, lo escribe muy claramente “la posesión de la riqueza confiere honor; es una distinción valorativa (Veblen, 1974), por lo tanto los diversos autores asignaron esta definición como parte de la conceptualización del viajero o el turista.

Después de que estos pensadores desarrollaron sus teorías y definieron al ocio como actividades realizadas por la comunidad de alto nivel social y por estudiosos, sobre todo en la época clásica, se puede notar los cambios en relación a los tiempos actuales. Por ejemplo para Andres Ziperovich el tiempo libre u ocio debe ser transformado de tiempo vacío a tiempo liberado, y ese tiempo libre tiene que aplicarse para cualquier actividad, y la cual tendrá que ofrecer ciertas características como: estética, servicio social, solidaridad, arte, etc. Por esta razón este tiempo ya no vacío, sino el tiempo libre tendrá que ser utilizado con actividades orientadas al aprendizaje (Mogrovejo, 2010).

En la modernidad no importa que clase o nivel social se tenga, la gente puede asistir con mayor frecuencia y libertad a sitios donde puede practicar actividades de ocio y seguir con la vida cotidiana -lugares tales como iglesias, teatros, salones de baile, hoteles, parques, etc. (Quintana V. M., 1989). Las personas se reúnen a realizar actividades de ocio principalmente para encontrar beneficios que se pueden conseguir por la ejecución de actividades recreativas; entre los principales beneficios se destacan: cognitivos (adquisición de conocimientos), afectivos (emociones y sentimientos) y psicomotores (actividad muscular asociada con los procesos mentales). Estos beneficios se encuentran interrelacionados (Mosquera, 2004), como por ejemplo, el realizar una actividad que te ayude a ganar conocimiento, como por ejemplo las trivias. En el caso de actividades en las que se obtengan beneficios afectivos y psicomotores, se podría mencionar la realización de retos o juegos en familia en los que se van aplicar cualidades como trabajo en equipo, liderazgo, fuerza física y mental (Mosquera, 2004).

Ziperovich habla ya de la recreación y explica que la recreación son todas las actividades que se puedan realizar en un tiempo libre y que puedan conectar a la persona consigo misma y con la sociedad (Mogrovejo, 2010). Así la recreación se convierte en un valor importante dentro de las actividades de ocio, tanto fuera como dentro del hogar; en el caso de los viajes las actividades de recreación adquieren importancia al estar relacionadas con la mejora de la experiencia del viajero o turista. Esta mejora de la experiencia se da tanto en atractivos turísticos, como en espacios de alimentación como de alojamiento.

La recreación en un hotel, busca atender las inquietudes de los clientes para el aprovechamiento del tiempo libre del que disponen en las instalaciones. Por otro lado la recreación y animación en la hotelería son temas aún incomprendidos y poco explorados por los empresarios. No se puede negar que muchos propietarios de emprendimientos turísticos no tienen una formación especializada en hotelería, por lo tanto les resulta difícil actuar frente a las transformaciones que suceden diariamente en este ámbito, lo cual conlleva a poseer un gran atraso en cuanto a los métodos que hacen agradable la estadía de los huéspedes en el hotel (Hernández, 2004).

La recreación evolucionó y por esto surgió la animación hotelera, los orígenes más remotos del término “animación” se remontan al siglo XVII, en este período recobra su atractivo, impulsado por consejos de médicos, que indicaban los beneficios que se obtendrían al realizar este tipo de actividades, generando una transformación en la forma de disfrutar esta opción, Por ejemplo, a los baños termales las personas ya no acudían para curarse y si para divertirse; no es hasta finales de la década del 50 del pasado siglo XX, que se consolidan diversos factores económicos, sociales y políticos a nivel internacional, que favorecen el desarrollo del turismo (Cuellar, 2012).

Existen documentos donde se indica que el pionero de la animación turística actual, fue el Club Méditerranée, actualmente Club Med (Francia) en los años 50, desde esa fecha, la animación turística alcanza gran importancia. La selección de un destino turístico, desde la elección de un hotel, dependía además de la buena comida, la calidad del servicio y el confort de la instalación, de las opciones recreativas que se ofrecían para entretener, divertir y recrear a los turistas. Esta cadena hotelera Club Méditerranée fue la primera en reconocer la necesidad de los clientes de ocupar su tiempo, de realizar alguna actividad que incrementase su nivel de satisfacción durante su periodo vacacional, introduciendo este servicio (Cuellar, 2012).

A principios de los años noventa, solo los grandes hoteles con importantes recursos económicos podían contar con personal de animación, pues este servicio se concebía como complementario y extra; por tal razón estos hoteles obtenían valor añadido. (Cuellar, 2012) En la actualidad es imprescindible que un hotel ofrezca este tipo de actividades, sobre todo en los establecimientos vacacionales que pretendan dar un servicio de calidad. La animación tiene un valor significativo en los hoteles, ya que está presente en el diseño de los productos turísticos que se ofrecen a los turistas por ser considerada herramienta de satisfacción de las necesidades del turista (Mogrovejo, 2010)

La animación como técnica derivada de la recreación está dando un giro general a todo el concepto de la atención al cliente y la recreación en hoteles, proponiendo al turista o viajero un sin número de actividades deportivas, socio-culturales y recreativas en general, para todas las edades y géneros. Según el concepto de la OMT (Organización Mundial del Turismo) en su quinta asamblea de octubre de 1983 (Nueva Delhi), “existe la necesidad de situar la animación turística como un servicio a tener en cuenta, dado el papel prominente que viene tomando para la consecución de la experiencia turística” (OMT: 1983). Es así que le dan la siguiente definición: “Acción realizada en o sobre un grupo, colectividad o medio, con la intención de desarrollar la comunicación y garantizar la vida social” (OMT: 1983).

Dicho concepto se basa en que la animación “son todas las actividades programadas y organizadas dependiendo de la edad, sexo, gustos y preferencias de los tipos de turistas o huéspedes que existan” (Ríos D. G., 2013). Esto quiere decir que la animación hotelera será diversa y variada, va a estar enfocada directamente en satisfacer las necesidades y expectativas que los diferentes tipos de turistas posean, con el fin de generar interacción social, siempre teniendo en cuenta el mercado y turista con que los hoteles trabajan. La propuesta de la animación turística, en general pretende mantener al turista siempre ocupado con tareas más variadas y divertidas, las cuales generan mejores experiencias a los turistas, mientras al mismo tiempo, desarrollan más fuentes de trabajo, mayor participación de todos los involucrados con la actividad turística y un crecimiento económico en el lugar donde se implementan.

1.6. Marco Conceptual

1.6.1. Interacción social:

Es el proceso social básico representado en la comunicación, y una relación mutua entre dos o más individuos (o grupos). La interacción entre personas es conducta social. A través del lenguaje, de símbolos y de gestos, las personas intercambian significados y tienen un efecto recíproco sobre la conducta, las expectativas y los pensamientos. (Quintana V. M., pág. 241)

1.6.2. Ocio:

El ocio es un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede dedicarse voluntariamente, sea para descansar o para divertirse, o para desarrollar su información o su formación desinteresada, su voluntaria participación social o su libre capacidad creadora, cuando se ha liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales. Es una actitud psicológica que tienen los individuos y es un

fenómeno social que está dentro del tiempo libre. Es el contenido del tiempo libre (Quintana V. M., pág. 241).

1.6.3. Tiempo libre:

Es el tiempo que se halla libre de trabajo o de obligaciones laborales para conseguir acceso a medios de vida. Es también un tiempo dedicado a la reposición de fuerzas, y también para el esparcimiento y no hacer nada. El tiempo libre es el continente del ocio (Quintana V. M., pág. 241).

1.6.4. Recreación:

Actividad de tiempo libre que implica creatividad, socialización, y desarrollo de personalidad. Es también un tiempo de recuperación (Rodríguez, 2008).

1.6.5. Animación turística:

Son todas las actividades que se realizan con los turistas, las cuales son organizadas por el establecimiento turístico, de acuerdo con las necesidades de sus clientes y con el fin de entretenernos en su tiempo libre (OMT, 2012).

1.6.5.1. Marco Metodológico

La investigación realizada es exploratoria, con un enfoque cualitativo preponderante. En se aplicaron diferentes tipos de herramientas acordes al área o campo a analizar, En un principio se utilizó investigación bibliográfica para encontrar la información acerca de la historia de la recreación hotelera y el ocio, como fue evolucionando, quien la uso primero, y quien la utiliza ahora.

Para la realización de las entrevistas se realizó un guion elaborado de lo que se quiere averiguar, con preguntas abiertas acerca de las actividades recreativas, infraestructura y fidelización de los huéspedes en el hotel, dando así la posibilidad al entrevistado a responder de una manera abierta con opción de que desarrolle su respuesta. En este punto el entrevistador crea una visión general de la realidad que busca, por lo cual mientras se da la entrevista, el entrevistador tiene que estar muy atento para entender las respuestas del entrevistado. También se usará la encuesta, en la cual se van a realizar preguntas cerradas acerca de los niveles de satisfacción, expectativas, genero, nacionalidad, motivo de visita, etc. El encuestado responderá basándose en los lineamientos de cada pregunta. Sabiendo esto, se podrá encontrar información que será representada en pasteles, cuadros y tablas estadísticas que den una idea de la percepción del cliente sobre el servicio a ser analizado. (Gómez & Jalón, 2011)

También se utilizará el método de observación del lugar, el cual se basa en observar directamente lo que se está investigando. Los objetivos de la observación son explorar, precisar aspectos, y reunir información para interpretar hallazgos y describir hechos (Mora, 2006). Al conjugar estas herramientas se analizarán los datos para obtener una visión más integral de la situación de los servicios de recreación en los hoteles y del hotel en particular donde se desarrolla esta investigación.

2. CAPÍTULO II: BENEFICIOS DE LA ANIMACIÓN EN LA HOTELERÍA CONTEMPORÁNEA

Andres Siperovich menciona, en su obra Turismo y Recreación (2010), que en el tiempo libre se deben aplicar actividades que promuevan la creatividad, la iniciativa, la solidaridad, el arte, la enseñanza entre otras; de esta manera se pretende pasar un tiempo libre concebido como un tiempo de aprendizaje en donde el turismo juega un papel principal (Mogrovejo, 2010). Esto quiere decir que el tiempo libre no será empleado en actividades que no brinden beneficios para los huéspedes, las actividades que se realicen tendrán que buscar cumplir objetivos específicos y el tiempo empleado en la realización de las mismas tendrá que ser establecido previo análisis.

Se pueden encontrar muchos beneficios al momento de aplicar la animación hotelera, como los son los beneficios económicos, de salud, y culturales. Por ejemplo en la realización de actividades físicas se pueden obtener diferentes beneficios que se ven reflejados en la salud de los actores que participen en estas actividades. Se ha comprobado que por ejemplo el Aquafitness es una gran actividad que puede ser usada como herramienta para mejorar la circulación sanguínea, así mismo es una actividad muy buena para trabajar en la musculatura y también se usa bastante en personas que necesitan rehabilitación en agua. Otras actividades como la *Batuka*, *spinning* y *stretching*¹ también brindan diferentes beneficios, tales como mayor flexibilidad, mejor estado físico, mejor oxigenación de la sangre y ayuda a la relajación del cuerpo (Borrero, 2011). Además, de los beneficios que se pueden encontrar en la realización de la animación en los hoteles, son aquellos que brindan salud y bienestar no solo al cuerpo, sino también a la mente, como por ejemplo:

- Pilates: esta actividad mezcla diferentes tipos de ejercicio como el yoga, ballet y gimnasia con la finalidad de unir el ejercicio físico con la parte mental de las personas y así lograr mejores posturas del cuerpo, mejorar la respiración, mayor rendimiento físico y disminuir el estrés (Borrero, 2011).
- Tai Chi Chuan: esta arte marcial china que ha sido practicada por años en el continente asiático, es una actividad que se la está enseñando en los hoteles

¹ Batuka: La Batuka es una divertida forma de ejercitarse a través de secuencias coreográficas que combinan diversos géneros musicales y elementos de la gimnasia (Fitness, 2010).
Spinning: Entrenamiento en una bicicleta de la musculatura de los miembros inferiores (piernas), protegiendo las articulaciones para evitar lesiones (Spinning, 2013).
Stretching: Consiste estirar todos los músculos del cuerpo, de forma lenta y precisa (Atractivas, 2012).

con propósitos saludables, ya que ayuda a mejorar la respiración y es conservadora de la salud. Lo mejor de todo es que esta actividad puede ser realizada por cualquier persona sin importar su estado físico o su edad, por tal razón es que es imprescindible en un programa de animación que sea ejecutado en temporada en donde exista bastante turista de la tercera edad. (Borrero, 2011)

- Yoga: esta actividad que ha crecido notablemente en los últimos años, también ha ganado muchos adeptos dentro de la animación hotelera, en la actualidad los turistas que se encuentran alojados en los diferentes establecimientos hoteleros, van en busca de relajarse y descansar de su vida rutinaria y es por esa razón que el yoga al ser una herramienta de meditación y descanso, es una de las actividades más populares y requeridas por los huéspedes. (Borrero, 2011) etc.

Con esto se puede afirmar que la animación en los hoteles, es una parte importante en la oferta de servicios de ocio y que puede ser parte de los productos turísticos; con el fin de brindar diferentes beneficios en la salud tanto física como mental, a cambio de sacar provecho del uso del tiempo libre del huésped a favor del hotel.

Por otro lado, al generar estos beneficios en los turistas, ellos motivarán nuevos procesos y movimientos en los hoteles, como por ejemplo, mayor inversión o permanencia dentro del hotel, por ende también mejores réditos económicos e interés por parte de los pasajeros. Las actividades recreativas podrán ayudar a fidelizar más huéspedes causando mayores porcentajes de ocupación y por ende de ganancias; al brindarles nuevos servicios y aumentar su estadía en el hotel se busca también posicionarlo como un espacio más adecuado para el alojamiento y la recreación.

Para poder comprender de mejor manera a la animación turística y sus beneficios, se la tiene que analizar desde sus inicios, es decir que se tiene que encontrar la razón del por qué nació esta actividad, y cómo fue evolucionando hasta la actualidad.

2.1. Principios de la recreación

La recreación y animación hotelera y turística como tal, existe desde los años 80, puesto que ya en el pasado se hacía animación pero las personas que realizaban estas actividades recreativas, en algunos casos, a pesar de poseer las herramientas para la ejecución de las actividades, carecían de los conceptos técnicos de cómo

usarlas de la manera más adecuada; no existía una estructura en el proceso de animación y las actividades carecían de un orden estratégico (Ríos & Cevallos, 2013). Históricamente la animación se puede identificar en varios hitos del desarrollo de la civilización, sin embargo no es hasta la modernidad más reciente que se la puede definir y aplicar para el desarrollo de actividades turísticas (Ríos & Cevallos, 2013). Los griegos presentaban obras teatrales que se realizaban con el objetivo de satisfacer ciertas necesidades del pueblo, y también era una forma barata de entretener y recrear a la plebe; al realizar estas obras, mucha gente del imperio se congregaba para invertir en su tiempo de ocio. Así mismo, los romanos realizaban espectáculos en donde ponían a cargo a una persona especialista en animar, este animador bailaba, cantaba y entretenía al pueblo con estos actos a cambio de una remuneración (Acuña M. , 2011). En Europa medieval se llamaban “*Juglares*” y tenían la habilidad de entretener a las personas y con esto ellos se ganaban la vida. En los inicios no solo existían los juglares, sino también los trovadores que se ubicaron en la región de Francia, y su labor era escribir y trovar en el idioma antiguo de la región también llamado la lengua de Oc². Así también, existieron los saltimbanquis, que vivieron en la época del siglo XVII en Europa, su función consistía en entretener con diferentes tipos de acrobacias y saltos a las personas. Cabe recalcar que ningún animador mencionado anteriormente reconocía que lo que estaban haciendo era animación, más bien se reconocían como actividades del folclor o cultura (Acuña M. , 2011).

Si bien no existen registros exactos de como la animación turística apareció en los hoteles, se conoce que en ciertas posadas y hostales, los propietarios de estos establecimientos, empezaron a utilizar el recurso humano más la materia prima que poseían para realizar actividades de recreación, tales como músicos, trovadores o artistas del camino, entre otros. Se conoce también que en los inicios de la animación turística, las actividades que se realizaban eran seleccionadas por los dueños de los establecimientos, sin tomar en cuenta lo que los clientes necesitaban. Al momento de vender el servicio/producto, ya no era suficiente vender solo un cuarto, sino también algo distintivo que hiciera mejorar la calidad de lo que se estaba ofertando, y es así como apareció esta modalidad, una animación turística no conceptualizada ni definida aún (Mogrovejo, 2010).

² La lengua de Oc: Occitania es el nombre con el que se designa al territorio en el que tradicionalmente se ha hablado el idioma de Oc, el occitano. En su mayor extensión estamos hablando de la zona del Midi francés, es decir, del sur del país. Es también lengua de romance europea, se desarrolla a lo largo de los pueblecitos medievales más hermosos de Francia (Gil, 2014)

En España surgieron empresas dedicadas a la capacitación de animadores turísticos, ya que se reconoció el surgimiento de la animación turística como parte del negocio hotelero y de alojamiento, es así que existió la necesidad de abarcar este nuevo campo del ocio; cuando tal actividad inició en la década de 1970, existían algunas confusiones con otros tipos de animación (Acuña M. , 2011). Por la corta duración de los cursos, se lograba enseñar lo básico y no se profundizaba en el tema, es por esto que la persona que los recibía carecía de componentes que mostraban la falta profesionalismo en este campo. A pesar de los cursos implantados en España, durante este periodo existió empirismo en el tema de la animación hotelera, ocasionando que en 1985, un centro educativo español reelabore el diseño curricular con miras a las necesidades planteadas por el mercado, y ya no a las necesidades planteadas por el ofertante, a partir de ese momento a la animación turística se le dio un carácter teórico (saber qué) y práctico (saber cómo) (Acuña M. , 2011). Es así que la animación turística y hotelera fue evolucionando a ya no solo ser un conjunto de actividades que buscaban el entretenimiento de las personas, sino que evolucionó a una actividad y profesión, con conceptos y objetivos lógicos y que aparte de entretener buscaba beneficios tanto personales, de la empresa y de los pasajeros. Para el año 2001 la animación turística contaba con niveles técnicos altos, en ese país, con lo que ya se reconocía profesionalmente la animación turística como parte de los servicios de alojamiento en los hoteles. (Acuña M. , 2011)

La animación turística surge con la evolución en la gestión, la evolución del proceso hotelero y la forma de comercialización de la oferta hotelera (Mogrovejo, 2010). La animación aparece por la necesidad de mejorar el proceso turístico que hasta ese momento era insuficiente; ya no se quería aplicar el mismo proceso turístico que era de hospedaje más alimentación, se buscaba un aspecto distintivo que hiciera que el proceso mejore y se distinga, este aspecto fue la animación turística.

2.1.1. Historia de la recreación en los hoteles.

El francés de origen judío, César Blitz, es reconocido como uno de los pioneros en desarrollar la recreación y animación turística. Blitz, sin distinción de clases sociales, ofrecía descanso y entretenimiento a sus clientes, el ofrecía tienda de campañas y alimentación estilo buffet, tipo “todo incluido”. Donde instalaba su club, lograba realizar actividades diurnas que permitían la interacción de sus clientes; luego, finalizaba con una cena y una fiesta general (Acuña M. , 2011).

En la década de 1950, Blitz llegó a España y lanzó al mercado un folleto que se llamó Trident, en el cual plasmaba las anécdotas o experiencias vividas por sus

clientes. En 1954, Gilbert Trigano, un francés que dispensaba artículos para el club y que compartía los ideales Blitz, trabajó para este último como administrador. A partir de esa fecha, ambos continuaron innovando y expandiéndose. En Suiza instalaron un club de montaña de invierno y al año siguiente se convirtieron en sociedad anónima. En 1961, al darse una caída importante de la economía, Edmond Rothschild inyectó su fortuna en el club y se perdieron los principios implantados por Blitz, quien en 1963 abandonó el proyecto; entonces, Trigano asumió la presidencia y junto a Rothschild continuó expandiendo su negocio a otras regiones (Acuña M. , 2011).

Durante varios años después de la Segunda Guerra Mundial hubo un auge en las economías europeas y se instauraron diferentes lugares dedicados al esparcimiento. El *Club Méditerranée* (empresa internacional de origen francés), desde inicios de los años setenta es pionera en la implementación de la “animación turística” como un elemento más de esparcimiento interno del lugar (Acuña M. , 2011). La necesidad que reconoció Blitz (Acuña M. , 2011), de ofrecer al público en general la oportunidad de recrearse, sin importar clase social o raza, fue la causa que dio lugar a que la animación turística se implante en los establecimientos hoteleros. Mediante la publicación de las experiencias de las personas que acudían a su club y por el mismo marketing que los clientes realizaban al comentar lo que habían vivido, Blitz logró ganar reconocimiento en el mercado de lo que estaba ofreciendo (Acuña M. , 2011). Por esta razón estas historias y anécdotas se fueron conociendo en otros países con lo cual la animación turística y hotelera fue tomando forma para convertirse en lo que hoy representa en la hotelería contemporánea.

2.1.2. Primeros hoteles en aplicar la animación turística

Según Ziperovich los antecedentes de la animación turística en establecimientos hoteleros nos remiten a establecimientos turísticos del mediterráneo europeo, como la cadena de hoteles Club Mediterráneo (Club Med). (Mogrovejo, La animación turística y su incidencia en la prestación de servicios turísticos, 2010). A pesar de que Francia fue el pionero en la animación turística, las mismas necesidades de entretenimiento llevaron a los demás países del mundo a adaptar la animación turística en los diferentes establecimientos turísticos. Esto es debido a que los resultados demostraban que la animación turística era la mejor forma de conseguir una satisfacción completa en los clientes y así podían disfrutar mejor de esos días de descanso en donde se había invertido dinero y tiempo (Ríos & Cevallos, 2013).

La influencia que tuvieron los primeros establecimientos hoteleros en la animación turística fue de gran importancia, ya que ayudó a que esta se desarrolle de

una manera acelerada alrededor del mundo, la animación empezó a ser conocida por las experiencias que las personas tenían y por los beneficios que los establecimientos obtenían. La animación llegó a ser una parte importante de la oferta turística, los establecimientos hoteleros ya no solo ofertaban una habitación sino que se ofrecían paquetes hoteleros que contaban con actividades recreativas que ayudaban a satisfacer las necesidades y expectativas que las personas tenían.

2.2. Recreación en Hoteles alrededor del mundo

Alrededor del mundo, hoteles de todas las categorías ya aplican la animación y recreación hotelera en sus instalaciones, esto en busca de beneficios ya explicados anteriormente. La hotelería ha venido evolucionando constantemente con el objetivo de satisfacer las masas y a las nuevas culturas de los viajes. En los inicios de la hotelería, en la época de la revolución industrial las tabernas europeas empezaron a ofrecer el servicio de hospedaje junto con la comida y bebida sin preocuparse de la higiene. Estas posadas ofrecían habitaciones compartidas y con tarifas altas que eran ocupadas usualmente por mercaderes y soldados, por esta razón se construyeron estructuras lujosas con cuartos privados y saneamiento individual con comodidades como las de los castillos europeos para las personas de clase alta (Foster, 1994)

El hospedaje cómodo e higiénico se consideraba privilegio exclusivo para ricos, estos establecimientos adoptaron la palabra “hotel” que en francés significa mansión con el fin de asemejarse a los castillos de esa época. En aquellos tiempos la hotelería no reconocía la necesidad de las personas de recrearse, en los hoteles el tiempo de ocio era solo empleado en noches de descanso y alimentación y si el huésped sentía la necesidad de recrearse y esparcirse, tenía que buscar por su cuenta en que hacerlo (Foster, 1994). En la actualidad la simple oferta del alojamiento es insuficiente, las personas desean emplear su tiempo de ocio en actividades que los mantengan relajados y produzcan descanso mental y físico. Estas actividades ya son parte imprescindible de los paquetes turísticos que los hoteles ofrecen. En la actualidad es casi imposible encontrar paquetes turísticos que no contengan algún tipo de actividad recreativa enlazada a la misma.

En muchas ocasiones incluso las actividades típicas de recreación como ir a un gimnasio, visitar sitios históricos y turísticos, o solo descansar ya no son suficientes para los turistas. En la actualidad, la mayoría de turistas buscan participar en actividades de recreación y de animación durante su estadía en el hotel, incluso algunos turistas intentan realizar las actividades de recreación que usualmente hacen en casa en los hoteles en donde se hospedan, por tratar de no perder alguna actividad

rutinaria que realicen como por ejemplo algún ejercicio en específico (Erdal, Hacalet, Fahri, Ferman, & Ali, 2010). Los coordinadores de actividades que se preocupan por estas necesidades de recreación de sus huéspedes, en su planificación de entretenimiento dan una vital importancia a las actividades de recreación y animación, ganando una ventaja competitiva frente a otros establecimientos. (Erdal, Hacalet, Fahri, Ferman, & Ali, 2010). Brooks (2001) citado en Erdal et. Al. (2010), menciona que las actividades de recreación con diferentes temas como deportes acuáticos, golf, tenis y programas para niños podrían ser los llamados “sabor del día” para muchos hoteles y resorts (Erdal, Hacalet, Fahri, Ferman, & Ali, 2010). Estas actividades y muchas más en la actualidad son las que dan un valor agregado en el área de servicios, he aquí la importancia del saber cuáles, y cuando aplicarlas, pero sobre todo a que segmento del mercado dirigirlas.

Los establecimientos hoteleros al ver la necesidad de satisfacer estas nuevas tendencias, han establecido estos nuevos programas para niños y están logrando captar más clientes que antes no se hospedaban en dichas instalaciones. Los programas para niños en hoteles y resorts fueron inicialmente implantados desde hace ya 15 o 20 años, en las últimas dos décadas han aumentado de gran manera los servicios de atención a niños en mercados de familias viajeras, por esta razón los hoteles en U.S.A han implementado programas de animación y recreación en los hoteles y resorts (Jack & Cherish, 1998, págs. 103-115). Según Makens (1992), citado en Gaines et al (2004), los padres de familia en la actualidad disfrutan el pasar tiempo de ocio con sus hijos, sin embargo también disfrutan emplear tiempo en ellos mismos, por esta razón los programas recreativos para niños dentro de un hotel son de gran importancia, ya que permiten que no solo los padres de familia se entretengan con alguna actividad sino que también los niños tendrán la oportunidad de entretenerse y así emplearan más tiempo y dinero. (Gaines, Hubbard, Witte, & O'Neil, 2004). La gran cantidad de actividades que se puede desarrollar en la actualidad permiten elaborar, no solo un programa recreativo y de animación para niños sino, también para todas las demás personas, siendo estos, padres de familia, solteros, tercera edad, etc.

Existe una gran variedad de actividades de recreación que se realizan en agua y tierra y además de actividades complementarias que servirían de aporte a las actividades principales. La correcta ejecución de estas actividades en un programa de recreación y de animación hotelera afecta positivamente en la duración que los turistas emplean su tiempo en un establecimiento, principalmente en la cantidad de ventas del hotel y a su vez aumenta los ingresos en el departamento de recreación. Es por esto que según Van Doorn (1982), citado en Erdal et al (2010), las actividades de

recreación están dentro de los factores más importantes en el momento de alargar el tiempo de estadía de los huéspedes (Erdal, Hacalet, Fahri, Ferman, & Ali, 2010). Todo este proceso es una cadena, en el instante en el que un huésped ve que está utilizando su tiempo de ocio en actividades beneficiosas para él y su familia, el querrá emplear más tiempo haciéndolas y a su vez esto creará una mejor y más larga estadía, y por ende mayores ingresos al área de recreación y al hotel.

En la actualidad es de gran importancia el aplicar animación y recreación en los establecimientos hoteleros, un hotel sin estas herramientas de ocio perderá la oportunidad de mejorar sus ventas, de mejorar la popularidad del hotel, de alargar la estadía de los huéspedes y de mejorar de gran manera la oferta de los servicios que ofrece.

2.2.1. Actividades recreativas para hoteles

Alrededor del mundo se puede encontrar hoteles que aplican diferentes actividades de recreación en sus instalaciones, existen todo tipo de actividades recreativas y de animación que pueden ser aplicadas. Corbaci (1993) menciona que las actividades como aeróbicas, voleibol, basquetbol, football, tenis, gimnasia, programas para niños y deportes acuáticos son las actividades más buscadas por los huéspedes en resorts de primera clase alrededor del mundo (Erdal, Hacalet, Fahri, Ferman, & Ali, 2010)

Esto se puede confirmar con el estudio hecho en Turquía por Erdal et al. (2010) en donde se encontró que las actividades más llamativas y más requeridas por los huéspedes son las actividades aeróbicas y los campeonatos deportivos. Las principales razones por las cuales los administradores de los 30 hoteles entrevistados aplican estas actividades de animación y recreación son (Erdal, Hacalet, Fahri, Ferman, & Ali, 2010):

- Para incrementar las noches empleadas por los huéspedes en las instalaciones del hotel o resort: Existe alargamiento de estadías desde la aplicación de la recreación.
- Para incrementar la popularidad y atractivo del hotel o resort: La popularidad del hotel ha subido con la aplicación de las actividades.
- Exceder expectativas de los huéspedes: El hospedaje no es suficiente para satisfacer las expectativas de los huéspedes, se necesita de la recreación para alcanzar estos nuevos estándares.

- Para mejorar las ventas de general del hotel: El momento que los huéspedes tienen actividades para realizar en las instalaciones de dicho hotel o resort, ellos emplearán más tiempo y dinero, desde actividades para ellos y sus familias, suvenires, alimentación y hasta extensión de su hospedaje. (Erdal, Hacalet, Fahri, Ferman, & Ali, 2010).

En función de esta investigación se presenta la siguiente tabla (Tabla N° 1) en la cual se puede identificar las actividades que más se realizan en función del número de hoteles investigados, para ello es necesario identificar el siguiente código:

1. Aeróbicos
2. Varios campeonatos deportivos (Voley de playa, balonmano, etc)
3. Deportes acuáticos (Surf, ski acuático, cataran, etc)
4. Sauna, masajes, baño turco
5. Danza Folclórica
6. Lucha Folclórica

Tabla 1: Actividades recreativas y de animación en establecimientos hoteleros

The Sport Animation and Recreation Activities in Establishments		
Actividades por código	Número de hoteles	% de uso o práctica
12345	13	43.3
12346	14	46.7
12356	3	10.0
Total	30	100

Fuente: (Erdal, Hacalet, Fahri, Ferman, & Ali, 2010)

Actividades como aeróbicos, campeonatos deportivos, deportes acuáticos, sauna, masajes y baño turco y danza folclórica, fueron las actividades más populares en el estudio realizado por Erdal et. al. (2010), lo cual demuestra el interés de los huéspedes en realizar actividades recreativas dentro de las instalaciones de los hoteles y que sus intereses se enfocan en actividades físicas más que actividades pasivas.

Alrededor del caribe y en USA se puede constatar el conocimiento acerca de la animación turística y hotelera, actividades recreativas son de vital importancia para la oferta de estas instituciones hoteleras. Por ejemplo en Orlando-Florida, la mayoría de hoteles ofrecen actividades recreativas, desde hoteles con categoría de 3 estrellas, hasta hoteles de máxima categoría; es así que en el hotel Sheraton Vistana Villages, se pudo observar una gran cantidad de actividades de animación y de recreación

(Sheratton Resorts, 2014). Estas actividades tenían el fin de satisfacer las necesidades de recreación y estaban enfocadas a todos los huéspedes que el hotel recibe, sin importar edad o sexo. Durante la visita a este hotel se pudo constatar que su departamento de recreación cuenta con un plan de recreación y animación muy completo, el mismo contiene actividades para niños, adolescentes, jóvenes adultos, adultos, y tercera edad.

El lema que este hotel maneja es “la diferencia es la chispa de Sheraton”, ya que lo que diferencia al hotel Sheraton Vistana Villages son sus actividades recreativas y su equipo de animación. En la siguiente tabla (Tabla No2) se explica el significado de la chispa (SPARC) de Sheraton.

Tabla 2: The Difference IsThe Sheraton S.P.A.R.C.

Savor. Saborea. Play.Juega Activate. Actívate Relax.Relajate Connect. Conectate

Saborea la diversión	Permítenos entretenerte	Enciende tus vacaciones	Toma un respiro	Un lugar para reunirse
Tragos, cocteles.	Artes y artesanías	Clases de Fitness	Terapias de masajes	Catación de vinos
La Hora feliz	Campeonatos deportivos	Sheraton Amazing Race	Hamacas	Noches de películas
Decora tu galleta	Fiestas en la piscina	Explora	Hermosas piscinas	Fiestas vacacionales
Cenas casuales	Música en Vivo	Cartas de ahorro de consumo	Caminata Natural	BBQ áreas

Se puede constatar en la tabla anterior (Tabla N°2) las características recreativas que el hotel Sheraton posee, características tales como es el descanso, la relajación, interacciones sociales, ejercicios y salud. Estas características son también los parámetros que se usan para la ejecución de las actividades que el Fun Team realiza diariamente.

A continuación en la siguiente tabla (Tabla N°3) se puede encontrar algunas de las actividades que el hotel realiza con su respectivo valor económico y objetivo de la actividad. Ciertas actividades pueden variar según la temporada y la ocupación del hotel, por ejemplo en la temporada de Semana Santa o Pascua se incluyen actividades diferentes a las ya existentes, con el fin de tratar de satisfacer la mayor

cantidad de expectativas creadas en los huéspedes por los diferentes días festivos, así mismo se incluyen actividades en fechas como el día de la Independencia Americana, la Navidad, el Fin de Año, etc.

Tabla 3: Tabla de actividades Hotel Sheraton Vistana Villages

Power Walk	Acompaña al Fun Team a una caminata energética, Nos encontraremos en el Centro principal de actividades	Gratis
Toddler Fun Time	Ven a la zona de juegos de San Agustín para pintar con los dedos y pasarla bien	Precios Varios
Craft Bonanza	Baja a la piscina principal para diseñar artesanías tales como campanas de viento, captores de sol, bolsas y más	Precios Varios
Pool SCUBA Diving Lessons	Estos 45 minutos de clases de scuba es para principiantes, edades permitidas 8+	30 \$ para mayores de 8 años 20 \$ mayores de 5 años
Hula Fitness	El baile de Hula te ayudara a esculpir tu vientre y parte baja del cuerpo mientras bailas con nosotros, Encuentros en la piscina principal	Gratis
Bear Factory	Crea tu peluche preferido, llénalo de algodón ponle su alma y dale su nombre	17 \$ más impuestos por un peluche y la camiseta del peluche (por 5\$ más puedes teñir la camisa con un espectacular modelo)
Tie Dye University	Ven y tiñe con diferentes modelos una camiseta o una funda de almohada	15\$ dólares más impuestos por la camisa y 12\$ más impuestos por el forro de almohada

Ice Cream Sundaes	Refréscate del calor de la florida con ven y crea tu sundae con increíbles ingredientes y toppings	5\$ dólares más impuestos
Florida Sand Dollars	Ven y pinta una concha verdadera y llévate contigo un pedazo de florida	6.50\$ dólares más impuestos
Design your own Umbrella!	Ven y decora tu propio paraguas para usarlo en sus días lluviosos	8.50\$ dólares más impuestos
Basketball Free Throw Contest	Mira cuantos tiros puedes hacer , ven y juega con el fun team	Gratis
Competitive Arcade Tournament	Participa en este campeonato épico de video juegos para ver quien reina, ganadores recibirán una camiseta	5\$ dólares
Victory Casino Cruise	Reserva tu puesto llamando al main activity center	10\$ dólares para reservar tu puesto
Creative Craft Designs	Aprende a hacer artesanías ecológicas de papel	Gratis
Wellness101	Zumba acuática, Júntate con nosotros para un baile latino y ejercítate en agua	Gratis
Kids Junk Food Bingo	Envía a tus hijos para que se diviertan con el fun team jugando bingo	2\$ dólares por niño, incluye dos tarjetas de juego
Caribbean Pool Party	Escucha un poco de música tropical y diviértete jugando con el Fun Team	Gratis
SVV Wing Eating Challenge	6 alitas súper picantes en 3 minutos , valido para mayores de edad	5 \$ dólares más impuestos
Mixology 101	Ven y acompáñanos a una demostración de cocteles	Gratis
Apple Carving	Ven y acompáñanos para una demostración de arte de tallar en manzanas	Gratis
Ice Cream Sundaes	Disfruta de deliciosos helados	5 \$ dólares más impuestos

Tasty Treat Time	Ven a la piscina principal para que disfrutes de granizados, galletas decoradas, dulce de arena o collares de caramelos	Precios varios
Wine Glass Etching	Personaliza tu propio recuerdo de vidrio	8 \$ dólares más impuestos
Wine Tasting	Contamos con sabores como Lima, Mango, zarzamora y muchos más deliciosos sabores. Tienes que ser mayor de 21 años	10 dólares por persona y recibirás 5 dólares de descuento de por la compra de primera botella de vino
Game Show Night	Acompáñanos para un juego de noche en familia	Gratis
Family Karaoke	Acércate la explanada de la piscina de San Agustín y descubre quien tiene la mejor voz	Gratis
Nature Walk	Aprende de la flora y fauna de florida mientras te relajas con una caminata natural	Gratis
Mermaid Academy	Esta es tu oportunidad para que experimentes una aventura única y disfrutes de nadar con una cola de sirena real!!	25 dólares más impuestos por una hora
Beers and Bingo	Si te gusta la cerveza y el Bingo , entonces tenemos la combinación perfecta para ti	5 \$ dólares por carta, 8 \$ dólares por dos cartas, 10 \$ dólares por 3
Splish Splash Movie Bash!	Trae a tu familia a la explanada de la piscina principal y acompáñanos para una noche de cine.	Gratis
Abs Class	Acompáñanos a ejercitarnos en una mañana de trabajo abdominal	Gratis
Elsa Wand Making	Acércate a la explanada de la piscina principal y despierta el mago interior que hay en ti creando una varita mágica	4 \$ dólares más impuestos
Kids Check In	Acompaña al fun team en el lobby principal del hotel	Gratis

	para descubrir todas las actividades que tenemos listas para ti durante tu estadía, habrán figuras de animales con globos	
“Let It Go” Lanterns	Cierra tus ojos y pide un deseo mientras envías al cielo tu propia linterna aérea	7 \$ dólares por linterna
Family Campfire Fun	Calienta tu noche con s'mores (Galletas con chocolates y marmelos asados en el fuego de una fogata)	2 \$ dólares más impuestos los paquetes individuales
Gatorland Show!	Únete a la gente de la tierra del caimán mientras ellos enseñan a sus amigables criaturas. Estos expertos de caimanes crearan un ambiente agradable para todos, recuerda traer tu cámara	Gratis

(Norton, 2014)

Todas las actividades mencionadas anteriormente en la tabla de actividades (Tabla N°3), son ejecutadas por profesionales o personas experimentadas en estos campos recreativos, en este caso animadores, la tabla completa de actividades se las puede encontrar en el anexo 1. Las actividades más técnicas y complejas son las actividades que solo se pueden realizar con un instructor preparado, como por ejemplo actividades como:

- **Scuba Academy:** En esta actividad se necesita un instructor que conozca acerca de la actividad del buceo, como realizar la actividad en diferentes superficies, desde piscinas hasta lagos, el manejo de los tanques de oxígeno y toda la preparación que conlleva el realizar esta actividad.
- **Casino Night:** Es usualmente realizada en las noches y tienes que ser mayor de edad para participar y consumir cualquier bebida alcohólica, esta actividad debe necesariamente ser realizada por un *dealer* conocedor de los juegos de mesa, de las reglas de los juegos y de un ambiente de casino, tiene que ser un gran animador y orador para relacionar e incluir a los concursantes en el ambiente de juego, logrando así que todos los concursantes pasen un momento agradable y divertido.

- **Mixology 101:**Esta actividad no tiene que ser realizada necesariamente por alguien que sea profesional en esta área, pero es de vital importancia que la persona encargada de realizar esta actividad tenga una gran experiencia en el área de la coctelería, para poder complacer todas las peticiones y requerimientos de los diferentes cocteles que existen y que los huéspedes pidan.
- **Wine tasting:** En las degustaciones de vinos se necesita a un profesional y conocedor de la historia de los vinos, las cepas y de las formas, procesos y análisis de la degustación y catación de los vinos.
- **-Wellness 101 Zumba y Wellness 101 Aqua Zumba:** Esta actividad es necesariamente realizada por un instructor que por lo general es mujer, y que es profesional en el área del baile, tiene que saber manejar grandes grupos, conocer diferentes bailes y pasos que ayudará a las personas que asistan a las clases de baile.
- **Spa Essentials:** La persona encargada de esta actividad tiene que conocer acerca de productos naturales y sus beneficios en el cuerpo, tiene que saber acerca de diferentes productos como cremas, lociones y formulas, y el saber cómo aplicarlas.
- **Gatorland show:** Solo un profesional en el tema de manejo lagartos, culebras y más anfibios es capaz de dirigir esta actividad, este instructor tendrá que saber acerca de diferentes razas de anfibios, sus colores, crecimiento, alimentación y más datos informativos que puedan ser entregados, también enseñara diferentes tipos de anfibios y se los hace interactuar con los huéspedes que se atrevan a participar (Norton, 2014).

Las otras actividades recreativas pueden ser ejecutadas por animadores experimentados en diferentes áreas de ocio, recreación y animación. Necesitan tener mucho carisma, capacidad para dirigir y animar grupos, saber lo que están haciendo, disfrutar lo que están haciendo y lo más importante de todo que es el sonreír siempre.

2.2.2. Departamento de Recreación y animación en hoteles

En la actualidad no se puede negar la importancia y necesidad de las personas de recrearse diariamente, así mismo en una institución turística como hoteles y resorts es de vital importancia que se ofrezca esta forma de satisfacer el ocio, y para que estas actividades puedan ser ofertadas y existan los servicios de recreación, se necesita de alguien que las coordine y aquí es donde aparece el departamento de recreación y animación en un hotel.

Según Vogt (1992) citado en Costa et al (2007), desde un punto psicológico y sociológico, los servicios de recreación en un establecimiento hotelero, juegan un papel importante en la calidad general del producto turístico (Costa, Glinia, Goudas, & Antoniou, 2007). Esto queda demostrado, por ejemplo, en base a la organización nacional de turismo de Grecia, quienes establecieron un nuevo criterio para categorizar a los hoteles de acuerdo a la calidad y cantidad de sus servicios con el nombre de “*Star System*” y de acuerdo a otros servicios, instalaciones, programas de recreación y contratación de líderes de recreación capacitados, es designada la categoría del hotel.

Al revisar la necesidad y tendencia de las personas de recrearse, Mainardi describe este concepto como “*svago*”, el cual se puede definir como el motivo para el uso recreacional del ocio, el que es el principal motivo, intrínseco, para tomar vacaciones (Lytras 1993). Esta tendencia fue demostrada por los huéspedes en tiempos de vacaciones participando en actividades recreativas dentro y fuera de hoteles europeos, y es en estos hoteles que estas actividades son consideradas con el concepto de “animación” y son realizadas por expertos de recreación llamados animadores.

En el lenguaje turístico, la animación hotelera fue origen de una categoría especial de resorts llamados, “clubes”, en donde la mayor parte del tiempo se lo emplea en actividades deportivas buscando siempre la satisfacción de los miembros (Costa, Glinia, Goudas, & Antoniou, 2007). Estos hoteles-club iniciaron con la estructuración de planes de animación tomando como modelo a los resorts mediterráneos turísticos así como también a la organización que existía en los servicios recreativos del ocio en los cruceros (Costa, Glinia, Goudas, & Antoniou, 2007). Al ver que este nuevo sistema daba resultados, los hoteles lo establecieron como una estrategia de mercado, como una nueva opción en la oferta de sus paquetes turísticos, siendo este manejado por una nueva área del hotel, por un departamento diferente a los ya existentes, este departamento se lo denominó departamento de recreación.

El departamento de animación y recreación en un hotel está encargado de conectar la calidad del tiempo de ocio durante la estadía de los huéspedes, y es responsable de la coordinación de las actividades deportivas, culturales, saludables y de entretenimiento, tanto dentro como fuera de las instalaciones del hotel para niños y adultos. Los programas de animación le permiten a la administración del hotel organizar de mejor manera las opciones el uso de las áreas recreativas del hotel en

función de la satisfacción de los huéspedes, incrementando las ventas generales del hotel atrayendo a huéspedes y visitantes a los departamentos de alimentos y bebidas (Costa, Glinia, Goudas, & Antoniou, 2007).

Según investigadores del turismo deportivo, la animación en el turismo es la totalidad de actividades y ejecuciones que un hotel es capaz de ofrecer a los turistas con el fin de satisfacer las necesidades de los huéspedes de: acción, interacción social, creatividad, relajación y el regreso al uno mismo, aventura y el descubrimiento de nuevos aspectos de vida. El producto de la animación comprende elementos tales como la comunicación y la elección libre, reconocimiento, gozo y una experiencia fluida. Estos elementos son presentados a los turistas a través de actividades que los desafía a participar e integrarse y simultáneamente esas actividades ofrecen seguridad emocional y aceptación para los turistas que se encuentren en situaciones sociales no comunes y ambientes culturalmente diferentes. Las actividades de animación y recreación deberían ser cuidadosamente seleccionadas y organizadas con la finalidad de buscar una fluida y optima en la experiencia (Costa, Glinia, Goudas, & Antoniou, 2007).

Para que estos servicios recreativos tengan éxito y ganen popularidad entre los huéspedes, no solo se necesita de una buena organización y variedad de oferta, sino que también es muy importante que se tenga en cuenta la calidad de producto y servicio que se está ofreciendo, si el producto y servicio no es de calidad el producto no tendrá éxito o por lo menos no tendrá la aceptación que podría tener si se aumentara su calidad.

Ofrecer productos y servicios recreativos de calidad es una estrategia que muchas instituciones turísticas y no turísticas alrededor del mundo están aplicando con el fin de aumentar su capacidad de competencia en el mercado. Desde esta perspectiva la calidad se define, según el instituto Alemán para la calidad, como “todas las cualidades y características de un producto o una actividad, que sean capaces de cumplir con los requerimientos de un cliente” (Costa, Glinia, Goudas, & Antoniou, 2007). Cuando un cliente recibe el producto o servicio, muchas veces este no satisface o no cumple los requerimientos y expectativas que el cliente tenía y es allí donde la calidad del producto/servicio baja y la actividad pierde popularidad y aceptación entre los clientes. El poder evitar que esto ocurra no es solo responsabilidad del director del departamento recreativo, sino también de quienes realicen las actividades, en otras palabras animadores o coordinadores de actividades. Se tiene que hacer un constante seguimiento y fortalecimiento en las áreas que se necesite reforzar, mediante

capacitaciones, estímulos y reconocimientos, así pues los animadores tendrán la capacidad de mantener un estándar de calidad tanto en las actividades que realicen, como en sus procesos de ejecución.

Las actividades tienen que ser desafiantes de una manera que mejore y eleve los niveles de satisfacción personal, es así que aparte de las actividades deportivas y actividades de socialización, también las actividades educativas y de aprendizaje son apropiadas para cultivar nuevas habilidades y conocimientos en los turistas. Para que todo esto funcione y sea exitoso, los animadores hoteleros tienen que ser propiamente educados y preparados, sensibles, experimentados y acostumbrados a aplicar una gran variedad de habilidades físicas, sociales, creativas y emocionales mientras se desenvuelven (Costa, Glinia, Goudas, & Antoniou, 2007).

2.3. Recreación en Hoteles del Ecuador

En los últimos años, el turismo receptivo se ha incrementado considerablemente, esto se evidencia con el arribo de 1'148.710 turistas en el transcurso de enero a septiembre del año 2014, lo que representa un crecimiento del 14.5% con relación al mismo período del año anterior y solo en el mes de septiembre arribaron al país 112.767 turistas mostrando un incremento del 13% en relación al año anterior (2013), que a su vez ya tenía un crecimiento con relación anterior (MINTUR, 2014).

Las cifras anteriores son muestras de que los turistas tienen deseos de seguir conociendo y viajando, lo cual también se relaciona con el principio de que cada día aparecen nuevas motivaciones y facilidades para viajar. Estas tendencias son parte del "viajero del S.XXI" e indican que los turistas buscan nuevos destinos para sus viajes, en los cuales se encuentre más especialización, fragmentación de los viajes y mayor información para cumplir con sus necesidades del disfrute de vivencias y experiencias únicas. Se trata de un modelo en la línea de nuevas alternativas, con propuestas orientadas a la búsqueda de experiencias altamente satisfactorias, dentro de entornos confiables y sostenibles; un turismo más activo que pasivo (Cevallos, 2013). Lo cual significa que se deben generar servicios e infraestructura que vaya acorde a estas nuevas tendencias, lo cual es de importancia para las instituciones hoteleras que deberán crear estos servicios.

Las instituciones hoteleras al no ofrecer actividades que busquen satisfacer esta necesidad de vivencias y experiencias únicas se están quedando estancados en las viejas modalidades de la hotelería, las cuales no están caminando de la mano con

las nuevas tendencias del turismo y el ocio en los hoteles; por ende no están obteniendo los beneficios que podrían. Al tratarse de un destino conceptualizado a partir del “buen tiempo” o “tiempo libre y de calidad”, no ha existido una respuesta contundente por parte del mercado hotelero. En este sentido y dada la competencia existe entre diversos establecimientos hoteleros por mantener sus porcentajes de ocupación altos y fidelizar a sus huéspedes, la propuesta hotelera que más puede influir en el resultado de los objetivos marcados es la diversificación de la oferta de servicios turísticos tanto dentro como fuera del hotel, con propuestas experienciales como la animación y recreación hotelera (Cevallos, 2013).

Desafortunadamente la mayoría de hoteles como hotel Quito, Swissôtel y otras empresas del sector, que forman parte de cadenas hoteleras reconocidas como Sheraton, Hilton y Marriot, que cuentan con servicios de alta calidad, desconocen o no ponen en práctica este tipo de herramientas de la recreación y el ocio, como lo es la animación hotelera. Estos hoteles continúan aferrados a la idea de que la hotelería es tan solo una habitación, buena comida, algunos cócteles, una piscina y un gimnasio, careciendo de un valor agregado y un aspecto diferenciador que los ayude a superar plenamente las expectativas de los huéspedes tanto nacionales como extranjeros.

Es así que la hotelería debería consistir entonces, y de hecho lo hace, en brindar al huésped un producto de calidad con novedosos servicios que le permitan satisfacer sus intereses y necesidades de conocimiento, información, diversión y comunicación; de esta manera se garantiza que los huéspedes regresen al hotel. La ejecución de actividades recreativas debidamente programadas proporcionará entonces un mayor acercamiento con los nuevos huéspedes estableciéndose así una pequeña relación afectiva y efectiva (huésped–hotel, huésped–huésped y hotel–huésped). De esta forma se pretende romper con el aislamiento humano y la incomunicación entre clientes que se encuentran en hoteles sin programa de actividades (Cevallos, 2013).

2.3.1. Hoteles que usan recreación

Para poder analizar la variedad y la calidad de las actividades de recreación en el Ecuador y específicamente en Quito, se tienen que conocer que hoteles están ofreciendo la recreación como parte de su oferta turística, las actividades recreativas para los diferentes huéspedes y la animación hotelera para tiempos de esparcimiento. Con esta información se podrá corroborar y justificar la información y aplicación de esta disertación. A continuación se da a conocer los hoteles que ofrecen actividades recreativas para los huéspedes en sus instalaciones y fuera de ellas. Ya que existe

una gran cantidad de hoteles en Quito, por esta razón se han seleccionado 11 de los mejores hoteles con los que cuenta Quito, 9 categoría 5 estrellas y 2 categoría 4 estrellas. Los hoteles seleccionados fueron:

- Hotel Sheraton
- Hotel Marriot
- Hilton Colón
- Hotel Quito
- Hotel Best Western Plaza
- Holiday Inn
- Le Park Hotel
- Hotel Casa Gangotena
- Hotel Mercure
- Hotel Radisson
- Swissôtel

Después de realizar las entrevistas a los respectivos establecimientos hoteleros e investigar en las páginas correspondientes, se encontró que de los 11 hoteles elegidos tan solo 2 hoteles (Marriot y Swissôtel) realizan ciertas actividades extras a las actividades básicas, y aunque no son suficientes para abastecer y superar las expectativas de los clientes, hay que decir que es un paso importante para incentivar el desarrollo de la aplicación de la recreación y la animación hotelera. De los hoteles restantes, todos ofrecen actividades básicas de recreación, algunos usan como excusa el tipo de turista que reciben, en este caso turistas ejecutivos, otros se excusan en los espacios físicos para la realización de actividades y otros simplemente no lo quieren aplicar.

2.3.2. Tipos de actividades de recreativas

Después de realizar la investigación, a través de entrevistas, acerca de que hoteles aplican las tendencias para la satisfacción del ocio como lo es la recreación y animación hotelera, se encontró que de los 11 hoteles elegidos en la investigación tan solo 2 hoteles ofrecen ciertas actividades recreativas extras a las actividades más básicas de recreación, los 9 hoteles restantes alegan no conocer lo que son actividades de recreación y animación, o que si no las ofertan es por falta de una infraestructura adecuada para la realización de las actividades, o mencionan que el hotel al concentrarse en un turista de negocios, ellos no necesitan de actividades recreativas y por tal motivo el hotel no ofrece este tipo de actividad.

A continuación se menciona los diferentes tipos de actividades que cada hotel ofrece y se analizará su importancia en el hotel, esta información corresponde a las entrevistas realizadas en cada establecimiento:

2.3.2.1. Hotel Quito:

A pesar que el hotel cuenta con un espacio grande en el área de la piscina y sus alrededores, el hotel no realiza ningún tipo de actividad de animación en esta área, ninguna actividad para la integración de los huéspedes, ni la posibilidad de aprender cosas nuevas con actividades dedicadas al aprendizaje (HQuito, 2014). El Hotel Quito ofrece dentro de sus servicios recreativos, una piscina, un spa, un gimnasio y dos cancha de Basquetbol que solo se la puede usar si el mismo huésped trae consigo una pelota, ya que el hotel no cuenta con pelotas, dentro del gimnasio el hotel realiza actividades como step, Body Combat, entrenamiento de intervalos, aeróbicos, pilates, yoga y baile en horarios establecidos tanto en la mañana como en la noche. Actividades como yoga o baile que se realizan el fin de semana, se lo hace alternadamente, un sábado sí y el siguiente no. (HotelQuito, 2014).

2.3.2.2. Hotel Sheraton:

Ofrece actividades recreativas básicas, un gimnasio, un hidromasaje, una sala de vapor y servicios de masajes (Sheraton, 2014). El hotel no ofrece más servicios de recreación, ni tampoco cuenta con ninguna cancha deportiva (HSheraton, 2014).

2.3.2.3. Swissôtel

El Swissôtel es un ejemplo de innovación en cuanto a la oferta de servicios recreativos, y ha implementado ciertas actividades recreativas que le dan una ventaja competitiva frente a otros establecimientos hoteleros. De todos los hoteles seleccionados, Swissôtel es el único que ofrece a sus huéspedes la posibilidad de realizar diferentes actividades deportivas que a más de ser una gran distracción son actividades saludables, beneficiosas para el cuerpo y la mente. El hotel cuenta con una cancha de tenis, una cancha de squash y una cancha de raquetball que están plenamente equipadas para su buen uso. Estas actividades deportivas pueden ser realizadas en horarios completamente asequibles y en espacios confortables para los huéspedes (HSwissôtel, 2014).

Así mismo, el hotel también cuenta con una piscina cubierta y cerrada, cuenta con un spa de primera calidad conformado por baños turcos, hidromasaje, cámaras de descanso, un sauna y servicio de masajes, cuenta con un gimnasio con su respectivo instructor y cuenta con diferentes clases deportivas como yoga, baile, spinning,

cycling, aquaerobic, ghatastha, active dance, tensión y balance, body condition, gap, pilates, tae bo. (Swissôtel, 2014). El Swissôtel al ofrecer estas actividades, no solo generara más ganancias sino que también fideliza huéspedes.

2.3.2.4. Hilton Colón

A pesar de ser una de las cadenas reconocidas más grandes del mundo, el Hilton Colón no ofrece actividades diferenciadoras recreativas (HHilton, 2014). El hotel cuenta con su área húmeda como es la piscina, y un gimnasio para uso de sus huéspedes. Cabe recalcar que el hotel realiza eventos para sus huéspedes solo en fechas especiales (Fiestas de Quito, Fin de año, Etc) (HiltonColón, 2014).

2.3.2.5. Casa Gangotena

El hotel ofrece shows en vivo en el restaurante durante la cena en los días viernes y sábados, esta actividad es muy popular en el hotel y busca la satisfacción de los huéspedes mediante música clásica (HGangotena, 2014). El hotel Gangotena no cuenta con piscina ni gimnasio y ninguna otra actividad de recreación (Gangotena, 2014).

2.3.2.6. Best Western

El hotel Best Western ofrece shows en vivo y realiza fiestas solo en fechas especiales como en fin de año, fiestas de Quito y Navidad (Western, 2014). El hotel no cuenta con ninguna actividad diferenciadora más que las actividades recreativas más comunes y básicas que son la oferta de un gimnasio, un hidromasaje y un sauna (BestWestern, 2014).

2.3.2.7. Hotel Mercure Alameda

El hotel cuenta con un Gimnasio y realiza eventos por fechas especiales, en el pasado este hotel tenía un casino que se cerró debido a la prohibición en el Ecuador de este tipo de negocios (Mercure, 2014). El Mercure no cuenta con otras actividades recreativas (HMercure, 2014).

2.3.2.8. Hotel Marriot

Dentro de las actividades que el hotel Marriot ofrece constan los servicios de masajes, un spa de primera calidad, y una piscina en un ambiente natural de gran confort y un bar al cual pueden asistir los huéspedes, el hotel Marriott cuenta con salones para la realización de eventos que son alquilados principalmente por clientes externos (Marriott, 2014). El hotel también realiza eventos en vivo semanales para

deleite de sus huéspedes, esta actividad es una ventaja competitiva ya que el huésped tiene la oportunidad de distraerse en algo diferente (HMarriott, 2014).

2.3.2.9. Radisson

El hotel Radisson ofrece actividades básicas de recreación como es el uso de la piscina y el spa, cuenta también con un gimnasio y ofrecen promociones durante la semana (Lunes- Domingo) en el bar, con lo cual los huéspedes pueden emplear tiempo recreativo (HRadisson, 2014). Hay que mencionar que el hotel no cuenta con más actividades recreativas para realizar en sus instalaciones (Hotel, 2014).

2.3.2.10. Hotel Le Parc

El hotel Le Parc cuenta con actividades básicas como gimnasio, spa, internet, y una sala vip en la cual se pueden realizar reuniones, no cuenta con otras actividades (LeParc, 2014).

2.3.2.11. Holiday Inn

El hotel cuenta con un gimnasio incompleto, solo con dos tipos de máquinas, 5 máquinas para ejercicios cardiovasculares y 1 máquina para levantar peso. En su página web menciona dentro de la parte de servicios o actividades que ofrece, la limpieza de los cuartos, zonas públicas con aire acondicionado y otras más. Es en este punto donde se pueden identificar la falta de actividades recreativas en la oferta de su servicio, siendo esto una desventaja(HolidayInn, 2014).

Con esta investigación se ha podido identificar la falta de iniciativa y evolución que existe en los hoteles de Quito, la recreación no es tomada en cuenta como un punto importante en los hoteles de Quito y por esta razón se está perdiendo una cantidad de oportunidades de crecer como destino que no solo ofrezca sitios turísticos de calidad sino que sus establecimientos hoteleros ofrezcan también servicios de calidad.

Dentro de los 11 hoteles los 3 más importantes en cuanto a nombre, instalaciones y aplicación de actividades recreativas y de animación, son Swissotel, Hotel Quito y el Hotel Sheraton. Se eligió al Swissôtel con el fin de primeramente complementar las actividades con las que cuenta el hotel; segundo, dentro de los hoteles investigados el Swissotel es el que ofrece actividades recreativas diferentes a las más básicas; siendo de esta manera una figura para imitar y mejorar dentro de la propuesta del plan de recreación que se pretende desarrollar en el Hotel Sheraton y Hotel Quito.

En el caso del Hotel Quito, se pudo reconocer que tienen la iniciativa de la realización de actividades recreativas como lo es la ejecución de actividades deportivas en diferentes horarios, es por esta razón que con la propuesta de el plan recreativo se busca la necesidad de encaminar la oferta existente en una oferta recreativa con muchos más beneficios tanto como para el hotel como para los huéspedes.

En el caso del hotel Sheraton se pudo apreciar que no emplean ningún tipo de actividad recreativa aparte de las actividades básicas, el hotel está estancado en la oferta de noches, un gimnasio, un hidromasaje grande, una pequeña sala de masajes y un restaurante, es por esta razón que un plan recreativo que vaya acorde a su tipo de target y a su infraestructura sería de vital importancia para el beneficio del hotel y de los huéspedes.

Tabla 4 : Tabla de Actividades de los Hoteles seleccionados

Hoteles	Actividades Comunes	Actividades Extras
Hotel Quito	Piscina, Spa (Baño Turco, Hidromasaje, Sauna) Gimnasio, dos Cancha de Basquetbol y una sala de masaje.	Step, Combate de cuerpo, Entrenamiento de intervalos, Aeróbicos, Pilates, Yoga y Baile
Hotel Sheraton	Gimnasio, Hidromasaje, Sala de vapor y servicios de masajes y una sala de masaje.	
Swissôtel	Cancha de Tenis, Squash Raquetball, Piscina cubierta y cerrada, Spa conformado por Baños turcos, Hidromasaje, cámaras de descanso, un Sauna y 13 salas de masajes.	Spinning, Aquaerobic, Cycling, Ghatastha, Active Dance, Tensión y Balance, Body Condition, 30/30, Active Dance, Gap, Full Body, Tae Bo, Hatha Yoga.

3. CAPÍTULO III: SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA RECREATIVA EN LOS HOTELES DEL ESTUDIO

Para poder proponer un plan de servicios recreativos y de animación, primero se tiene que investigar acerca de las políticas y reglamentos de servicio de atención al cliente, reglamentos y normas de los servicios recreativos existentes y los servicios extras que puedan ofrecer los hoteles, esto con el fin de saber si las actividades de la propuesta del plan podrán ser acogidas y así, estructurarlas acorde a los lineamientos existentes. También es de vital importancia conocer la infraestructura de los hoteles, tanto la infraestructura para los de servicios de hospedaje, alimentación y extras (internet, lavandería), como la infraestructura y espacios dedicados a servicios de actividades recreativas.

Este plan recreativo se estructurará en función a las actividades de recreación que esta investigación propone, sino que se tomará en cuenta la opinión de los huéspedes y socios de los hoteles seleccionados. Se realizarán encuestas en los 3 hoteles seleccionados en la investigación para así encontrar el tipo de huésped que acude a los establecimientos, su edad y género, niveles de satisfacción con relación a los servicios recreativos ofrecidos por el hotel y las sugerencias que tengan en el área de actividades recreativas y de animación. Para concluir este capítulo se comparan las expectativas recreativas que tienen los encuestados con la oferta real de los hoteles en estudio. Con esto se podrá encontrar las brechas existentes en los servicios recreativos y de animación, ayudándonos a estructurar un plan recreativo que satisfaga las expectativas de los clientes.

Los hoteles que fueron seleccionados han mostrado interés en la aplicación de un plan recreativo bien estructurado que les pueda ayudar a mejorar el área recreativa. El hotel Quito dio apertura a empezar a realizar estas actividades en sus instalaciones lo más pronto posible, el señor Jorge Andino (Andino & Pino, 2015) gerente del club la playa está interesado en poner en práctica el plan que se prepare para el hotel Quito.

La directora de recursos Humanos del hotel Sheraton Cristina Paredes (Paredes, 2015) le pareció muy interesante un plan recreativo que pudieran aplicar en las instalaciones del hotel y que ayude a mejorar este servicio.

En el Swissôtel es donde menos apertura existió por el hecho que el hotel cuenta con una gran cantidad de actividades recreativas que los otros no tienen, pero les pareció muy interesante este plan e informaron que en la actualidad están

analizando en ampliar su propia oferta recreativa, desde el mejoramiento y ampliación del gimnasio hasta nuevas actividades como clases de tenis.

3.1. Políticas de servicio existentes

Durante las entrevistas realizadas a los 3 hoteles seleccionados se pudo recopilar una gran cantidad de información acerca las políticas aplicadas, esto con el fin de conocer los parámetros en los que los hoteles se manejan en estos aspectos. A continuación se presentan la información recopilada en las entrevistas, mediante la tabulación y análisis respectivo.

3.1.1.1. Hotel Quito:

El Hotel Quito en la actualidad es manejado por el estado, la institución encargada del manejo es el BIESS (Banco del Instituto de Seguridad Social), y en estos días dieron la noticia que el hotel entrará en un proceso de subasta para proceder con su venta, se espera que inversionistas extranjeros o nacionales realicen ofertas, el valor base es de 35 millones de dólares.

Hay que mencionar que el hotel no cuenta con políticas internas bien estructuradas y se puede concluir que la razón es por los encargados de su operación. En el momento de realizar las entrevistas, los entrevistados no supieron contestar acerca de las políticas internas y a su vez no se entregó ninguna información acerca de este tema en particular.

Políticas Generales:

- La hora para realizar el check-in es desde las 2:00 pm hasta las 12:00 am y la hora para hacer el check-out es a las 12:00 pm.
- Es necesario realizar un depósito de garantía de por lo menos la primera noche, los depósitos pueden ser con tarjeta de crédito o en efectivo.
- Es necesario presentar un documento de identidad valido.
- La edad mínima para la realización del check-in es de 18 años.
- Los niños menores de 12 años que estén acompañados por sus padres o tutores tendrán hospedaje gratuito siempre y cuando ocupen la misma habitación y las camas existentes en las habitaciones.
- No se aceptan mascotas (Andino & Pino, 2015)

Las políticas mencionadas anteriormente son políticas enfocadas hacia los huéspedes y clientes que se hospedan en el hotel. Estas políticas ayudan a agilizar y facilitar los procesos de ingreso, estadía y partida del hotel, ya que ofrece a los huéspedes la posibilidad de estar preparados con anticipación (Andino & Pino, 2015).

3.1.1.2. *Hotel Sheraton Quito:*

El hotel Sheraton Quito es franquiciado de la cadena hotelera Starwood Hotel & Resorts, esto significa que pueden usar el nombre Sheraton pero pueden ser operados por cualquier otro grupo y es así que el hotel es manejado por el grupo GHL hoteles. Al ser manejado por este grupo colombiano hotelero, las políticas del hotel son establecidas y estandarizadas por GHL, aunque se tiene que decir que existen normas que están implantadas por la franquicia y se las verá más adelante.

El objetivo de las políticas implantadas por el hotel Sheraton, es la búsqueda constante de la calidad de servicio. Se necesita de este tipo de políticas para poder mantener estándares de calidad través del tiempo y que influya en todo el personal del hotel. A continuación se enlistan las políticas del hotel.

Políticas Generales

- La hora para la realización del check-in es a las 3:00 pm y la hora del check-out es hasta las 12:00 pm
- El establecimiento exige un depósito de garantía en efectivo o con tarjeta de crédito.
- Se admiten mascotas hasta 18 kg
- Cancelación de la tasa de alojamiento turístico (TST)
- El valor de las camas extras tiene un valor de 35 dólares por noche.
- Política de cambio de cheques: No se dispone servicio de cambio de cheques.
- Política de bebidas alcohólicas: El servicio de bebidas alcohólicas se limita a personas de 18 años o mayores (que presenten identificación) (GHL Hoteles, 2014).

Políticas Internas (Para el manejo de todo el personal de servicios)

- ***Contratamos gente contenta que le gusta servir a la gente.***

Para lograr que esta política se cumpla, es indispensable disponer de las descripciones de los puestos, para que en el momento de contratar el personal se pueda definir los perfiles correctos. En otras palabras, esta política indica que de acuerdo al tipo de responsabilidades, tareas y actividades que se requieran en determinado cargo, se definirán las condiciones o competencias que se requieran para desempeñar el cargo, es así en el momento del reclutamiento de aspirantes al cargo, tiene que existir una coherencia entre el aspirante, los requisitos del puesto y los valores de la compañía (GHL Hoteles, 2014).

- ***Damos a nuestra Gente el Poder de Decisión para que sean proactivos y logren prestar un servicio memorable y a la vez recompensarlos para obtener excelentes resultados.***

Para la ejecución de esta política se aplica técnicas de atención al cliente como lo es la técnica del empoderamiento (empowerment), esto con el fin que el personal que brinda atención al huésped tenga la capacidad de solucionar problemas, peticiones y eventualidades del trabajo sin la necesidad de acudir a un jefe. Se busca que el colaborador busque una conexión emocional con el huésped y que siempre se esté anticipando a las necesidades del mismo, con el fin de que el servicio entregado logre crear experiencias memorables en los huéspedes y estos (huéspedes) a su vez con una retroalimentación, permita al hotel conocer a los mejores colaboradores mediante un programa de reconocimiento y premiación (GHL Hoteles, 2014).

- **Ninguna persona puede prestar un servicio sin que conozca y practique perfectamente los estándares de servicio.**

Esta política implica la aplicación estricta de los programas de inducción, orientación de desempeño y entrenamiento certificado. Esta es la única forma de crear un ambiente de mejoramiento y así verificar rutinariamente los procedimientos, estándares de servicio y desempeño de todas las áreas involucradas en el servicio (GHL Hoteles, 2014).

- **Ofrecemos a los huéspedes un servicio específico que no puede encontrar en otro hotel de la competencia.**

Esta política está basada en lo que se conoce como el bench marking, y consiste en analizar continuamente los productos y servicios que ofrece la competencia para así diseñar productos novedosos que incentiven la compra de productos y servicios en el hotel y genere huéspedes leales (GHL Hoteles, 2014).

- **Si el huésped se siente insatisfecho por un mal servicio, nunca se discute con él y no se le hace el cobro del servicio o se le devuelve su dinero. Las garantías no deben ser condicionadas.**

Esta política conlleva crear el ambiente propicio para que el huésped pueda quejarse, se ha comprobado que existe un porcentaje considerable de huéspedes que experimentan servicios inadecuados y no informan de su insatisfacción (40% de huéspedes que tienen problemas no lo informan). Por este motivo se capacita al colaborador a ser muy asertivo, tiene que saber interpretar los comentarios de los

huéspedes pudiendo estos ser quejas o peticiones y se debe estar en constante interacción con el huésped preguntando como ha sido el servicio (GHL Hoteles, 2014).

- **Agradeceremos la queja de un huésped, es la oportunidad de hacerle sentir bien y satisfecho. Nunca estaremos ocupados para atender la queja de un huésped. La respuesta a una queja o requerimiento es de carácter inmediato.**

Para la correcta ejecución de esta política es necesario la creación de un sistema de captación de quejas (Complaint resolution), este programa centraliza la totalidad de quejas y se procesan para verificar su seguimiento y cumplimiento de las garantías (GHL Hoteles, 2014).

- **Estaremos dispuestos las 24 horas del día para resolver con eficiencia las solicitudes de nuestros huéspedes, que deben ser registradas para su seguimiento y verificación. Nuestros tiempos de respuesta son de minutos y no de horas.**

Cumplir esta política obliga a centralizar y registrar todas las solicitudes de los huéspedes para su seguimiento y verificación de la satisfacción del huésped (GHL Hoteles, 2014).

- **Es indispensable medir la satisfacción del huésped. Necesitamos más de los huéspedes que ellos de nosotros, siempre los huéspedes tienen opción.**

La metodología de evaluación del servicio a través de las encuestas tanto de formato como por correo electrónico se ha convertido en una técnica fundamental para retroalimentar el proceso del servicio. Esta política nos permite ver los índices de satisfacción de nuestros huéspedes (GHL Hoteles, 2014). Como se puede ver el hotel Sheraton cuenta con una cultura organizacional muy bien establecida y ejecutada, del cual se ha mencionado las políticas más importantes que se pudo identificar durante la investigación de campo y bibliográfica.

3.1.1.3. Swissôtel Quito:

El Swissôtel es parte de la cadena Swissôtel Hotel and Resorts de hoteles suizos, el hotel de 275 habitaciones dentro de su cultura organizacional posee políticas que buscan generar estándares de calidad tanto internamente como exteriormente.

Políticas Generales:

- La hora para la realización del check-in comienza a las 14:00 pm y la hora del check-out es a hasta las 12:00 pm
- La edad mínima para realizar un check-in es de 18 años de edad.
- El hotel exige un depósito inicial como garantía de la estadía.
- No se admiten mascotas ni perros guía.
- Las formas de pago son efectivo, tarjetas de crédito y cuentas por cobrar para empresarios (Bermeo, 2015).

Políticas Internas:

- **Política de reclutamiento.**

Esta política implica el análisis de perfiles de los aspirantes mediante entrevistas, pruebas psicológicas y test de personalidad para así definir a los mejores aspirantes para el/los puestos necesarios (Bermeo, 2015).

- **Las personas contratadas por el hotel tiene que estar alineadas a el cargo que van a ejercer.**

Para que esta política funcione se necesita que el hotel mediante pruebas de aptitud y actitud seleccione a los aspirantes que cumplan con los requisitos del cargo y el hotel (Bermeo, 2015).

- **Todos los colaboradores mantienen un acuerdo de confidencialidad acerca de las políticas y reglamentos internos del hotel así como de información interna del hotel.**

El cumplimiento de esta norma es un compromiso personal de los colaboradores con el hotel, se firma un documento de confidencialidad y existen sanciones económicas y legales en caso del no cumplimiento (Bermeo, 2015).

- **Todo el Personal debe tener una prestación pulcra y aseada.**

Esta política busca mantener la imagen del personal y que vaya acorde con la imagen del hotel, a su vez la imagen del hotel se dará por la imagen del personal. Los peinados de todo el personal tendrán que ser moderados o clásicos, siendo en mujeres el pelo largo recogido y el pelo de los hombres no podrá estar por debajo del cuello de la camisa. La joyería no deberá ser exagerada, no se permitirán tatuajes y las uñas deberá estar siempre limpias y cortas (Bermeo, 2015).

- **Todo el personal debe estar uniformado profesionalmente de acuerdo a su área y clima y estos estarán diseñados acorde a los parámetros dispuestos por los estándares de la cadena.**

Esta política estandariza el uso de los uniformes para todos los colaboradores, esto con el fin de que la presentación de todos los empleados del hotel sea de la misma manera y nadie este mal presentado. Las políticas que se describen son las que se pudo recopilar en la entrevista e investigación de campo y bibliográfica que se ha realizado en durante esta investigación, al existir una política de confidencialidad fue muy complicado obtener información interna del hotel (Bermeo, 2015).

3.1.1. Normas de Atención al cliente

La aplicación de una buena atención al cliente busca establecer normas que permiten a los empleados servir y atender a los huéspedes y clientes de una manera estandarizada y espontánea. Existen procesos de atención en los cuales no hay la opción de hacerlo de una manera diferente, esto quiere decir que son normas de atención que hay que cumplir de la manera que fue instruida y enseñada al personal y colaboradores internos; así mismo existen ciertas ocasiones en las cuales depende de la espontaneidad de las personas y de cómo manejan diferentes situaciones y esto va dado por la personalidad de cada una de los colaboradores (Bermeo, 2015).

A continuación se enlistarán algunas de las normas de atención al cliente, especialmente las más importantes que se han recopilado en la investigación realizada en los 3 hoteles del presente estudio, en este caso, Swissôtel, Hotel Quito y Sheraton Quito.

3.1.1.1. Swissôtel.

- Aprender los nombres y apellidos de los huéspedes, y tratarlos por su apellido, Sr, Sra y Srta.
- Cumplir con los requisitos que el huésped ha solicitado anteriormente.
- Cumplir con las formas de pago que el cliente haya solicitado (tiene que estar dentro de los parámetros de las políticas del hotel).
- Informar a todos los huéspedes todos los servicios con los que cuenta el hotel junto con los horarios, para recomendar primeramente nuestros productos y servicios.
- Perfeccionar nuestro desempeño para obtener la satisfacción del huésped.
- Sentir como propio el descontento a la queja de un huésped y contribuiremos a su solución.
- Siempre se contestarán las llamadas telefónicas que vienen del exterior a la tercera timbrada de una manera atenta, entusiasta y eficiente.
- El apellido del huésped debe ser utilizado al inicio y al final de una conversación telefónica (Bermeo, 2015).

Las normas de atención al cliente mencionadas anteriormente mantienen un estándar de calidad en el hotel, cuando algún colaborador no las aplica, el nivel del servicio decae, por esto se ve la importancia de que las políticas en el área de contratación de personal se cumplan, para que el perfil de la persona contratada este alineada a cumplir las normas de atención al cliente exigidas por el hotel.

3.1.1.2. *Hotel Quito.*

- No se permite tutear al huésped, se tiene que llamar al huésped por su apellido.
- Siempre sonreír y mirar a los ojos cuando se entabla una conversación con los huéspedes.
- Crear un ambiente de trabajo positivo, actuar con espíritu de grupo y practicar el servicio entre los colaboradores, eso será bien visto por los socios y huéspedes del hotel.
- Mantener aseadas todas las áreas de trabajo.
- Somos embajadores de nuestro hotel, hablaremos positivamente de nosotros y nuestro equipo de trabajo.
- Al contestar una llamada telefónica siempre hay que sonreír, hablar claro y demostrar sincero interés por atender al que llama.
- Nunca dejar en la línea de espera a nadie sin su consentimiento.
- Utilizar los formatos de presentación en una llamada telefónica (Andino & Pino, 2015).

Estas normas de atención al cliente buscan establecer parámetros en la relación huésped- cliente ofreciéndole una atención personalizada y de respeto, así mismo implanta normas que permiten mantener un buen ambiente de trabajo, esto con el fin de la satisfacción del huésped.

3.1.1.3. *Hotel Sheraton.*

- Nunca decirle al huésped- eso no es mi trabajo-. El huésped espera de usted soluciones y no excusas
- Tomaremos las decisiones y acciones inmediatas para resolver los problemas y solicitudes del huésped.
- Asumir personalmente la responsabilidad de obtener las respuestas y soluciones confirmando la solicitud realizada.
- Un huésped debe hablar con máximo 2 personas para solucionar su problema. No haga esperar más al huésped.

- Se utilizará el vocabulario adecuado con nuestros huéspedes (eliminar expresiones populares como Hi, Ok, Que tal, Hola)
- Acompañaremos siempre al huésped al menos CINCO METROS hasta los salones, restaurantes y áreas del hotel donde desee ir.
- Indicar los sitios con la palma de la mano y nunca con el dedo índice.
- No permitir que el teléfono repique más de 3 veces.
- Tratemos de eliminar las transferencias de llamadas (GHL Hoteles, 2014).

El hotel Sheraton Quito mantiene una cultura organizacional que establece las normas de atención al cliente estandarizadas dentro del grupo GHL y es así que estas normas de atención se tienen que cumplir con permanentemente durante los procesos hoteleros realizados dentro y fuera del hotel.

3.1.2. Normas y Reglamentos de Servicios Recreativos

3.1.2.1. Hotel Quito.

El hotel Quito cuenta con un reglamento específico para el uso de sus áreas recreativas, como se indicó en el capítulo II, las actividades que se puede realizar en el hotel son las que cuenta el club la playa, como lo es el uso de la piscina, el gimnasio en donde se pueden realizar diferentes clases de ejercicios (Baile, Step, Yoga, etc.), sauna, turco, yacusi y el uso de las canchas de volley y básquet que para poder hacer uso de ellas tienes que llevar tu mismo la pelota. Este reglamento lo tienen que cumplir tanto los huéspedes del hotel como los socios y sus invitados. A continuación se mencionan algunos de los reglamentos de estos servicios.

- **Reglamentos de la piscina para su correcto uso.**
 - Los horarios de apertura de la piscina son de 6 de la mañana a 9 de la noche de lunes a domingo.
 - Se debe usar traje de baño y se recomienda el uso de gorro de baño (no es obligatorio).
 - Muy Importante tomar una ducha antes de ingresar a la piscina.
 - No se admite niños que no sepan nadar, a menos que estén acompañados por un adulto.
 - No ingresar alimentos y bebidas dentro de la piscina (Quito, 2015).
- **Reglamentos para el correcto uso del turco, Sauna e hidromasaje.**
 - Ducharse antes de ingresar al turco, sauna e hidromasaje.
 - No ingresar con alimentos al turco, sauna e hidromasaje.
 - No se admite el uso de cremas, jabones o rasuradoras.
 - Se recomienda tomar líquidos después de usar el turco o el sauna.

- Se recomienda el uso del hidromasaje por un tiempo máximo de 15 a 20 minutos.
- Capacidad máxima del hidromasaje es de 5 personas (Quito, 2015).
- **Reglas para el uso del gimnasio.**
 - Por seguridad no está permitido que menores de edad usen las maquinas.
 - Dejar las pesas y demás equipos en su lugar.
 - Prohibido realizar ejercicios sin camiseta (Quito, 2015).
- **Reglamento del uso de las canchas.**
 - Las canchas están abiertas de 6 de la mañana hasta las 9 de la noche. (en las noches no hay iluminación en las canchas).
 - El valor de su uso está incluido en la tarifa de la membresía (socios) y en la tarifa de la habitación (huéspedes).
 - Se debe traer su propia pelota para el uso de cualquier cancha (Quito, 2015).

El hotel también ofrece la posibilidad de pagar por recibir un masaje de relajación con previa cita e inscripción, el valor del masaje es de 40 dólares, incluido impuestos.

3.1.2.2. *Hotel Sheraton.*

El hotel Sheraton cuenta con las actividades básicas de un hotel sin evolución o de un hotel de 2-3 estrellas, al no contar con una piscina, el hotel cuenta con un jacusi grande en el cual los huéspedes pueden relajarse. El hotel también cuenta con un sauna y un turco y el área del gimnasio con máquinas modernas. A continuación se dará a conocer los reglamentos más importantes de estas áreas del hotel junto con su horario de atención y disponibilidad de uso.

- **Reglamentos del hidromasaje.**
 - Entrar al hidromasaje solamente por donde existan rieles y gradas
 - Personas ancianas y aquellos que sufren de problemas cardiacos, diabetes, hipertensión alta no deberían usar el hidromasaje.
 - Todas las personas deberán bañarse con agua caliente y jabón antes de entrar en el hidromasaje.
 - Prohibido el uso del hidromasaje para personas menores a 16 años.
 - Cualquier persona conocida o sospechosa de tener una enfermedad contagiosa no deben usar el hidromasaje.
 - No utilice el hidromasaje bajo la influencia del alcohol, anticoagulantes, antihistéricos, estimulantes, hipnosis, drogas o tranquilizantes.

- Mantenga un tiempo límite razonable. Un máximo de 10 minutos es lo recomendable, use la ducha fría para bajar su temperatura, y si usted lo desea, regrese nuevamente para otra breve permanencia.
 - No corra alrededor del hidromasaje.
 - No se permite envases de cristal en el área del hidromasaje.
 - No se permiten mascotas.
 - Solo ropa de baño apropiada se debe utilizar en el hidromasaje, no se permite pantalones vaqueros o pantalones largos.
 - Mujeres embarazadas no deberían usar el hidromasaje.
 - La temperatura máxima del agua es de 40 grados centígrados (Paredes, 2015).
- **Reglamentos del Gimnasio.**

Las maquinas caminadoras del hotel Sheraton son de las mejores que hay en el país, cuentan con un sistema de simulación en el cual puedes escoger circuitos de todo el mundo y así hacer más placentera tu caminata.

- El horario de atención es de 6 de la mañana hasta las 11 de la noche, en este horario los huéspedes encontraran personal de servicio en el lugar.
 - Por estándar de la franquicia el área del fitness que comprende la parte del gimnasio Hidromasaje, Sauna y Baño de vapor (turco) debe estar abierto 24 horas.
 - Limpiar las superficies usadas para ejercitarse con los paños que tiene a su disposición.
 - Dejar los equipos de pesas y demás en su lugar (Paredes, 2015).
- **Reglamentos del Sauna y turco.**
- Ingresar solamente con la indumentaria adecuada.
 - Se recomienda la correcta hidratación antes y después del uso del sauna e hidromasaje
 - No usar estas salas sin la autorización del personal de servicio.
 - Respetar a los demás huéspedes (Paredes, 2015).

3.1.2.3. *Swissôtel*

El Swissôtel en su estructura organizacional no cuenta con un departamento recreativo en sí, pero cuenta con un área encargada de la promoción, organización, mantenimiento y de los presupuestos de la misma como lo es Amrita Spa. Amrita Spa ofrece actividades como el uso del gimnasio con un instructor a disposición durante su horario de atención, cuenta con clases de baile como los son los aeróbicos, step, Zumba, tonificación con instructores especializados. El área de masajes y terapias son

las únicas actividades que tienen un valor extra a la de la membresía o a la del hospedaje, esta área ofrece 82 tipos de masajes en sus 13 salas de uso exclusivo para terapias. Por último el hotel ofrece una piscina cubierta y descubierta, sauna, turco, hidromasajes, 2 salas de relajación y baños (Bermeo, 2015).

- ***Reglamentos de la piscina.***

- Se debe usar gorro de baño para poder ingresar a la piscina.
- No es necesario usar terno de baño, se puede usar pantalonetas de piscina.
- Los niños tienen que estar acompañados todo el tiempo por un adulto.
- No está permitido correr a los alrededores de la piscina, por seguridad de los socios y de los huéspedes.
- Los horarios de atención son de 6 de la mañana a 10 de la noche.
- Mantener los canceles en orden.
- Respetar la privacidad de los de más huéspedes, usar la bata proporcionada por el hotel o una toalla para cubrirse (Bermeo, 2015).

- ***Reglamentos para el uso de las canchas de tenis, squash, raquetball.***

- Los horarios de atención son de 6 de la mañana a 10 de la noche.
- Previa reserva para su uso.
- Tiempo de uso es de 1 hora por reservación, para darle a los demás huéspedes y socios la oportunidad de usarlas, en caso de querer jugar más tiempo puede reservar por otra hora más.
- Cuidar de los equipos entregados (Bermeo, 2015).

- ***Reglamentos del gimnasio y las clases que se ofrecen.***

- Horarios de atención desde las 6 de la mañana hasta las 10 de la noche.
- No necesita realizar una reserva para poder asistir a las diferentes clases que el hotel ofrece.
- Asistir con la vestimenta adecuada para las clases y para el uso del gimnasio.
- Mantener el gimnasio en orden, dejando los equipos en su lugar.
- Limpiar las maquinas en caso de ensuciarlas (Bermeo, 2015).

3.1.3. Servicios complementarios

Los servicios complementarios, son servicios extras a los de restauración, hospedaje, recreación y como la palabra mismo lo dice estos servicios complementan el servicio ofrecido por el hotel y son de gran importancia en cualquier hotel de la actualidad ya que algunos de ellos fueron los únicos que se ofrecían en los inicios de la hotelería.

3.1.3.1. *Hotel Quito.*

- Internet inalámbrico gratuito.
- 150 plazas de estacionamiento vigiladas las 24 horas del día
- Porte cochère, para autobuses y desembarcos de huéspedes o clientes.
- Lavandería en húmedo y en seco
- Tintorería.
- Servicio de comidas a la habitación
- El hotel ofrece diferentes tiendas, divididas en tiendas de suvenires, una peluquería y una tienda de ropa.
- Sala de reuniones (HQuito, 2014).

3.1.3.2. *Sheraton.*

- Servicio de internet y tecnología
- Lost and found
- Servicio valet de lavandería
- Centro de negocios abierto 24 horas
- Cuidado de niños.
- Servicio de florería
- Servicios médicos disponibles.
- Se admiten mascotas (18 kg. máximo)
- Servicio de internet en áreas comunes 45 minutos de cortesía. (cuesta hasta 12 dólares por día).
- Servicio de internet en las habitaciones.
- Servicio de estacionamiento con asistencia.
- Servicio a la habitación (HSheraton, 2014).

3.1.3.3. *Swissôtel.*

- Centro de negocios abierto 24 horas, el hotel cuenta con 20 salas de reuniones a su disposición.
- Servicio de cuidado infantil en la habitación
- Servicio de transporte al aeropuerto (60 dólares por vehículo solo ida).
- Servicio de internet gratis en las áreas comunes del hotel
- Servicio de internet en las habitaciones.
- Servicio de estacionamiento gratuito (el estacionamiento también tiene accesibilidad en silla de ruedas).
- Servicio de lavandería.
- Servicio de room service (HSwissôtel, 2014).

3.2. Infraestructura existente

Los equipamientos turísticos en general y los establecimientos hoteleros en particular, presentan una serie de características comunes que determinan cualquier tipo de actuación bien sea en el diseño, implantación, explotación o redimensionamiento de las mismas. Existe una excesiva rigidez en la oferta (Infraestructura), frente a un mercado dinámico y cambiante, es por este motivo que la infraestructura de un hotel es de gran importancia. Se evidencia como los hoteles se encuentran fuertemente desprotegidos frente a un cliente cuya característica principal es ser dinámico, que puede elegir su destino turístico y que está constantemente comparando ofertas que cada vez son mejores (Yepes, 1996). Existen ciertas actividades que van dadas por la infraestructura que existe en un establecimiento hotelero y aunque no es un impedimento para la realización de estas actividades que requieren cierta infraestructura, si es una limitación para su ejecución, es aquí donde aparece la creatividad e ingenio de los administradores, que encontrándose con una limitación tienen la habilidad para realizar estas actividades en otros sitios que se los puede adaptar y adecuar para su ejecución.

A continuación se dividirá en dos subtemas la infraestructura que cada establecimiento hotelero tiene, la división se hará basada en la infraestructura de servicios en general del hotel y la infraestructura enfocada al área recreativa, a las actividades de recreación que el hotel posee. Cada hotel posee cierta infraestructura que única y distintiva que los otros no poseen.

3.2.1. Infraestructura de servicios

3.2.1.1. Hotel Quito.

El hotel Quito cuenta con 215 habitaciones para la oferta del servicio de alojamiento y le ofrece una vista privilegiada a las personas que decidan hospedarse en el hotel. Por la ubicación del restaurante se nombró el Techo del Mundo, en el cual se puede desayunar, almorzar y merendar con música en vivo en ciertos horarios, aquí también se puede encontrar el Bar del hotel que forma parte del restaurante techo del mundo. Además de esto, el hotel Quito ofrece salones muy bien equipados para realizar eventos, conferencias o reuniones de negocios (HotelQuito, 2014).

3.2.1.2. Sheraton.

El hotel cuenta con 164 entre habitaciones y suites equipadas con nuevas camas Sheraton y con su acogedor edredón y 5 almohadas para el servicio de hospedaje. Con 2 restaurantes y una sala de aperitivos el hotel Sheraton da la

posibilidad a sus huéspedes de alimentarse en el lugar de su preferencia con diversos menús, y diversa comida internacional.

1. Café del Lobby: Su hora de atención es de 3 pm hasta las 12 am y aquí se sirve café como y galletas.
2. Las Fragatas: Aquí se sirve comida internacional en un ambiente informal y muy acogedor, su horario de atención es de lunes a viernes de 6:00 a. m. a 3:00 p. m. y los sábados & domingos, 6:00 a. m. a 11:00 a. m.
3. Cooks Restaurant: Este restaurante te ofrece un ambiente de negocios en donde puedes disfrutar de gastronomía internacional y su horario de atención es de 12 pm hasta las 11 pm.

EL hotel Sheraton posee Salas de reuniones con capacidad hasta 400 personas, estos salones pueden ser modificados según la afluencia de personas esperada para los diferentes tipos de reuniones. En el piso VIP se puede encontrar el Club Lounge, un espacio relajado y de primer nivel en donde se ofrece desayuno de cortesía, aperitivos al atardecer y una variedad de bebidas, donde puede compartir con amigos, con tu equipo de trabajo o con tu familia (Sheraton, 2014).

3.2.1.3. *Swissôtel*

Las 275 habitaciones y suites del Swissôtel están equipadas con amenities de lujo, tv por cable e internet de alta velocidad que ofrecen al huésped una comodidad única. El Swissôtel cuenta con 11 salones para reuniones y eventos que se adecuan a la preferencia de los organizadores. Los 5 restaurantes con los que cuenta el Swissôtel, le da una ventaja competitiva sobre los demás hoteles, ya que todos los restaurantes son de lujo y de muy alto nivel en la oferta de sus productos y en la atención prestada.

1. Tanoshi: Con capacidad de 95 personas este restaurante especializado en comida japonesa te ofrece la oportunidad de pasar un momento de calidad y tranquilidad.
2. La Locanda: El restaurante que se especializa en comida mediterránea con influencia peruana, te ofrece la oportunidad disfrutar esta comida con diferentes tipos de vinos y un ambiente único en Ecuador.

3. Les Alpes: Este restaurante ofrece la mejor selección de fondues and raclettes con los mejores y más finos quesos e ingredientes.
4. Café Quito: Este restaurante te ayuda a decidir que comida comer, ya que te ofrece un buffet tanto de comida nacional como comida internacional para que así puedas probar las dos opciones.
5. Quito Deli: Si con las otras cuatro opciones no te fue suficiente, Quito Deli te ofrece una variedad de postres y deliciosas bebidas.

El Swissôtel también cuenta con 2 bares en los cuales puedes disfrutar de tiempo en familia y divertirse con tus deportes favoritos (Swissôtel, 2014).

3.2.2. Infraestructura recreativa

Este tipo de infraestructura es específica para actividades de recreación, aquí es donde los huéspedes pueden encontrar espacios de esparcimiento y realizar ciertas actividades que estén fuera de su rutina normal y otras que sean parte de su rutina.

3.2.2.1. Hotel Quito.

- Un gimnasio
- Una piscina
- Sauna, jacuzzi, turco
- 1 Cancha de básquet y volley
- Áreas verdes
- 1 sala de masajes
- Salones para eventos (HotelQuito, 2014).

Estas es la infraestructura recreativa con la que el Hotel Quito cuenta, aquí se puede realizar ciertas actividades que buscan la relajación y esparcimiento de los huéspedes.

3.2.2.2. Sheraton.

- Un gimnasio
- Jacuzzi, sauna, turco
- 1 sala de masajes
- Salones para eventos (Sheraton, 2014).

En el último piso del hotel se encuentra la mayoría de la infraestructura mencionada anteriormente, y es aquí donde el huésped del hotel Sheraton emplea las

primeras y últimas horas del día que son de gran importancia ya que es aquí en donde el huésped inicia y termina su día y lo más recomendable es que lo pudiera hacer de la mejor manera posible.

3.2.2.3. *Swissôtel.*

- 13 salas para terapias de masajes.
- 3 canchas deportivas, 1 cancha de tenis, 1 cancha de squash y una cancha de raquetball.
- Un gimnasio de los mejores que se ofrecen en hoteles en cuestión de máquinas y espacio del lugar.
- Dos salas para ejercicios como zumba, step, aerobics.
- Piscina cubierta y descubierta.
- Salones para eventos (Swissôtel, 2014).

Esta infraestructura recreativa con la que cuenta el Swissôtel es muy completa y permite a los huéspedes emplear horas de calidad enfocadas a su salud y socialización con las demás personas. Toda el área recreativa está ubicada en el mismo sector del hotel, tan solo la cancha de tenis está ubicada en un sector alejado de las otras instalaciones.

3.3. Percepción de los clientes sobre el servicio recreativo

Para poder reconocer la percepción de los clientes y huéspedes, se realizaron encuestas en los 3 hoteles seleccionados en esta investigación, aquí se pudo identificar y reconocer los niveles de satisfacción que mantienen los huéspedes en cuanto a las actividades recreativas que los hoteles ofrecen, calificando del 1 al 5 siendo 1 lo peor y 5 los mejor. También se pudo recopilar una cierta cantidad de sugerencias para mejorar los actuales servicios recreativos que hay en estos hoteles. Por último se consultó sobre la aceptación que pudiera existir acerca de una posible implantación de nuevas actividades recreativas en los hoteles, los valores que estarían dispuestos a pagar para su consumo y su participación en la misma.

Para poder encontrar la cantidad de encuestas a realizarse se utilizó la fórmula de Universo desconocido y así se obtuvo la muestra de 183 encuestas para los 3 hoteles seleccionados, hay que acotar que para la obtención del universo se manejó el porcentaje de ocupación de cada hotel durante el tiempo de 7 días En el anexo N2 se puede encontrar la encuesta realizada en los Hoteles. A continuación se puede reconocer la formula con sus respectivos resultados.

Ecuación 1: Determinación de la muestra

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

Z= 1,96= 95%

e= 0.05= 5%

P= Éxito= 0.5

N= Población= 351 personas (en 7 días, tiempo de duración de las encuestas)

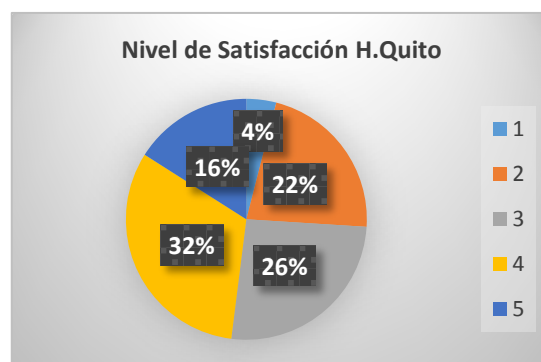
Q= Fracaso= 0.5

Es de vital importancia conocer la percepción que los huéspedes tienen acerca de los servicios recreativos ofrecidos por los hoteles en los que ellos se hospedan, para así reconocer las falencias que ellos encuentran y poder estructurar un plan recreativo que vaya acorde a lo que ellos esperan recibir.

3.3.1.1. Hotel Quito:

El nivel de satisfacción de los huéspedes del Hotel Quito en cuanto a las actividades recreativas, demuestra las falencias de la oferta recreativa en el Hotel.

Gráfico 1: Satisfacción Hotel Quito



Como se puede ver en el gráfico, más del 50% (26%-3, 22%-2, 4%-1) de los encuestados no están conformes con lo ofrecido por el hotel y el 48% (32%-4, 16%-5) está conforme con lo ofrecido por el hotel. Aunque casi la mitad de los encuestados tiene un alto nivel de satisfacción, se tiene que reconocer que si más de la mitad de los huéspedes de un hotel no está conforme o por lo menos no está del todo satisfecho, se tiene que buscar mejorar estos servicios en busca de la satisfacción de los huéspedes y el mejoramiento de los servicios y productos.

Para mejorar los niveles de satisfacción de los huéspedes hay que mejorar los servicios existentes, no se debería implantar más servicios si es que primero no se mejora los que ya existen, a continuación se mencionarán las sugerencias que los huéspedes exigen.

- ❖ Mejorar los vestuarios de los hombres.
- ❖ Poner música aleatoria en la piscina.
- ❖ Realizar el debido mantenimiento del equipo del gimnasio (Limpieza y Reparaciones).
- ❖ Realizar limpieza en el Jacuzzi y el sauna.
- ❖ Flotadores adicionales.
- ❖ Ofrecer parasoles y sombrillas.
- ❖ Se necesitan más Bancas y perezosas.
- ❖ Ampliar Horarios de apertura

Estas observaciones que los huéspedes realizan son peticiones básicas que se pueden resolver rápidamente y pueden ayudar a mejorar los servicios recreativos del hotel, si la administración le da importancia a estas pequeñas solicitudes podría mejorar considerablemente los niveles de satisfacción de los huéspedes del hotel.

3.3.1.2. Hotel Sheraton:

De los 3 hoteles seleccionados, el hotel Sheraton es el único que no ofrece ninguna actividad aparte de la oferta del gimnasio, el sauna, el jacuzzi y turco, es por esta razón que los niveles de satisfacción de sus huéspedes es el más bajo de todos (en el área de actividades recreativas mas no en la calidad del servicio y atención al cliente del hotel en sí).

Gráfico 2: Nivel Satisfacción Hotel Sheraton



Como se aprecia en el gráfico, el 45% de los encuestados califica su nivel de satisfacción con respecto a las actividades recreativas del hotel muy bajo, tan solo el

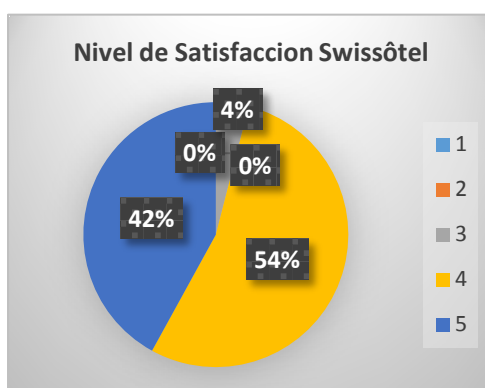
24% (16%-4, 8%-5) califica su nivel de satisfacción arriba de 3. Esto da una clara muestra que hay mucho que mejorar en lo que actividades recreativas y de animación se refiere.

Las observaciones realizadas por los huéspedes del hotel Sheraton fueron más enfocadas hacia la implantación de nuevas actividades recreativas, ya que el funcionamiento del Fitness (Gimnasio, Jacuzzi, Sauna, Turco) es muy bueno, desde sus horarios hasta su manteniendo.

3.3.1.3. *Swissôtel:*

Los mejores resultados de las encuestas se obtuvieron en este establecimiento hotelero, el Swissôtel al contar con una gran cantidad de actividades recreativas y de animación genera altos niveles de satisfacción en sus huéspedes, haciéndonos analizar si es necesario o no la propuesta de un plan de servicios recreativos para ellos.

Gráfico 3: Nivel de Satisfacción H. Swissôtel



Se puede confirmar que el hotel está generando niveles de satisfacción muy altos, en el gráfico se puede reconocer que el 96% de los encuestados califican su nivel de satisfacción entre 4 y 5 y tan solo un 4% califica en 3 su nivel de satisfacción, esto indica que los huéspedes del hotel están contentos con lo ofrecido. (Hay que mencionar que nadie califica su nivel de satisfacción en 1 o 2).

La única sugerencia que existió por parte de los huéspedes fue el requerimiento de mantenimiento de la cancha de tenis, aparte de esa observación no existieron más sugerencias o peticiones de mejoramiento de los servicios recreativos existentes. La calidad de los servicios ofertados por el Swissôtel tienen un nivel muy alto; hay que aclarar que aunque los huéspedes están contentos con lo ofrecido por el

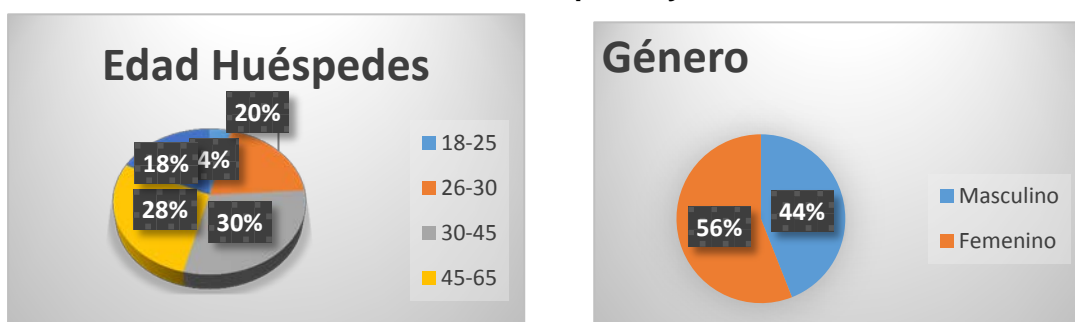
hotel, no quiere decir que no deseen más actividades que puedan realizar, más adelante se enlistaran las actividades que los encuestados han propuesto.

3.3.2. Perfil del cliente

3.3.2.1. Hotel Quito:

En el Hotel Quito se pudo reconocer que las personas que más acuden al hotel están en la edad de entre 30 a 65 años, y que al hotel acuden más mujeres que hombres.

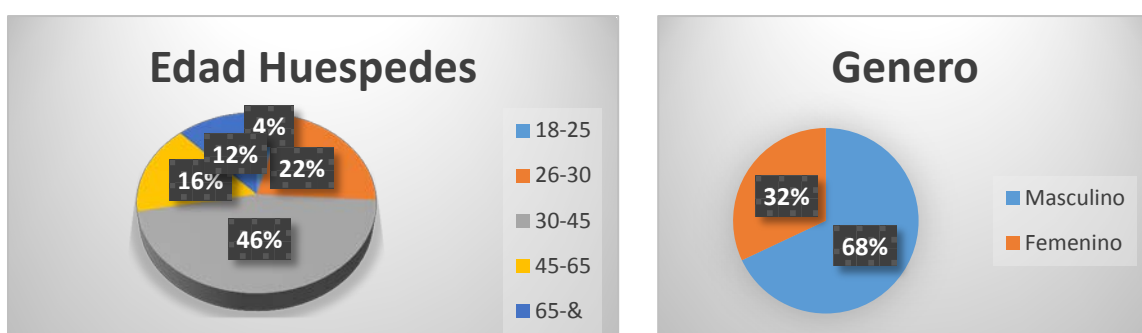
Gráfico 4: Edad Huéspedes y Género



3.3.2.2. Sheraton:

Según la encuesta realizada en el hotel Sheraton el hotel recibe más huéspedes de género masculino que femenino, siendo el 68% de los encuestados hombres y el 32% restantes mujeres. Entre mujeres y hombres las edades de mayor recurrencia es la edad de entre 30 a 45 años con el 46%, de 26 a 30 años de edad con el 22%, de 45 a & con un 28% y con un 4% los de 18 a 25 años de edad.

Gráfico 5: Edad Huéspedes y Género

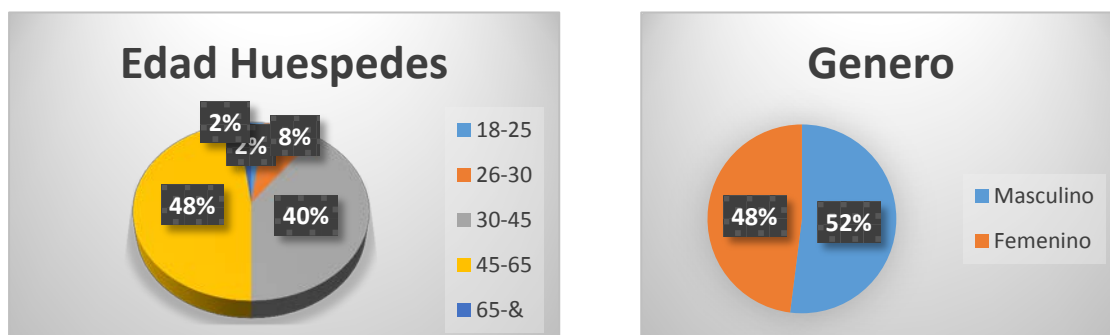


3.3.2.3. Swissôtel:

Los dos géneros tanto femenino como masculino concurren en casi la misma cantidad según la encuesta realizada, que en sus resultados dice que el 52% de las personas que acuden al hotel son hombres y el 48% restante son mujeres y del 100%

de los encuestados el 88% (30-45 es el 40%, y 45- 65 es el 48%) están en las edades de 30 años de edad hasta los 65.

Gráfico 6: Edad y Género Swissôtel



3.3.3. Necesidades de servicios recreativos según los clientes

La aceptación por parte de los encuestados hacia la posibilidad de la realización de nuevas actividades recreativas ha sido muy alta en hoteles como el Hotel Quito y Hotel Sheraton, no tanto así en Swissôtel lo cual debe tenerse en cuenta por el tipo de servicios que ofrece este hotel. A continuación se encuentran los resultados acerca de la aceptación de los huéspedes hacia la propuesta recreativa y a su participación en ella.

3.3.3.1. Hotel Quito.

De los huéspedes encuestados en el Hotel Quito, los resultados muestran que el 68% de los encuestados participaría en nuevas actividades recreativas, demostrando una gran apertura hacia la innovación y la evolución en el área recreativa.

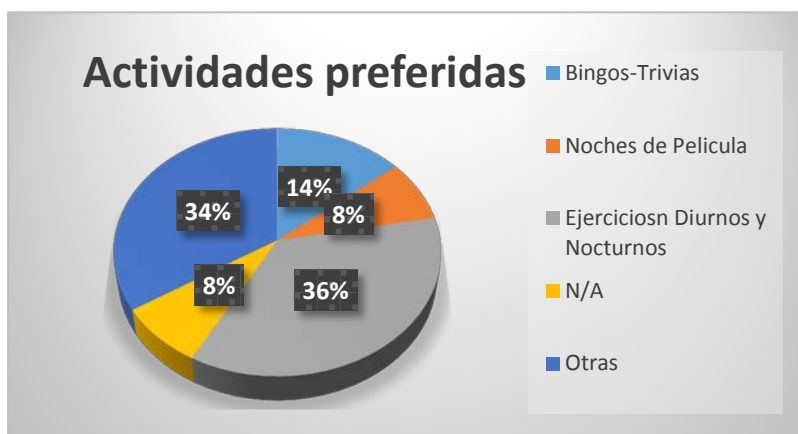
Gráfico 7: Participación en Actividades



EL 22% de los encuestados respondió que participarían dependiendo de la actividad que se ofrezca y tan solo el 10% restante respondió de manera negativa

hacia la oferta de nuevas actividades de recreación en el Hotel Quito. Para que ese 22% de huéspedes que afirman que participarían en las actividades solo si son actividades que sea de su agrado, también se encuestó acerca de las actividades que a los huéspedes les gustaría que el hotel ofreciera, obteniendo los siguientes resultados.

Gráfico 8: Actividades preferidas

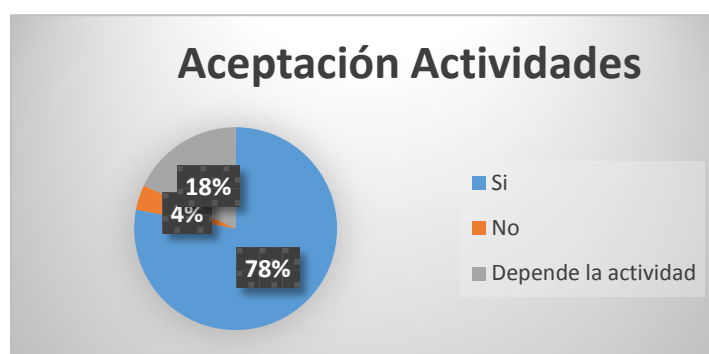


Como se puede apreciar en el gráfico, las actividades que los huéspedes del Hotel Quito desearían que se ofrecieran son principalmente los ejercicios Diurnos y Nocturnos. Los huéspedes que seleccionaron “otras” y que fueron alrededor de 34% de los encuestados, pudieron especificar que las actividades que desearían que el hotel ofreciera son, la gimnasia acuática, más clases de baile, clases de MMA (artes marciales mixtas), una mesa de ping-pong, juegos de mesa y clases de Yoga periódicamente.

3.3.3.2. Sheraton.

Dentro de los 3 hoteles el hotel Sheraton es el que más necesitaría un plan recreativo por su total carencia de actividades de ese tipo, por esta razón los huéspedes se han pronunciado por medio de las encuestas de aceptación de nuevas actividades y de preferencias de tipos de actividades dando así los siguientes resultados. Los resultados en la pregunta acerca de la aceptación de la posibilidad de ofrecer nuevas actividades y la participación de los huéspedes en las mismas son positivos, ya que del 100% de los encuestados tan solo el 4% respondió que no estarían dispuestos a participar en estas nuevas actividades recreativas y de animación.

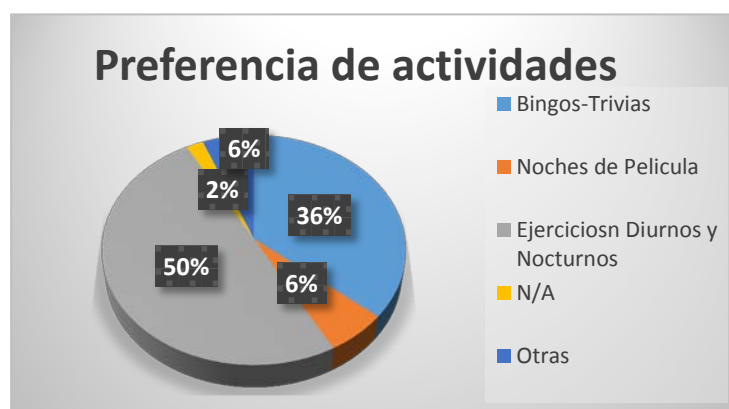
Gráfico 9: Aceptación Actividades



El 18% de los encuestados respondió que estarían dispuestos a participar en estas actividades dependiendo si eran actividades afines a ellos. Por último el 78% restante dijo que estarían dispuestos a participar en estas nuevas actividades.

Los encuestados eligieron las actividades que les gustaría que se ofreciera en el hotel, eligiendo entre las actividades propuestas por la encuesta con las que a ellos tuvieran en mente y les agradaría que se ofreciera.

Gráfico 10: Preferencias actividades



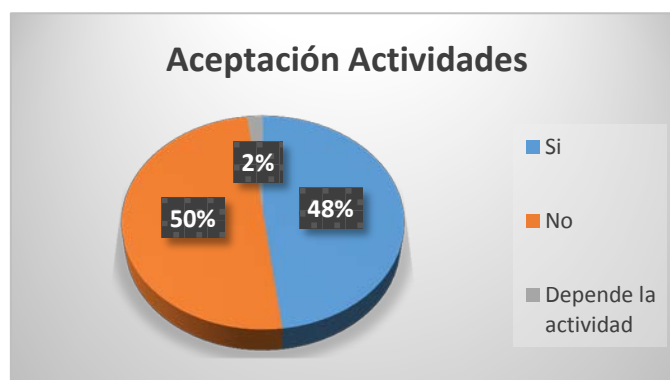
Las actividades más requeridas en el hotel Sheraton con el 50% de las elecciones son los ejercicios diurnos y nocturnos que sería de gran importancia para un tipo de turista ejecutivo que lo que desea es mantenerse en forma fuera de casa. Los bingos con fines lúdicos (en Ecuador no se permiten los bingos con fines monetarios) y trivias obtuvieron una representación del 36%. Entre las actividades que comprenden el rubro de "otras" están actividades como Yoga, clases de defensa personal y baile.

3.3.3.3. *Swissôtel.*

Como se ha mencionado anteriormente el Swissôtel es el hotel que emplea de mejor manera la recreación hotelera, tanto por la calidad en sus actividades e

instalaciones como la variedad en su oferta recreativa. En las encuestas realizadas en el hotel se pudieron obtener los siguientes resultados.

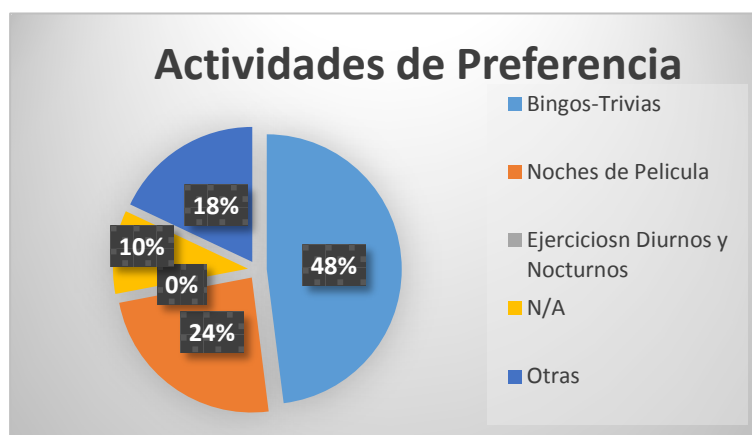
Gráfico 11: Aceptación Actividades



Del 100% de los encuestados, el 50% de la muestra respondió que no participaría en nuevas actividades y el 48% respondió que si participaría en las actividades dejando así el 2% restante que participarían en las actividades dependiendo que actividades se ofrecieran.

En cuanto a las actividades de la preferencia de los huéspedes, se pudo obtener la siguiente información.

Gráfico 12: Actividades de Preferencia



El 48% de los encuestados les gustaría que se ejecuten actividades como bingos y trivias, el 18% recomendó actividades como: Una mesa de Ping-Pong, Fiestas y reuniones de adultos y una cancha de volley. El 24% le gustaría que se emitan películas en ciertos días de la semana y por último el 10% de los encuestados no respondió esta pregunta.

3.3.4. Brechas de servicios recreativas

3.3.4.1. Hotel Quito.

En el Hotel Quito existen brechas tanto en la calidad de los servicios que ofrecen como también en la falta de servicios que los huéspedes desean. Primero, el Hotel Quito necesita acortar las brechas que existen en los servicios que ofrecen en la actualidad, como lo es el mejoramiento de horarios del uso de sus instalaciones, implementación de iluminación en el área de las canchas y de la piscina, ampliación de los horarios de la piscina y del gimnasio, mantenimiento del área de los baños tanto de hombres como de las mujeres. Segundo en el hotel se tiene que entender que por el hecho de tener este tipo de instalaciones, eso no quiere decir que estas no necesitan un mantenimiento y mejoramiento continuo que mantenga la calidad del servicio y la satisfacción de los huéspedes por lo más alto.

En lo que se refiere a las brechas en la oferta recreativa, las encuestas dicen que los huéspedes no están satisfechos con lo que se ofrece en el aspecto de la calidad y en la variedad. Dentro de los 3 hoteles seleccionados el hotel Quito es el que más espacio tiene para la realización de muchas actividades recreativas y lamentablemente no se lo aprovecha. Según las encuestas realizadas, los huéspedes del Hotel Quito desean que se les ofrezca actividades como ejercicios acuáticos, ejercicios diurnos y nocturnos que se las puede realizar en las áreas verdes o en los grandes espacios que el hotel posee, más variedad y continuidad de clases de baile, una mesa de ping-pong.

La implantación de estas actividades podría mejorar el prestigio y status del hotel, crearía una mejor respuesta por parte de los huéspedes hacia el aporte económico y tiempo que emplea en el hotel.

3.3.4.2. Sheraton.

Se puede identificar brechas en el la oferta de los servicios recreativos en el hotel Sheraton, las encuestas muestran el deseo que los huéspedes tienen de poder participar nuevas actividades recreativas. Como se mencionó anteriormente el hotel carece de espacios grandes para la realización de muchas actividades recreativas como lo son las competencias deportivas o actividades acuáticas, pero posee en el área del gimnasio un espacio considerable para poder realizar ciertas actividades que van acorde a lo requerido por los propios huéspedes y eso es una de las premisas más importantes para poder ofrecer nuevas actividades ya que van a ser acogidas por los huéspedes y crecerán los niveles de satisfacción de los huéspedes. Las encuestas muestran que el mayor deseo recreativo que los huéspedes poseen es el de participar

en actividades como ejercicios diurnos y nocturnos y al existir un espacio en el gimnasio para la realización de estas actividades, lo único que está faltando es la iniciativa de los dirigentes de este establecimiento hotelero. Existe también el deseo por parte de los huéspedes para que se realicen actividades como trivias y bingos con fines lúdicos (prohibido en el Ecuador realizar Bingos con fines económicos) que podrían ser ejecutadas en los restaurantes o en la misma área del gimnasio, ya que en todo el hotel no se ofrece ningún tipo de estas actividades.

3.3.4.3. *Swissôtel.*

No existen brechas considerables entre los servicios recreativos ofrecidos por el hotel y la satisfacción del huésped, que de por sí ya es alta, casi el 100% de los encuestados calificó con excelente la calidad y la variedad de los servicios recreativos. El Swissôtel utiliza de buena manera sus espacios y áreas del hotel aplicando en ellos muchos tipos de actividades recreativas que buscan la satisfacción del huésped. Casi la mitad de los huéspedes del Swissôtel no participaría en nuevas actividades en caso de ser ofrecidas, por tal manera se reconoce que la oferta recreativa es diversa y está creando en los huéspedes altos niveles de satisfacción.

Tampoco se han encontrado brechas o falencias en los servicios ofertados actualmente, todos los servicios ofrecidos por el hotel son de calidad y están en constante mantenimiento, por esta razón los huéspedes están contentos y no tienen quejas en cuanto a los servicios recreativos que existen actualmente.

Es importante mencionar que siempre va a existir la posibilidad de seguir mejorando, siempre se puede tratar de implementar nuevas actividades que busquen mejorar aún más los niveles de satisfacción de los huéspedes. En el hotel existen espacios en donde se podrían realizar actividades recreativas sin ningún problema, como lo son las trivias o bingos con fines lúdicos. Si el hotel pusiera en práctica alguna de estas actividades llegaría al grupo de huéspedes que quieren participar en nuevas actividades y que según las encuestas son el 48%.

4. CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE UN PLAN DE SERVICIOS RECREATIVOS

En este capítulo se propondrá un plan recreativo acorde a las necesidades que los 2 hoteles con más falencias en el área de la servicios recreativos poseen, estos hoteles son el Hotel Quito y Hotel Sheraton, en el caso del Swissôtel por altos niveles de satisfacción que generan en sus huéspedes no se propondrá ningún plan, solo se sugerirán actividades que se podrían realizar en el hotel y que han sido sugeridas por los huéspedes. Esta propuesta va a estar dada por los resultados obtenidos durante el estudio de campo, la investigación bibliográfica y los resultados de las encuestas realizadas en los 3 hoteles seleccionados. Con este plan se pretende ofrecer a los hoteles que ya tengan un plan recreativo, la posibilidad de mejorar esta propuesta en la parte de la calidad de su servicio como en la variedad de la misma, así también se busca que en el hotel Sheraton exista la posibilidad de implementar nuevas actividades que les permita reconocer poco a poco los beneficios que generarían tanto en los huéspedes como en el hotel.

4.1. Definición de un plan de servicios recreativos

Como toda empresa enfocada a los negocios, los hoteles están aplicando los planes de servicios recreativos y de animación en busca de beneficios económicos. Estos planes le permiten a la administración del hotel manejar los gustos de los huéspedes y usarlos para obtener diferentes tipos de beneficios. Por esta razón para mantener la calidad y monitorear la oferta del plan de servicios recreativos, se necesita supervisores que estén enlazados con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas de los huéspedes (Costa, Glinia, Goudas, & Antoniou, 2007).

El departamento de recreación y animación será el encargado de poner en práctica el plan de servicios recreativos buscando conectar la calidad del tiempo libre y del ocio durante la estadía de los huéspedes, será también el responsable de la coordinación del entretenimiento cultural y deportivo así como también del entretenimiento enfocado a la salud y otras enfocadas a la recreación para adultos y niños en las diferentes áreas del establecimiento (Costa, Glinia, Goudas, & Antoniou, 2007).

4.1.1.1. Hotel Quito

En el caso del hotel Quito, mediante la investigación de campo y con ayuda de las encuestas realizadas en las instalaciones del hotel, se pudo reconocer que los huéspedes lo que necesitan es:

- Primero, el mejoramiento de la calidad de los servicios recreativos actuales, para poder mejorar en esta área se necesita un cambio de mentalidad en la administración, ya que cuando se realizaron la entrevistas a la jefa de alimentos y bebidas y al gerente del club la playa Jorge Andino (Andino & Pino, 2015), dijeron que los huéspedes se quejan mucho y que nunca están conformes y que no se hace nada para atender las solicitudes porque los huéspedes del hotel no tenían razón. En situaciones como estas, es donde se tiene que usar uno de los dichos más famosos de la atención al cliente “el cliente siempre tiene la razón”.
- Segundo, mejorar la variedad de la oferta de servicios existentes, se plantearán las nuevas actividades recreativas que han sido seleccionadas por los huéspedes y que junto con las actividades que actualmente se ofrecen, formarán parte del nuevo plan de servicios recreativos y de animación. Las nuevas actividades que se van a proponer en esta disertación de tesis constarán con la inclusión de más actividades de ejercicios diurnos y nocturnos, nuevos equipos recreativos y degustación y oferta de cocteles. A continuación se enlistaran las actividades a proponerse como lo son:
 - Aqua-zumba
 - Zumba
 - Caminatas enérgicas
 - Cocteles en la piscina
 - Trivias
 - Bingos Lúdicos

4.1.1.2. *Sheraton.*

El plan recreativo que se va estructurar para el hotel Sheraton va a estar conformado principalmente por actividades físicas ya que es la principal actividad requerida por los huéspedes del hotel, también se ofrecerá actividades como bingos con fines lúdicos y divertidas trivias, al estilo de juegos de salón. A continuación se enlistarán las actividades con las que se planteará el plan recreativo y de animación para el hotel Sheraton:

- Yoga
- Clases de Abdominales
- Zumba o clases de baile
- Pilates
- Entrenamiento de circuito e intervalos
- Trivias

➤ Bingos lúdicos

La aplicación de estas nuevas actividades recreativas y de animación es una estrategia que busca crear mejores niveles de satisfacción en los huéspedes, para su aplicación se tiene que empezar con las actividades más pedidas por los huéspedes por medio de las encuestas. Por este motivo se propone un plan recreativo inicial, ya que se tiene que obtener resultados acerca de los beneficios que estas nuevas actividades puedan proporcionar al hotel, medir la reacción de los huéspedes en cuanto a la satisfacción que estas actividades están generando en ellos y analizar los resultados obtenidos durante un periodo de tiempo dispuesto por el hotel. Una vez se implante este plan inicial se deberá determinar la necesidad de un plan recreativo más completo, con más o menos actividades recreativas y de animación, que vayan acorde con las necesidades de los huéspedes del hotel Sheraton.

4.1.1.3. *Swissôtel*

La oferta recreativa del Swissôtel es la que mejor estructurada esta, mediante la investigación de campo, la investigación bibliográfica y los resultados de las encuestas. Se ha determinado que los huéspedes del hotel están satisfechos con lo ofrecido por el hotel y que su nivel de satisfacción es muy alto, por esta razón no se estructurará un plan recreativo para el hotel. Sin embargo, si se sugerirá ciertas actividades extras que el Swissôtel podría ofrecer en la búsqueda de seguir mejorado y así buscar la innovación continua. Las actividades que se van a mencionar, serán actividades que han sido sugerencias de los huéspedes y también por lo que la investigación señale.

4.1.2. **Alcance**

Estos planes de recreación se los tratará de implementar en los hoteles escogidos en esta disertación. Hasta el momento 2 (Hotel Quito, Hotel Sheraton) de los 3 hoteles elegidos han dado un visto bueno para la aplicación del plan de recreación, el tercer hotel (Swissôtel) no ha visto la necesidad de ampliar su oferta recreativa.

El hotel Quito esta consiente de que siempre se puede hacer algo para mejorar y aunque ellos han tratado de impulsar y ofrecer más actividades recreativas, la falta de consistencia y conocimiento ha provocado la interrupción de la ejecución de las mismas y en la actualidad, al no realizar muchas actividades de recreación, han abierto las puertas para poner en práctica el presente plan recreativo.

La administración del hotel Sheraton mediante la señorita Cristina Paredes (Paredes, 2015), directora de RRHH, hizo saber que el plan recreativo es algo muy interesante y que ellos no han puesto en práctica algo parecido por falta de iniciativa y conocimiento. Además, acotó que estarían dispuestos a implantar un plan recreativo y de animación, si este estuviera bien estructurado, esto con el fin de obtener más réditos económicos, satisfacer y superar expectativas y aprovechar completamente áreas exclusivas y no exclusivas para la realización de estas actividades en el hotel (Paredes, 2015).

El Swissôtel dio a conocer que aunque es difícil la aplicación de un plan de recreación en este momento, igual es un tema que se lo podría analizar siempre en la búsqueda de mejorar. Hay que decir que el Swissôtel es la institución hotelera que ofrece más actividades a sus huéspedes y socios, desde diferentes actividades deportivas como canchas, instructores para clases de zumba, fitness, etc, hasta shows en vivo.

El alcance de esta propuesta de un plan de recreación irá dado por la apertura que tengan los hoteles seleccionados, es por esto que podemos decir que el hecho que, las tres instituciones hoteleras acepten que existe falencias en esta área del servicio recreativo; que de los 3 hoteles 2 estén abiertos a aplicar el plan si este estuviera bien estructurado y que de los 3 hoteles 1 quiere empezar a realizar y poner en práctica el plan; nos dice que el alcance del plan podría llegar hasta la ejecución del mismo.

4.1.3. Objetivos

Ofrecer actividades recreativas y de animación que busquen elevar los niveles de satisfacción de los huéspedes de los hoteles investigados.

4.2. Líneas de acción

Las líneas de acción en las que los planes para los hoteles se van a manejar van a ser explicadas por cada hotel, ya que cada hotel va a tener su líneas de acción específica por las diferentes características que cada hotel presenta., también se darán a conocer las diferentes estrategias con sus responsables y sus presupuestos.

4.2.1. Líneas de Acción Hotel Quito

Las líneas de acción en las que el plan para el hotel Quito se va a manejar son en la parte de la mejora en la calidad de los servicios recreativos que se ofrecen actualmente, esto por las falencias que se han encontrado en la calidad de su oferta, así como también en la ampliación de su oferta recreativa.

4.2.1.1. Estrategias

1. Mejorar la calidad de la oferta recreativa actual del Hotel Quito
2. Combinar las actividades que se ofrecen actualmente en el hotel Quito con un grupo de actividades nuevas para así ampliar la oferta recreativa del hotel.

a) Acciones

Para subir los niveles de satisfacción de los huéspedes del hotel Quito, hay buscar satisfacer las peticiones que fueron recibidas mediante las encuestas realizadas en las instalaciones del hotel. Existió una serie de peticiones y exigencias que generarán un crecimiento en el nivel de satisfacción del huésped no solo por el mejoramiento de ese servicio sino que porque el huésped se va a sentir escuchado y eso generará un sentimiento de familiarización.

- ✓ Ampliar el Horario del uso de las áreas recreativas del hotel (Áreas húmedas, Gimnasio, canchas deportivas) de 6:00 Am- 21:00Pm a 6:00Am- 22:00Pm
- ✓ Crear iluminación en las canchas de volley y Básquet para poder hacer uso de ellas en horarios de la tarde y noche.
- ✓ Mejorar los vestuarios de los hombres en aspectos de limpieza y presentación.
- ✓ Reproducir música aleatoria en la piscina.
- ✓ Realizar el debido mantenimiento del equipo del gimnasio (Limpieza y Reparaciones).
- ✓ Se tendrá a disposición de los huéspedes algunos flotadores adicionales.
- ✓ Se pondrán a disposición de los huéspedes más Bancas y perezosas.
- ✓ Ofrecer una mesa de Ping-Pong.

Esta son las acciones a realizar para cumplir con una de las estrategias planteadas para el hotel Quito. Como se puede ver, son acciones fáciles de realizar pero con muchos beneficios para obtener.

Para poder cumplir con la segunda estrategia que se ha planteado en el hotel Quito, se van a combinar algunas de las actividades requeridas por los huéspedes con las ya existentes en la actualidad, estas actividades serán incluidas en la Tabla 4, la misma que contiene las actividades y los horarios de ellas, con color rojo se pueden reconocer las actividades nuevas que van a ser implantadas en la oferta recreativa del hotel y con color negro las actividades existentes.

Tabla 5: Tabla de actividades del hotel y horarios respectivos.

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
6:00:am step	6:00 am: Aerobicos	6:00 am: Interval Training	6:00am: tae.bo	6:00 am: Step	9:00 am Pilates
7:00 am tae bo	7:00 am entrenami ento de circuito	7:00 am: Aqua-Zumba. Disfruta y ejercítate con la magia de Zumba acuática.	7:00 am: Gap	7:00 am: Súper Caminata: Ejercítate con una caminata enérgica.	10:00 am: Yoga o Baile (alternado)
2:30 pm: Campeonato de Ping-Pong. Ven y demuestra tu habilidad en el tenis de mesa					
6:00 pm: Body Combat	5:00 pm: Gran Bingo. Ven y disfruta de un bingo único.	18:30 pm: Pilates	5:30 pm: Demostració n de cocteles/ Súper Trivia	5:00 pm: Gran Bingo. Ven y disfruta de un bingo único.	4:00 pm: Aqua- Zumba. Disfruta y ejercítate con la magia de Zumba acuática.
19:00 pm: Pilates	6:30 pm: Entrenami ento local	19:30pm: Clases de Baile	6:30pm: Clases de Baile	6:30 pm: Zumba. Ven a bailar y ejercítate.	5:30 pm: Demostración de cocteles/ Súper Trivia

4.2.1.2. Responsables

Los responsables de las acciones a realizarse en busca del mejoramiento de la calidad de los servicios recreativos existentes son los siguientes:

- ✓ Horarios= Gerente del Club la Playa.
- ✓ Iluminación= Administración del Hotel
- ✓ Vestuarios= Gerente del Club la playa y Usuarios
- ✓ Música= Recepción

- ✓ Limpieza y mantenimiento maquinaria= Departamento de limpieza/ Mantenimiento.
- ✓ Flotadores extra= Gerente del Club la Playa
- ✓ Bancas= Gerente del Club la Playa
- ✓ Mesa de Ping-Pong= Gerente Club la Playa

Responsables de las nuevas actividades recreativas para el hotel.

- ✓ Bingos y Trivias= Colaborador del Hotel (atención al cliente, Departamento Club la Playa)
- ✓ Degustaciones de Cocteles= Colaborador del Hotel
- ✓ Aqua-Zumba, Zumba= Entrenador o animador
- ✓ Caminatas de Poder= Colaborador del Hotel

4.2.1.3. Presupuesto

Dentro del Presupuesto a usarse para la implementación de las mejoras de los servicios e implementación de las nuevas actividades se darán valores estimados que ofrezcan una idea de cuánto va a ser la inversión:

Tabla 6 Presupuesto

Iluminación	Flotadores	Mesa de Ping-Pong + cobertor de mesa	Extras
4 Reflectores 2 por Cancha	5 Items		Repuestos, reparaciones y mantenimiento
340\$ (Ferrisariato)	70\$ (kao sports)	400\$ + 75\$ (kao Sports)	150\$
Total	\$1035		

Esto suma un total de 1035\$ dólares que ayudarán a mejorar los servicios actuales que mediante las peticiones y observaciones de los huéspedes se ha pudo conocer necesitan ser mejorados.

Todos los valores fueron obtenidos de Ferrisariato y Kao sports, y representan rubros aproximados, en la aplicación real estos valores variarían dependiendo el lugar y el tipo de producto que se adquiera.

En lo que se refiere al presupuesto de las nuevas actividades no se necesita invertir de gran manera ya que los mismos colaboradores del departamento del club la playa del hotel se pueden encargar de realizar actividades como Bingos, trivias, caminatas poderosas y realización de cocteles. Y en lo que tiene que ver con las demás actividades los entrenadores existentes se encargarán de realizar las nuevas actividades, con un aumento del sueldo por actividad que realice mediante convenio.

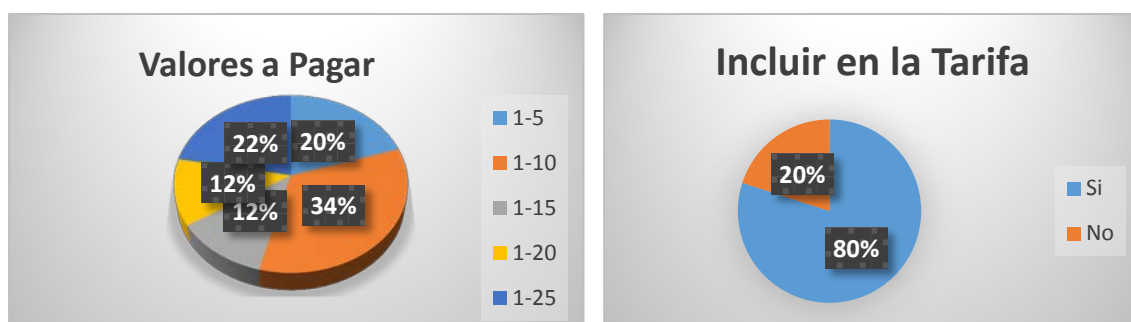
Tabla 7 Presupuesto

Bingos	Trivias	Costos Extras
Maquina(solo la primera vez), Cartas de juego	10 Resmas de Papel	Premios, mantenimiento
100\$	20\$	350\$
Total	470\$	

Para cubrir estos valores y justificar su aplicación, se necesita saber cuánto se le va a cobrar a los usuarios, por esta razón también se realizó una encuesta en donde se pudo recopilar la siguiente información. En cuanto a lo que se refiere a los valores que los huéspedes están dispuestos a pagar, se han manejado rangos que van desde \$1-\$5 hasta \$1-\$25 dólares por las actividades que se pudieran ofrecer en el hotel. Así mismo, se les preguntó si les gustaría que estos valores pertenecientes a las actividades será mejor pagarlos por separado o incluirlos en las tarifas y estos fueron los resultados que se obtuvieron.

El 34% de los encuestados indican que estarían dispuestos a cancelar entre 1-10 dólares y el 22% entre 1-25, el 12% entre 1-20 y 1-15 y el 20% entre 1-5. Del 100% de los encuestados el 80% desea que el valor se incluya en la tarifa y el 20% restante desearían pagar las actividades por separado

Gráfico 13: Valores dispuestos a pagar y tarifa.



1. *Estrategia:* Mejorar la oferta recreativa existente del Hotel Quito

Tabla 8: Tabla de estrategia No 1

ACTIVIDAD	RESPONSABLES	PARTICIPANTES	PLAZO	RECURSOS	RESULTADOS
Se va a ampliar el Horario del uso de las áreas recreativas del hotel	Gerente del Club la Playa.	Usuarios de las instalaciones, personal de servicio (Inicio inmediato	Áreas recreativas del hotel, Personal de servicio.	Mayor afluencia de huéspedes y socios a instalaciones recreativas, Mayor satisfacción
Se pondrá iluminación en las canchas de volley y Básquet	Administración del Hotel	Usuarios de las instalaciones.	Dentro del primer trimestre.	Canchas de volley y Basquet, Reflectores, Equipos para uso de las canchas.	Mayor acogida de los huéspedes y socios. Se le da el uso debido a las canchas, aprovechamiento de las instalaciones.
Se va a mejorar los vestuarios de los hombres.	Gerente del Club la playa y Usuarios	Usuarios de los vestuarios, personal de limpieza y mantenimiento.	Dentro de la primera semana.	Personal del Hotel, vestuarios de hombres, utensilios de limpieza.	Mayor nivel de confortabilidad en cuanto a la sanidad y decoración del lugar.
Reproducir música aleatoria en la piscina	Recepción	Usuarios del hotel Quito, personal de servicios, colaboradores del hotel en general.	Inicio Inmediato	Música adecuada para el área de la piscina, parlante y equipos de sonido.	Se creará un mejor ambiente para la ejecución de las diferentes actividades recreativas. Ambiente de relajación para los huéspedes.
Se va a realizar el debido	Departamento de limpieza y mantenimiento.	Usuarios del hotel Quito, personal de limpieza y	Inicio inmediato	Materiales de limpieza y mantenimiento	Se evitarán una gran cantidad de quejas y se

mantenimiento del equipo del gimnasio (Limpieza y Reparaciones		mantenimiento, instructor.		to	mejorar la presencia del gimnasio y sus equipos. Crecen los estándares de calidad.
Se tendrá a disposición de los huéspedes algunos flotadores adicionales	Gerente del Club la Playa	Usuarios del hotel Quito	Dentro del primer mes	Flotadores nuevos, piscina, personal de servicio.	Subirán los niveles de satisfacción, mayor seguridad para los niños.
Se pondrá a disposición de los huéspedes más Bancas y perezosas.	Gerente del Club la Playa	Usuarios del hotel Quito	Inicio Inmediato	Bancas y perezosas, espacio físico para ubicación de las mismas.	Subirán los niveles de satisfacción, ampliación de la cantidad de usuarios podrán hacer uso de estos equipos.
Ofrecer una mesa de Ping-Pong.	Gerente del Club la Playa	Usuarios del hotel Quito	Dentro del Primer Trimestre	Mesa de ping-pong, equipos para uso de la mesa, cobertor de mesa, espacio físico.	Crece la oferta recreativa. Se satisfacen más necesidades de huéspedes

2. *Estrategia:* Combinar las actividades que se ofrecen actualmente en el hotel Quito con un grupo de actividades nuevas para así ampliar la oferta recreativa del hotel.

Tabla 9: Tabla estrategia 2

ACTIVIDAD	RESPONSABLES	PARTICIPANTES	PLAZO	RECURSOS	RESULTADOS
Aqua-zumba	Instructor profesional	Usuarios del hotel Quito, Instructor de la actividad.	Inicio inmediato	Piscina y sus alrededores, Participantes e instructor, música acorde al ejercicio.	Uso extra para la piscina, uso de infraestructura existente para actividad nueva, beneficios en la salud de los participantes.
Zumba	Instructor Profesional	Usuarios del hotel Quito, instructor profesional.	Inicio inmediato	Espacio para ejecución de actividad, Participantes e instructor, música.	Mayor satisfacción de los usuarios del hotel, Beneficios de salud tanto en los de usuarios como económicos en el hotel.
Caminatas energicas	Colaborador del Hotel.	Usuarios del hotel Quito, colaborador que realice la actividad.	Inicio inmediato	Areas abiertas del hotel, espacios verdes y espacios abiertos.	Mayor satisfacción de los usuarios del hotel, Mayor tiempo de contacto con el huésped, servicio personalizado.
Cocteles en la piscina	Colaborador del Hotel	Usuarios del hotel Quito y colaborador del hotel.	Inicio inmediato	Diferentes bebidas y tragos, espacio físico, colaborador del hotel, música.	Mayor satisfacción de los usuarios del hotel, se generan mejores ambientes entre los huéspedes, aumenta el

					tiempo empleado en el hotel.
Trivias & Bingos Lúdicos	Colaborador del Hotel	Usuarios del hotel Quito y colaborador del hotel	Dentro del Primer mes.	Máquina de bingo con sus equipos, resmas de papel para las trivias, lápices.	Mayor satisfacción de los usuarios del hotel, se crea un trato personalizado huésped-colaborador, fidelización y confianza.

4.2.2. Hotel Sheraton

Las líneas de acción para el hotel Sheraton se van a centrar en la variedad de su oferta recreativa, ya que el hotel no ofrece o no cuenta con una oferta recreativa que genere en los huéspedes altos niveles de satisfacción en lo que respecta a estas actividades. A continuación se expondrá las estrategias y actividades a generarse en el ámbito de este hotel.

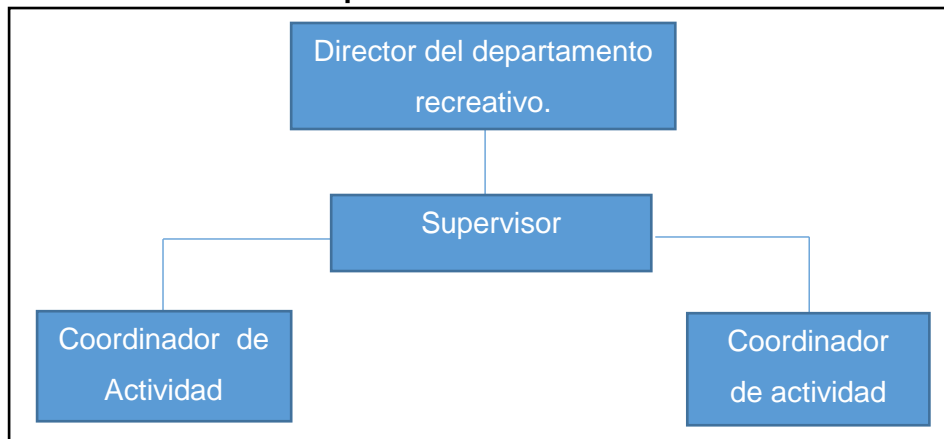
4.2.2.1. Estrategias

La primera estrategia se refiere a crear un departamento encargado de los servicios recreativos exclusivamente en el hotel, este departamento será el departamento de recreación y estará conformado por un director, un supervisor y dos coordinadores de actividades. La segunda estrategia se enfoca en implantar un plan recreativo en el hotel con actividades tanto de lúdicas como de ejercicios físicos, con el fin de generar en los huéspedes nuevos niveles de satisfacción.

a. Acciones.

Las acciones a tomarse para poder cumplir con la estrategia planteada para el hotel Sheraton serán la creación de un departamento de servicios recreativos que se encargue de la inclusión e implantación de nuevas actividades recreativas, como lo son las actividades deportivas y actividades lúdicas. A continuación se expondrá el organigrama estructural del departamento recreativo junto con la tabla 7 que contiene las actividades a ofrecerse junto con sus Horarios.

Ilustración 1: Modelo departamento recreativo.



- Director del departamento recreativo: Establecer actividades, espacios, tiempos de duración de las actividades, manejar presupuestos.
- Supervisor: Organizar horarios de los coordinadores, supervisar la ejecución de las actividades, supervisar el estado de las máquinas y equipos, control de inventarios.
- Coordinadores de actividades: Preparación del equipo para las actividades, Encargados de la ejecución de las mismas.

Tabla 10: Actividades Recreativas y Horarios

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
6:45 am: Yoga Ven y empieza tu día con una sesión de Yoga	7:00 am: Pilates. Inicia tu mañana ejercitando todo tu cuerpo con una sesión de 45 minutos.	7:00 am: Abdominales. Ejercita tu abdomen como nunca lo has hecho.	6:45 am: Yoga Ven y empieza tu día con una sesión de Yoga	7:00 am: Abdominales. Ejercita tu abdomen como nunca lo has hecho.	10:15am Bingo Sheraton. Diviértete, juega y gana
7:30am: Abdominales Ejercita tu abdomen como nunca lo has hecho.		8:30 am: Zumba!! Acompáñanos en el área del gimnasio para juntos disfrutar de la música tropical	7:30am: Abdominales Ejercita tu abdomen como nunca lo has hecho.	8:30 am: Zumba!! Acompáñanos en el área del gimnasio para juntos disfrutar de la música tropical	12:30pm Súper Trivia. Que tanto conocimiento tienes?

8:45am: Súper Trivia. Que tanto conocimiento tienes?	8:45am Bingo Sheraton. Diviértete, juega y gana.	mientras tonificas tu cuerpo	8:45am: Súper Trivia. Que tanto conocimiento tienes?	mientras tonificas tu cuerpo	5:00 pm Abdominales Ejercita tu abdomen como nunca lo has hecho
7:45 pm Clases de Baile. Ven baila, ejercítate y disfruta de los mejores ritmos musicales.	7:45 pm Circuit Training. Termina tu día con una sesión de entrenamiento	6:30 pm: Interval Training. Termina tu día con una sesión de entrenamiento	7:45 pm Clases de Baile. Ven baila, ejercítate y disfruta de los mejores ritmos musicales.	5:30 pm: Interval Training. Termina tu día con una sesión de entrenamiento	Disfruta de música en vivo en nuestros restaurantes de comida internacional.

Todas las actividades que se pueden observar en la Tabla 7 son completamente nuevas para el hotel, estas actividades buscarán generar niveles altos de satisfacción en los huéspedes y brindar alternativas para usuarios del hotel.

4.2.2.2. Responsables

- ✓ Creación departamento de servicios recreativos= Gerente General

Los responsables para la ejecución de las nuevas actividades van a ser los siguientes:

- ✓ Bingos y Trivias= Coordinador de actividades.
- ✓ Abdominales= Coordinador de actividades
- ✓ Todas las actividades restantes= Un entrenador profesional.

4.2.2.3. Presupuesto

Para la creación del departamento de servicios recreativos se va a necesitar la contratación de 5 personas, hay que aclarar que los valores a manejarse son valores aproximados y no valores fijos, dentro de los sueldos de las personas a contratarse están considerados todos los rubros que se generan en un trabajo en general, hablase de su salario más el porcentaje de servicio que se entregan en los hoteles más beneficios de ley. El desglose exacto de estos beneficios y valores tendrá que ser definido por la empresa hotelera en caso de la aplicación de la actividad.

Tabla 11 Departamento Recreativo Presupuesto

Director del departamento	Supervisor	Coordinador	Coordinador
Salario+ 10% de servicio	Salario+ 10% de servicio	Salario básico + 10%	700 Salario básico + 10%
Beneficios de ley	Beneficios de ley	Beneficios de ley	Beneficios de ley
1500\$	900\$	700\$	700\$

La 5ta persona será un entrenador profesional y prestará servicios profesionales y no será contratada en relación de dependencia, esto para la realización de las actividades deportivas y de ejercicios. Así mismo estos valores son aproximados y dependerá de la persona que el hotel contrate, en este ejemplo se proporcionará un valor aproximado de lo que se maneja en el medio de los instructores profesionales.

- Actividades Físicas y deportivas: Preparador Físico= 900\$ dólares Mensuales.

El presupuesto que se va a necesitar para poder aplicar las actividades recreativas como Bingos y trivias será el valor de los equipos.

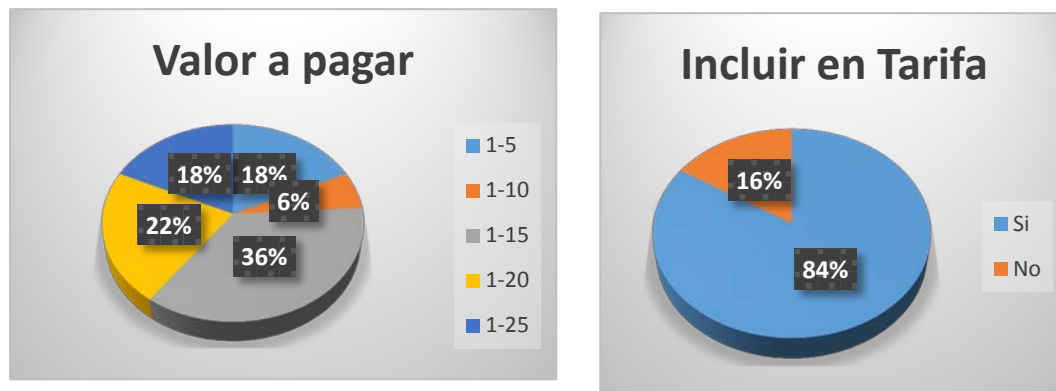
Tabla 12 Presupuesto

Bingos	Trivias	Costos Extras
Maquina(solo la primera vez), Cartas de juego	10 Resmas de Papel	Premios, mantenimiento
100\$	20\$	350\$
Total	470\$	

Los encuestas realizadas en el hotel Sheraton acerca de los valores que los huéspedes estarían dispuestos a pagar por participar en estas actividades recreativas, indican que un 36 % de los encuestados pagarían entre 1\$- 15\$ dólares, el 22% entre

1\$- 20\$ y el 18% entre 1\$- 25\$ dólares, el 22% restante estaría dispuesto a pagar entre 1\$-10\$ el 6% y 1\$-5\$ el 18%.

Gráfico 14: Valores y preferencia de pago



El 84% de los huéspedes del hotel Sheraton prefieren que este valor sea cobrado en la tarifa del hospedaje y el 16 % prefiere pagarlo por separado.

El valor a cobrarse a cada huésped es de 5 dólares y será cobrado dentro de la tarifa del hospedaje, de esta manera todas las actividades propuestas estarán incluidas dentro de los servicios que los huéspedes puedan realizar, lo único que tendrá un valor extra serán los masajes.

1. Crear un departamento encargado de los servicios recreativos exclusivamente en el hotel, este departamento será el departamento de recreación y estará conformado por un director, un supervisor y dos coordinadores de actividades.

Tabla 13: Tabla de estrategias N1

ACTIVIDAD	RESPONSABLES	PARTICIPANTES	PLAZO	RECURSOS	RESULTADOS
Creación Departamento recreativo	Gerencia del Hotel	Gerencia del Hotel	Dentro del Primer Mes	Monetario, Espacio físico, Humano,	Delegación de toda la oferta recreativa a un nuevo departamento.
Contratación del personal	Gerencia del Hotel & RRHH	Directora de RRHH, Aspirantes a los puestos.	Dentro del Primer Mes	Humano, Monetario	Nuevos colaboradores del hotel, personal capacitado y especial para esta área.

2. Estrategia: Implantar un plan recreativo en el hotel con actividades tanto de lúdicas como de ejercicios físicos, con el fin de generar de generar en los huéspedes nuevos niveles de satisfacción.

Tabla 14: Estrategia N2

ACTIVIDAD	RESPONSABLES	PARTICIPANTES	PLAZO	RECURSOS	RESULTADOS
Yoga	Instructor profesional	Usuarios del Hotel, Instructor profesional	Dentro del primer mes	Equipos, música, espacio físico, instructor y participantes.	Mejoramiento del nivel de satisfacción, beneficios en la salud los huéspedes.
Clases de Abdominales	Coordinador de actividades	Usuarios del Hotel	Dentro del primer mes	Espacio físico, participantes e instructor profesional.	Mejoramiento del nivel de satisfacción
Zumba o clases de baile	Instructor profesional	Usuarios del Hotel, instructor profesional	Dentro del primer mes	Instructor profesional, espacio físico, música adecuada.	Mejoramiento del nivel de satisfacción, beneficios en la salud de los participantes.
Pilates	Instructor profesional	Usuarios del Hotel, instructor profesional.	Dentro del primer mes	Instructor profesional, espacio físico, equipos para ejecución de actividad.	Mejoramiento del nivel de satisfacción, ampliación de la oferta hotelera, mayor uso del área del gimnasio.
Entrenamiento de circuito e intervalos	Instructor profesional	Usuarios del Hotel, entrenador profesional.	Dentro del primer mes	Equipos de gimnasio, entrenador profesional, música.	Mejoramiento del nivel de satisfacción, mayor afluencia de gente al hotel por tipo de actividad, fidelización.
Trivias, Bingos lúdicos	Coordinador de actividades	Usuarios del Hotel, colaborador del hotel.	Dentro del primer mes	Máquina y equipos de bingo, resmas de papel para trivias.	Mejoramiento del nivel de satisfacción, más opciones para emplear

					tiempo en el hotel.
--	--	--	--	--	---------------------

4.2.3. Hotel Swissôtel

4.2.3.1. Estrategias

Sugerir una cierta cantidad de actividades que se podrían realizar en el hotel con el fin de que el hotel tenga presente que aunque su oferta recreativa es muy buena siempre hay algo más que se puede implantar.

a. Acción.

Se sugiere que se realicen Trivias y Bingos con fines lúdicos en el hotel.

4.2.3.2. Responsables

✓ Bingos y Trivias= Colaborador del Hotel

4.2.3.3. Presupuesto.

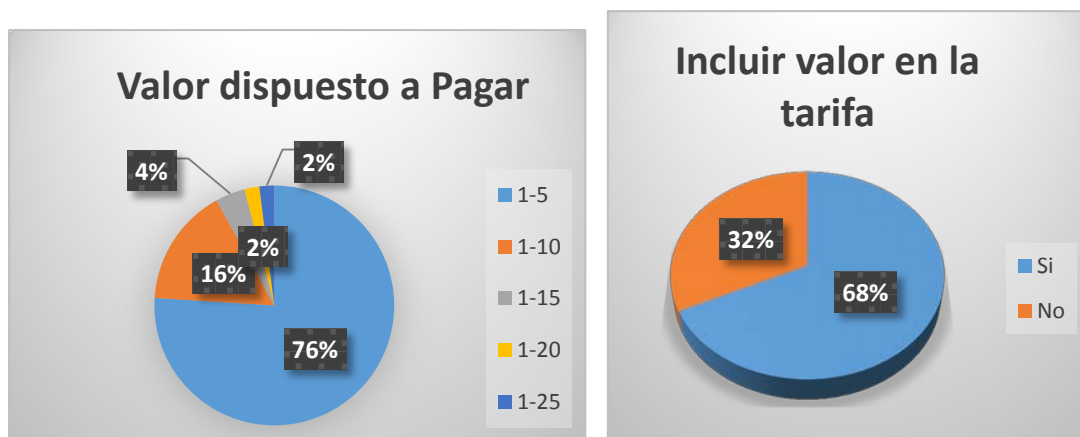
El presupuesto que se necesitaría para la aplicación de estas actividades se lo menciona a continuación.

Tabla 15 Presupuesto

Bingos	Trivias	Costos Extras
Maquina(solo la primera vez), Cartas de juego	10 Resmas de Papel	Premios, mantenimiento
100\$	20\$	350\$
Total	470\$	

Si el hotel decidiera implantar estas actividades los valores que los huéspedes estarían dispuestos a pagar son entre \$1-\$5 hasta \$1-\$25 dólares por las actividades que se pudieran ofrecer en el hotel. Siendo el 76% de los encuestados los que respondieron que solo estarían dispuestos a cancelar entre 1\$ a 5\$ dólares, el 16% respondió que estarían dispuestos a cancelar entre 1\$ a 10\$ dólares, dejando así tan solo el 4% de entre 1\$ a 15\$, el 2% de 1\$ a 20\$ y el 2% de 1\$ a 25\$.

Gráfico 15: Valores a pagar y preferencia de pago



El 68% de los encuestados preferirían que el valor fuera incluido en la tarifa del hotel y el 32% restante desearían cancelar por separado.

1. *Estrategia:* Sugerir una cierta cantidad de actividades que se podrían realizar en el hotel con el fin de que el hotel tenga presente que aunque su oferta recreativa es muy buena siempre hay algo más que se puede implantar.

Tabla 16: Estrategia.

ACTIVIDAD	RESPONSABLES	PARTICIPANTES	PLAZO	RECURSOS	RESULTADOS
Bingos	Colaborador del Hotel	Usuarios del Hotel	Dentro de la 1ra Semana	Espacio físico, colaborador, Equipos	Mayor variedad de actividades
Trivias	Colaborador del Hotel	Usuarios del Hotel	Dentro de la 1ra Semana	Espacio físico, colaborador, Equipos	Mayor variedad de actividades

4.3. Seguimiento del plan

4.3.1. Hotel Quito

4.3.1.1. Estrategias de seguimiento

El Hotel Quito necesita que exista un control y un correcto seguimiento de los procesos que se realizan en el hotel, con el fin de estar pendiente de todas las novedades que se presenten durante la realización de las mismas.

- Control y supervisión por parte del gerente Club la Playa

El seguimiento en el Hotel Quito será realizado principalmente por el gerente del Club la Playa, el estará encargado de supervisar y controlar las peticiones de los huéspedes y de vigilar que las actividades se estén realizando con regularidad y sin ninguna novedad.

- Informes rutinarios dirigidos al gerente del hotel.

Los informes semanales que el gerente del club la playa realice tendrán que ser dirigidos al gerente del Hotel Quito informando las actividades realizadas, señalando las novedades, peticiones y observaciones que se puedan recabar por parte de los huéspedes.

4.3.2. Hotel Sheraton

4.3.2.1. Estrategias de seguimiento

Para poder controlar que los procesos y todo lo planteado anteriormente, se ejecute y se realice de acuerdo a lo propuesto, se tiene que establecer estrategias de seguimiento que van a ser realizadas por parte de los mismos colaboradores del hotel. Las siguientes estrategias tendrán que ser ejecutadas a la par con la implantación del plan recreativo y de animación.

- Asignaciones de control y monitoreo por parte del supervisor del departamento de recreación.

Estas medidas como el control y monitoreo de la realización de actividades van a ser impartidas por el supervisor del departamento y para su correcta aplicación tendrá que estar presente en algunas de las sesiones de las actividades, tanto en las actividades que las realicen los coordinadores de actividades como en las que realice el entrenador profesional.

- Informes continuos por el supervisor al director del departamento recreativo.

Los informes serán realizados diariamente pero entregados semanalmente al director del departamento por el supervisor, los informes estarán compuestos con la información obtenida por las actividades realizadas en ese día, como datos de número de asistencia, horarios de inicio y final, observaciones y sugerencias tanto de los huéspedes como propias.

4.3.3. Evaluación por el cliente

Después de la implantación de los respectivos planes y su correspondiente seguimiento se tiene que medir los impactos que están generando en el cliente, por esta razón hay que realizar la evaluación dada por el cliente, esta evaluación va a dar la oportunidad a seguir mejorando tomando en cuenta los criterios y observaciones que los huéspedes tengan. Las estrategias para la continua evaluación de lo planteado se las puede encontrar a continuación.

- Se planea evaluar lo implantado mediante encuestas que informen acerca de la satisfacción del cliente.

Formato de Encuesta:

- Género:
-Masculino - Femenino
- Edad:
-18-25 -26-30 -30-45 -45-65 -65-over
- ¿Qué nivel de satisfacción tiene con las actividades recreativas ofrecidas?, Califique del 1 al 5 uno siendo lo más malo y 5 lo mejor.
- ¿Qué nivel de satisfacción tiene con la calidad del servicio ofrecido por nuestros colaboradores al momento de la realización de las actividades recreativas?, Califique del 1 al 5 uno siendo lo más malo y 5 lo mejor.
- ¿Encontró las instalaciones limpias y bien presentadas?

Sí	No
----	----
- ¿Qué actividad es la que más le gusta? Y Porqué
- ¿Qué actividad es la que menos le gusta? Y Porqué
- ¿Está de acuerdo con los horarios actuales de las actividades?

- Mediante el buzón de sugerencias se puede receptar las observaciones que los huéspedes tengan acerca de los servicios implantados.

Formato de hoja de sugerencias:

- Nombre:
- Fecha:
- Tipo de usuario:
-Huésped -Socio -Cliente -Externo -Invitado

- ¿En qué aspectos cree usted que se debe en el área recreativa?
- ¿Acerca de los servicios recreativos ofrecidos, que sugerencias tiene?
- Sugerencias y Comentarios:

4.3.4. Evaluación interna

Después del primer trimestre de implantación del plan recreativo, analizar resultados obtenidos durante este periodo.

Evaluar el costo=beneficio del plan, analizando si el costo de la aplicación de este plan ha generado más beneficios tanto para los huéspedes como para el hotel.

Analizar el rendimiento de los nuevos colaboradores, su compromiso con lo que se está realizando y su capacidad de innovación hacia el futuro.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Después de la investigación realizada en 11 hoteles de categoría 4 y 5 estrellas, se pudo encontrar que tan solo en 1 de los 11 hoteles estudiados existe una oferta recreativa variada y completa, la oferta recreativa de los demás hoteles es muy deficiente. En un inicio se eligieron 3 de los 11 hoteles para su respectivo análisis de servicios recreativos y para la propuesta de una nueva oferta recreativa en caso de ser necesitada, los hoteles que fueron elegidos fueron los que más apertura mostraron para poder realizar los respectivos análisis e investigaciones en esta área. La posibilidad que existió de poder realizar una investigación más profunda en los 3 hoteles seleccionados mediante entrevistas y encuestas, permitió conocer y encontrar la realidad de estos hoteles de Quito y por este motivo se ha podido encontrar las siguientes conclusiones:

El Hotel Quito si ofrece actividades recreativas diferentes a las más comunes (gimnasio y áreas húmedas), pero estas actividades (Clases de baile, actividades deportivas en las mañanas y tardes) no son suficientes para satisfacer a sus usuarios, y esto se lo confirmó con las encuestas realizadas en el hotel que mostraban un nivel con tendencia a ser bajo en la parte de satisfacción al cliente. El problema aumentó cuando los usuarios no solo se mostraron inconformes con la falta de actividades, sino que también sentían un malestar con la calidad de servicios ofrecidos en la actualidad, desde la insuficiencia de equipos hasta el orden y la limpieza de los mismos, por tal motivo se vio la necesidad de la creación de un plan recreativo que no solo conste de la propuesta de nuevas actividades sino que también la búsqueda del mejoramiento de la oferta actual.

En el análisis hecho en el Hotel Sheraton se encontró que aparte de un gimnasio, jacuzzi, sauna y un turco no cuenta con ninguna otra actividad recreativa para los huéspedes, en el hotel no existe la posibilidad de realizar ninguna otra actividad de esparcimiento y es ahí donde se pudo confirmar que el este problema existe. Al momento de la realización de la investigación mediante encuestas y entrevistas se pudo conocer que los usuarios del hotel Sheraton están inconformes con la variedad recreativa del hotel calificando su nivel de satisfacción en un nivel muy bajo y por esta razón se ha visto la necesidad de implantar la estructura de un departamento de animación y recreación que serán los encargados de la aplicación del plan recreativo también propuesto en esta tesis. Se puede concluir que el hotel Sheraton al no contar con una variedad recreativa amplia la aplicación de un plan

recreativo como el creado en esta tesis ayudaría a al mejoramiento su oferta recreativa en busca de elevar los niveles de satisfacción de sus huéspedes.

Después del análisis hecho en el Swissôtel, se ha encontrado que este hotel maneja una buena propuesta recreativa ya que el hotel cuenta con una gran cantidad de actividades a disposición de los huéspedes que le permite mantenerlos contentos, ocupados y satisfechos. Al momento de encuestar a los usuarios del Swissôtel los resultados muestran un gran nivel de satisfacción en relación a las actividades que el hotel ofrece, por tal motivo se pudo concluir el no crear el plan recreativo pero si se sugieren ciertas actividades que se podrían realizar para seguir aumentando y variando la propuesta recreativa y de animación.

Se puede concluir que aunque la oferta recreativa en la mayoría de hoteles de la ciudad de Quito es deficiente y poco 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 sus huéspedes, Tanto el Hotel Quito como el Swissôtel ofrecen actividades diferentes a sus huéspedes, el Hotel Quito tiene muchas falencias en su calidad de servicio actual y le falta aumentar actividades extras requeridas por sus usuarios, pero está encaminado a la búsqueda del mejoramiento y evolución de su oferta recreativa. En lo que tiene que ver con Swissôtel se puede concluir que está encaminado en ser uno de los hoteles pioneros y principales en la aplicación de una gran cantidad de actividades recreativas que junto con los altos estándares de calidad que ejecutan permiten mantener a los huéspedes contentos y fieles a esta institución. Lo que respecta a Hotel Sheraton, aunque su calidad en el servicio es excelente, la falta de variedad de esos servicios hace que la satisfacción del huésped baje y por ende el hotel pierde recursos, estatus y 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 actividades. Además, de los beneficios que se pueden encontrar en la realización de la animación en los hoteles, son aquellos que brindan salud y bienestar no solo al cuerpo, sino también a la mente, como por ejemplo, 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 mantengan 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. También se pudo encontrar que el Hotel Quito no saca provecho de la infraestructura que posee, el hotel cuenta con grandes espacios que le otorgan una ventaja sobre otros hoteles que carecen de este tipo de infraestructura.

El Hotel Sheraton y el Swissôtel poseen una gran cultura organizacional por ende sus políticas de servicio y normas de atención al cliente están enfocadas primera y principalmente en los huéspedes, en el cliente. En lo que se refiere a su infraestructura el Hotel Sheraton no cuenta con infraestructura específica para la realización de actividades recreativas en espacios abiertos, tiene muchas limitaciones de infraestructura en lo que se refiere a la recreación en áreas abiertas, esto no significa que no se puedan realizar otro tipo de actividades en otras áreas del hotel. El Swissôtel cuenta con una gran variedad de infraestructura recreativa en la cual se hace uso para diferentes tipos de actividades que otros hoteles no poseen, aunque el Swissôtel no posee una infraestructura como la del Hotel Quito, ha sabido utilizar y organizar de gran manera los espacios que actualmente posee, por esta razón de todos los hoteles estudiados es el hotel que mejor aplica y ofrece servicios recreativos a sus usuarios.

Se establecieron dos planes recreativos tanto para el Hotel Sheraton y otro para el Hotel Quito, estos planes fueron creados en función de las necesidades que la investigación mostró y en función de las preferencias de los usuarios de cada hotel. También hay que acotar que estos dos hoteles han mostrado el interés de aplicar lo expuesto en sus hoteles, los dos establecimientos están dispuestos a ampliar y mejorar su oferta recreativa. Como se mencionó anteriormente, se concluyó que no existe la necesidad de crear un plan para el Swissôtel ya que su oferta de servicios recreativos es muy completa y de calidad.

Se encontró a lo largo de este estudio es la falta de promoción y marketing de sus servicios recreativos por parte de los hoteles, hay muchas actividades que se realizan en estos hoteles pero las personas no tienen conocimiento por la falta de promoción, los encargados de contestar las llamadas telefónicas y los colaboradores de los hoteles que mantienen un contacto personal con los usuarios no informan y algunos no conocen los servicios que el hotel ofrece y por esta razón los usuarios y posibles usuarios no llegan a conocer de estos servicios.

5.2. Recomendaciones

Los hoteles del estudio tendrían que aplicar los planes recreativos y las observaciones realizadas en esta tesis, con el fin de mejorar la oferta de servicios recreativos y de animación de estos establecimientos. Para poder aplicar los cambios correspondientes en la oferta recreativa actual, se recomienda a los administradores de los hoteles del estudio la continua búsqueda del aprendizaje y capacitación en estos campos con el fin de descubrir los conocimientos acerca de la recreación hotelera, la innovación en los hoteles y el cambio de tendencias mundiales en las necesidades de los turistas y en la oferta hotelera para así poder aplicar los servicios recreativos con conocimientos verdaderos y respaldados. Esto generará una competencia sana entre los hoteles de Quito generando altos niveles de servicio y mejoras en las ofertas recreativas de los hoteles de ciudad en el país.

Se recomienda que el Hotel Quito mejore la calidad de sus servicios existentes primero, esto con el fin de llevar un orden en las acciones a realizarse, no se puede ejecutar todos los cambios unidos porque puede impedir el correcto seguimiento y control de las mismas. Se recomienda darle un correcto y mejor uso los espacios y áreas amplias del hotel, esto con el fin de mejorar la calidad de los servicios actuales y mejorar el aprovechamiento de estas áreas; la limpieza y mantenimiento de los equipos y maquinaria actual es una herramienta de calidad básica en cualquier tipo de empresa y más aún hotelera. Después de la mejora de la oferta recreativa existente, en ese momento es recomendable la aplicación de las nuevas actividades que lleven al hotel a una mejor posición de calidad y variedad recreativa y de animación. Se recomienda también que el gerente del club la playa realice informes semanales de la realización de actividades, señalando las novedades, peticiones y observaciones que se puedan encontrar durante estos procesos.

Para el Hotel Sheraton se invita a realizar una búsqueda constante del mejoramiento de su oferta recreativa, sin importar que este plan recreativo se lo implante o no, siempre buscando la innovación y mejorando los servicios actuales mediante estrategias de control y evaluación de este plan recreativo o de cualquier otro plan. Se recomienda que se cree el departamento recreativo para permitir un mejor manejo del área recreativa del hotel, así el este departamento podrá contar con su propia organización de procesos, contratación de personal que acorde a las necesidades de esta área junto con la ayuda de recursos humanos y el manejo de un presupuesto propio, esto le permitirá al hotel ser modelo y ejemplo para otros hoteles que cuenten con las mismas limitaciones infraestructurales.

A pesar que la oferta recreativa y de animación del Swissôtel es de muy alta calidad y muy variable, se recomienda que en el transcurso de 2 años implementar nuevas actividades en remplazo de las anteriores o junto con las anteriores, esto con el fin de rotar actividades que generen en los huéspedes una sensación de evolución y de innovación.

Se recomienda a los hoteles estudiados, la mejora del marketing y promoción de sus servicios recreativos, los colaboradores de hotel tienen que conocer de todos los servicios con los que cuentan la institución hotelera, para así poder informar a todos los posibles usuarios de los servicios que ofrecen. La promoción de estas actividades es vital para el hotel y las aspiraciones de mejorar su oferta recreativa.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, M. (2011). *Técnica de animación turística, Guía de estudio*. Obtenido de <http://www.ocw.uned.ac.cr/eduCommons/ciencias-sociales-y-humanidades/tecnicas-de-animacion-turistica/modulos/modulo-1/guia-de-estudio-del-modulo-i>
- Acuña, M. (2011). *Técnicas de animación turística, guía de estudio*. Recuperado el 12 de mayo de 2014, de <http://www.ocw.uned.ac.cr/eduCommons/ciencias-sociales-y-humanidades/tecnicas-de-animacion-turistica/modulos/modulo-5/guia-de-estudio-del-modulo-5>
- Andino, J., & Pino, V. (28 de Enero de 2015). *Recreación Hotelera*. (C. Mauricio, Entrevistador)
- Bermeo, Y. (15 de Enero de 2015). *Recreación Hotelera*. (M. Checa, Entrevistador)
- BestWestern. (14 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://www.bwpremierquito.com/contact_us.php?id_lang=ES
- Borrero, I. M. (2011). *El servicio de Animación Turística, facilitador de experiencias inolvidables*. Camagüey: Escuela de Hotelería y Turismo "Hermanos Gómez" Centro de Información y Documentación del Turismo.
- Cevallos, D. G. (2013). *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 DESESTACIONALIZACIÓN DE LA DEMANDA*. La Libertad.
- Costa, G., Glinia, E., Goudas, M., & Antoniou, P. (2007). Recreational services in resort hotels: customers satisfactions aspects. *Journal of Sport & Tourism*, 117-126.
- Cuellar, A. (2012). *Diagnóstico de la gestión de animación hotelera en el hotel Tryp Club Cayo Coco*. Ciego de Ávila: Universidad Máximo Gómez de Ciego de Ávila.
- Erdal, Z., Hacalet, M., Fahri, A., Ferman, K., & Ali, T. (2010). The Examination of Sports, Recreation. *Journal of Sport & Tourism*, 48-56.

- Foster, D. (1994). Introducción a la industria de la hospitalidad. En D. Foster, *Introducción a la industria de la hospitalidad*. (págs. 32-41). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Gaines, B., Hubbard, S., Witte, J., & O'Neil, M. A. (2004). An Analysis of Children's Programs in the Hotel and Resort Industry Market Segment. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*.
- Gangotena. (14 de Diciembre de 2014). Obtenido de <http://www.casagangotena.com>
- GHL Hoteles. (2014). Cultura Organizacional 2014. Bogotá, Colombia: P&M Publicidad.
- Gil, P. (13 de Octubre de 2014). *Razón y palabra*. Obtenido de http://www.razonypalabra.org.mx/Territorios/terri_oct_ilenguadeoc.html
- Gómez, L., & Jalón, C. (2011). *LA ENTREVISTA*. Recuperado el 21 de Abril de 2014, de Metodología de la Investigación: http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Entrevista_doc.pdf
- Gontscharenko, R. (2011). *DISEÑO DE UN PLAN DE RECREACIÓN Y ANIMACIÓN*. Merida.
- HGangotena, R. (14 de Diciembre de 2014). Recreación Hotelera. (C. Mauricio, Entrevistador)
- HHilton, R. (14 de Diciembre de 2014). Recreacion Hotelera. (C. Mauricio, Entrevistador)
- HiltonColón. (14 de Diciembre de 2014). Obtenido de <http://www3.hilton.com/en/hotels/ecuador/hilton-colon-quito-QUIHIHF/index.html>
- HMarriott, R. (14 de Diciembre de 2014). Recreación Hotelera. (M. Checa, Entrevistador)
- HMercure, A. R. (14 de Diciembre de 2014). Recreación Hotelera. (M. Checa, Entrevistador)
- HolidayInn. (14 de Diciembre de 2014). Obtenido de <http://www.ihg.com/holidayinnexpress/hotels/us/es/quito/qitex/hoteldetail/amenities>

Hotel, R. (14 de Diciembre de 2014). Obtenido de <http://www.radisson.com/quito-hotel-ec/ecquito>

HotelQuito. (14 de Diciembre de 2014). Obtenido de <http://www.hotelquito.com.ec/esp/>

HQuito, R. (14 de Diciembre de 2014). Recreación hotelera. (M. Checa, Entrevistador)

HRadisson, R. (14 de Diciembre de 2014). Recreación Hotelera. (M. Checa, Entrevistador)

HSheraton, R. (14 de Diciembre de 2014). Recreación Hotelera. (M. Checa, Entrevistador)

HSwissôtel, R. (14 de Diciembre de 2014). Recreación Hotelera. (M. Checa, Entrevistador)

Jack, L., & Cherish, W. (1998). *Child care in the hospitality industry: An incentive for employees*.

LeParc. (14 de Diciembre de 2014). Obtenido de <http://www.leparc.com.ec/spa/spa-leparc.htm>

Marriott, H. (14 de Diciembre de 2014). Obtenido de <http://www.espanol.marriott.com/hotels/travel/uiodt-jw-marriott-hotel-quito/>

Mercure, H. (14 de Diciembre de 2014). Obtenido de <http://www.mercure.com/gb/hotel-5111-mercure-alameda-quito/index.shtml>

MINTUR. (11 de Octubre de 2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/llegada-de-turistas-a-ecuador-crece-en-14-5/>

Mogrovejo, A. (2010). *La animación turística y su incidencia en la prestación de servicios turísticos*. Cuenca: Universidad de Cuenca.

Mogrovejo, A. (2010). *La animación turística y su incidencia en la prestación de servicios turísticos*. Cuenca: Universidad de Cuenca.

Mora, M. E. (04 de 05 de 2006). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://www.aibarra.org/investig/tema0.htm#Técnica de campo>

Mosquera, C. D. (29 de Mayo de 2004). *Fun Libre*. Obtenido de <http://www.redcreacion.org/documentos/congreso8/CDuque.html>

Norton, K. (2014). *The Difference is the Sheraton Sparc*. Orlando.

OMT. (2012). Obtenido de <http://www2.unwto.org/es>

- Paredes, C. (2 de Febrero de 2015). Recreación Hotel Sheraton. (M. Checa, Entrevistador)
- Quintana, V. M. (1989). *Ocio y turismo en la sociedad actual*.
- Quintana, V. M. (s.f.). Ocio y Turismo. En V. M. Quintana.
- Quito, H. (2015). Reglamento para Socios, Huéspedes e Invitados. *La playa, The elements experience*. Quito, Ecuador.
- Ríos, D. G. (2013). *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 DESESTACIONALIZACIÓN DE LA DEMANDA*. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Ríos, D., & Cevallos, G. (2013). *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 DESESTACIONALIZACIÓN DE LA DEMANDA*. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Rodríguez, M. B. (2008). *Juegos y técnicas de la recreación*. Buenos Aires.
- Sheraton. (14 de Diciembre de 2014). Obtenido de <http://www.starwoodhotels.com/sheraton/property/features/index.html?propertyID=766>
- Swissôtel. (14 de Diciembre de 2014). Obtenido de <http://www.swissotel.com/hotels/quito/>
- Veblen, T. (1974). *La Clase Ociosa*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008b/mk2.htm>
- Western, H. (14 de Diciembre de 2014). Receación Hotelera. (M. Checa, Entrevistador)
- Yepes, V. (1996). Calidad de diseño y efectividad de un sistema hotelero. En *Papers de Turisme* (págs. 137-167). Valencia: Fundacion Cavanilles De Altos Estudios Turisticos De Valencia.

7. ANEXOS

ANEXOS 1

The Difference Is
The Sheraton S.P.A.R.C.



savor. play. activate. relax. connect.

Taste The Fun	Let Us Entertain You	Ignite Your Vacation	Take A Breath	A Place To Gather
<ul style="list-style-type: none"> - Souvenir drinks - Happy Hour - Cookie Decorating - Casual Dining Restaurant 	<ul style="list-style-type: none"> - Arts and Crafts - Sports Tournaments - Pool Parties - Live Music 	<ul style="list-style-type: none"> - Fitness Classes - Sherialan Amazing Race - Explore SWN - SPARC savings carts 	<ul style="list-style-type: none"> - Massage - Hammocks - Beautiful pools - Nature Walk 	<ul style="list-style-type: none"> - Wine Tasting - Movie Nights - Holiday Parties - BBQ areas

Monday Madness July 7th	Tasty Tuesday July 8th	Wacky Wednesday July 9th	Fun Thursday July 10th
<p>10:00am: Flower Walk Join your Fun Team for a brisk morning walk! Meet at the Main Activity Center.</p> <p>10:45am: Toddler Fun Time Come on down to the St. Augustine playground to enjoy some time and have some fun! Parent supervision required.</p> <p>11:00am-1:00pm: Craft Bonanza Come down to the Main Pool Deck to design some crafts such as water shoes, sea lanterns, life bags, and more! Please enjoy!</p> <p>12:00pm: Pool SCUBA Diving Lessons This 45 minute SCUBA class is for beginners ages 12-18 and is \$25. Meet at the Main Pool Deck to get instructor advice and information at 11:45-12:00.</p> <p>12:00pm: Aqua Fitness This fun class uses recycled water to help sculpt your core and lower body while you come with us to listen music. Main Pool Deck.</p> <p>2:00pm: Bear Featery \$17 plus tax for an animal and a shirt, \$28 additional to be the chef. \$12 for water, \$2 for box. Pickups 12:00-1:00. Main Pool Deck.</p> <p>2:45pm: The Eye University \$10 plus tax for 4-10 or \$17 plus tax for 11-18. Meet at the Main Pool Deck.</p> <p>3:45pm: Ice Cream Sundae Cool off in the Florida sunshine! Create a sundae with us here or enjoy prepackaged \$9 plus tax. Main Pool Deck.</p> <p>4:00pm: Florida Sand Dollars Plant a real seashell and bring a piece of Florida home with you! \$5.50 plus tax. Main Pool Deck.</p> <p>5:00pm: Design your own Umbrella! Create a design for your own umbrella to use for those rainy days! \$5 plus tax. Main Pool Deck.</p> <p>6:15pm: Backball Free Throw Contest! See how many shots you can make with the Fun Team. Meet at the Main Activity Center.</p> <p>6:00pm: Competitive Arcade Tournament! Participate in this epic video game tournament to see who reigns supreme! Winners will receive a Tournament Trophy! \$15.00. Ages 10 and up unless accompanied by a parent or guardian. The Link @ Sheraton.</p>	<p>8:00am: Victory Casino Cruise \$10 per adult due at the Main Activity Center. Fun on Monday to warm your spot. \$20 due at port. Call 800 for more information.</p> <p>8:30am: Creative Craft Designs So cheer and have fun to make recycled paper crafts with actions from the Fun Team. Complimentary Key West Recreation Center.</p> <p>10:30am: Wellness 101 Apex ZUMBA™ Join us for a Latin-themed workout in the water! Main Pool Deck.</p> <p>10:45am: Kids Junk Food Bingo \$2 per child, includes two cards. Main Pool Deck.</p> <p>12:00-3:00pm: Caribbean Pool Party Listen to some island music, dance and enjoy some water games with The Fun Team! Main Pool Deck.</p> <p>1:00pm: BBQ Wing Eating Challenge \$4 wings, 6 minutes, and a sipping hot sauce! Adults only please. \$4 purchase. Main Pool Deck.</p> <p>1:30pm: Mindy 101 Come join us for a demonstration in the art of mixing drinks! Main Pool Deck.</p> <p>2:15pm: Apple Carving Come join us for a demonstration in the art of apple carving! Main Pool Deck.</p> <p>2:30pm: Sea Games Sundae \$5 plus tax. Main Pool Deck.</p> <p>3:00pm: Sea Day University \$15 plus tax for 4-10 or \$12 plus tax for 11-18. Meet at the Main Pool Deck.</p> <p>4:00am-6:00pm: Tasty Fun! Time Come down to the Main Pool Deck for two cones, cookies, decorating, sunny lunch, or candy included! Please enjoy!</p> <p>4:15pm: Wine Glass Etching Customize your own glass winecup! \$20 tax. The Wineglass Place.</p> <p>5:00pm: Wine Tasting We feature a Key Lime, Mango, Raspberry wine and other delicious flavors. Must be 21 or older. Only \$10 per person and you will receive 6 one of our first wine bottle purchases. Wineglass Place, King St.</p> <p>7:15pm: Game Show Night Join us for Family Game Show Night!</p> <p>8:00pm: Family Karaoke Come on down to the St. Augustine Pool Deck to find out who has the best vocal</p>	<p>8:30am: Wellness 101 ZUMBA™ A Latin-themed cardio dance program Key West Recreation Center.</p> <p>10:00am: Nature Walk Learn all about the Florida flora and fauna. Meet at the Main Activity Center.</p> <p>11:00am-2:00pm: Memorial Aquatics This is your chance to experience a unique swimming adventure with a hot tub and \$25 for one hour. \$6 Augustus free class.</p> <p>12:00-3:00pm: Wacky Pool Party Listen to some tunes, dance and play some ocean games with The Fun Team! Main Pool Deck.</p> <p>2:00pm: Ice Cream Sundae Cool off from the Florida sunshine! Create a sundae with us here or enjoy prepackaged \$9 plus tax. Main Pool Deck.</p> <p>3:00pm: Bear Featery Build your very own animal sandwich! \$17 plus tax for an animal and a shirt, \$28 additional to be the chef. \$12 for water, \$2 for box. Pickups 12:00-1:00. Main Pool Deck.</p> <p>3:45pm: The Eye University \$10 plus tax for 4-10 or \$17 plus tax for 11-18. Meet at the Main Pool Deck.</p> <p>4:00pm: Pool SCUBA Diving Lessons This 45 minute SCUBA class is for beginners ages 12-18 and is \$25. Meet at the Main Pool Deck.</p> <p>4:00pm: Victory Casino Cruise \$10 per adult due at the Main Activity Center. Fun on Monday to warm your spot. \$20 due at port. Call 800 for more information.</p> <p>4:30pm-6:00pm: Craft Bonanza Come down to the Main Pool Deck to design some crafts such as water shoes, sea lanterns, life bags, and more! Please enjoy!</p> <p>7:00pm: Beers and Bingo If you like beer and bingo, then we have the perfect combination for you! Meet us at 7:00pm at the Main Pool Deck for a showcase of the best "Brewing with Distillers." This item is sold at \$10.00. Pizzas and drinks will be available at various prices.</p> <p>7:15pm: Game Show Night Join us for Family Game Show Night!</p> <p>8:00pm: Family Karaoke Come on down to the St. Augustine Pool Deck to find out who has the best vocal</p>	<p>10:30am: Wellness 101 Apex ZUMBA™ Join us for a Latin-themed workout in the water! Main Pool Deck.</p> <p>10:45am: Sea Expeditions Meet at the Main Pool Deck to get complimentary swimming lessons with Beach Control Sun Products. Materials to participate. Reservations required. Please call 800-355-3333.</p> <p>10:45am: Duck and Turtle Feeding Bring some love with our wildlife friends here in progress.</p> <p>11:00am-1:00pm: Palm Palooza Come down to the Main Pool Deck to paint some cool crafts such as pool games, Florida state signs, flower pots, and much more! Please enjoy!</p> <p>2:00pm: Bear Featery \$17 plus tax for an animal and a shirt, \$28 additional to be the chef. \$12 for water, \$2 for box. Pickups 12:00-1:00. Main Pool Deck.</p> <p>2:30pm: The Eye University Come learn this colorful craft with The Fun Team! \$10 plus tax for 4-10 or \$12 plus tax for 11-18. Meet at the Main Pool Deck.</p> <p>3:00pm: Ice Cream Sundae Cool off from the Florida sunshine! Create a sundae with us here or enjoy prepackaged \$9 plus tax. Main Pool Deck.</p> <p>4:00pm: Butterfly Mind Chasers Plan this beautiful and come to taking in your answer. \$5 plus tax. Main Pool Deck.</p> <p>4:00pm: Adult Water Volleyball Meet up with other guests for a game of water volleyball. Main Pool Deck.</p> <p>6:15pm: Ultimate Trivia Test your knowledge with some hot trivia! Prizes each day. \$8 Aug 10th.</p> <p>6:30pm: Poly - Fun Challenge The most game of things you have ever played non-remote events. \$5. Aqueduct Pool Deck.</p> <p>7:00-8:30pm: Kid's Night Out Come on down to the Main Pool Deck with us, games, and a movie. Drop your children off with The Fun Team for a night out on your own while enjoying 10% off drinks at the Pagan's Sub Bar. Ages 8-18 only. \$20 per child. Please note that we are open to reservation primarily being 10:00pm. Call the link to sign up! The Link @ Sheraton.</p>

ANEXOS 2

Encuesta/ Survey

Encuesta/ Survey
Circle the answer/ Encierre su respuesta

1 Gender/Género:
Male/ Masculino Female/Femenino

2 Age/Edad:
18-25 26-30 30-45 45-65 65-over

3 From 1 to 5 how much satisfied are you with recreational services and recreational activities being offer by the hotel? Being the best 5 and 1 being the worst.
¿Del 1 al 5 que tan satisfecho está usted con los servicios recreativos y actividades recreativas ofertadas en el hotel? Siendo lo mejor 5 y 1 lo peor.
1 2 3 4 5

4 Do you think the Hotel needs to improve its recreational services, if so, what would you recommend the hotel to do?
¿Piensa que el hotel necesita mejorar sus servicios recreativos, si es así, que recomendaría al hotel hacer?

5 If the hotel would offer new and different recreational activities than the ones they already have, would you participate in them?
Si el Hotel ofreciera diferentes y nuevas actividades recreativas a las que ya tiene, ¿participaría en ellas?
Yes No Depends on the activities/Depende la actividad

6 What kind of new activities would you like us to offer?
¿Qué tipo de actividades le gustaría que ofreciéramos?
Bingos- Trivias - Movie Nights/ Noches de películas- Morning & nights workouts/Ejercicios diurnos y nocturnos
Otra/ Other: _____

7 Would you rather pay the activities separate or would you want the price to be included in the hotel rate?
Sería mejor para usted que el valor de estas actividades esté incluido en la tarifa del hotel o preferiría pagarlo por separado?
Yes/Si Pagarlo por separado

8 If you pay the activities separate. How much money would you spend in these activities?
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para participar en estas actividades?, al pagarlas por separado
1-5\$ 1-10\$ 1-15\$ 1-20\$ 1-25\$