

ACTIVIDADES RECREATIVAS DEL HOTEL PARADISUS RÍO DE ORO RESORT & SPA, SEGMENT DE FIRST CHOICE, DE GRAN BRETAÑA

RECREATIONAL ACTIVITIES OF THE HOTEL PARADISUS RIO DE ORO RESORT & SPA, SEGMENT DE FIRST CHOICE, OF GREAT BRITAIN

Autores: MSc. Anaís Laffita- Riverón

MSc. Irma Lerma- Gómez

Ing. Madelín Hidalgo- Díaz

Ing. Yaitma Cedeño- Hernández

Universidad de Holguín. Facultad de Informática- Matemática

País. Cuba

RESUMEN

La necesidad del incremento de la calidad del servicio de recreación y la satisfacción de los clientes, del Hotel Paradisus Río de Oro Resort & SPA para el segmento de First Choice de Gran Bretaña quienes ocupan el mayor peso en estancias en el Hotel actualmente. El objetivo de la investigación estuvo dirigido a diseñar estrategias que conduzcan a oportunidades de mejora en el servicio de la recreación a la instalación turística antes referida que potenciarán la efectividad del servicio para lograr niveles superiores de satisfacción de los clientes. En el desarrollo de la investigación se utilizaron métodos teóricos como el análisis y la

síntesis, teórico-histórico, sistémico, hipotético-deductivo; y en los empíricos la observación participante. Los principales resultados fueron la elaboración de estrategias para la mejora en el servicio de recreación del hotel a partir de la detección de las oportunidades de mejora detectadas.

Palabras clave. Recreación, actividades turísticas, servicio, oportunidades de mejora, hotel

ABSTRACT

The need to increase the quality of the recreational service and the satisfaction of the clients, of the Hotel Paradisus Rio de Oro Resort & SPA for the First Choice

segment of Great Britain who currently occupy the greatest weight in hotel stays. The objective of the research was aimed at designing strategies that lead to opportunities for improvement in the service of recreation to the aforementioned tourist facility that will enhance the effectiveness of the service to achieve higher levels of customer satisfaction. In the development of the research, theoretical methods were used, such as analysis and synthesis, theoretical-historical, systemic, hypothetical-deductive; and in the empirical participant observation. The main results were the development of strategies for the improvement of the hotel recreation service based on the detection of the improvement opportunities detected.

Key words. Recreation, tourist activities, service, improvement opportunities, hotel

INTRODUCCIÓN

Un concepto abordado por diferentes autores desde el mundo antiguo es el de la recreación. Tema que es objeto de análisis para la humanidad, pues es una actividad, o conjunto de actividades, que contribuye a la reducción de la fatiga en los seres humanos.

La recreación se puede considerar, de forma general, como un conjunto de actividades que de modo voluntario y no utilitario realiza la persona en su tiempo libre, con el objetivo de divertirse, entretenerse y desarrollarse a sí mismo, lo cual le permite mantener un equilibrio de sus dimensiones físicas, mentales, emocionales, sociales y espirituales, contribuyendo todo esto a elevar su calidad de vida.

Dentro del propio concepto de recreación se pueden encontrar muchas clasificaciones, de acuerdo a los tipos de actividades que se pueden realizar; para ello han surgido un sinnúmero de instituciones que las gestionan y las ofrecen de las formas más diversas, explotan las diferentes atracciones que tengan a su alcance y los medios para ofrecerla.

Entre estas instituciones se encuentran las entidades hoteleras obligadas cada día más a contar con un diverso programa de actividades para satisfacer las demandas de sus clientes. Así, también resalta la gran relación funcional que existe entre el turismo y la recreación, pues este concepto es un soporte indispensable para la gestión de la actividad turística; no obstante, la diferencia entre ellos es que la actividad

turística es un fenómeno social del cual se puede prescindir, mientras que la recreación es una manifestación natural del ser, por lo tanto la persona no puede prescindir de ella sin que se afecte su equilibrio. Por ende, el turismo es prescindible, mientras que la recreación no.

Actualmente el programa de recreación en los hoteles cobra más importancia, pues el modelo viejo de los años cincuenta de sol y playa, se agota debido a diversos factores entre los que se pueden relacionar la contaminación ambiental del mar y la playa, la degradación del entorno natural y cultural de muchos sitios visitados, el temor de contraer cáncer cutáneo por exposición prolongada al sol, el interés creciente del público por la ecología, entre otros.

Por lo tanto, el nuevo turista que surge busca actividades y experiencias de acuerdo con sus gustos, como contacto con la naturaleza, la fauna y culturas exóticas, que tengan retos físicos y constituyan fuertes emociones, que le aporten vivencias relevantes y conocimientos, más que las clásicas visitas sedentarias a una playa.

Por ello, debido a la importancia de las actividades recreativas en el turismo como

fenómeno, la gestión de la recreación constituye uno de los factores de mayor peso en la esfera de los servicios dentro de un hotel. Tal es así, que las gerencias se nutren de información sobre este tema constantemente por diversas vías, entre ellas, con el área de recreación para conocer la opinión que tienen los clientes sobre la calidad de las actividades que se ofrecen, las que se reflejan directamente en la satisfacción de los mismos.

El polo turístico holguinero no está exento de este proceso, donde siempre es una necesidad el saber qué opinan los clientes sobre las actividades que se ofrecen.

Por los resultados en la encuesta aplicada del Turoperador First Choice de Gran Bretaña a sus clientes en el Hotel Paradisus Río de Oro Resort & SPA, se tiene como dato que existe cierta insatisfacción en este aspecto por parte de dicho segmento de mercado tanto en las actividades diurnas como nocturnas.

De forma general se conoce que las evaluaciones correspondientes a estas últimas constituyen los valores menos ponderados de todos los incisos relacionados en la encuesta con escala de 1 a 100, evaluados de 73 y 68 respectivamente las mismas, compren-

didados estos entre las escalas bien a muy bien. Dichas categorías, si bien no son las óptimas, tampoco son malas, pero hay que analizar que el estándar en este hotel es la excelencia y tener en cuenta la importancia que revisten estos clientes en el nivel de ingresos para el mismo.

Teniendo en cuenta que el objetivo fundamental del Hotel Paradisus Río de Oro Resort & SPA, líder en el destino holguinero y de Cuba es lograr plena satisfacción en sus clientes con la máxima calidad en sus servicios, la gerencia del de la instalación se plantea la necesidad de realizar una investigación de mercado para conocer mejor este segmento, sus expectativas y percepciones acerca de la recreación y a partir de ello conceptualizar nuevamente la programación de la recreación en su producto turístico para elevar así la satisfacción de sus clientes, la competitividad actual en el destino y su imagen internacional.

Por ello se planteó como problema científico: ¿Cuáles son las oportunidades de mejora en el servicio de la recreación del Hotel Paradisus Río de Oro Resort & SPA para los clientes de First Choice que potenciarán la efectividad del servicio, para lograr niveles superiores de satisfacción de los clientes?

En su solución se propuso como objetivo definir las oportunidades de mejora en el servicio de la recreación del Hotel Paradisus Río de Oro Resort & SPA para los clientes de First Choice que potenciarán la efectividad del servicio, para lograr niveles superiores de satisfacción de los clientes.

METODOLOGÍA

Pautas metodológicas para la toma de la información

Para realizar un análisis sobre el servicio de la recreación en el Hotel Paradisus Río de Oro Resort & SPA nos apoyamos en dos fuentes de recopilación de información: la primaria y la secundaria. Las fuentes de información primarias fueron: entrevista, encuestas a los clientes, mientras que las fuentes secundarias fueron documentos y páginas Web.

Inicialmente se emplearon los documentos reportados por First Choice, los que reportan los estados de satisfacción de sus clientes en cuanto al Hotel, la cual arrojó que existen posibilidades de mejora en este servicio, tanto en la animación diurna como nocturna, debido a que estos ítems no son los mejores ponderados de acuerdo a la categoría y calidad que vende este Hotel. Por ello la Gerencia ha decidido

darle continuidad a este tema, realizando un estudio para el mercado First Choice de Gran Bretaña.

Se diseñan cuatro formularios estructurados que constituyen las fuentes primarias para la recopilación de información: entrevista a clientes externos, entrevista a clientes internos, entrevista al Representante del Turoperador First Choice en el hotel, y encuesta a clientes de First Choice.

Para determinar el tamaño de muestra óptimo de clientes externos a encuestar se determinó mediante la fórmula:

$$n = \frac{4 * p * q * N}{d^2 * (N - 1) + 4 * p * q} \quad \text{para una}$$

confiabilidad del 95%

Donde:

N : es la población de clientes First Choice que arribaron al Hotel en el período de dos meses, febrero y marzo de 2008, para un total de 512 clientes.

d : es el error máximo permisible que la gerencia está dispuesta a cometer a la hora de recopilar la información ($d \leq 0.1$).

p : es la probabilidad de que el evento suceda o de éxito, en este caso, es de 0.50 porque no se tienen en cuenta estimados anteriores.

q : es la probabilidad de fracaso, en este caso es de 0.50, debido a que $p+q=1$.

La misma arrojó que:

$$n = \frac{4 * 0.50 * 0.50 * 512}{0.1^2 * (512 - 1) + 4 * 0.50 * 0.50} \quad n = 84$$

clientes

Considerando posibles encuestas fallidas y errores de aplicación se considera un total de 120 encuestas.

La encuesta aplicada a los clientes de First Choice tuvo un total de 5 preguntas.

Para conocer la fiabilidad de este instrumento se le hizo un análisis de la misma, calculando para ello el coeficiente Alfa de Cronbach, mediante la versión 13.0 del SPSS, el cual arrojó los siguientes resultados que se muestran en la tabla 1:

Tabla 1. Análisis de fiabilidad de la encuesta diseñada para los clientes de First Choice.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nro. de elementos
,904	46

Fuente. SPSS (versión 13.0, 2005)

Como se puede apreciar los ítems de la encuesta han sido adecuadamente operacionalizados debido al alto valor del estadístico analizado, el cual alcanza un valor respetable, pues se considera bueno a partir de 0.70.

RESULTADOS

Determinación de las oportunidades de mejora en las actividades recreativas del Hotel a partir de los factores internos y externos detectados.

Para analizar las actividades recreativas de forma general en el Hotel, que incluye los medios que se emplean, los lugares, horarios y tipos de relaciones que el cliente prefiere, se integró la información de todos los instrumentos aplicados y con la ayuda también de la observación participante, muy importante para este tipo de estudio, se determinan las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas asociadas al funcionamiento de la recreación. Las cuales se pueden resumir en las siguientes:

Principales fortalezas:

- El Hotel se encuentra en un entorno único, privilegiado por su abundante vegetación, espacios tranquilos y acogedores con las condiciones

necesarias para el desarrollo de la recreación pasiva.

- Se cuenta con la tecnología necesaria para la reproducción de música cubana e internacional.
- Se cuenta con todo el personal necesario para la prestación de servicios trayendo consigo una alta personalización en las relaciones trabajador/cliente.
- La orquesta y los bailarines contratados por el Hotel al centro de la música tienen alto nivel en cuanto a composición de música e interpretación de bailes respectivamente, los cuales son de muy buena aceptación por los clientes.
- Existe una amplia oferta de actividades diurnas y nocturnas para el entretenimiento.
- Se cuenta con el único SPA del polo turístico holguinero y la región oriental.
- Contamos con tres playas “Las caleticas” que propician la tranquilidad e intimidad de los clientes.

Principales debilidades:

- Impuntualidad en el comienzo de las actividades, principalmente show nocturnos.

- Algunos medios no se encuentran en el mejor estado técnico.
- Insuficiente oferta de música cubana en vivo.
- Pocas sombrillas tanto en piscina como en playa en temporada de alta ocupación.
- Se carece de algunas ofertas recreativas solicitadas dado fundamentalmente por la falta de los medios necesarios, tales como sking acuático, botes rápidos, moto acuática, varas para pescar.
- No existe en ocasiones suficiente especialización al nivel requerido por los clientes en actividades como: yoga, clases de baile, clases de artesanía.
- Se puede ofertar más televisión inglesa.
- Mayor cantidad de áreas para el descanso.
- Realización de promoción gráfica para las actividades recreativas.
- La promoción de las actividades del Parque Cristóbal Colón y de la equitación contratada por el Hotel al parque.
- Las clases de cocina y coctelería cubana les gustarían a los clientes.
- Juegos de mesa con participación, bingo y de preguntas y respuestas en el caso de lluvias.

Principales amenazas:

- Competencia que ofrecen otras entidades turísticas de Cuba de la misma categoría.

Una vez resumidos los principales factores internos y externos relacionados a las actividades recreativas estamos en condiciones de definir las principales oportunidades de mejora asociadas a estas.

Principales oportunidades:

- La música cubana gusta más que la extranjera.
- Se cuenta con una amplia variedad de compositores y músicos cubanos de prestigio y reconocimiento internacional con numerosos discos musicales que se pueden reproducir más en el Hotel.
- Mayor especialización en la realización de las actividades recreativas.
- Realización de desfiles de moda.

Principales oportunidades de mejora en los servicios y actividades:

- a. Formación del capital humano que contribuya a una mayor especialización en las actividades.
- b. Invertir en mejorar la infraestructura necesaria que permita un superior desempeño de la recreación, sustentado en el concepto de diseño del hotel.
- c. Lograr mayor vínculo del turismo con la cultura nacional y local, así como una mayor divulgación de la cultura cubana.
- d. Calidad y variedad de las actividades de recreación y aumento de los medios y facilidades para las mismas.
- e. Mayor y mejor promoción de las actividades recreativas.

Estrategias funcionales para la mejora de las actividades en el hotel

A partir de los factores internos y externos que se detectan en la instalación turística relacionados fundamentalmente con el segmento de mercado First Choice y sus preferencias en cuanto a actividades, se detectan las principales oportunidades de mejora en la recreación, por lo que se proponen las siguientes estrategias.

Estrategias funcionales relacionadas a la formación del capital humano:

1. Formar al capital humano dedicado a la recreación mediante cursos, talleres y otros rectorados por Formatur centrados en las temáticas de recreación, idioma, historia y cultura, para lograr un servicio personalizado al cliente. Además, incidir en la especialización de los animadores de las actividades de piscina, yoga, aeróbicos, clases de baile y clases de español.
2. Controlar la puntualidad del inicio de las actividades, dado que es un atributo altamente valorado por este segmento de clientes.

Estrategias funcionales relacionadas con infraestructura:

3. Crear las condiciones técnicas para la delimitación ambiental de las áreas de diversión con las de descanso, atributo esencial en el concepto del servicio que ofrece el Hotel y valorado por los clientes.
4. Aumentar los lugares de tranquilidad y descanso como orquidarios, viveros, canteros con vegetales a consumir y plantas usadas para infusiones.

5. Realizar las gestiones pertinentes para la construcción de un *solarium* en la playa en sustitución de las escasas sombrillas e incrementar las existentes en la piscina. Así como, invertir en motos acuáticas, botes rápidos, botes con el fondo de cristal y facilidades para esquiar en la playa, caretas, esnórqueles, patas de ranas, y varas de pescar e incluir en las habitaciones los dos primeros.
6. Crear una sala propicia para la proyección de películas en pantallas grandes.
7. Facilitar el servicio de Internet por habitación.
8. Construir un Centro Comercial que responda al concepto de diseño del hotel y de los servicios especializados que se brindan.
9. Mejorar la calidad de las bicicletas.

Estrategias funcionales relacionadas con cultura:

10. Lograr un mayor vínculo del turismo con la cultura nacional y local, mediante la inserción del hotel en el sistema de eventos culturales del país y de la región, tales como: Romerías de Mayo, Carnavales, Semana de la

Cultura Holguinera, Festival de Cine Pobre, entre las más destacadas.

11. Mayor divulgación de la cultura cubana en las instalaciones y actividades del hotel, a partir de una mejor coordinación con el Centro de la Música y el Fondo de Bienes Culturales, para potenciar la música grabada y en vivo, desfiles de moda, exposiciones de arte, venta de artesanía y demás.

Estrategias funcionales relacionadas con los servicios:

12. Promocionar las actividades recreativas que ofrece la instalación mediante póster y plegables para colocarlos en las áreas visibles y en las habitaciones, respectivamente. Especialmente, en el gimnasio.
13. Promover internamente las excursiones ecológicas del Parque Cristóbal Colón y la equitación contratada por el Hotel, de esta forma se contribuye a la participación de los clientes en actividades ecológicas.
14. Potenciar servicios que contribuyan a la recreación como: mini-golf, juegos de fútbol, actividades bajo techo como competencias de juegos en mesas y préstamos de libros y

revistas de información nacional en inglés para su lectura.

15. Desarrollar clases de baile (salsa) en privado como mayor especialización de las actividades.
16. Valorar con la Dirección y Economía del hotel la posibilidad de ofertar algún tratamiento del SPA incluido en el paquete turístico.

CONCLUSIONES

La integración de la información recopilada de los instrumentos aplicados establecidos por la gestión hotelera y de la observación participante, permitió declarar las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas asociadas al funcionamiento de la recreación que fueron el punto de partida para proponer las estrategias aquí expuestas.

La detección de las principales oportunidades de mejora en la recreación, permitió proponer cuatro estrategias funcionales dirigidas a: la formación del capital humano, a la creación y mejoramiento de infraestructura recreativa, a la cultura que se oferta y a los servicios cada una de ellas con sus respectivas acciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bullon, Mollina, Rodríguez W. (1984) *Un nuevo tiempo libre. Tres enfoques teóricos prácticos*. México, Trillas.

Aguilar Cortés, L. *La recreación como perfil profesional*. [en línea]. 2006. Recuperado de: http://www.redcreación.org/relareti/documentos/perfiles/_profesionales.html

González Ferrer, J. R. (2003) *Conceptualización del Producto Turístico: dar sentido al concepto para su gestión*. [s.l.]

González Ferrer, J. R. (2003) *Conceptualización del producto turístico: contrapunteo entre el viaje y los bienes y servicios*. [s.l.] p.3.

Kotler, P. *et al.* (2004). Marketing para Turismo. En J. R. González Ferrer. *Conceptualización del producto turístico: contrapunteo entre el viaje y los bienes y servicios*. [s.l.]

Laffita Riverón, A. (2007) *Determinación de los atributos claves del SPA “Aguas de Oro del Hotel Paradisus Río de Oro Resort & SPA. Propuestas para la mejora*. (Trabajo de diploma). Universidad de Holguín “Oscar

Lucero Moya”, Facultad de Ciencias
Económicas, Departamento de
Economía.

Medeiros, E. (1969) *Juegos de Recreación*.
Buenos Aires.

Middelton, V. (1994) *Marketing in Travel &
Tourism*. Oxford: Heinemann
Professional Publishing.

Recibido: 12122016

Aprobado: 19052017

Datos de los autores:

Anaís Laffita Riverón

Máster en Ciencias

Departamento de Matemática

Facultad de Informática- Matemática

anais@facinf.uho.edu.cu

Irma Lerma Gómez

Máster en Ciencias

Departamento de Matemática

Facultad de Informática- Matemática

Madelín Hidalgo Díaz

Ingeniera en Ciencias Informáticas

Departamento de Matemática

Facultad de Informática- Matemática

Yaitma Cedeño Hernández

Ingeniera en Ciencias Informáticas

Departamento de Matemática

Facultad de Informática- Matemática

Universidad de Holguín