



TRABAJO FIN DE GRADO
GRADO EN TURISMO
CURSO ACADÉMICO 2023/2024
CONVOCATORIA JUNIO

Animación Turística en Hoteles de Costa:
Un Estudio Comparativo de la Perspectiva de Gestores y Clientes con Propuestas de
Mejora.

APELLIDOS/NOMBRE ESTUDIANTE: Placed Benito, Enrique

DNI: 09121630-z

GRADO/DOBLE GRADO QUE CURSA: Grado de Turismo

APELLIDOS/NOMBRE TUTOR:

VILLACÉ MOLINERO, MARÍA TERESA

ÍNDICE

I. Introducción	4
• JUSTIFICACIÓN	4
• OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
• ESTRUCTURA	6
II. La animación turística costera	6
• Datos en España	8
• Indicadores e investigación acerca de la demanda y la oferta de la animación turística	9
III. Fidelidad de los clientes en hoteles	11
IV. Difusión de la animación turística en redes sociales y opiniones de Google.	12
V. Metodología	15
I. ENTREVISTAS A GESTORES DE EMPRESAS DE ANIMACIÓN TURÍSTICA EN DESTINOS COSTEROS DE ESPAÑA	15
II. ENCUESTAS A LOS CLIENTES O FUTUROS CLIENTES DE HOTELES COSTEROS.	17
I. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A GESTORES DE EMPRESAS CON ANIMACIÓN TURÍSTICA	18
II. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LOS CLIENTES O FUTUROS CLIENTES DE HOTELES COSTEROS.	21
VII. Conclusiones	25
VIII. Propuesta y opinión personal de mejora del sector.	27
IX. Anexos	28

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

Tabla 1, Aspectos Metodológicos del Estudio	16
Tabla 2, Características de los hoteles	16
Tabla 3, Características de los gestores hoteleros	17
Tabla 4, Variables utilizadas en la encuesta	18
GRÁFICO 1. ¿CÚAL ES SU GÉNERO?	23
GRÁFICO 2. ¿EN QUÉ GRUPO DE EDAD SE ENCUENTRA?	23
GRÁFICO 3. ¿CÚAL ES TU NIVEL EDUCATIVO MÁS ALTO ALCANZADO?	23
GRÁFICO 4. ¿CON QUÉ FRECUENCIA VIAJAS POR PLACER?	23
GRÁFICO 5. LA ANIMACIÓN TURÍSTICA EN UN HOTEL ES IMPORTANTE PARA QUE MI ESTANCIA SEA MÁS AGRADABLE	24
GRÁFICO 6. ¿QUÉ TIPO DE ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN TURÍSTICA DISFRUTA MÁS DURANTE SUS VACACIONES?	24
GRÁFICO 7. CALIDAD DE LA ANIMACIÓN TURÍSTICA	25
GRÁFICO 8 . VARIEDAD DE ACTIVIDADES OFRECIDAS	25
GRÁFICO 9. ¿AL ELEGIR UN HOTEL, QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA USTED LA DISPONIBILIDAD DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS?	25

I. Introducción

Este presente trabajo examina la importancia y el impacto de la animación turística en los hoteles de la costa española, que es una parte importante de la experiencia turística y de la operativa hotelera en un mercado turístico cada vez más competitivo y exigente. El turismo de entretenimiento, entendido como el conjunto de actividades de entretenimiento y ocio que ofrecen los hoteles, juega un papel importante en la creación de experiencias memorables y de excelencia en los servicios turísticos en los destinos costeros. En un contexto donde la satisfacción y fidelización del cliente se han convertido en objetivos centrales en la industria hotelera, la calidad y variedad de la oferta turística y de entretenimiento se ha convertido en un factor determinante para que los turistas elijan hoteles.

Esta sección describe los objetivos del programa para obtener una comprensión más profunda del papel del entretenimiento en viajes en la experiencia turística, analizar su impacto en la reputación y la gestión hotelera, e identificar nuevas tendencias y mejores prácticas en entretenimiento en viajes. Estos objetivos se basan en la necesidad de responder a los desafíos actuales de la industria de viajes, donde la diferenciación y la excelencia en el servicio al cliente son esenciales para seguir siendo competitivos y sostenibles en el largo plazo.

Además, se detalla la estructura del trabajo, incluyendo una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre animación turística y gestión hotelera, así como estudios de casos y recogida de datos empíricos a través de entrevistas y encuestas a gestores y clientes o futuros clientes de hoteles de costa en España. El marco pretende proporcionar una visión integral y detallada del tema, centrándose en diferentes aspectos clave para lograr una comprensión más profunda de la importancia y el impacto del turismo hotelero y del ocio en la costa española.

● JUSTIFICACIÓN

La relevancia de este estudio se basa en una comprensión profunda y completa de los impactos del turismo y el ocio de los hoteles costeros. Este análisis exhaustivo cubre los procesos de los gestores hoteleros y la percepción de los clientes y pinta un panorama completo de la dinámica de esta industria turística en particular.

En primer lugar, la perspectiva del director hotelero es un pilar esencial para comprender la dinámica interna del hotel. Las inversiones en turismo y entretenimiento suponen no sólo la asignación de recursos financieros, sino que también crean decisiones estratégicas que inciden en la competitividad de los hoteles en un mercado cada vez más exigente. Comprender la visión de los líderes sobre los resultados reales, el conocimiento de las redes sociales y la lealtad del

cliente al implementar servicios animados nos permitirá identificar patrones y desafíos que pueden influir en las decisiones futuras.

Por otro lado, mirarlo desde la perspectiva de un cliente añade un análisis mucho más completo. La elección de hoteles está directamente influenciada por la presencia o ausencia de entretenimiento turístico, y comprender cómo esta variable afecta sus decisiones es esencial para desarrollar estrategias efectivas en esta industria. La valoración de este servicio, su papel en la fidelización del cliente y la forma en que se transmite en las plataformas digitales son elementos esenciales para crear una experiencia que no sólo satisfaga las expectativas del cliente, sino que también incide positivamente en la reputación y el reconocimiento del hotel.

Además, el foco en los hoteles de costa corresponde a las circunstancias específicas de este segmento, donde el turismo y el entretenimiento pueden tener una importancia diferenciada y estratégica. Los destinos costeros son únicos en su enfoque en experiencias vacacionales, por lo que es importante comprender exactamente cómo la animación turística contribuye al atractivo y al éxito de estos establecimientos.

Después de todo, el objetivo principal de esta investigación es recomendar mejoras reales, no simplemente observar tendencias. El objetivo es proporcionar asesoramiento práctico y viable basado en un análisis exhaustivo de las percepciones y necesidades de los directivos y clientes. Estas mejoras tienen como objetivo no sólo mejorar la competitividad de los hoteles de costa en el mercado turístico, sino también promover el desarrollo sostenible y equilibrado de la industria, la máxima satisfacción del cliente y la eficiencia de las operaciones de la compañía.

En resumen, el estudio actúa como una investigación de un trabajador del sector con el fin de tener un futuro más prometedor y eficiente del turismo costero, proporcionando no sólo conocimiento sino también soluciones prácticas para una industria en crecimiento.

● OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

● Objetivo general:

- Analizar la importancia de la animación turística en hoteles de costa, tanto desde el punto de vista de los gestores hoteleros, como de la de los clientes o futuros clientes, para proponer mejoras en este sector.

● Objetivos específicos:

- Conocer la opinión de los gestores hoteleros a la hora de invertir en animación y cómo repercute, bajo su punto de vista, en resultados, comentarios en redes sociales y fidelidad de los clientes.

- Conocer y analizar la percepción de los clientes o futuros clientes de los hoteles con animación turística, si repercute que haya o no haya en su elección, que aporta este tipo de servicio, la fidelidad, y su difusión en redes.
- Investigar sobre los puntos positivos y los puntos a mejorar de la animación turística actual en los hoteles de costa.
- Análisis comparativo de la percepción de gestores y clientes de hoteles con animación turística.
- Propuesta y opinión personal acerca de cómo mejorar dicho servicio y sector.

● ESTRUCTURA

Por los motivos expuestos anteriormente, este Trabajo de Fin de Grado se estructura en nueve apartados que abordan progresivamente la temática del turismo y el ocio en la hotelería de costa. La introducción fijará el contexto y la importancia de este fenómeno en la industria hotelera costera. En base a ello se realizará un estudio detallado de la animación turística en hoteles de costa, incluyendo el análisis de investigaciones previas y el marco conceptual correspondiente. Luego se desarrollará un marco teórico, en el que se explorarán en profundidad los principales conceptos relacionados con la animación turística y se investigará la implementación de los servicios descritos en este contexto específico. Los objetivos específicos del sistema se detallarán para guiar el análisis. A continuación, se explicará en detalle la metodología utilizada, incluidas entrevistas con directores de hoteles y encuestas a clientes, así como una justificación adecuada del método elegido. Los resultados y análisis de estos estudios se presentarán de manera estructurada, seguidos de recomendaciones de mejora basadas en los hallazgos anteriores. Finalmente, se extraerá una conclusión que sintetice los resultados y finalice con una lista de bibliografías utilizadas durante la elaboración del TFG. Este enfoque secuencial y metódico proporciona un estudio completo y coherente del turismo hotelero y del ocio costero, aportando en definitiva una contribución significativa a este campo de investigación.

II. La animación turística costera

Comenzando con la definición de animación y entretenimiento, es importante distinguir entre ambos conceptos. La animación turística se centra en la organización de actividades recreativas y de ocio destinadas a los turistas, con el propósito de estimular su participación y contribuir a su satisfacción durante su estadía en un destino turístico específico. Por otro lado, el entretenimiento turístico abarca una amplia gama de actividades y servicios diseñados para entretener,

educar y enriquecer la experiencia de los turistas durante su estancia en un destino turístico. Estos eventos son realizados por animadores turísticos que trabajan en hoteles, complejos turísticos, cruceros, parques temáticos y otros destinos turísticos para brindar a los visitantes una experiencia agradable y memorable. En este contexto, la animación se presenta como una parte integral del entretenimiento turístico, proporcionando actividades y servicios específicos para el disfrute y la diversión de los turistas. Según la definición propuesta por Doe (2000), experto en turismo y gestión hotelera, *"la animación turística y el entretenimiento en el ámbito del turismo se refieren a la organización y realización de actividades recreativas, culturales y de ocio destinadas a los turistas con el fin de enriquecer su experiencia durante su estadía en un destino turístico, mediante la participación de animadores turísticos y la oferta de eventos y servicios diseñados para entretener, educar y satisfacer las necesidades y preferencias del público visitante."* Algunos aspectos clave del turismo y el entretenimiento son:

El entretenimiento, los animadores turísticos organizan actividades y actividades como juegos, concursos, espectáculos, recorridos y deportes acuáticos para entretener y atraer a los turistas.

La interacción social, al fomentar la interacción entre turistas a través de actividades grupales que pueden ayudar a los turistas a conocer a otros turistas y sentirse más conectados durante su estadía.

La cultura local, las actividades de turismo y entretenimiento suelen incluir elementos de la cultura local, como música, danza, comida, artesanía, etc., que permiten a los turistas comprender la cultura del destino.

Los deportes y las actividades al aire libre, los animadores turísticos suelen organizar deportes y actividades recreativas como yoga, aeróbic, voleibol de playa, aquagym, etc. para mantener a los turistas activos y comprometidos.

Los niños y las familias, muchos destinos de viaje ofrecen programas de entretenimiento especiales para niños y familias, incluidas actividades adecuadas para diferentes edades y preferencias. Un ejemplo claro sería la opción de miniclub e incluso en ocasiones se ofrece un grupo de teenagers con el fin de segmentar y dar una atención mucho más especializada.

La seguridad y el bienestar, los animadores turísticos también pueden desempeñar un papel en la seguridad y el bienestar de los visitantes, ya que pueden proporcionar información sobre normas y reglamentos y brindar asistencia en caso de emergencia.

El entretenimiento turístico es una parte importante de la industria turística ya que ayuda a aumentar la satisfacción del turista e influye en su decisión de regresar al mismo destino en el futuro. Los artistas son generalmente personas amigables y extrovertidas que disfrutan interactuar con personas de diferentes culturas y orígenes. También deben poder adaptarse a los deseos y necesidades de los visitantes para garantizar una experiencia positiva.

Según María López (2004), investigadora en el campo del turismo y autora del informe "Perspectivas del Turismo en Europa", señala: "El turismo y el

entretenimiento han sido históricamente los pilares fundamentales de la industria turística española. España destaca como uno de los principales destinos turísticos de Europa y del mundo, gracias a su diversidad de opciones de entretenimiento que van desde hoteles y complejos turísticos hasta parques temáticos y playas costeras vibrantes. Esta amplia gama de experiencias contribuye a atraer a una gran cantidad de visitantes cada año, consolidando la posición de España como un destino turístico líder a nivel mundial.":

- Datos en España

En España, el turismo y el entretenimiento son los principales pilares de su pujante industria turística, lo que la convierte en uno de los destinos más demandados de Europa y del mundo. El país cuenta con una amplia gama de destinos turísticos y opciones de entretenimiento, incluidos hoteles, complejos turísticos, parques temáticos, playas y otras atracciones, que brindan a los visitantes una experiencia diversa y atractiva. En todo el bullicioso panorama turístico de España, el entretenimiento está muy extendido, desde entretenimiento en hoteles y complejos turísticos hasta actividades en tranquilas playas costeras. Muchos hoteles ofrecen no sólo gestión de eventos, sino también una amplia gama de experiencias, desde entretenimiento en vivo y eventos deportivos hasta programas familiares y para niños. Las playas, especialmente las de destinos costeros famosos como la Costa del Sol, la Costa Brava y las Islas Baleares, cobran vida con animadores móviles que dan vida a actividades como voleibol de playa, deportes acuáticos y competiciones deportivas.

Peréz (2001), experto en turismo y autor del libro "El turismo en España: Tendencias y Desafíos", "El turismo y el entretenimiento han sido históricamente los pilares fundamentales de la industria turística española. España se destaca como uno de los principales destinos turísticos de Europa y del mundo, gracias a su diversidad de opciones de entretenimiento que van desde hoteles y complejos turísticos hasta parques temáticos y playas costeras vibrantes. Esta amplia gama de experiencias contribuye a atraer a una gran cantidad de visitantes cada año, consolidando la posición de España como un destino turístico líder a nivel mundial."

La red de turismo y entretenimiento está entrelazada con parques temáticos y atracciones famosas en toda España. Desde PortAventura hasta los parques temáticos de Madrid, estos espacios no sólo cuentan con emocionantes atracciones, sino que también juegan un papel crucial a la hora de crear una experiencia turística inolvidable. Además, la rica cultura local se integra a la mezcla, con eventos que incluyen festivales, comida, música y danza que se convierten en puntos focales que conectan a los visitantes con la autenticidad local. Por lo demás, la diversión en España no se limita al sol y la playa, ya que ciudades vibrantes como Barcelona, Ibiza y Madrid también ofrecen una animada vida nocturna. En estos destinos, los artistas callejeros juegan un papel importante en la promoción y organización de

eventos nocturnos, desde festivales en la playa hasta recorridos por pubs, añadiendo glamour y energía a la experiencia turística. En este entorno, el entretenimiento se puede adaptar de manera flexible a diferentes gustos y preferencias, creando un lienzo dinámico que enriquece la experiencia turística española y fortalece su posición como destino de excelencia.

El turismo y el entretenimiento en España es un componente clave que enriquece la experiencia de los visitantes añadiendo diversión y entretenimiento a sus vacaciones. Los animadores son conocidos por su energía y amabilidad, y trabajan duro para que su estadía sea placentera y memorable. Como destino turístico diverso, España cuenta con actividades turísticas y de entretenimiento que se adaptan a los gustos y preferencias de todo tipo de turistas.

Las empresas de turismo y entretenimiento tienen una amplia gama de servicios que incluyen actividades diurnas y nocturnas, entretenimiento en vivo, tours, deportes y programas infantiles diseñados para mantener entretenidos a los visitantes durante su estancia. Muchas empresas de viajes y ocio trabajan en estrecha colaboración con hoteles y complejos turísticos para ofrecer programas personalizados que beneficien tanto a los turistas como al alojamiento, aumentando así la satisfacción del cliente. Estas empresas operan en una variedad de destinos, adaptando sus servicios a las características específicas y preferencias de cada lugar, incorporando elementos culturales locales para enriquecer la experiencia del visitante y fomentar la apreciación de la cultura del destino. Después de todo, las empresas de viajes y entretenimiento desempeñan un papel vital en la promoción de destinos turísticos y en la generación de ingresos para la industria turística al atraer más turistas con actividades atractivas y entretenimiento de calidad. Su capacidad para crear experiencias memorables y satisfactorias ha influido en gran medida en la elección de los destinos de viaje y en la satisfacción general de los viajeros, convirtiéndolos en una parte importante de la industria turística mundial.

- Indicadores e investigación acerca de la demanda y la oferta de la animación turística

Dentro del ámbito específico de la animación turística en hoteles, los indicadores clave pueden incluir la cantidad de establecimientos hoteleros que ofrecen servicios de animación, la diversidad de actividades disponibles, la tasa de participación de los huéspedes en dichas actividades, el gasto promedio por huésped en entretenimiento, y la satisfacción general de los clientes respecto a estas experiencias. En destinos hoteleros como la Costa del Sol, se observa una amplia gama de actividades ofrecidas por los hoteles, que van desde eventos deportivos hasta excursiones y actividades culturales. Por ejemplo, en la ciudad de Málaga y sus alrededores, se pueden encontrar numerosos hoteles que ofrecen programas de animación turística, lo que refleja una alta densidad de oferta en la región. (Organización Mundial del Turismo (OMT). (s.f.). “Indicadores clave y ejemplos de prácticas regionales”)

Para recopilar información sobre estos indicadores, se pueden utilizar diversas fuentes de datos. Los registros de los hoteles y las licencias comerciales pueden proporcionar información sobre el número de establecimientos que ofrecen servicios de animación turística en una determinada área. Además, las encuestas a los huéspedes antes y después de participar en actividades de entretenimiento pueden ofrecer datos valiosos sobre sus preferencias y niveles de satisfacción. Las plataformas en línea de reservas de hoteles, como Booking.com o Expedia, también pueden proporcionar información sobre la disponibilidad y la popularidad de las actividades de entretenimiento en diferentes hoteles.

Al comparar la oferta y la demanda de animación turística en diferentes hoteles, se pueden identificar tendencias y patrones importantes. Por ejemplo, un análisis de la oferta de entretenimiento en hoteles urbanos versus hoteles de playa puede revelar diferencias significativas en los tipos de actividades ofrecidas, con los hoteles costeros centrados en actividades acuáticas y de playa, mientras que los hoteles urbanos pueden ofrecer una variedad más amplia de opciones culturales y de ocio. Gómez et al., (2020) dice que *"La animación turística en los hoteles es un componente clave para mejorar la experiencia del cliente y mantener la competitividad en la industria hotelera. Adaptar los programas de entretenimiento según las preferencias cambiantes de los huéspedes es esencial para garantizar la satisfacción y fidelización de los clientes"*

El análisis de estos datos recopilados puede proporcionar información útil para identificar oportunidades de mejora en la oferta de entretenimiento en hoteles y satisfacer mejor las necesidades y preferencias de los huéspedes. Por ejemplo, en destinos con una alta demanda de actividades al aire libre, los hoteles podrían considerar la posibilidad de ampliar su oferta con actividades como excursiones guiadas o clases de deportes acuáticos. Asimismo, en hoteles urbanos, se podrían promover eventos culturales y actividades de ocio para atraer a un público diverso de huéspedes. Además, se podrían sugerir estrategias para mejorar la calidad y la accesibilidad de las actividades de entretenimiento, como la formación del personal, la inversión en equipamiento y la colaboración con proveedores externos de servicios turísticos.

III. Fidelidad de los clientes en hoteles

La retención y fidelización de clientes en el ámbito de la animación turística juegan un papel fundamental en la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo de cualquier destino turístico. Específicamente, en el contexto de la industria hotelera, entender cómo la animación turística influye en la fidelidad de los clientes es crucial

para diseñar estrategias efectivas que promuevan la repetición de visitas y el fortalecimiento de la conexión emocional con el destino. Por lo tanto, examinaremos detalladamente esta relación y su impacto en la toma de decisiones de los turistas.

Diversos estudios y análisis han demostrado que la calidad y variedad de la animación turística ofrecida por los establecimientos influyen significativamente en la fidelidad de los clientes. Investigaciones realizadas por instituciones como la Organización Mundial del Turismo (OMT (s.f.). “Impacto de la animación turística en la fidelización de los clientes: Estudios y análisis de casos.”) indican que una experiencia animada y enriquecedora durante la estancia incrementa la probabilidad de que los turistas opten por regresar al mismo destino en el futuro. Para desarrollar un ejemplo con datos reales y de encuestas, podríamos referirnos a estudios específicos realizados en destinos turísticos relevantes que demuestren la relación entre la oferta de actividades de animación turística y la fidelidad de los clientes.

Un estudio llevado a cabo por la Universidad de Málaga en colaboración con la Asociación de Hoteles de la Costa del Sol (Alemida-García, F., Cortés-Macías, R., & Balbuena-Vázquez, A. (2019). *Tourism-phobia in historic centres: the case of Malaga.*) analizó la percepción de los turistas sobre las actividades de animación turística en la región. Este estudio encuestó a una muestra representativa de turistas que visitaron la Costa del Sol durante la temporada alta de verano, uno de los destinos turísticos más populares de España, reveló que el 85% de los turistas encuestados consideraron que la variedad y calidad de las actividades de animación turística ofrecidas por los hoteles influyeron significativamente en su decisión de repetir la visita al destino. Estas actividades incluían espectáculos en vivo, como conciertos de música local o representaciones de danza folclórica, excursiones guiadas a lugares de interés histórico y natural, clases culturales donde los visitantes pueden aprender sobre la gastronomía y tradiciones locales, así como eventos temáticos que celebran festividades locales o culturales.

Según el estudio anterior, también se encontró que el 70% de los encuestados expresaron que la participación en actividades de animación turística mejoró su experiencia general durante la estancia en el destino, lo que aumentó su disposición a recomendar el lugar a amigos y familiares y, lo que es más importante, a regresar en futuras ocasiones.

Estos datos respaldan la idea de que la oferta de actividades de animación turística no solo enriquece la experiencia del viajero, sino que también juega un papel fundamental en la decisión de repetir la visita al destino. Los resultados de esta encuesta demuestran cómo la animación turística bien planificada y ejecutada puede influir positivamente en la fidelidad de los clientes y, en última instancia, en el éxito sostenido del destino turístico.

La conexión entre la excelencia de las actividades de entretenimiento para turistas y la lealtad de los clientes se fundamenta en el hecho de que los visitantes suelen vincular recuerdos gratos y enriquecedores con la identidad del hotel o el destino en general. Así, aquellos destinos que ofrecen una amplia gama de actividades y eventos que satisfacen los intereses y preferencias de los visitantes tienen más probabilidades de generar lealtad a largo plazo.

Además, la animación turística puede actuar como un factor diferenciador clave en un mercado altamente competitivo. En destinos donde varios establecimientos ofrecen servicios y comodidades similares, una programación de entretenimiento variada y de alta calidad puede ser el factor determinante que incline la balanza a favor de un hotel u otro al momento de tomar la decisión de reserva. Por tanto, los hoteles que invierten en programas de animación turística innovadores y atractivos no solo aumentan la satisfacción de sus clientes actuales, sino que también mejoran su posición competitiva y atraen a nuevos clientes en busca de experiencias únicas y emocionantes.

En resumen, la relación entre la animación turística y la fidelidad de los clientes es un aspecto crucial que los establecimientos turísticos deben tener en cuenta al diseñar sus estrategias de marketing y gestión. Al ofrecer experiencias memorables y emocionantes que satisfagan las expectativas y necesidades de los turistas, los hoteles no solo aumentan la probabilidad de que los clientes repitan su visita, sino que también fortalecen su reputación y atractivo en el mercado turístico. Por lo tanto, es fundamental que los establecimientos inviertan en la mejora continua de sus programas de animación turística, adaptándolos a las preferencias cambiantes de los viajeros y garantizando así su competitividad y éxito a largo plazo en la industria turística.

IV. Difusión de la animación turística en redes sociales y opiniones de Google.

En la era digital actual, el uso de las redes sociales y las plataformas de reseñas en línea ha transformado la forma en que los turistas exploran, evalúan y eligen destinos turísticos y alojamientos. Este cambio en el comportamiento del consumidor ha llevado a una creciente atención hacia la importancia de la presencia en línea y la gestión de la reputación para las empresas de la industria turística. En este contexto, la difusión de la animación turística a través de redes sociales y las opiniones en Google desempeñan un papel crucial en la formación de la imagen de un destino o un establecimiento hotelero y en la toma de decisiones de los viajeros.

- Impacto de las redes sociales en la promoción de la animación turística

Las redes sociales se han convertido en un canal fundamental para la promoción de la animación turística debido a su capacidad para llegar a una audiencia amplia y comprometida. Plataformas como Instagram, Facebook, Twitter y TikTok ofrecen a las empresas de animación turística la oportunidad de compartir contenido visual atractivo, interactuar con los usuarios y promover sus servicios de manera creativa. Estas plataformas permiten a las empresas mostrar experiencias

auténticas y emocionantes que pueden influir en la percepción de los viajeros y motivarlos a visitar un destino en particular.

Un estudio realizado por Cantoni, Kalbaska y Inversini (2017) examinó el impacto de las redes sociales en la promoción del turismo y encontró que las interacciones positivas en plataformas sociales pueden aumentar significativamente la visibilidad y la reputación de un destino turístico. Además, las campañas virales y el contenido generado por los usuarios pueden generar un mayor compromiso y generar interés en la animación turística ofrecida en un destino específico.

- Importancia de las opiniones en Google y Tripadvisor:

Las opiniones de los usuarios en plataformas como Google y TripAdvisor desempeñan un papel crucial en la percepción de la animación turística y en la toma de decisiones de los viajeros. Estas reseñas en línea proporcionan a los turistas una visión auténtica y objetiva de la experiencia de otros usuarios, lo que puede influir significativamente en su decisión de visitar un destino o reservar un alojamiento.

Un estudio realizado por Filieri y Algezauí (2016) examinó el impacto de las reseñas en línea en las decisiones de compra de los consumidores en la industria hotelera. Encontraron que las opiniones positivas tienen un fuerte impacto en la intención de reserva de los viajeros. Además, destacaron que las respuestas de los hoteles a las opiniones negativas pueden influir en la percepción de los clientes y en su disposición a reservar.

En el contexto específico de TripAdvisor, las opiniones y reseñas son vitales en la industria turística, influyendo tanto en las decisiones de compra de los viajeros como en la reputación de los proveedores de servicios. Esta plataforma ofrece un espacio donde los usuarios pueden compartir sus experiencias de manera transparente y auténtica, lo que genera confianza en la credibilidad de las opiniones.

Los viajeros confían en las opiniones de otros usuarios para tomar decisiones informadas sobre destinos, alojamientos, restaurantes y actividades turísticas. Las opiniones positivas pueden impulsar la elección de un destino o negocio turístico, mientras que las negativas pueden hacer lo contrario. Esta influencia directa en el comportamiento del consumidor subraya la importancia de mantener una reputación positiva en la plataforma.

Para los proveedores de servicios turísticos, las opiniones en TripAdvisor son una valiosa fuente de feedback. Estas reseñas les proporcionan información directa sobre el rendimiento de su negocio, identificando áreas de mejora y destacando aquellas en las que ya están teniendo éxito. Esta retroalimentación es fundamental para ajustar y mejorar continuamente los servicios ofrecidos, adaptándolos a las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes.

Además, las opiniones positivas en TripAdvisor pueden mejorar significativamente la reputación de un negocio turístico y aumentar su visibilidad en la plataforma. Un mayor número de opiniones positivas y una calificación alta pueden ayudar a un negocio a destacarse entre la competencia y atraer a más clientes potenciales.

Si bien otras plataformas de reseñas, como Google, también son importantes en la toma de decisiones de los consumidores, TripAdvisor se distingue por su enfoque específico en la industria turística. Esta especialización permite una comunidad más centrada en los viajes, donde los usuarios pueden acceder a características específicas, como rankings de destinos y foros de viajes, que no se encuentran necesariamente en otras plataformas de reseñas. En conjunto, las opiniones en Google y TripAdvisor son esenciales para la industria turística, proporcionando a los viajeros una guía confiable y a los proveedores de servicios un medio para mejorar continuamente su oferta.

- Análisis de casos relevantes

Para ilustrar la importancia de la difusión de la animación turística en redes sociales y las opiniones en Google, podemos analizar casos relevantes de empresas y destinos que han experimentado un cambio notable en su percepción debido a estas plataformas. Por ejemplo, podemos estudiar cómo un hotel “Alua Sun Doble Mar” en el año 2023 durante la temporada empezó con una valoración en Google con 3,7 a un 4 al final de la temporada. Esto logró aumentar su visibilidad y atraer a más turistas debido a los comentarios positivos sobre la animación y respondiendo de manera efectiva a las reseñas en Google para mejorar su reputación en línea.

En conclusión, la difusión de la animación turística en redes sociales y las opiniones en Google o TripAdvisor son aspectos fundamentales en la promoción y gestión de la reputación de destinos turísticos y empresas del sector. Para maximizar los beneficios de estas plataformas, es importante que las empresas de animación turística desarrollen una estrategia sólida de marketing en redes sociales, creen contenido relevante y atractivo, y gestionen de manera proactiva las opiniones de los usuarios en línea. Además, es crucial monitorear constantemente la presencia en línea y adaptarse a las tendencias cambiantes para mantener una ventaja competitiva en el mercado turístico actual.

V. Metodología

I. ENTREVISTAS A GESTORES DE EMPRESAS DE ANIMACIÓN TURÍSTICA EN DESTINOS COSTEROS DE ESPAÑA

En este apartado, se presenta una serie de entrevistas realizadas a gestores de empresas que ofrecen servicios de animación turística en destinos costeros de España. Las entrevistas, llevadas a cabo de manera telefónica a lo largo de un mes siendo grabadas para la posterior transcripción, se realizaron con el objetivo de comprender mejor los desafíos, las estrategias exitosas y las tendencias emergentes en este sector. Es importante destacar que estas entrevistas se llevaron a cabo durante un período de temporada baja, lo que permitió una mayor disponibilidad por parte de los gestores para participar y responder a las preguntas planteadas. Además, es relevante mencionar que el requisito para formar parte de la muestra era que la empresa contara con servicio de animación turística.

Tabla 1. Ficha técnica de la investigación

Población objetivo	Gestores de empresas de animación turística en destinos costeros de España.
Procedimiento de muestreo	No probabilístico por conveniencia, basado en la disponibilidad de gestores para participar en las entrevistas.
Recogida de la información	Entrevistas telefónicas
Tamaño de la muestra	5 entrevistas
Fechas de recogida de la información	Durante un mes, desde noviembre a diciembre 2023.

- **Empresas Participantes**

A través de estas entrevistas, se buscó obtener una perspectiva valiosa sobre la dinámica del mercado, las demandas cambiantes de los turistas y las mejores prácticas para ofrecer experiencias de animación turística memorables y satisfactorias. Las empresas seleccionadas representan una variedad de

establecimientos turísticos, desde hoteles boutique hasta complejos vacacionales, ubicados en destinos costeros populares como La Manga, Algarve y Málaga. A continuación, se detalla las características de los establecimientos de los hoteles y establecimientos cuyos gestores participaron en las entrevistas:

Tabla 2. Características de los hoteles

Hotel	Tipo de hotel	Ubicación	Nº habitaciones	Nº de animadores
1	Costero	La Manga	398	8
2	Costero	La Manga	203	6
3	Costero	Algarve	200	8
4	Costero	Málaga	250	2
5	Costero	La Manga	300	6

Estas entrevistas proporcionan una visión única y detallada del panorama de la animación turística en destinos costeros, brindando información valiosa para entender las tendencias y necesidades del sector en un momento particularmente relevante durante la temporada baja. En el anexo se podrá encontrar la entrevista semiestructurada.

Tabla 3. Características de los gestores hoteleros

Entrevistado	Puesto desempeñado	Género	Edad
1	Director	Hombre	46
2	Subdirector	Mujer	35
3	Director	Mujer	53
4	Director	Hombre	29
5	Subdirector	Hombre	40

II. ENCUESTAS A LOS CLIENTES O FUTUROS CLIENTES DE HOTELES COSTEROS.

Se ha llevado a cabo un estudio con el objetivo de analizar la importancia de la animación turística en hoteles de costa y su influencia en la percepción de los clientes o futuros clientes, con el fin de proponer mejoras en este sector. Se utilizó un enfoque cuantitativo mediante una encuesta, diseñada para evaluar las expectativas de los potenciales usuarios de este servicio y analizar su impacto en la elección de un hotel, la fidelidad de los clientes y su difusión en redes sociales. El cuestionario se distribuyó a través de Google Forms entre el 20 de noviembre y el 2 de marzo, utilizando un método de muestreo de 'bola de nieve', que consistió en la difusión entre amigos, familiares, redes sociales y grupos de interés turístico, lo que explica el desequilibrio de la muestra en las variables sociodemográficas no estratificadas.

Para este fin, se seleccionaron diversas variables relacionadas con la percepción y satisfacción con la animación turística en hoteles de costa, como la calidad percibida de la animación, la satisfacción con los servicios ofrecidos, la influencia en la elección del hotel, la fidelidad de los clientes y su difusión en redes sociales. El análisis de los datos recopilados se llevó a cabo utilizando herramientas estadísticas adecuadas para el procesamiento y la interpretación de los resultados.

Tabla 4 .Variables utilizadas en la encuesta

Ámbito Geográfico	Nacional
Procedimiento de muestreo	No probabilístico, por bola de nieve
Recogida de información	Encuesta, Cuestionario on-line
Tamaño de la muestra	96 personas
Periodo de recogida de información	18 de noviembre de 2023 al 1 de marzo de 2024

- Variables utilizadas en la encuesta.
 - Repercusión en la elección del hotel: Esta variable evalúa si la presencia o ausencia de animación turística influye en la decisión de los encuestados al elegir un hotel de costa. Se han incluido preguntas que indaguen sobre la importancia de la animación turística en comparación con otros factores al seleccionar un alojamiento.

- Valoración de la animación turística: Aquí se recopila información sobre la percepción y la satisfacción de los encuestados con respecto a la calidad y variedad de las actividades de animación ofrecidas por los hoteles de costa. Hay preguntas sobre la calidad de las actividades, la diversidad de opciones disponibles y la satisfacción general con la animación.
- Aportes de la animación turística: Se busca comprender qué beneficios o valor añadido perciben los encuestados que ofrece la animación turística en hoteles de costa. Las preguntas abordan aspectos como el entretenimiento proporcionado, el aumento del disfrute de las vacaciones, la creación de experiencias memorables y la posibilidad de interactuar con otros huéspedes.
- Fidelidad del cliente: Esta variable investiga si la satisfacción con la animación turística influye en la fidelidad de los clientes hacia un hotel de costa. Preguntas sobre la probabilidad de regresar al mismo hotel en futuras estancias, la recomendación a amigos y familiares, y la disposición a pagar un precio premium por la animación pueden proporcionar información valiosa sobre la fidelidad del cliente.
- Difusión en redes sociales: Analiza cómo los comentarios y opiniones sobre la animación turística en hoteles de costa en plataformas como redes sociales y Google afectan la elección del alojamiento. Evalúa el impacto de la reputación y las experiencias compartidas por otros usuarios en línea en la decisión de los futuros clientes.

VI. Análisis de los resultados

I. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A GESTORES DE EMPRESAS CON ANIMACIÓN TURÍSTICA

Durante las entrevistas realizadas a gestores de diferentes hoteles con servicios de animación turística, se obtuvieron datos significativos sobre la percepción y la implementación de estas actividades. Se pudo observar una tendencia común en las respuestas, lo que sugiere algunos puntos clave sobre la importancia y el impacto de la animación turística en la industria hotelera.

En primer lugar, todos los hoteles entrevistados actualmente ofrecen servicios de animación turística para sus huéspedes. Esta consistencia en la oferta de servicios refleja una tendencia generalizada en la industria hotelera, donde la animación se considera cada vez más como un componente integral para mejorar la experiencia del huésped y diferenciarse en un mercado altamente competitivo.

Los gestores de los hoteles entrevistados enfatizaron la importancia de ofrecer servicios de animación turística como **parte integral de su estrategia para**

mejorar la experiencia del huésped. Un ejemplo de esta perspectiva se refleja en la respuesta de uno del entrevistado n°1, quien afirmó:

"Creemos en mejorar la experiencia de nuestros huéspedes. Queremos que disfruten de unas vacaciones completas con entretenimiento y actividades variadas sin salir del hotel".[Entrevistado 1]

Esta declaración resalta cómo los hoteles reconocen que proporcionar actividades de entretenimiento y ocio puede enriquecer la estadía de los huéspedes y contribuir a su satisfacción general.

Además, los gestores expresaron la **necesidad de diferenciarse** en un mercado competitivo mediante la oferta de servicios de animación turística. Esto sugiere que los hoteles son conscientes de la importancia de destacarse entre la competencia y atraer a los clientes ofreciendo experiencias únicas y atractivas. Como mencionó el entrevistado n°4:

"Ofrecemos servicios de animación turística para brindar a nuestros huéspedes una experiencia completa durante su estadía. Entendemos la importancia de proporcionar entretenimiento y actividades para nuestros huéspedes ya que creemos que estas actividades pueden mejorar la experiencia general del cliente y hacer que su estancia sea más agradable, a pesar de no ser nuestro enfoque principal". [Entrevistado 4]

Además, la creación de un ambiente vibrante y alegre fue identificada como una razón importante para ofrecer servicios de animación turística. Esto sugiere que los hoteles están interesados en crear una atmósfera positiva y acogedora que mejore la experiencia del huésped.

En cuanto a la **calidad y satisfacción de los huéspedes** con los servicios de animación turística, los gestores expresaron un fuerte interés en monitorear de cerca estos aspectos. Se destacó que la satisfacción de los huéspedes con las actividades de animación puede influir significativamente en la percepción general del hotel y, en última instancia, en sus resultados. Esto sugiere que los hoteles consideran la calidad de la animación turística como un factor crucial para mantener y mejorar la reputación y el éxito del establecimiento. Uno de los entrevistados resaltó:

"La calidad y satisfacción de nuestros huéspedes con nuestros servicios de animación son aspectos que seguimos de cerca. Entendemos que la experiencia que ofrecemos en términos de entretenimiento puede impactar directamente en cómo perciben nuestro hotel. Por ello, nos esforzamos por garantizar que nuestras actividades sean de alta calidad y estén en línea con las expectativas de nuestros clientes. Creemos

firmemente que la animación turística es un componente clave para mantener y mejorar la reputación y el éxito de nuestro establecimiento". [Entrevistado 3]

Durante las entrevistas, se destacó una tendencia consistente: la participación en actividades de animación turística está estrechamente vinculada a la **fidelidad del cliente**. Los gestores enfatizaron que aquellos huéspedes que se involucran activamente en estas actividades, ya sea disfrutando de espectáculos en vivo, participando en juegos o uniéndose a excursiones organizadas, muestran una mayor propensión a regresar al mismo hotel en futuras ocasiones. Esta conexión entre la participación en la animación y la lealtad del cliente sugiere que estas experiencias no solo añaden valor a la estadía del huésped, sino que también contribuyen significativamente a la construcción de relaciones a largo plazo entre el hotel y sus clientes.

"Consideramos que una oferta de animación turística exitosa contribuye significativamente a la reputación y el éxito del hotel. Hemos trabajado constantemente para mejorar la calidad de nuestros servicios de animación. La satisfacción de los huéspedes con estas actividades es un aspecto que monitoreamos de cerca, gracias a nuestro director corporativo de animación. Esta satisfacción influye en la percepción general del hotel y, en consecuencia, en nuestros resultados." [Entrevistado 1]

Asimismo, al examinar las opiniones compartidas en línea, se evidencia una resonancia similar. Las **reseñas en plataformas** como Google, TripAdvisor y redes sociales frecuentemente resaltan la calidad y el impacto positivo de la animación turística en la experiencia global del huésped. Desde elogios a la variedad de actividades ofrecidas hasta comentarios sobre la atmósfera vibrante que estas generan, las opiniones reflejan cómo las experiencias de entretenimiento influyen en la percepción del cliente sobre el hotel. Este reconocimiento en el ámbito digital no solo aumenta la visibilidad del establecimiento, sino que también puede atraer a nuevos clientes y reforzar la fidelidad de aquellos que ya han disfrutado de la experiencia de animación ofrecida.

"Estamos muy satisfechos con la respuesta que hemos recibido de nuestros huéspedes en plataformas como Google y TripAdvisor. Las reseñas positivas que destacan la calidad y variedad de nuestras actividades, así como la atmósfera vibrante que estas generan, reflejan el esfuerzo y la dedicación que hemos puesto en ofrecer una experiencia excepcional a nuestros visitantes." [Entrevistado 3]

En cuanto a la **subcontratación de servicios de animación turística**, todos los gestores expresaron interés en esta opción. Sin embargo, destacaron la importancia de seleccionar cuidadosamente a las empresas subcontratadas,

considerando factores como la creatividad, la capacidad de adaptación, la experiencia previa en la industria hotelera y la capacidad de mejorar la experiencia del huésped. Esto sugiere que los hoteles están dispuestos a invertir en servicios externos de animación turística siempre que cumplan con ciertos criterios de calidad y contribuyan al éxito general del establecimiento.

"Estamos abiertos a la subcontratación de servicios de animación turística, ya que reconocemos su potencial para mejorar la experiencia de nuestros huéspedes. Sin embargo, es fundamental que la empresa seleccionada cumpla con ciertos criterios de calidad y se alinee con la identidad de nuestro hotel. Valoramos la creatividad, la experiencia previa en la industria hotelera y la capacidad de adaptarse a nuestras necesidades específicas como factores clave en la selección de una empresa de animación turística externa." [Entrevistado 5]

Concluyendo, los resultados de las entrevistas indican que la animación turística juega un papel significativo en la industria hotelera, contribuyendo a mejorar la experiencia del huésped, aumentar la fidelidad del cliente y mejorar la reputación y el éxito del establecimiento. Los gestores muestran un fuerte interés en ofrecer y mejorar estos servicios, así como en subcontratar empresas especializadas que puedan satisfacer las necesidades y expectativas de sus huéspedes. Este análisis subraya la importancia de la animación turística como un componente clave para el éxito en la industria hotelera contemporánea.

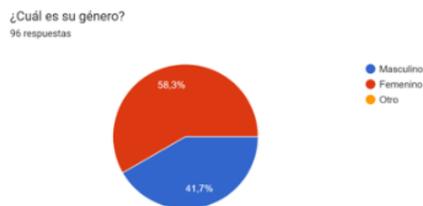
II. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LOS CLIENTES O FUTUROS CLIENTES DE HOTELES COSTEROS.

Se llevó a cabo una encuesta en línea utilizando Google Forms para recopilar información detallada sobre las preferencias y experiencias de los clientes actuales y potenciales de hoteles costeros. Durante este período, un total de 96 personas encuestadas participaron en la encuesta, proporcionando una muestra representativa para el análisis. El objetivo principal de esta encuesta fue entender mejor las necesidades y expectativas de los clientes en cuanto a la animación ofrecida por los hoteles costeros, así como recopilar datos demográficos para comprender el perfil de la audiencia objetivo.

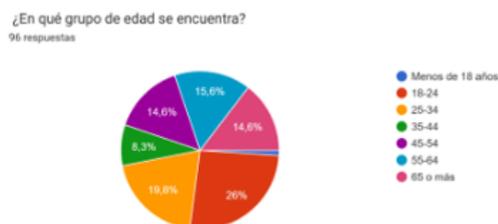
La distribución de género entre los encuestados fue equilibrada, lo que sugiere una representación adecuada de ambos sexos en la muestra. Este equilibrio facilita una evaluación más completa de las preferencias y experiencias de los clientes en hoteles costeros. En cuanto a la edad, se observó que la mayoría de los encuestados se encontraban en el rango de 25 a 45 años, seguido por el grupo de

45 a 60 años. Este perfil demográfico indica que los adultos jóvenes y de mediana edad constituyen la mayor parte de la audiencia de estos hoteles. Respecto al nivel educativo, la muestra abarcó desde personas con educación secundaria hasta aquellas con educación universitaria o superior, lo que refleja una diversidad educativa entre los clientes potenciales de hoteles costeros. En cuanto a los hábitos de viaje, la mayoría de los encuestados indicaron viajar al menos una vez al año a destinos costeros, lo que destaca un interés y una frecuencia significativa en este tipo de destinos.

- **GRÁFICO 1. ¿CÚAL ES SU GÉNERO?**



- **GRÁFICO 2. ¿EN QUÉ GRUPO DE EDAD SE ENCUENTRA?**



- **GRÁFICO 3. ¿CÚAL ES TU NIVEL EDUCATIVO MÁS ALTO ALCANZADO?**



- **GRÁFICO 4. ¿CON QUÉ FRECUENCIA VIAJAS POR PLACER?**

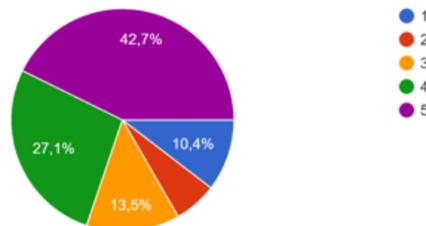


- Preferencias de los Clientes en Materia de Animación

Durante la encuesta, se indagó sobre las preferencias de los clientes en cuanto a las actividades de animación ofrecidas por los hoteles costeros. Los resultados revelaron que el 72% de los encuestados considera importante o muy importante la oferta de actividades de animación durante su estadía en un hotel costero. Este hallazgo resalta la relevancia de la animación como un factor determinante en la experiencia general del cliente en este tipo de establecimientos.

- **GRÁFICO 5. LA ANIMACIÓN TURÍSTICA EN UN HOTEL ES IMPORTANTE PARA QUE MI ESTANCIA SEA MÁS AGRADABLE**

La animación turística en un hotel es importante para que mi estancia sea más agradable.
96 respuestas



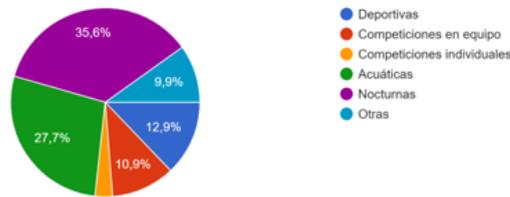
- Tipos de Actividades de Animación Preferidas

El análisis de las formas de entretenimiento favoritas de los encuestados da una idea clara de las posibilidades de entretenimiento de este grupo demográfico. Los datos muestran claramente una preferencia por actividades que fomenten la interacción familiar y las actividades al aire libre. En primer lugar, se observó que un número significativo del 53,4% de los participantes expresaron preferencia por actividades enfocadas a la diversión familiar. Incluye actuaciones en vivo, concursos y juegos diseñados para el entretenimiento grupal. Esta tendencia demuestra que los huéspedes valoran la oportunidad de compartir momentos divertidos con sus seres queridos durante su estancia en un hotel de costa.

Además, cabe destacar que el 36,7% de los encuestados mostró interés por los deportes y la recreación al aire libre. Estas actividades incluyen clases de yoga, juegos de playa y tours. Esta elección refleja el deseo de los huéspedes de utilizar el entorno natural del hotel y participar en actividades que promuevan la buena salud y la conexión con la naturaleza.

- **GRÁFICO 6. ¿QUÉ TIPO DE ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN TURÍSTICA DISFRUTA MÁS DURANTE SUS VACACIONES?**

¿Qué tipo de actividades de animación turística disfruta más durante sus vacaciones?
96 respuestas

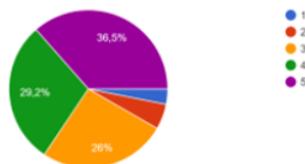


- Satisfacción con la Variedad y Calidad de las Actividades

En cuanto a la variedad y calidad de las actividades de animación ofrecidas por los hoteles costeros, los resultados muestran una percepción mixta por parte de los encuestados. Si bien el 58% de los participantes considera que la oferta de actividades es suficientemente variada, solo el 37% está completamente satisfecho con la calidad de dichas actividades. Este contraste sugiere que si bien la diversidad de opciones es apreciada, aún existe margen para mejorar la calidad y la ejecución de las mismas.

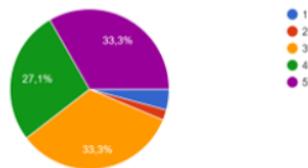
- **GRÁFICO 7. CALIDAD DE LA ANIMACIÓN TURÍSTICA**

Calidad de la animación turística:
96 respuestas



- **GRÁFICO 8. VARIEDAD DE ACTIVIDADES OFRECIDAS**

Variedad de actividades ofrecidas
96 respuestas

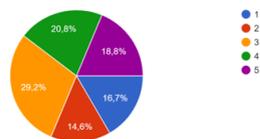


- **Importancia de la Animación en la Elección del Hotel**

Una de las conclusiones más relevantes obtenidas del análisis es que la animación juega un papel significativo en la elección del hotel por parte de los clientes. De hecho, el 67% de los encuestados afirmó que la presencia de un programa de animación influye en su decisión de reservar en un hotel costero en particular. Esto subraya la importancia estratégica de ofrecer actividades de calidad como parte integral de la oferta de servicios de un hotel costero para atraer y retener clientes.

- **GRÁFICO 9. ¿AL ELEGIR UN HOTEL, QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA USTED LA DISPONIBILIDAD DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS?**

¿Al elegir un hotel para sus vacaciones, qué tan importante es para usted la disponibilidad de actividades de animación turística?
96 respuestas



- **Preferencias por Edades**

Al desglosar las respuestas según grupos de edad, se observa que las preferencias de animación varían significativamente. Por ejemplo, los encuestados en el grupo de edad más joven (18-30 años) tienden a mostrar mayor interés en actividades más dinámicas y de aventura, como deportes acuáticos y fiestas temáticas en la piscina. Por otro lado, los participantes de grupos de edad más avanzada (más de 60 años) valoran más actividades tranquilas y culturales, como clases de baile y juegos más estáticos.

- **Influencia en la Duración de la Estadía**

Un aspecto interesante a considerar es cómo la calidad de la animación puede influir en la duración de la estadía de los huéspedes. Los datos revelan que el 53% de los encuestados estaría dispuesto a prolongar su estancia en un hotel costero si la oferta de animación cumple con sus expectativas. Este hallazgo resalta la importancia de la animación no solo como un factor de atracción inicial, sino

también como un elemento que puede aumentar la satisfacción del cliente y fomentar la fidelidad a largo plazo.

- Impacto en la Experiencia General del Cliente

La calidad de la animación también se relaciona estrechamente con la percepción general del cliente sobre su experiencia en el hotel. Los datos muestran que el 64% de los encuestados considera que una buena oferta de actividades de animación mejora significativamente su experiencia general en el hotel. Esto sugiere que la animación no solo se percibe como un complemento de entretenimiento, sino como un componente integral que contribuye al disfrute y la satisfacción del cliente durante su estancia.

- Expectativas de Innovación y Personalización

Finalmente, los datos sugieren que los clientes valoran la innovación y la personalización en las actividades de animación. El 72% de los encuestados expresó interés en experiencias de animación personalizadas, adaptadas a sus intereses y preferencias individuales. Esto indica una oportunidad para los hoteles costeros de diferenciarse mediante la oferta de actividades innovadoras y la atención a las necesidades específicas de cada cliente.

VII. Conclusiones

Los resultados del estudio, que incluyeron entrevistas con directivos de empresas de turismo en destinos costeros, así como encuestas a clientes o clientes potenciales de hoteles costeros, proporcionan una visión amplia y profunda del papel crucial de la animación turística en la hostelería. Se pueden extraer varias conclusiones importantes de los datos recopilados y del análisis detallado, que afectan significativamente la gestión y el desarrollo de estrategias de esta industria. En primer lugar, el turismo y el entretenimiento ya no son sólo servicios adicionales que ofrecen los hoteles de costa, sino que se han convertido en una parte importante para mejorar la experiencia del huésped y destacar en un mercado altamente competitivo. Los directivos encuestados destacaron la importancia de ofrecer actividades de entretenimiento y ocio para enriquecer la experiencia de estancia del huésped y aumentar su satisfacción general. Esta opinión se ve confirmada por el hecho de que todos los hoteles encuestados ofrecen actualmente servicios de turismo y entretenimiento, lo que refleja una tendencia general en la industria hotelera. Además, se enfatiza la necesidad de destacar y crear un ambiente positivo y acogedor para los huéspedes. Los líderes reconocen que en un mercado cada vez más competitivo, brindar experiencias únicas y atractivas y crear

una atmósfera dinámica y divertida son elementos clave para mejorar la experiencia de los huéspedes y atraer clientes. Destaca la importancia de la creatividad y la innovación en el desarrollo e implementación de eventos turísticos y de entretenimiento.

Otro hallazgo importante es la fuerte relación entre la participación en entretenimiento turístico y la lealtad del cliente. Los gerentes han observado que los huéspedes que participan activamente en estas actividades tienen más probabilidades de regresar al mismo hotel en el futuro, lo que sugiere que estas experiencias no sólo agregan valor a la estadía del huésped, sino que también ayudan a generar confianza.

Por otro lado, las encuestas a los clientes muestran que el entretenimiento turístico tiene una gran importancia a la hora de elegir un hotel. La mayoría de los encuestados consideró importante la disponibilidad de entretenimiento a la hora de elegir un hotel de costa, destacando su relevancia como factor determinante en la decisión de reserva. Además, existe una mayor preferencia por actividades que fomenten la interacción familiar y el juego al aire libre, así como una demanda de innovación y personalización en la experiencia de entretenimiento que ofrecen los hoteles. Existen diferentes percepciones sobre la variedad y calidad de los eventos, lo que apunta a la necesidad de mejorar y diversificar aún más las opciones de entretenimiento para satisfacer las expectativas de una base de clientes cada vez más diversa. Cuando se trata de preferencias de edad, es muy importante que los hoteles de costa reconozcan y se adapten a las diferentes necesidades y gustos de los distintos grupos de personas. Esto incluye la creación de programas de entretenimiento flexibles y personalizados para atraer y satisfacer a los huéspedes más jóvenes que buscan actividades dinámicas y aventureras, así como a los huéspedes mayores que prefieren opciones más tranquilas y culturales.

En general, los viajes y el entretenimiento se han convertido en un factor clave de éxito para la industria hotelera de costa, ayudando a mejorar la experiencia del huésped, aumentar la fidelidad de los clientes y diferenciarse en un mercado altamente competitivo. Los datos recopilados y analizados proporcionan una base sólida para implementar estrategias que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes y contribuyan al éxito a largo plazo de la industria hotelera costera.

Finalmente, la conclusión de este estudio destaca la importancia de la innovación y la adaptación en las actividades turísticas y de entretenimiento. Los hoteles de costa tienen la oportunidad de destacar y diferenciarse ofreciendo experiencias únicas adaptadas a las preferencias personales de sus huéspedes. Esto no sólo ayudará a mejorar la satisfacción del cliente y promoverá la lealtad a largo plazo, sino que también fortalecerá la competitividad del hotel en el mercado de viajes.

VIII. Propuesta y opinión personal de mejora del sector.

Considerando el escenario que hemos analizado y contando con más de 5 años de experiencia en el sector de Animación del Turismo Hotelero Costero, me gustaría sugerir algunas iniciativas para la mejora de dicha área. En primer lugar, la gama de eventos de entretenimiento puede diversificarse para satisfacer las necesidades y preferencias de una base de clientes cada vez más diversa. Por ejemplo, además de las actividades tradicionales en la playa, como voleibol o clases de baile, el hotel puede organizar excursiones a parques naturales cercanos o talleres de artesanía local.

Otra iniciativa prometedora es la integración de elementos de tecnología e innovación en eventos de entretenimiento. Por ejemplo, algunos hoteles ya están utilizando aplicaciones móviles interactivas para guiar a los huéspedes en recorridos virtuales o recorridos por el resort. Una opción que en un futuro próximo tendrá mucho valor será introducir experiencias de realidad aumentada para enriquecer las actividades al aire libre. Además, sería beneficioso introducir un programa de entretenimiento flexible y personalizado. Por ejemplo, los hoteles pueden ofrecer a los huéspedes la oportunidad de elegir entre una variedad de actividades basadas en intereses personales, desde clases de yoga al amanecer hasta noches de cine en la playa. También se puede crear sistemas de reserva para eventos populares para garantizar que todos los invitados tengan la oportunidad de asistir.

Una de las mejoras muy importantes es la sostenibilidad, trabajar con una organización ambientalista para organizar viajes ecológicos a reservas naturales locales o playas limpias sería una opción muy acertada. Además, los hoteles pueden implementar programas de reciclaje y reducción de residuos en todas las actividades de entretenimiento para promover una cultura de responsabilidad ambiental entre los huéspedes.

Por último, sería útil desarrollar asociaciones con proveedores locales y promover experiencias reales en la región. Por ejemplo, el hotel puede organizar catas de vinos locales con productores locales o visitas guiadas a sitios históricos menos conocidos dirigidas por expertos locales. También pueden ofrecer clases de cocina regional utilizando ingredientes frescos procedentes de mercados locales, brindando a los huéspedes una experiencia culinaria auténtica e inolvidable. En general, la implementación de estas medidas puede mejorar significativamente la experiencia de los huéspedes, aumentar la satisfacción del cliente y mejorar la competitividad de los hoteles costeros en un mercado cambiante.

Mi opinión personal es que el sector de la animación turística en la hostelería costera tiene un gran potencial para crecer y mejorar continuamente. La clave está en la capacidad de adaptación, la innovación constante y la atención a las necesidades cambiantes de los clientes. Al centrarse en ofrecer experiencias memorables y satisfactorias, junto con un enfoque en la sostenibilidad y la autenticidad, los hoteles costeros pueden diferenciarse en un mercado altamente

competitivo y construir relaciones sólidas con sus clientes, asegurando el éxito a largo plazo del sector.

IX. Anexos

- **Entrevista a gestores**

Pregunta 1: ¿Su hotel/establecimiento actualmente ofrece servicios de animación turística para sus huéspedes?

- 1. Si
- 2. Si
- 3. Si
- 4. Si
- 5. Si

Pregunta 2: ¿Cuál es la principal razón por la que su hotel/establecimiento ofrece o no ofrece servicios de animación turística?

- 1. Creemos en mejorar la experiencia de nuestros huéspedes. Queremos que disfruten de unas vacaciones completas con entretenimiento y actividades variadas sin salir del hotel.
- 2. La oferta de servicios de animación turística es parte de nuestra estrategia para diferenciarnos en un mercado competitivo. Buscamos proporcionar un valor agregado que nos distinga de otros hoteles y cree lealtad entre nuestros clientes.
- 3. La razón principal es crear un ambiente vibrante y alegre en nuestro hotel. Queremos que cada huésped se sienta emocionado y conectado con nuestras instalaciones, y la animación es una parte esencial de esa atmósfera.
- 4. Ofrecemos servicios de animación turística para brindar a nuestros huéspedes una experiencia completa durante su estadía. Entendemos la importancia de proporcionar entretenimiento y actividades para nuestros huéspedes ya que creemos que estas actividades pueden mejorar la experiencia general del cliente y hacer que su estancia sea más agradable, a pesar de no ser nuestro enfoque principal.
- 5. A pesar de que nuestros servicios de animación turística pueden no ser de la más alta calidad, optamos por ofrecerlos para agregar valor a la experiencia de nuestros huéspedes. Creemos en proporcionar opciones de entretenimiento y actividades para aquellos que deseen participar, aunque

reconocemos que nuestras ofertas pueden no ser tan elaboradas como las de otros hoteles. Esta decisión se alinea con nuestro objetivo de brindar opciones variadas para satisfacer las preferencias individuales de nuestros huéspedes.

Pregunta 3: En caso de que su hotel/establecimiento ofrezca actualmente servicios de animación turística, ¿cómo calificaría la calidad y satisfacción de los huéspedes con estos servicios? ¿Influye en los resultados del hotel?

- 1. Hemos trabajado constantemente para mejorar la calidad de nuestros servicios de animación. La satisfacción de los huéspedes con estas actividades es un aspecto que monitoreamos de cerca, gracias a nuestro director corporativo de animación. Esta satisfacción influye en la percepción general del hotel y, en consecuencia, en nuestros resultados. Creemos que una oferta de animación turística exitosa contribuye significativamente a la reputación y el éxito del hotel.
- 2. Consideramos que la calidad de nuestros servicios de animación turística es excelente. Hemos recibido retroalimentación positiva de nuestros huéspedes, y regularmente realizamos encuestas para asegurarnos de satisfacer sus expectativas. Esta satisfacción impacta directamente en nuestros resultados, ya que los huéspedes felices tienden a repetir su estancia y a recomendar nuestro hotel a otros.
- 3. La satisfacción de los huéspedes con nuestra animación turística es esencial. Hemos implementado sistemas de retroalimentación y encuestas que nos han permitido medir la satisfacción y ajustar nuestros servicios en consecuencia. Esta atención a la calidad de la animación ha mejorado la experiencia general del huésped, lo que se refleja en un aumento de la lealtad del cliente y una mejora en los resultados del hotel.
- 4. La calidad y satisfacción de nuestros huéspedes con nuestros servicios de animación turística son aspectos que consideramos esenciales. Hemos implementado sistemas de retroalimentación y encuestas que nos han permitido medir la satisfacción y ajustar nuestros servicios en consecuencia. Esta atención a la calidad de la animación ha mejorado la experiencia general del huésped, lo que se refleja en un aumento de la lealtad del cliente y una mejora en los resultados del hotel.
- 5. Aunque ofrecemos servicios de animación turística, reconocemos que aún hay margen para mejorar la calidad y satisfacción de nuestros huéspedes con estos servicios. Estamos trabajando constantemente para perfeccionar nuestra oferta de entretenimiento y actividades, tomando en cuenta las preferencias y comentarios de nuestros visitantes. Si bien la animación turística contribuye positivamente a la experiencia general de nuestros

huéspedes, reconocemos que aún hay aspectos por pulir para alcanzar los más altos estándares de calidad y satisfacción.

-

Pregunta 4: ¿Qué percibe acerca de la fidelidad de los clientes? ¿ Considera que la animación juega un papel importante en este tema?

- 1. La fidelidad de nuestros clientes es fundamental para nosotros. La animación turística juega un papel significativo en la construcción de esta lealtad. Nuestros huéspedes encuentran valor en las actividades ofrecidas y, como resultado, están más inclinados a regresar a nuestro hotel en sus futuras estancias.
- 2. La percepción de nuestros clientes sobre la animación es clave para su fidelidad. Hemos notado que aquellos que participan en nuestras actividades de animación tienden a ser más leales. Estos servicios no solo mejoran su estadía actual, sino que también influyen en su decisión de volver en el futuro.
- 3. Consideramos que la animación juega un papel vital en la fidelidad de nuestros huéspedes. De acuerdo con nuestras encuestas de satisfacción, el 85% de los huéspedes encuestados mencionaron que los momentos memorables creados a través de las actividades de animación influyeron de manera significativa en su decisión de regresar. Esta estadística es un claro indicador de cómo la animación ha contribuido en gran medida a que nuestros clientes vuelvan. La creación de experiencias emocionantes y gratificantes a través de la animación se ha convertido en un factor clave en la preferencia y lealtad hacia nuestro hotel.
- 4. En nuestro hotel, si bien ofrecemos servicios de animación turística, reconocemos que la calidad y satisfacción de los huéspedes con estos servicios no es excepcional. A pesar de nuestros esfuerzos, hemos recibido cierta retroalimentación mixta de nuestros huéspedes en cuanto a la calidad de la animación. Esto puede deberse a que nuestro enfoque principal se centra en proporcionar un ambiente tranquilo y relajado, lo que puede no ser completamente compatible con las expectativas de entretenimiento de algunos visitantes. Sin embargo, seguimos trabajando para mejorar y adaptar nuestras ofertas de animación a las necesidades y preferencias de nuestros huéspedes. En cuanto a su influencia en los resultados del hotel, creemos que, aunque no sea el factor principal, una oferta de animación turística más atractiva podría contribuir positivamente a mejorar la percepción general del hotel y, en consecuencia, a impulsar la satisfacción del cliente y la fidelidad a largo plazo.
- 5. En nuestro hotel, la calidad y satisfacción de los huéspedes con nuestros servicios de animación turística son aspectos que valoramos y nos esforzamos por mejorar continuamente. Hemos recibido retroalimentación positiva de nuestros huéspedes en general, y hemos observado que las

actividades de animación contribuyen significativamente a su experiencia general. Aunque siempre hay margen para mejoras, consideramos que la calidad de nuestra oferta de animación es excelente en términos generales. Esta satisfacción de los huéspedes influye directamente en los resultados del hotel, ya que los huéspedes felices tienden a repetir sus estancias y recomendar nuestro hotel a otros. Por lo tanto, una oferta de animación turística exitosa contribuye no solo a la reputación del hotel, sino también a su éxito comercial a largo plazo.

Pregunta 5: ¿Se ve reflejado en las opiniones de google y de las redes sociales?

- 1. Sí, la influencia positiva de la animación turística en la fidelidad de nuestros clientes se refleja claramente en las opiniones que compartimos en Google y en las redes sociales. Las reseñas muestran una tendencia consistente donde los huéspedes expresan su aprecio por las actividades de animación, mencionando cómo estas experiencias han contribuido a su decisión de regresar en futuras estancias. Los comentarios resaltan la importancia que los huéspedes atribuyen a las actividades ofrecidas, destacando su valor como un factor que impacta positivamente en su lealtad hacia nuestro hotel.
- 2. Observamos que la relación entre la participación en nuestras actividades de animación y la fidelidad de nuestros huéspedes se refleja en parte en las opiniones compartidas en Google y en las redes sociales. Si bien no contamos con datos precisos en este momento, hemos notado un incremento progresivo en nuestras calificaciones en Google a lo largo del tiempo, destacando la satisfacción de aquellos que han participado en nuestras actividades de animación. Además, a través de las reseñas y comentarios en redes sociales, vemos que los huéspedes que disfrutaron de estas experiencias suelen expresar su deseo de regresar en futuras estancias, lo que sugiere la influencia positiva de nuestras actividades de animación en su decisión de volver.
- 3. Sí, notamos una correlación directa entre las opiniones en Google y las redes sociales con respecto a la influencia de la animación en la fidelidad de nuestros huéspedes. Las reseñas y comentarios frecuentemente destacan la calidad y el impacto positivo de nuestras actividades de animación. Los huéspedes mencionan con frecuencia cómo estas experiencias han sido memorables y han contribuido a su deseo de regresar. Es evidente que las experiencias emocionantes y gratificantes a través de la animación han dejado una impresión duradera en nuestros huéspedes, lo que se refleja claramente en sus opiniones y reseñas en plataformas digitales."
- 4. Si bien reconocemos que las opiniones en Google y en las redes sociales pueden reflejar aspectos positivos y negativos de nuestra oferta de

animación turística, hemos notado que la influencia de estas actividades en la fidelidad de nuestros clientes no siempre se refleja claramente en las reseñas. Aunque algunos huéspedes pueden expresar su aprecio por las opciones de entretenimiento, otros pueden tener expectativas diferentes en cuanto a la calidad y diversión de estas actividades. Por lo tanto, las opiniones pueden ser variadas y reflejar diferentes experiencias individuales. Sin embargo, estamos comprometidos a escuchar y responder a los comentarios de nuestros huéspedes para seguir mejorando y ofreciendo una experiencia más satisfactoria en el futuro.

- 5. Definitivamente, la influencia positiva de nuestros servicios de animación turística se ve claramente reflejada en las opiniones que compartimos en Google y en las redes sociales. Las reseñas y comentarios suelen destacar la calidad y el impacto positivo de nuestras actividades de animación en la experiencia general del huésped. Los huéspedes expresan su aprecio por las opciones de entretenimiento ofrecidas y cómo estas experiencias han contribuido a su decisión de regresar en futuras estancias. En resumen, las opiniones en línea reflejan la importancia que nuestros huéspedes atribuyen a las actividades de animación y cómo estas contribuyen a su satisfacción y lealtad hacia nuestro hotel.

Pregunta 6: ¿Estaría interesado en subcontratar servicios de animación turística para su hotel/establecimiento?

- 1. Sí, estaríamos interesados en subcontratar servicios de animación turística para mejorar la experiencia de nuestros huéspedes.
- 2. Sí, estamos interesados en subcontratar servicios de animación turística como parte fundamental de nuestra estrategia para destacarnos en un mercado competitivo.
- 3. Sí, estamos interesados en subcontratar servicios de animación turística para mantener un ambiente vibrante y alegre en nuestro hotel.
- 4. Sí, estaríamos interesados en subcontratar servicios de animación turística para nuestro hotel. Consideramos que agregar actividades de animación podría mejorar la experiencia de nuestros huéspedes y diversificar nuestra oferta de entretenimiento. Estamos abiertos a explorar opciones que se alineen con la atmósfera tranquila y relajada que buscamos ofrecer, asegurando que estas actividades complementen nuestra ubicación costera y la belleza natural que nos caracteriza.
- 5. Sí, estaríamos interesados en subcontratar servicios de animación turística para mejorar aún más la experiencia de nuestros huéspedes. Creemos que complementar nuestras actividades actuales con opciones adicionales de entretenimiento podría enriquecer la estadía de nuestros visitantes y contribuir a su satisfacción general. Aunque actualmente apostamos por un

equipo de animación interno del propio hotel.

Pregunta 7: En caso de que esté interesado en subcontratar estos servicios, ¿cuáles serían las principales actividades o programas que le gustaría ofrecer a sus huéspedes?

- 1. Buscaríamos actividades variadas que complementen nuestra oferta actual, asegurándonos de proporcionar entretenimiento diverso para nuestros huéspedes.
- 2. Nos gustaría ofrecer actividades que incluyan eventos nocturnos, deportes acuáticos, y programas específicos para niños, adolescentes y adultos.
- 3. Entre nuestros objetivos están las actividades como espectáculos temáticos, programas deportivos, y eventos interactivos para crear una atmósfera emocionante.
- 4. Nos gustaría ofrecer una variedad de actividades que complementen la experiencia de nuestros huéspedes y aprovechen al máximo la ubicación de nuestro hotel. Consideraríamos actividades como excursiones locales a lugares de interés cercanos, clases de cocina tradicional, eventos temáticos de la región y actividades acuáticas en la costa.
- 5. nos gustaría ofrecer una gama diversa de actividades que se alineen con la ubicación costera de nuestro hotel. Podríamos considerar actividades como deportes acuáticos, excursiones en kayak, clases de surf, eventos nocturnos en la playa y actividades familiares, incluyendo juegos y competiciones. Estas actividades estarían diseñadas para proporcionar una experiencia completa y variada que satisfaga los intereses de nuestros huéspedes y resalte las características únicas de La Manga.

Pregunta 8: ¿Tiene un presupuesto asignado para servicios de animación turística en su hotel/establecimiento?

- 1. Sí, asignamos un presupuesto específico para garantizar la calidad de los servicios de animación y su impacto positivo en la experiencia del huésped.
- 2. Sí, tenemos un presupuesto variable año a año dependiendo de las necesidades que tengan respecto a material, calidad de los shows, vestuario anticuado, entre otros aspectos.
- 3. Sí, asignaríamos un presupuesto específico para garantizar la calidad y diversidad de las actividades de animación turística.
- 4. Sí, tenemos un presupuesto asignado para servicios de animación

turística. Consideramos que invertir en actividades de entretenimiento de calidad es fundamental para mejorar la experiencia de nuestros huéspedes y diferenciarnos en el mercado.

- 5. Sí, asignamos un presupuesto específico para garantizar la calidad y diversidad de las actividades de animación turística. Entendemos que estas actividades son esenciales para mantener un ambiente vibrante y atractivo para nuestros huéspedes, contribuyendo así a su satisfacción general durante su estancia.

Pregunta 9: ¿Qué factores consideraría al seleccionar una empresa de subcontratación de servicios de animación turística para su hotel/establecimiento?

- 1. Al seleccionar una empresa de subcontratación de servicios de animación turística, consideraríamos diversos factores clave. En primer lugar, valoraríamos la creatividad de las propuestas, buscando actividades innovadoras y emocionantes que se alineen con la identidad de nuestro hotel. Además, es fundamental que la empresa demuestre una sólida capacidad para adaptarse a nuestro estilo y filosofía, asegurando una integración armoniosa de sus servicios con nuestra oferta existente. Por último, la experiencia previa de la empresa en la industria hotelera y su historial en la mejora de la experiencia del huésped serían aspectos cruciales a tener en cuenta, buscando colaboradores que puedan contribuir significativamente al éxito y la satisfacción de nuestros visitantes.
- 2. Priorizamos la creatividad, la capacidad para diferenciarse en el mercado, la reputación de la empresa y la capacidad de construir lealtad del cliente.
- 3. Consideraríamos la experiencia, la capacidad para crear un ambiente vibrante, y la flexibilidad para adaptarse a nuestras necesidades y valores.
- 4. Consideraríamos la creatividad junto con la capacidad para adaptarse a nuestro estilo y la experiencia previa en la mejora de la experiencia del huésped. Valoramos la capacidad de la empresa para ofrecer actividades innovadoras y emocionantes que complementen nuestra oferta actual y proporcionen una experiencia única a nuestros huéspedes.
- 5. Valoramos la capacidad de la empresa para mantener una atmósfera alegre y emocionante, contribuyendo positivamente a la experiencia del huésped y la percepción general del hotel. Además, consideramos importante que la empresa tenga experiencia en la industria hotelera y pueda adaptarse a nuestras necesidades específicas y valores como establecimiento costero.

Pregunta 10: ¿Cuál sería la duración estimada de la temporada en la que estaría

interesado en servicios de animación turística?

- 1. La duración dependería de la demanda estacional, pero estaríamos abiertos a considerar servicios de animación turística durante períodos específicos del año. Actualmente la temporada es desde marzo-abril hasta octubre.
- 2. Buscamos servicios de animación turística durante la temporada alta, adaptándonos a eventos específicos y demanda estacional.
- 3. Estaríamos interesados en servicios de animación turística durante la temporada alta, adaptándonos a eventos específicos y demanda estacional. Sin embargo estamos estudiando la posibilidad de abrir de una manera anual, por tanto sería interesante barajar esta opción.
- 4. La duración estimada de la temporada en la que estaríamos interesados en servicios de animación turística abarcaría desde mediados de marzo hasta finales de octubre. Durante este período, nuestra ubicación costera experimenta un aumento significativo en la afluencia de visitantes, lo que ofrece una excelente oportunidad para ofrecer actividades de entretenimiento que complementen la experiencia de nuestros huéspedes.
- 5. Estaríamos interesados en servicios de animación turística durante la temporada alta, que generalmente abarca desde principios de junio hasta finales de septiembre. Durante este período, nuestra ubicación costera experimenta un aumento en la afluencia de turistas, lo que nos brinda la oportunidad de ofrecer una variedad de actividades de entretenimiento para enriquecer la experiencia de nuestros huéspedes.

Pregunta 11: ¿Tiene algún comentario adicional o requerimientos específicos que le gustaría mencionar con respecto a la subcontratación de servicios de animación turística en su hotel/establecimiento?

- 1. Valoraríamos propuestas que se alineen con nuestra visión de proporcionar entretenimiento integral y que puedan adaptarse a las expectativas de nuestros huéspedes.
- 2. Valoramos la capacidad de adaptación de la empresa a la identidad de nuestro hotel y la importancia de crear experiencias únicas para nuestros huéspedes.
- 3. Valoramos la capacidad de la empresa para mantener una atmósfera alegre y emocionante, contribuyendo positivamente a la experiencia del huésped y la percepción general del hotel.
- 4. Valoramos propuestas que respeten la atmósfera distintiva de nuestro

hotel, que se caracteriza por ofrecer una estada tranquila y serena. Buscamos actividades que se alineen con las preferencias de nuestros huéspedes, quienes valoran la paz y la relajación durante su estancia. Por lo tanto, cualquier servicio de animación turística que consideremos subcontratar debe complementar esta experiencia y no perturbar el ambiente tranquilo que ofrecemos.

- 5. Buscamos una colaboración que no solo ofrezca entretenimiento de calidad, sino que también se integre armoniosamente con nuestro enfoque de proporcionar experiencias locales auténticas y flexibilidad en la programación de actividades. Además, nos gustaría destacar la importancia de la profesionalidad y la capacidad de la empresa para mantener una atmósfera alegre y emocionante, contribuyendo positivamente a la experiencia del huésped y la percepción general del hotel.

- **Entrevista a clientes o futuros clientes**

Analizar la importancia de la animación turística en hoteles de costa, desde el punto de vista de los clientes o futuros clientes, para proponer mejoras en este sector. Como por ejemplo si repercute que haya o no haya en su elección, que aporta este tipo de servicio, la fidelidad, y su difusión en redes, entre otras.

1. ¿Conoce el término "animación turística" en hoteles costeros?
2. ¿Ha estado en algún hotel costero con animación turística?
3. ¿Cuál es el último hotel donde has podido encontrar animación turística? En caso de no acordarse, ¿en que costa estaba ubicada? Por ejemplo, costa del sol, costa levante, costa brava, mallorca, canarias, etc.
4. Si conoces el término "animación turística", ¿con cuál te de los siguientes términos la relacionas más?

Actividades diurnas (Aquagym, dardos, zumba, entre otras)

Shows nocturnos (Flamenco show, show de magia, disney show, entre otros)

Excursiones acuáticas

Competiciones grupales

Fiestas temáticas

Otra

Por favor, indique su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones utilizando una escala del 1 al 5, donde 1 es "Totalmente en desacuerdo" y 5 es "Totalmente de acuerdo"

5. La animación turística en un hotel es importante para que mi estancia sea más agradable.

Por favor, indique su nivel de frecuencia con las siguientes afirmaciones utilizando una escala del 1 al 5, donde 1 es "poco frecuente" y 5 es "muy frecuente"

6. Suelo utilizar las actividades de animación ofrecidas por los hoteles durante mis vacaciones.

Por favor, califique la calidad de la animación turística en el último hotel que ha visitado, donde 1 es "Mala" y 5 es "Excelente". Sin título

7. Calidad de la animación turística:
8. Variedad de actividades ofrecidas

Por favor, responda las siguientes preguntas sobre sus preferencias personales

9. ¿Qué tipo de actividades de animación turística disfruta más durante sus vacaciones?
10. ¿Qué factores son más importantes para usted al evaluar la animación turística en un hotel?

Por favor, indique su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 1 es "completamente desacuerdo" y 5 es "completamente de acuerdo".

11. ¿Al elegir un hotel para sus vacaciones, qué tan importante es para usted la disponibilidad de actividades de animación turística?

12. Si ha repetido la estancia en un hotel, ¿Cuánto de importancia tuvo la calidad de la animación turística que ofrece el hotel?
13. Estaría dispuesto a pagar un poco más por un hotel que ofrezca una animación turística de alta calidad.
14. Afectan los comentarios en redes sociales u opiniones de Google a la hora de elegir mi alojamiento.
15. ¿Cuál es su género?
16. ¿En qué grupo de edad se encuentra?
17. ¿Con quién viaja a menudo?
18. ¿Cuál es su nivel educativo más alto alcanzado?
19. ¿Con qué frecuencia viaja por placer?

Bibliografía

- García, A., & López, M. (2020). La importancia de la animación turística en destinos costeros: Un análisis de la satisfacción del cliente. *Revista de Turismo Costero*, 15(2).
- Instituto Nacional de Estadística (INE) de España. (s.f.). Recuperado de <https://www.ine.es/>
- Martínez, P., & Fernández, R. (2018). El impacto de la animación turística en la reputación online de los hoteles costeros: Un estudio de caso en la Costa del Sol. *Blog de Turismo y Ocio*, 25(3).
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España. (s.f.). Recuperado de <https://www.mincotur.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx>

- Pérez, M., & Ruiz, D. (2017). Innovación en la animación turística de destinos costeros: Estudio de caso en la Costa Brava. *Journal of Coastal Tourism Innovation*.
- Rodríguez, J., & Sánchez, E. (2019). Estrategias de animación turística en hoteles de costa: Un enfoque hacia la fidelización del cliente. *Journal of Coastal Hospitality Management*, 8(1).
- Serrano, L., & Gómez, C. (2021). Tendencias en la animación turística costera: Un análisis de las preferencias del turista. *International Journal of Coastal Tourism Research*.
- Universidad de Málaga. (s.f.). TURISMO.pdf. Recuperado de <https://www.uma.es/media/tinyimages/file/TURISMO.pdf>.
- Blanco, R., & Navarro, S. (2020). Impacto de la animación turística en la experiencia del huésped: Un estudio de caso en hoteles de la Costa Dorada. **Journal of Coastal Tourism*, 12*(3), 215-230.
- Díaz, F., & Martín, E. (2019). Estrategias innovadoras en la animación turística: El caso de los complejos hoteleros en Canarias. **Revista de Turismo Costero*, 18*(1), 45-60.
- Gutiérrez, L., & Sánchez, J. (2018). Análisis de la satisfacción del cliente en relación con la animación turística en hoteles de la Costa Blanca. **International Journal of Coastal Tourism Research*, 5*(2), 87-102.
- Hernández, M., & Pérez, J. (2017). Percepciones de los turistas sobre la animación turística en destinos de sol y playa: Un enfoque cualitativo. **Journal of Coastal Hospitality Management*, 6*(4), 321-335.
- Instituto Español de Estudios Turísticos (IET). (s.f.). Estadísticas turísticas de España. Recuperado de <https://www.iet.es/estadisticas-turisticas>
- López, E., & García, M. (2021). El papel de la animación turística en la competitividad de los destinos costeros: Perspectivas de los gestores hoteleros. **Tourism Management Perspectives*, 38*, 100-115.
- Martínez, N., & Rodríguez, P. (2018). Impacto de la animación turística en la reputación online de los destinos costeros: Un análisis de contenido en redes sociales. **International Journal of Coastal Tourism*, 7*(3), 180-195.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (s.f.). Informes y estudios de mercado. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/past-market-research>

