

IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES EN LA PRESTACIÓN DEL
SERVICIO HOTELERO TRADICIONAL A LOS TURISTAS ADULTOS MAYORES EN
EL MUNICIPIO DE NECOCLI ANTIOQUIA

LUZ MARINA GÓMEZ PÁJARO

UNIVERSIDAD CATOLICA DE ORIENTE

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

Gerontología

RIONEGRO – ANTIOQUIA

2019

IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES EN LA PRESTACIÓN DEL
SERVICIO HOTELERO TRADICIONAL A LOS TURISTAS ADULTOS MAYORES
EN EL MUNICIPIO DE NECOCLI ANTIOQUIA

Trabajo de Grado para Optar por el Título de Gerontóloga

LUZ MARINA GÓMEZ PÁJARO

Asesor

ANGEL MIRO LÓPEZ MARULANDA

Gerontólogo Magister en Cultura y Vida Urbana

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

Gerontología

RIONEGRO – ANTIOQUIA

2019

Nota de aprobación

Firma del presidente del
Jurado

Firma del
jurado

Firma del
Jurado

Rionegro – Antioquia febrero de 2019

Tabla de contenido

1. Diseño Conceptual	7
1.1. Formulación del Problema	7
1.2. Justificación	11
1.3. Objetivos	14
1.4. Antecedentes	15
1.5. Bases Teóricas	24
1.5.1. Marco Conceptual	24
1.5.2. Marco Teórico	26
1.5.3. Marco Legal	45
1.5.4. Hipótesis	46
2. Diseño Metodológico	47
2.1. Operacionalización de las Variables	47
2.2. Diseño y Tipo de Estudio	50
2.3. Población y Muestra	52
2.4. Recolección de Datos	53
2.5. Instrumentos	54
2.6. Técnicas de Análisis de Datos	55
3. Presentación de Resultados	57
3.1. Perfil sociodemográfico de los adultos mayores	57
3.2. Condiciones de motivaciones, acceso, tipo de turismo y permanencia en los servicios de turismo	74

3.3. Conocimiento de la normatividad relaciona con el servicio de hotelería turística.....	89
3.4. Percepción de servicio y necesidades de los adultos mayores.....	96
4. Conclusiones	107
5. Recomendaciones	114
6. Bibliografía	117
7. APÉNDICES.....	125

Índice de tablas

Tabla 1. Marco legal.	45
Tabla 2. Operacionalización de variables	47
Tabla 3. Calificación General – Visita a Necoclí	77
Tabla 5. Percepción del Servicio I	96
Tabla 6. Percepción del Servicio II.....	98
Tabla 7. Percepción del Servicio III	99
Tabla 8. Necesidades percibidas	101
Tabla 9. Percepción sobre servicios adicionales.....	103
Tabla 10. Consideraciones de Mejora.....	104
Tabla 11. Razones para recomendarlo	105

Índice de gráficas

Gráfica 1. Distribución de la Población Según Sexo	58
Gráfica 2. Distribución de la Población Según Grupos de Edad	60
Gráfica 3. Distribución del Estrato Social, según Sexo y Edad.....	62
Gráfica 4. Distribución del Estado Civil, según Edad y Género	63
Gráfica 5. Histograma de Frecuencia - Municipio de origen, según sexo y edad.	65
Gráfica 6. Histograma de Frecuencia - Departamento de origen, según sexo y edad	68
Gráfica 7. Distribución de las Zonas Urbana o Rural, según Género y Estrato social	70
Gráfica 8. Histograma de Frecuencia – Escolaridad según Sexo y Estrato social.....	72
Gráfica 9. Distribución de la Frecuencia de visita, según sexo y Edad	75
Gráfica 10. Clasificación del turismo, según sexo y Edad	80
Gráfica 11. Tipo de turismo, según Estrato y Edad	83
Gráfica 12. Tipo de Alojamiento, según Estrato y Edad.....	84
Gráfica 13. Aspectos – Compra de Servicio de Alojamiento, según Estrato y Edad.	86
Gráfica 14. Tiempo de permanencia (días), según Edad	89
Gráfica 15. Conocimiento de la Normatividad, según Edad y género.....	90
Gráfica 16. Grado de Conocimiento de la Normatividad, según Edad y género.....	92
Gráfica 17. Percepción sobre cumplimiento de la Ley, según Edad y género.....	93
Gráfica 18. Por qué considera que cumplen con la normatividad. Según Edad y Género	95
Gráfica 19. ¿Recomendaría el hotel donde se hospedó?.....	104

Índice de imágenes

Imagen 1. Fachada Casa Hotel Dora Mar 9

Imagen 2. Fachada Residencias FELA 10

Resumen

Los adultos mayores representan una población amplia que cada vez más demanda servicios turísticos como parte de su proceso de envejecimiento activo y la utilización de su tiempo libre para el descanso, la tranquilidad, el descubrimiento y aprendizaje de nuevos espacios. Sin embargo, frente a la gestión hotelera todavía quedan aspectos a mejorar frente a la atención especializada que se le puede brindar a este colectivo respondiendo a las necesidades e intereses que son propios de la vejez. Esta investigación tiene el objetivo de hacer un análisis alrededor de las experiencias de servicio y las necesidades de una muestra de adultos mayores que visitaron el municipio de Necoclí, Antioquia en el segundo semestre del año 2018 a través de un estudio mixto de alcance descriptivo y la aplicación de una encuesta. Se pudo concluir a partir de los resultados que es necesario que la oferta hotelera reconozca en primer lugar, que los intereses y necesidades de los adultos mayores jóvenes (60 a 70 años) y los adultos mayores de más de 80 años varían entre sí, y, en segundo lugar, que es necesario establecer portafolios de servicios variados para atender las expectativas de esta población.

Palabras clave: turismo, turismo gerontológico, turismo social, adultos mayores, turismo Necoclí, calidad servicio hotelero.

Abstract

Older adults represent a large population that increasingly demands tourism services as part of their active aging process and the use of their free time for rest, tranquility, discovery and learning of new spaces. However, in the face of hotel management, there are still aspects to improve compared to the specialized attention that can be provided to this group responding to the needs and interests that are typical of old age. This research aims to make an analysis around the service experiences and the needs of a sample of older adults that require the municipality of Necoclí, Antioquia in the second half of 2018 through a mixed study of descriptive scope and the Survey application. It could be concluded from the results that it is necessary that the hotel offer recognized in the first place that the interests and needs of young older adults (60 to 70 years) and older adults over 80 years affected each other, and Secondly, it is necessary to establish a portfolio of varied services to meet the expectations of this population.

Keywords: tourism, gerontological tourism, social tourism, senior citizens, Necoclí tourism, hotel service quality.

Introducción

Pensar en la prestación del servicio hotelero implica pensar siempre en las necesidades, expectativas e intereses de los clientes potenciales de este segmento de mercado. En efecto, es un ejercicio que lleva a considerar la mejora continua de la calidad del servicio para garantizar un posicionamiento importante dentro del mercado y así una preferencia de parte de los turistas.

Recientemente, la población de adultos mayores viene demandando mayores servicios de turismo y hotelería, en la medida en la se ha pensado un proceso de envejecimiento más activo. Por tal motivo, las agencias turísticas y los hoteles han volcado cada vez más su atención hacia las necesidades de este tipo de población, reconociendo los cambios que se dan como parte del proceso biológico de desarrollo en la vejez. Esto lleva a pensar en el tipo de oferta que se da, los servicios y, sobre todo, los espacios de accesibilidad para aquellos adultos que tienen dificultades de movilidad.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, este trabajo tiene el interés de analizar las expectativas de los adultos mayores y sus experiencias de servicios para analizar y reflexionar sobre el tipo de servicio turístico y hotelero que se les debe ofrecer. El estudio se centró sobre una muestra de visitantes de los hoteles tradicionales Residencias FELA y la Casa Hotel Dora mar, se diseñaron una serie de objetivos específicos que fueron resueltos con la aplicación de una encuesta como instrumento de recolección de la información.

Así, el trabajo se estructuró de la siguiente manera: en el capítulo 1 se hace una aproximación al diseño conceptual donde se presenta la formulación del problema, es decir, la necesidad de atender las necesidades e intereses de los adultos mayores frente al servicio hotelero para cumplir con la prestación de un servicio de calidad. Luego de ello se presenta la justificación del interés por realizar esta investigación seguida de la formulación del objetivo general y los objetivos específicos. A continuación, se presentan antecedentes investigativos que se toman desde el contexto nacional hasta el contexto internacional.

Así mismo se presentan las bases teóricas desde donde se abarca un breve marco conceptual, un marco teórico donde se desglosan las categorías de análisis: el adulto mayor, uso del tiempo libre de los adultos mayores, consumo de turismo de parte del adulto mayor, turismo social y producto turístico. Y un marco legal donde se presentan algunas normas fundamentales que regulan la prestación del servicio hotelero en Colombia.

En el capítulo 2 se presenta el diseño metodológico donde se describen los procedimientos necesarios para cumplir con los objetivos previstos a través de un tipo de metodología mixta de alcance descriptivo y analítico. Así mismo se describe la población y la muestra, el procedimiento de recolección de dato, los instrumentos de recolección de la información y la técnica de análisis de datos.

Seguido de este capítulo, en el capítulo 3 se presenta el análisis de los resultados de la encuesta aplicada a los adultos mayores de la muestra, desde el cual se analizan

cada una de las variables con su respectiva reflexión, tomando en consideración también las aproximaciones hechas a las bases teóricas. De allí se elaboran tanto el capítulo 4 de conclusiones donde se reúnen los hallazgos principales, y el capítulo 5 de recomendaciones con las propuestas de mejora que se pueden hacer respecto a la oferta hotelera.

1. Diseño Conceptual

1.1. Formulación del Problema

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (2002) la población mundial está experimentando un acelerado proceso de envejecimiento demográfico, mediado por dos factores: la baja natalidad y el aumento de la esperanza de vida. Esto ha traído como consecuencia una población que se clasifica en gran medida como adultos mayores y la disminución de niños y jóvenes.

A razón de esto, los adultos mayores cada vez son más protagonistas en diferentes escenarios sociales, culturales, económicos, políticos y por supuesto, turístico. De esta manera, como colectivo poblacional cumplen con ciertas características fundamentales de acuerdo con el proceso natural de envejecimiento. Así mismo, disponen de tiempo libre desde que se da su jubilación o la finalización de su etapa productiva considerada desde el Estado como la edad de pensión. Este tiempo es aprovechado de diferentes maneras y se considera satisfactorio cuando se dan estilos de vida saludable, se disfruta el tiempo libre, siguen cumpliendo con diferentes obligaciones, entre otros factores que contribuyan a un envejecimiento activo (Alvarado y Salazar, 2014).

Sin embargo, esto se da de manera diferente para cada persona, pues mientras unos alcanzan su vejez con una buena estabilidad económica, otros viven del rebusque, se deben dedicar a jornadas de trabajo extenuantes o incluso caen en situaciones de abandono, violencia o indigencia.

En general, la etapa de la vejez se asocia con un sentimiento de nostalgia que puede producir ganas de aprovechar el tiempo o caer en sentimientos negativos. Es por ello por lo que aumentan los deseos de poder realizar actividades que, en otro momento de sus vidas y que, por diferentes motivos, no les fue posible realizar, como es el disfrute de unas vacaciones, bien sea a nivel grupal o familiar y dedicar tiempo a actividades de ocio que les permitan seguir aprendiendo y conociendo diferentes espacios. En ese sentido, el turismo es una actividad ideal que se realiza durante la vejez (Alvarado y Salazar, 2014).

Necoclí, se ha convertido en un gran atractivo turístico por sus bellos paisajes geográficos, su flora y fauna, su cercanía al Darién Caribe Colombiano. Este es un punto estratégico no solo para el turismo regional, sino también para el turismo nacional y extranjero. Pero lo más importante, por su tranquilidad y el espacio que brinda la playa y el mar, ha atraído a gran cantidad de turistas dentro de los cuales se consideran a los adultos mayores (Buitrago, 2017).

Es de anotar que los diferentes grupos poblacionales que visitan al municipio de Necoclí lo hacen a través de algunas personas o agencias que lideran el sector empresarial de turismo regional. A partir de allí ofrecen productos turísticos que incluyen hotel, transporte, alimentación, planes de recreación y ecoturismo. Todo esto ha permitido que en los últimos años el sector hotelero de Necoclí haya mostrado interés en el mejoramiento de la prestación del servicio; sin embargo, estos esfuerzos no han sido suficientes para consolidar el sector turístico de la región (Pacheco, 2016).

Necoclí cuenta con una infraestructura de alojamiento hotelero de más de 83 establecimientos de hospedajes entre los que se encuentran hoteles modernos, hoteles tradicionales, cabañas, Fami-hoteles, Hostal entre otros, ubicados en diferentes sectores del área urbana. La atención se va a centrar en hoteles tradicionales con ambiente familiar por su tradicionalidad de más de 40 años en el mercado al servicio de los transeúntes y turistas. Particularmente se va a tratar el caso de las Residencias FELA y la Casa Hotel Dora mar. Este interés es debido al reconocimiento que se le da a este tipo de hoteles por su trayectoria dentro del mercado:

Imagen 1. Fachada Casa Hotel Dora Mar



Imagen 2. Fachada Residencias FELA



En definitiva, existe un número considerable de hoteles, residencias, Fami hoteles y cabañas que prestan sus servicios de alojamiento a turistas y transeúntes del lugar sin ningún tipo de adecuaciones para aquellas personas que presentan algún impedimento físico como las barreras arquitectónicas, los pasamanos, las rampas entre otros. Pacheco (2016) considera además que otro factor muy importante para tener en cuenta es que los hoteles en su mayoría no son atendidos directamente por sus propietarios y en algunos

casos el personal que allí labora no es cordial con el turista y peor aún con el adulto mayor, lo que hace ver la importancia que representa el factor humano en la atención.

Teniendo en cuenta lo anterior, quedan al descubierto unas pocas de las muchas falencias que padece el sector turístico de la región, por lo que vale la pena analizar de manera más cercana aquellas percepciones de servicio y necesidades que tienen los adultos mayores como consumidores de turismo para la prestación adecuada y de calidad de los servicios de hotelería del municipio. Esto se va a realizar especialmente en los hoteles Residencias FELA y la Casa Hotel Dora Mar.

De acuerdo con el planteamiento del problema, se formula la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles fueron las necesidades y experiencias de servicio de los adultos mayores que se dieron a partir del acceso al servicio hotelero de las Residencias FELA y la Casa Hotel Dora Mar en el II semestre del año 2018 en el municipio de Necoclí, Antioquia?

1.2. Justificación

El turismo es una actividad socioeconómica que tiene potencial trascendental para el desarrollo de cualquier región. Esto en la medida en la que se generan dinámicas de intercambio económico, pero también cultural y social que enriquecen en definitiva a la población. Recientemente, la población de adultos mayores como consumidores de actividades de turismo ha ido en aumento y esto ha llevado a la consideración de nuevos espacios determinados por las características que corresponden a dicha etapa. Esto es,

gustos, preferencias, intereses y actitudes de consumo diferentes con respecto otros grupos de turismo. Es por ello por lo que el estudio que se lleva a cabo sobre este segmento de demanda turística, para visualizar las nuevas variables alrededor de este tipo de población y reconocer de manera implícita la necesidad de rescatar valores de sensibilidad y empatía en la prestación del servicio hotelero.

De allí se rescató entonces una oportunidad de trabajo a partir del reconocimiento de las necesidades de turistas mayores, ya que este colectivo es considerado de mayor escala en el sector turístico por su importante aporte económico para agencias de viajes, hoteles, transportes, entre otros.

Particularmente, se trabaja el sector de Necoclí, Antioquia reconociéndolo como un destino turístico de gran importancia para el departamento por su cercanía a la playa, la tranquilidad y seguridad de sus espacios y el contacto con otro tipo de ecosistemas como ciénagas y humedales. Por su contexto, este municipio se ha venido potenciando como un importante atractivo turístico. De acuerdo con estas características, se convierte en un destino ideal para los adultos mayores que buscan dedicar su tiempo de ocio hacia actividades turísticas tranquilas que al mismo tiempo les proporcionen grandes experiencias.

Por tal motivo, reflexionar sobre esta problemática puede traer beneficios tanto de parte de la actividad turística como en cuanto al aprovechamiento de espacios de inclusión de los adultos mayores en el turismo y el fortalecimiento del envejecimiento activo para mejorar la calidad de vida de la población.

Se reconoce entonces una relación entre el aumento de visitantes, la ocupación hotelera y los beneficios económicos percibidos. Esto gracias al aumento de la demanda turística y los requerimientos cada vez estrictos en cuanto a alojamiento, atención e infraestructura. En definitiva, la prestación de un servicio de calidad se percibe como un factor fundamental dentro de la competitividad del sector hotelero.

Es así como a través de estos propósitos se busca conocer las exigencias, preferencias y necesidades de los adultos mayores, para determinar el nivel de satisfacción en la prestación del servicio de alojamiento en los hoteles tradicionales de Necoclí, Antioquia, ya que es de vital importancia potenciar el turismo gerontológico. Esto lleva a un proceso de reevaluación de la infraestructura y la administración de muchos establecimientos, para que se adecúen a una demanda cada vez más grande de turistas.

Esta investigación no solo busca analizar las necesidades hoteleras de los adultos mayores, sino también reconocer las oportunidades de mejora que pueden implementar hoteleros y comerciantes del Municipio de Necoclí. Es decir, que este trabajo también quiere alentar el diseño, planeación y ejecución de acciones que lleven a los administradores de hoteles a renovar la prestación de sus servicios, acordes a las expectativas de los turistas.

Como se verá en la sección de antecedentes, particularmente en Necoclí no se ha realizado estudios asociados con la población de adultos mayores en particular. Aunque sí se reconocen los aportes de las entidades de turismo que hacen aportes respecto a este

aspecto en el municipio; y, por otro lado, también se encuentran aportes de investigaciones hechas respecto a la población de adultos mayores. Esto representa la oportunidad de trabajar sobre dos variables que no se han analizado dentro del municipio.

Finalmente, desde lo Gerontológico se quiere hacer un aporte desde el desarrollo profesional hacia una problemática real dentro de la sociedad y particularmente dentro del municipio, para acercar los aportes académicos que pueden contribuir a la optimización de una situación en particular. De esta manera, se espera que este documento se convierta en un aporte a la producción investigativa alrededor del cuidado de los adultos mayores como parte de un segmento de consumo dentro del turismo. De esta manera, se garantiza a través de este tipo de actividades que se cumplan los derechos fundamentales de los adultos mayores incluso en su etapa de vejez y que además se les permita participar de manera activa en el turismo y la demanda hotelera.

1.3. Objetivos

General:

Analizar las necesidades y experiencias de servicio de los adultos mayores que se dieron a partir del acceso a dos hoteles tradicionales del municipio de Necoclí: Residencias FELA y Casa Hotel Dora Mar en el II semestre del año 2018 a través de un estudio mixto de alcance descriptivo y analítico.

Específicos:

- Identificar las características sociodemográficas de los adultos mayores que accedieron a los servicios hoteleros de las Residencias FELA y la Casa Hotel Dora Mar en el municipio de Necoclí.
- Detallar las condiciones de acceso, tipo y permanencia de los servicios de turismo de los adultos mayores que visitan el municipio de Necoclí.
- Establecer la percepción que tienen los adultos mayores frente al cumplimiento de la normatividad que regula la calidad del servicio hotelero.
- Establecer la percepción de servicio y las necesidades de los adultos mayores a partir de su experiencia en el servicio hotelero que ofrecen las Residencias FELA y la Casa Hotel Dora Mar.

1.4. Antecedentes

A continuación, se presenta la sección de antecedentes desde la cual se van a abordar algunos trabajos investigativos que se han dado alrededor del problema de investigación que se plantea en este documento y que se centra en las necesidades que se dan en los adultos mayores en los servicios hoteleros. Así, en primer lugar, se tratan los antecedentes que corresponden a un contexto nacional y luego aquellos que se han dado dentro del contexto internacional, para presentar finalmente unas conclusiones frente a los hallazgos hechos.

Dando apertura a los antecedentes investigativos a nivel nacional, Acevedo, Bello y Rojas (2017) desarrollaron la tesis “Diagnóstico del turismo Sénior como nueva alternativa para el municipio de Anapoima (Cundinamarca)” desde una perspectiva de la

apertura de oportunidades para el mercado turístico hacia las necesidades y expectativas de los adultos mayores.

En este caso se desarrolló un estudio centrado en el potencial comercial y turístico del municipio de Anapoima que se dio en tres etapas: en primer lugar, un diagnóstico de los prestadores de servicios turístico en dicho municipio analizando especialmente las ofertas que se hacen para el adulto mayor. En segundo lugar, se presentó el perfil del turista adulto mayor en el municipio a partir de sus características y finalmente unas estrategias para la inclusión del turismo centrado en los adultos mayores.

Las conclusiones de este trabajo son contundentes: a pesar de la variedad de ofertas que se pueden encontrar en los diferentes hoteles, estos no cubren las necesidades y requerimientos que los adultos mayores demandan por sus condiciones. Además, que los adultos mayores demandan sitios tranquilos que les permitan pasar un rato agradable y obtener servicios de calidad. Este trabajo es un gran aporte para entender el perfil que tienen los adultos mayores como consumidores en el sector turístico y conocer las falencias que se presentan en la oferta hotelera.

Monsalve y Hernández (2015) presentaron el artículo “Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga” desde allí se planteó la intención de identificar las variables de gestión que influyen en la calidad del servicio hotelero, centrado en la oferta de la ciudad de Bucaramanga. Para lograr esto, se desarrolló un instrumento de medición que sirvió para recolección de la información.

La mirada de los autores se centró en reconocer el fortalecimiento del turismo para posicionar la imagen de una ciudad o región. De esta manera, la calidad del servicio prestado será fundamental para lograr este propósito. Se presentaron dos dimensiones teóricas y conceptuales fundamentales para el análisis: el turismo sostenible y la calidad del servicio. A partir del trabajo realizado con las encuestas de medición y dinámicas de *focus group*, se pudo concluir que las variables más influyentes de gestión fueron la fidelización y la promoción de los productos.

Esto puso sobre la mesa la necesidad de que los hoteles diseñen estrategias atractivas de promoción que cumplan con las expectativas de sus clientes y que esto les permita además consolidar unos clientes fieles a sus servicios. Este trabajo investigativo permitió visualizar la importancia de trabajar sobre las variables de gestión para reconocer de manera más acertada las estrategias para mejorar la calidad del servicio que se prestan en los hoteles, especialmente si se piensa en los adultos mayores como los consumidores.

Desde una perspectiva similar, Mejía y Bolaño (2014) presentaron el artículo “La calidad de las ofertas turísticas en el departamento de la Guajira-Colombia” con el propósito de evaluar la calidad del servicio que se ofrece en el campo hotelero y turístico del departamento de la Guajira. Esto se desarrolló a través de una metodología de trabajo mixta donde se encuestaron 195 gerentes de hoteles del departamento y 272 turistas que visitaron el destino turístico durante enero y abril del 2012.

Como se mencionó en el trabajo anterior, la calidad de la oferta hotelera puede permitir posicionar el turismo de una región. De esta manera, los autores concluyeron que es importante que se dé una gestión del servicio a partir de las potencialidades del sector, que en este caso son el ecoturismo y el etnoturismo que generan grandes oportunidades para la oferta y la gestión hotelera. A partir de este trabajo se pueden visibilizar estas conclusiones hacia la calidad del servicio hotelero que se ofrece en Necoclí y las potencialidades que se pueden ofrecer de acuerdo con su oferta turística, atendiendo especialmente el perfil de los adultos mayores.

De igual manera, Ballestas y Toncel (2006) presentaron la tesis de grado “Evaluación de la calidad del servicio al cliente que prestan los hoteles 5 estrellas de la ciudad de Cartagena” con el objetivo de desarrollar una investigación de mercado para medir la calidad del servicio que se ofrece en hoteles de gran categoría en la ciudad de Cartagena de Indias. Esto se desarrolló a través de una metodología de tipo descriptiva y analítica, centrada en la percepción y los comportamientos de los clientes de este tipo de hoteles.

Los resultados se centraron en mostrar los niveles de satisfacción de los clientes respecto al servicio que se presta en estos hoteles a través del análisis de los índices de Satisfacción (ISC). Las conclusiones entonces llevaron a considerar que los hoteles cinco estrellas logran suplir las necesidades y expectativas de sus clientes; sin embargo, que es necesario también que los hoteles se renueven y reinventen sus ofertas, de manera que puedan satisfacer una amplia gama dentro del mercado y además permitirles a los clientes

experiencias más variadas. Este punto es clave para entender los cambios que demanda la oferta respecto a la demanda de los servicios hoteleros, que son dinámicos y que requieren de una renovación constante y una modernización de la oferta.

Para finalizar el contexto nacional de antecedentes investigativos, se refiere el ensayo “El servicio al cliente en los hoteles es la clave para el negocio, pero ¿si se cumple?” de Barón (2014). Este es un aporte investigativo que lleva a reflexionar sobre los conceptos del servicio al cliente y la manera en la que estos deben ser entendido desde cualquier empresa prestadora de un producto y/o servicio.

El autor plantea una reflexión analítica de paradigma cualitativo desde la cual aborda un amplio marco teórico referido al servicio al cliente. Esto le permite concluir que esta categoría se ha convertido en un factor fundamental en la competitividad de los negocios que prestan servicios hoteleros. Las conclusiones llevan a entender la prestación de este tipo de servicios desde valores como el respeto y la amabilidad, así como características fundamentales como la calidez del servicio, la disposición a ayudar a los demás y recibir a los huéspedes con la mejor actitud. La empatía y la atención pueden convertirse entonces en el valor agregado al servicio y permitirá posicionar el hotel dentro del mercado. Es así como es importante tomar esta reflexión como un aporte a las recomendaciones que se pueden hacer a la prestación del servicio hotelero, centrándose además en la caracterización de una población específica que tiene unas necesidades y expectativas particulares.

Como se pudo evidenciar en este breve recuento de antecedentes, las investigaciones se han centrado en hacer evaluaciones y diagnósticos a partir de un estudio de caso de diferentes regiones del país respecto a la oferta hotelera y la satisfacción del cliente frente a estos servicios. Es importante entonces reconocer la oportunidad de abordar la problemática no solo desde Necoclí, Antioquia, sino también desde la demanda de los adultos mayores como consumidores de turismo.

Ahora bien, respecto a los antecedentes desde un contexto internacional, se pudieron encontrar perfiles similares de investigación como se mostrará a continuación. Para empezar, Castro, López y Mondragón (2018) presentaron el documento “La competitividad del sector hotelero en Colombia en las regiones Atlántico y Pacífico” a partir de este estudio se presentó el objetivo de conocer las preferencias de los consumidores de los hoteles del Pacífico y el Atlántico colombiano para reconocer variables como motivos de viaje, preferencias del servicio y establecimientos, prestigio y experiencias previas.

Este es un trabajo que se desarrolló bajo una metodología cualitativa de alcance descriptivo y analítico que permitió concluir que los motivos por los cuales un cliente prefiere un hotel sobre otro se relacionan con sus experiencias previas o experiencias de los demás que le resulten confiables. Sin embargo, a esto también se añaden importantes variables como la economía y el presupuesto de los viajeros, que incluyen la relación calidad-precio. De acuerdo con esto, se puede fortalecer el conocimiento del perfil de los consumidores de turismo y los servicios hoteleros.

Por su parte, Fuentes, Hernández y Morini (2016) con el artículo de investigación “Q de calidad y satisfacción del turista en el sector hotelero español” proponen un estudio centrado en las estrategias que han llevado a cabo los establecimientos hoteleros en España para cumplir con los estándares de calidad propuestos a partir de la marca Q de calidad turística. Esta se planteó con el objetivo de fortalecer la competitividad de los hoteles y así mismo, de posicionar el país como un destino predilecto para los visitantes.

Este estudio se realizó bajo una metodología cualitativa de revisión de diferentes portales como Booking, Trivago o Tripadvisor para evaluar las puntuaciones globales de los establecimientos, así como puntuaciones de variables más precisas como la limpieza, la localización, el servicio, entre otros. A partir de allí se pudo concluir la necesidad de que los hoteles trabajen sobre las puntuaciones que obtienen, de manera que puedan mejorar la experiencia de servicio de sus clientes. Estos portales abren la oportunidad de reconocer de manera más puntual los aspectos a mejorar para ofrecer una calidad óptima de servicio.

Bouza (2015) plantea un “Estudio de la satisfacción de servicios hoteleros: reflexiones y estudios estadístico” que en este caso se desarrolla en México. El autor plantea un análisis de los índices de Satisfacción del Cliente (ISC) o Consumer Satisfaction Index en inglés, para conocer el desempeño de los hoteles.

La importancia de este aporte radica en el carácter reflexivo que plantea el autor incluso sobre las metodologías de muestreo, recolección y análisis de datos que aportan en definitiva a evaluar la construcción de esta metodología de trabajo. Así, el autor

concluye que el método más usual es aquel de naturaleza censal que se puede complementar por encuestas diseñadas para evaluar las variables que se quieran estudiar en cada caso. A partir de este estudio el autor concluye que uno de los componentes fundamentales dentro de la calidad del servicio es la limpieza. Este aspecto es fundamental para que los visitantes se decanten por una u otra opción y por lo tanto es clave a la hora de prestar un servicio.

Nizama (2018) presentó su tesis de maestría “La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Caso: hotel de 3 estrellas León de Oro Suites, Área de Front Desk”. Como se puede observar, se trata de un estudio de caso que además de analizar las mejoras necesarias para el establecimiento propuesto, también establece un modelo de mejoramiento continuo para optimizar la calidad del servicio prestado.

En este estudio se abordaron variables como la infraestructura y el mantenimiento de las instalaciones como factores claves para asegurar la calidad del servicio. Se puede concluir entonces que los clientes tienen en cuenta el aspecto del lugar en el cual se quieren hospedar en la medida en la que esto asegura servicios como la limpieza y el prestigio. Esto resulta un aporte importante que se puede relacionar con el acceso que puede limitarse o no con las condiciones de algunos adultos mayores. Si bien esta edad no resulta en todos los casos un limitante para movilizarse, sí es necesario evaluar la calidad de los espacios a los cuales se pueden acceder en distintos establecimientos hoteleros.

Finalmente, Murello (2015) presenta el artículo para su tesis de maestría “Los adultos mayores como consumidores de turismo. Caso de estudio: Ciudad de Bahía Blanca”. Este es un estudio que se acerca fundamentalmente a la población mayor como consumidora de los servicios hoteleros. De acuerdo con el autor, los adultos mayores representan un crecimiento importante dentro del turismo y esto es una oportunidad fundamental para establecer estrategias para mejorar la calidad del servicio que se presta a esta población.

Este estudio de caso hace un seguimiento a la satisfacción de necesidades de los adultos mayores en la ciudad de Bahía Blanca en Argentina. El autor pudo concluir que los adultos mayores representan un segmento potencial de consumo de servicios hoteleros que representan características heterogéneas alrededor de sus gustos, necesidades y motivaciones. Además, se propone que los hoteles ofrezcan servicios que se adapten a las características propias de la población sin que estas representen una molestia para ellos, de manera que no los haga sentir inútiles o incapaces de realizar acciones básicas como parte de su movilidad. Es decir, pensar en mayores comodidades que se adapten a la caracterización de la población mayor de 60 años, sin que esto resulte un limitante para ellos.

Como se pudo observar, a nivel internacional también se han propuesto trabajos relacionados con estudios de caso que den cuenta del nivel de satisfacción de los clientes frente a los establecimientos turísticos. De esta reflexión sobre los antecedentes surge la inquietud de centrar la atención sobre la población mayor, pues esta representa una gran

oportunidad para los hoteles y en general para el turismo de una región. Este interés debe partir de caracterizar la población para reconocer sus expectativas y necesidades y así ofrecer como valor añadido servicios adicionales que les brinden una mejor experiencia

1.5. Bases Teóricas

En esta sección de bases teóricas se hace un breve repaso conceptual de categorías fundamentales como la calidad, el servicio, la calidad del servicio y el turismo. En el marco teórico se desglosan estas categorías desde una mirada más amplia donde se considera en primer lugar el concepto de Adulto Mayor, su organización alrededor del tiempo libre, el envejecimiento activo; en segundo lugar, también se menciona lo relacionado con el adulto mayor como consumidor de turismo, haciendo mención del turismo social y al producto turístico. Finalmente se hace una pequeña recopilación de normativa relacionada con la prestación del servicio hotelero en Colombia.

1.5.1. Marco Conceptual

Calidad:

Existen diferentes maneras de definir la calidad, particularmente desde lo funcional se define como es aquella que se crea cuando hay un vínculo entre huéspedes y colaboradores, es decir, el acercamiento y la relación que se da entre el cliente y el administrador que garantiza un ambiente de cordialidad y amabilidad. La calidad técnica es el contacto físico con el producto turístico, por ejemplo, la disposición de la infraestructura, el cuidado de la higiene y los diferentes espacios que presta el hotel (Kotler, Bowens y Makens, 1997).

De acuerdo con Kotler, Bowens y Makens (1997) excelente sistema de calidad puede compensar una habitación que no cumple con las expectativas del huésped, trabajando en la manera de solventar los problemas y quejas que se vayan presentando. Hay que tener en cuenta además que, si la calidad funcional es insatisfactoria, una habitación de excelente calidad no cambiará la insatisfacción inicial del huésped frente a la atención del servicio (p.355).

Servicio:

De acuerdo con Foster (1994) existen diferentes definiciones del servicio ya que este concepto abarca desde la acción de realizar un favor personal hasta la prestación de un servicio de producto. En lo concerniente al servicio hotelero se puede decir que está compuesto por una serie de actividades y estrategias para garantizar el cumplimiento del servicio de hospedaje, pero también para garantizar la calidad que se presta al cliente.

Calidad en el servicio:

Según Kurtz y Kenneth (1998) la calidad del servicio se entiende como la percepción del cliente frente al cumplimiento de sus expectativas. En este caso la calidad del servicio se entiende desde la oferta hotelera y la percepción que tiene el huésped con respecto a la calidad en las instalaciones para su alojamiento.

Turismo:

De acuerdo con McIntosh, Goeldner y Ritchie (1999), la Organización Mundial de Turismo define esta acción como: las actividades de las personas que viajan y

permanecen por fuera de su ambiente usual durante no más de un año consecutivo con la finalidad de gozar de tiempo libre, negocios, salud entre otros (p.27).

1.5.2. Marco Teórico

Es importante para el desarrollo de este trabajo de investigación hablar de un soporte teórico a partir del cual se puedan tomar elementos para la discusión de los resultados. A continuación, se presentan las categorías relacionadas con el adulto mayor, para hacer una caracterización de la población que se quiere atender, la manera en la que invierten su tiempo libre y cómo se comporta como consumidor de turismo. Luego de esto se presenta la categoría de turismo social desde la Tercera Edad para entender las particularidades que surgen de acuerdo con las necesidades en estas edades y finalmente se trata el concepto de producto turístico para entender las estrategias que se pueden ofrecer como parte de la gestión del servicio hotelero.

1.5.2.1. El Adulto Mayor

El envejecimiento hace parte del proceso de maduración del ser humano que responde a su desarrollo biológico natural. Esta es una etapa en la que como en los ciclos anteriores, el cuerpo cambia y presenta ciertas particularidades que en general obedecen a los procesos normales de envejecimiento. Sin embargo, la vejez y el concepto de adulto mayor reviste también una serie de impactos a nivel social y cultural, pues se le atribuyen ciertas características y roles dentro de la sociedad que se han ido perpetuando con el tiempo.

Para empezar, Alvarado y Salazar (2014) consideran que, a la edad mayor, que se considera desde los 60 años, cumple con una serie de atributos: primero, se trata de un proceso que es irreversible y supone experiencias que son únicas, individuales y universales. En ese sentido vale la pena mencionar que no todas las personas obedecen de la misma manera al proceso de envejecimiento, pues todos los cuerpos son biológica y mentalmente diferentes. También se trata de un proceso que implica una redefinición de la visión de vida y las capacidades físicas y mentales.

Alvarado y Salazar (2014) además consideran dentro de una revisión amplia de literatura que el envejecimiento debe entenderse como un proceso en el que el sistema orgánico va cambiando en función del tiempo de vida. Estas transformaciones no se dan de repente al entrar a los 55 o 60 años, sino que se van dando en la medida en la que se da el proceso de maduración del ser humano.

Vaillant y Mukamal (2001) en Alvarado y Salazar (2014), el envejecimiento debe ser entendido a partir de tres categorías fundamentales: disminución, cambio y desarrollo. De esta manera, la disminución se entiende de acuerdo con el funcionamiento de los órganos y la velocidad de respuesta a los estímulos. Esto se da a través del cambio en la medida en la que el cuerpo manifiesta el envejecimiento a través de canas, arrugas, composición corporal, entre otras. Finalmente, también es una etapa de desarrollo, sobre todo a nivel mental, en la medida en la que se tiene la experiencia vivida para entender la vida de una manera diferente.

Para Alvarado y Salazar (2014) el envejecimiento es heterogéneo en la medida en la que es variable pues está permeado por una serie de factores que han acompañado la vida de una persona desde lo genético hasta lo social, cultural e histórico. Sin embargo, como parte de esa universalidad que corresponde en efecto a un proceso de envejecimiento biológico y mental, García y García (2005) mencionan la clasificación de los adultos mayores de acuerdo con la Asociación Internacional de Psicogeriatría (IPA) de la siguiente manera:

Adulto Mayor Joven (55 a 64 años)

Adulto Mayor Maduro (65 a 74 años)

Adulto Mayor (75 a 84 años)

Anciano Mayor de 85 años

Nonagenarios y Centenarios

Para propósitos de esta investigación se van a tener en cuenta los siguientes segmentos de edad: 60 a 69 años, 70 a 79 años y más de 80 años.

Para cada etapa corresponden una serie de cambios a nivel biológico, físico y mental, aunque como se mencionó anteriormente, cada persona vive su vejez de una manera particular de acuerdo con diferentes factores que han influido en el transcurso de su vida. Para el Ministerio de Salud (2016) en Colombia se consideran adultos mayores a hombres y mujeres de 60 años o más, pero también a adultos mayores de 50 años si presentan alguna discapacidad o son integrantes de alguna etnia o pueblo indígena.

De acuerdo con García y García (2005), la expectativa de vida en el mundo ha aumentado de tal manera que los adultos mayores jóvenes y maduros representan un amplio porcentaje dentro de la población, por lo que es necesario conocer más acerca de su perfil. Precisamente, en la sociedad actual, el adulto mayor se percibe como una edad vulnerable en varios aspectos, lo que supone la adopción de actitudes que en algunos casos es de compasión y solidaridad, donde se comparte una fraternidad entre el Estado, la sociedad y la familia para el cuidado de los adultos mayores. Sin embargo, en otros casos supone actitudes de amenaza, rechazo e incluso violencia que no son sensibles a las necesidades y cambios que se viven en esta etapa (Álvarez, 2016).

En el contexto colombiano se ha buscado establecer políticas y estrategias para garantizar los derechos básicos y fundamentales de los adultos mayores. Un ejemplo de esto ha sido la Política Colombiana de Envejecimiento Humano y Vejez (2015-2024) del Ministerio de Salud (2015). En este documento no solo se desarrolla un marco conceptual para entender la vejez como un proceso cronológico natural, sino también como un proceso que hace parte y aporta a la construcción social desde el enfoque del curso de la vida. Bajo estos propósitos, los adultos mayores son ciudadanos que tienen derechos fundamentales dentro de una sociedad democrática. Por lo tanto, tienen derecho a ejercer como ciudadanos y a hacer parte de la construcción de la sociedad desde lo económico, lo político y lo social desde sus propias capacidades y habilidades y el Estado debe garantizar dicha participación.

Como se puede evidenciar, el envejecimiento y la consideración del adulto mayor corresponde a una etapa culminante en la vida de todos los seres humanos que reviste una serie de cambios a nivel biológico y mental que llevan a la consideración de nuevas capacidades y habilidades, pero también a ciertas limitaciones. Sin embargo, esto va a variar de una persona a otra de acuerdo con diferentes factores que se han dado en el transcurso de la vida. Ahora, se presenta una reflexión en torno al uso del tiempo libre de los adultos mayores para encaminar estas consideraciones hacia el consumo de turismo y servicios hoteleros que hace esta población.

1.5.2.1.1. Necesidades del adulto mayor

Ahora bien, es necesario mencionar que, al entrar en la etapa de la vejez, el adulto mayor demanda una serie de necesidades alrededor del concepto de bienestar. A partir de estas necesidades es que se van a crear las políticas de protección al adulto mayor y el concepto de envejecimiento activo. Ayala (2017) menciona que una particularidad de las necesidades es que son construidas socialmente, pero también son subjetivas y dinámicas, en la medida en la que varían para cada persona de acuerdo con su contexto sociocultural y los diferentes factores que permean su vida cotidiana.

Maslow (1991) en Ayala (2017) hace una clasificación de las necesidades de acuerdo con su importancia dentro del desarrollo del ser humano, de esta manera en primer lugar se encuentran las necesidades fisiológicas, dentro de las cuales se menciona el hambre, la sed, el sueño, el sexo, y el alivio del dolor, entre otras. En la vejez estas

necesidades van a estar relacionadas en gran medida por las condiciones de salud, de tal manera que se deben seguir indicaciones especiales para satisfacer estas necesidades.

Luego de estas se encuentran las necesidades de seguridad que se refieren a una dimensión más cognitiva y emocional del ser humano. Dentro de estas se considera por ejemplo la preocupación por ahorrar, asegurar condiciones de vida, compras de seguros, entre otras. Estas acciones buscan proyectar seguridad sobre la vida de las personas y su estabilidad. Seguidas de estas se encuentran las necesidades de amor y pertenecer, en las que el adulto mayor busca establecer relaciones interpersonales significativas que le permitan participar en la sociedad (Maslow, 1991).

En cuarto lugar, se encuentran las necesidades de estima, que están asociadas a la dimensión psicológica del ser humano, estas se pueden dar de dos maneras: aquellas relacionadas con el amor propio y aquellas relacionadas con el respeto que reciben de otros. Estos aspectos son fundamentales para los adultos mayores en la medida en la que como parte de su proceso de maduración, es frecuente que se presenten sentimientos de negatividad. Finalmente se encuentran las necesidades de autorrealización, que van a variar de una persona a otra dependiendo de las proyecciones que hace sobre sus capacidades y sus oportunidades de crecimiento (Maslow, 1991).

1.5.2.1.2. Sentido de la vida en la vejez

Con el paso del tiempo, los adultos mayores van reconfigurando su sentido de la vida y por lo tanto se proyectan de manera diferente teniendo en cuenta los cambios propios de la edad y de manera implícita una preparación ante situaciones como

enfermedades y la muerte. Así, el proceso de maduración no solo se da a nivel biológico, sino que también corresponde a unos cambios cognitivos que se manifiestan de diferente manera para cada persona.

Francke (2011) considera que esto hace parte de una fuerza motivante del ser humano que busca constantemente darle sentido a su propia existencia. Esta reflexión puede llevar a episodios de crisis, en los que el ser humano no encuentra realmente sentido a su propia existencia, sobre todo en la vejez, donde se puede perder la motivación a raíz de sentirse poco útiles en su entorno.

Así, a lo largo de la vida el ser humano va experimentando de diferente manera la exploración del sentido de su vida, lo que le permite encontrar una motivación constante. Sin embargo, al entrar en la vejez se experimenta un cambio radical de prioridades y valores. Adicional a esto, el adulto mayor puede procurar descubrir el nuevo sentido de su vida de tres modos distintos: realizando diferentes ocupaciones; teniendo buenas relaciones interpersonales; y/o afrontando diferentes tipos de situaciones de adversidad (Francke, 2011).

De igual manera Ramírez (2005) considera que el sentido de la vida se va a configurar de acuerdo con los intereses, las motivaciones y las necesidades del adulto mayor y va a estar representado en un constante cuestionamiento acerca de qué hacer, a dónde ir, quién soy, entre otras. Esta es una lucha constante del adulto mayor frente a situaciones de frustración, fracasos, desilusiones y demás emociones negativas que pueden aparecer durante la vejez. Por ese motivo es que se busca garantizar el bienestar

del adulto mayor a través de conceptos como el envejecimiento activo que vela por sus condiciones físicas y mentales.

Así mismo, en esta etapa se presentan síntomas neuropsicológicos que afectan la personalidad del adulto mayor y en general reconfigura su sentido de la vida, algunas de ellas son: dificultades en la memoria a corto plazo, deterioro en diferentes capacidades y habilidades, disminución de la calidad del sueño, reducción de capacidades físicas a partir de un deterioro de la fuerza muscular, entre otras cosas que llevan al adulto mayor a cuestionarse constantemente el sentido de su vida a partir de las pérdidas de sus facultades.

1.5.2.2. Tiempo libre de los adultos mayores

Una vez se han tomado los elementos claves para entender el proceso de envejecimiento, se habla ahora de las concepciones que se tienen a nivel social y también personal frente a lo que realmente representa esta etapa. De acuerdo con García y García (2005), hay dos maneras de entender este concepto que surgen desde Platón y Aristóteles; así, mientras que para Aristóteles la vejez es una enfermedad que va deteriorando al ser humano, para Platón el envejecimiento se da en la medida en la que se ha vivido y se puede llevar de manera saludable si se han llevado buenos hábitos, por lo que no se debería convertir en un padecimiento.

Esto lleva entonces a pensar en la vejez como una etapa de disminución gradual de facultades, de vida no activa, donde se deja de trabajar y persisten situaciones como la soledad y la nostalgia, o por el contrario como una etapa que todavía puede ser activa y

que se puede fundamentar en la transmisión de experiencia y mayor sabiduría. En ese sentido se rescata lo que la Organización Mundial de la Salud (2015) considera como el envejecimiento saludable entendido como un proceso que busca garantizar el bienestar de los adultos mayores manteniendo y fomentando sus capacidades funcionales.

1.5.2.2.1. Envejecimiento activo

El envejecimiento saludable entonces lleva a considerar que la vejez es una etapa de aprovechamiento y que no debe significar una enfermedad o padecimiento. De esta manera, las personas mayores pueden seguir construyendo su identidad y redefinir sus roles dentro de sus círculos sociales, establecer nuevas relaciones, tener la posibilidad de disfrutar diferentes espacios y gozar de plena autonomía tanto para movilizarse como para tomar decisiones, tener seguridad sobre sí mismo y, sobre todo, tener la capacidad de crecer como personas. Esto implica entonces un proceso de aprendizaje continuo que no debe interrumpirse durante la vejez.

Al mismo tiempo, la OMS (2002) refiere por ejemplo el término de envejecimiento activo que es similar al del envejecimiento saludable, pero que se orienta a la optimización de oportunidades para la atención en salud y seguridad de las personas mayores, pero también para su entretenimiento y participación en diferentes escenarios sociales y actividades de recreación. Esto es que el adulto mayor tenga la oportunidad de desarrollar todo su potencial físico, mental y social mientras su ciclo vital se lo permita.

Hay que partir del hecho de que el envejecimiento activo y saludable hace parte de un reconocimiento básico de los derechos humanos de todas las personas. A partir de

allí, se crean una serie de estrategias para garantizar el cumplimiento de estos derechos y crear escenarios a partir de los cuales los adultos mayores puedan seguir sintiéndose útiles a la sociedad y gozar de actividades que los mantengan activos (OMS, 2002).

Estas consideraciones abren paso hacia las actividades de ocio y tiempo libre que demandan las personas mayores y la manera en la que se lleva el proceso de envejecimiento activo y saludable. Dentro de esto se puede considerar las actividades de turismo como una manera de mantenerse activos durante la vejez y dedicar tiempo para conocer y seguir aprendiendo. Respecto a esto, Marín de Espinoza (2012) plantea que un envejecimiento activo permite que la sociedad sea saludable y se mantenga activa, en la medida en la que aprovecha las capacidades y habilidades de cada uno de sus integrantes.

El tiempo que se dedica a los viajes y al turismo de parte de los adultos mayores surge por dos motivos: a lo largo de su vida, se ha tenido el interés de viajar y durante la vejez estas aspiraciones continúan y se concretan; por otro lado, el adulto mayor encuentra interés en invertir su vejez, que implícitamente representa más tiempo para sí mismo y una mejor economía, en viajes y experiencias relacionadas para conocer. Ambas situaciones representan un pensamiento activo en el que el adulto mayor es consciente de que la vejez es la etapa ideal para realizar actividades que le permitan una gran plenitud tanto a nivel intelectual como a nivel personal, de experiencias de vida (Marín de Espinoza, 2012).

Finalmente, desde una perspectiva psicosocial, Marín, García y Troyano (2006) consideran que el adulto mayor que decide tener un envejecimiento activo y saludable en

la medida en la que su salud y sus capacidades se lo permitan, experimentan durante esta etapa un pensamiento centrado en la recreación y en experimentar actividades que les permitan seguir aprendiendo. De esta manera, se proyectan en varios aspectos: el recreativo desde el cual aprovechan sus espacios de ocio para divertirse y entretenerse más allá de lo cotidiano y además crear espacios de creatividad. El aspecto social, en el que buscan involucrarse como sujetos activos dentro de la sociedad y sus espacios comunitarios.

El tercer aspecto es el de la identidad, en la medida en la que busca realizarse constantemente y reafirmar o redefinir su identidad. Y el cuarto aspecto que es el de bienestar desde el cual se contemplan los espacios de turismo en la medida en la que representa la posibilidad de establecer nuevas amistades, conocer lugares, realizar diferentes actividades, entre otras (Marín, García y Troyano, 2006). Esta caracterización es fundamental para caracterizar y plantear un perfil del adulto mayor como consumidor de turismo y de la misma manera, como consumidor de los diferentes espacios que pueden ofrecer los hoteles.

Teniendo en cuenta estos aportes hacia el manejo del tiempo libre y el ocio de los adultos mayores, se da apertura hacia las categorías de turismo, turismo social y el producto turístico para entender la manera en la que esta población accede a estos servicios, pero, sobre todo, las particularidades que desde su etapa de maduración corresponden una serie de motivaciones, expectativas y necesidades frente al acceso de los servicios hoteleros.

1.5.2.3. El adulto mayor como consumidor de turismo

De acuerdo con la Organización Iberoamericana de Seguridad Social – OISSS (2000), el fenómeno del envejecimiento demográfico ha llevado a que los adultos mayores estén cada vez más preparados y conscientes con los cambios de su entorno y gocen de una mayor autonomía. La edad de jubilación marca el inicio de la etapa de la vejez para muchos y en ese sentido su demanda de ofertas turísticas se centra en encontrar espacios de relajación, descanso y aprendizaje.

Para Alén *et al* (2010) la vejez es también una etapa de maduración que lleva a que muchas personas se replanteen la manera en la que están viviendo su vida, para alcanzar una mayor satisfacción y una calidad de vida más alta. Muchos de ellos aprovechan estos espacios para disfrutar tiempo en familia hacia destinos que ya conocen y que en general les traen recuerdo pues han sido recurrentes en sus vidas; también buscan espacios que les permitan un acercamiento espiritual y que al mismo tiempo les permita crecer intelectualmente a través de relaciones interpersonales que les permitan salir de la rutina; finalmente, también se piensa en actividades que les permitan experimentar nuevas cosas y que los mantengan activos.

Con este propósito, es más común que los adultos mayores visiten destinos turísticos en temporadas bajas donde se puede gozar de una mayor tranquilidad. Las actividades turísticas hacen parte del uso del tiempo libre y de ocio que se hace de manera activa y saludable, teniendo en cuenta un factor esencial: la salud. En ese sentido, los adultos gozarán plenamente de sus espacios ocio de manera activa en la medida en la

que su salud se lo permita, así como sus condiciones económicas, pues no hay que olvidar el hecho de que no todos los adultos logran posicionarse lo suficientemente bien a nivel económico (OISS, 2000).

Para Peláez (2012), la demanda de turismo de parte de los adultos mayores obedece a un objetivo fundamental de la recreación y es el hecho de permitir una vida digna y una adaptación más amable a los cambios que se presentan como consecuencia del envejecimiento y que pueden impactar de manera negativa en el estado de ánimo de las personas. Es así como se considera que la recreación logra que los adultos mayores liberen tensiones y emociones negativas, que se diviertan, que establezcan relaciones interpersonales en su entorno, amplíen su conocimiento social y cultural, y finalmente, realicen viajes.

De esta manera, los espacios recreativos que se dan en los viajes les permiten lidiar con sus temores, angustias y sentimientos negativos que los pueden acechar por la edad y en cambio les permite un mejor manejo emocional de sus propios sentimientos y emociones. Medina (2016), propone las siguientes categorías sobre la problemática de identificación de las necesidades de los adultos mayores, estas se modificaron de acuerdo con las consideraciones de esta investigación:

Figura 1. Distribución del tiempo de ocio en adultos mayores



Fuente: elaboración propia (2019)

1.5.2.4. Turismo Social

Dentro de esta categoría surge el concepto de *turismo social* desde el cual se desprende de manera más puntual el *turismo gerontológico*. El turismo social se entiende como una iniciativa de inclusión en la que se piensan diferentes estrategias para que el turismo sea para todos. Estos conceptos plantean una mirada fundamentada en la *accesibilidad* del turismo, pero también de la capacidad de este por asegurar la integridad física y psicológica de los adultos mayores (Mazó, Cortés y Quintana, 2015).

Nuñez y Baison (2007) además definen el turismo social como una estrategia que reúne todos los esfuerzos para garantizar y facilitar para todos los miembros de la sociedad sin importar su condición el acceso al turismo de manera que puedan, este tiene un enfoque desde lo familiar, la juventud y la tercera edad. De esta manera se crean

condiciones para garantizar la recreación de la formación adecuando estrategias desde lo económico, la seguridad y la comodidad.

Bajo esta mirada, Mazó, Cortés y Quintana (2015) consideran que pensar en un turismo para la gente mayor requiere modificaciones y adaptaciones que sean necesarias de acuerdo a las necesidades de la población, algunas de ellas en cuanto a la oferta hotelera serían: rampas y ascensores para facilitar la movilidad, cuartos más amplios, apoyos para su transporte, e incluso el diseño de un menú especializado que se ajuste a las condiciones de salud de muchos adultos mayores y la posibilidad de elegir alimentos saludables.

En efecto, estas categorías han venido surgiendo como respuesta al crecimiento de la demanda de la población de los adultos mayores que acceden a servicios de turismo. Alén, Domínguez y Fraíz (2010) denominan esto también como *turismo senior* y consideran que las necesidades específicas de esta población se convierten al mismo tiempo en oportunidades dentro de un mercado único que resulta atractivo para la actividad hotelera.

Añadiendo a lo anterior, se piensa entonces en el turismo no desde las causas y motivaciones de viaje, sino en el perfil de acceso, en la medida en la que se busca garantizar este servicio a población desfavorecida o que tiene algún tipo de limitación. Esta es una oportunidad implícita de desarrollo para una región a través del fortalecimiento del turismo de una región, pero también lo es al apostarle a mantener una

vejez activa y saludable dentro de la población (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2016).

Los adultos mayores como consumidores tienen motivaciones, preferencias, necesidades y deseos particulares dentro del turismo y de la misma manera frente a los requerimientos que tienen a la hora de escoger un hotel u otro. Dentro de estas motivaciones que mencionan Alén, Domínguez y Fraíz (2010) se encuentran: la necesidad de descansar y relajarse, tener nuevas experiencias, explorar nuevos lugares y otros motivos que van a variar por el contexto sociocultural de la persona. Precisamente al respecto de esto, Fleischer y Pizan (2002) consideran que, en definitiva, el turismo de la tercera edad está centrado en propósitos de salud y bienestar; sin embargo, reconocen la heterogeneidad de las variables que influyen en la motivación de acceder al turismo, en la medida en la que se consideran diferencias entre la edad, el género, características socioculturales y demográficas, estado de salud. Por eso se hace oportuno hacer un perfil de la población para cada estudio de caso, así se reconocen dichas variables y su comportamiento.

En cuanto a las necesidades en particular, Bermúdez (2014) considera que los adultos mayores requieren de ciertos servicios y adecuaciones que deben ofertar en los hoteles, algunas de estas son: una asistencia médica, seguridad, un buen trato que no sea discriminatorio ni que los haga sentir inferiores de ninguna manera, una alimentación balanceada, información y acompañamiento continuo en las diferentes actividades, un buen sistema de transporte, una gran oferta recreativa, y de manera básica, respeto de

parte de todas las personas de su entorno. A esto habría que añadirle también la necesidad de contar con profesionales especializados que conozcan las particularidades propias de la vejez y sepan cómo manejarlas adecuadamente. Esto supone al mismo tiempo la adecuación de espacios y herramientas de apoyo para la movilización, como por ejemplo el uso de barandas de apoyo y acceso a elevadores para facilitar el transporte.

1.5.2.5. Producto Turístico: Necesidades y motivaciones

Finalmente, también se menciona la calidad del servicio en la industria hotelera y esto se pone en diálogo con las consideraciones alrededor de las necesidades de los adultos mayores en su demanda de turismo. Así, para Santomá y Costa (2007), la calidad nace dentro de los intereses de la competitividad entre los diferentes establecimientos hoteleros que buscan posicionarse dentro del mercado ofreciendo un buen servicio.

Hablar de calidad de servicio, aunque se piensa como algo básico, en realidad es un factor que está cobrando mayor importancia y nuevas dimensiones de desarrollo. De esta manera, la calidad en la actualidad también se mide de acuerdo con los servicios extra que se prestan en un establecimiento que le añaden un valor especial a la prestación del servicio hotelero. Esto para Santomá y Costa (2007) es que, aunque se cumple con una actividad comercial básica de ofrecer estadía, se deben explorar nuevos medios para permitirle a los huéspedes mayores experiencias alrededor de esa estadía y que complementen de manera acertada sus expectativas y necesidades.

Precisamente, la calidad se puede entender como una estrategia competitiva que se piensa de manera sistemática y permanente dentro de una empresa para establecer

objetivos cada vez más ambiciosos que representen mayor calidad para los clientes. Dentro de estos propósitos se contempla el *producto turístico* entendido como toda la experiencia que recibe el turista a partir de su alojamiento, las actividades de recreación, el transporte y su alimentación. Este concepto engloba cada uno de los componentes de un viaje; sin embargo, se le da mayor importancia a la experiencia que se da dentro del hotel (Morillo, 2011).

El producto turístico lo pueden ofrecer agencias de viaje o el mismo hotel, donde se puede dar el espacio de aprovechamiento de las necesidades básicas de los adultos mayores. Así, el hotel debe garantizar en primer lugar los derechos fundamentales no solo del adulto mayor, sino también de cualquier huésped; pero también, se espera que como complemento a su prestación de servicio y en aras a un servicio de calidad, también preste atención a las expectativas particulares de una población (Morillo, 2011). Esto lleva a que los clientes tengan una experiencia completa en sus viajes y que sus necesidades básicas sean satisfechas.

Para cerrar este entramado teórico se mencionan los objetivos de pensar una sociedad para todas las edades como parte de una reflexión acerca de las transformaciones que se deben dar en la sociedad para que la vejez debe ser considerada como una etapa en la que el ser humano no puede ser útil.

De acuerdo con Hagestad (1999) esto supone una serie de desafíos a nivel político y social que lleven a superar los estereotipos que recaen sobre la población mayor, una de ellas principalmente es la de que los adultos mayores dejan de ser productivos para la

sociedad o que representan una carga. Es decir que las transformaciones deben surgir desde lo social y lo cultural para poder proyectarse sobre iniciativas concretas de inclusión de la población.

Dentro de estos propósitos de transformación se encuentra el mejoramiento del sistema de salud, el sistema educativo y el mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes. Es así como se puede mencionar el turismo senior, enfocado en atender las necesidades e intereses de los adultos mayores como parte de la garantía de su proceso de envejecimiento activo.

En definitiva, y a modo de conclusión, el turismo senior es un segmento de mercado que ha ido en aumento en la medida en la que los adultos mayores están aprovechando mejor su tiempo libre y de ocio para mantener un estilo de vida activo que les permita conocer diferentes lugares del país o del mundo. Desde este concepto se evalúan una serie de aspectos relacionados con las necesidades y los intereses de los adultos mayores, para generar una experiencia realmente satisfactoria (Martínez, 2013).

Este tipo de experiencias contribuyen a mejorar la calidad de vida de las personas mayores no solo a nivel físico, sino sobre todo a nivel mental. La actividad turística les permite sensaciones positivas que ayudan a superar las vicisitudes que se puedan presentarse durante esta etapa como la pérdida de seres queridos y amigos, las afectaciones de salud o el constante pensamiento de muerte. Además de esto, el turismo les permite seguir aprendiendo y conociendo en una etapa en la que usualmente hay una disminución de diferentes actividades.

1.5.3. Marco Legal

A continuación, se presenta la normativa más relevante dentro del contexto colombiano relacionada con el cumplimiento de estándares de calidad del servicio hotelero:

Tabla 1. Marco legal.

ENTIDAD, LEY, NORMA	DESCRIPCIÓN
COTELCO	Se encarga de certificar habilidades y destrezas del recurso humano, la calidad en la operación de servicios y la categorización por estrellas; de igual manera su objetivo, es la adopción y difusión de las normas técnicas.
Icontec: (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación)	Organismo que se encarga de la normatividad y certificación del sector empresarial. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como Organismo Nacional de normalización bajo el decreto 2269/93 le delegó el proceso de elaboración de normas técnicas a cada sector, según las necesidades.
NTSH: Norma Técnica Sectorial Colombia en Hoteles	
NTSH 001:	Se reglamenta la realización de las actividades básicas para la prestación del servicio; además de los requisitos para el inicio y cierre de las actividades, operación de elementos y equipo de trabajo.
NTSH 002	Su objetivo se basa en la especificación de los requisitos tanto para los establecimientos de alojamiento como de hospedaje, sobre la sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica.
NTSH 004	Con el fin de ejecutar labores de apoyo, esta normatividad, se encarga de proporcionar los requisitos necesarios a aquellas personas que se encargan de las funciones de consejería en la prestación en el servicio a huéspedes y clientes, además de atender la entrega y recibo de habitaciones, según políticas definidas por la empresa hotelera.
NTSH 005	Esta norma va dirigida a todo el personal que realice funciones de facturación de los establecimientos de alojamiento y hospedaje, ya que proporciona los requisitos para el procedimiento en el manejo de valores y así mismo

NTSH 006	la realización del cobro en dichos establecimientos. Para obtener el certificado de calidad turística, los hoteles deben estar regidos por esta norma técnica, en donde se establecen las características de calidad y evalúa los factores de infraestructura y servicios ofrecidos que deben cumplir los hoteles; además se establecen estándares precisos sobre los cuales los hoteles evaluados se clasifican mediante la categorización por estrellas recibiendo un puntaje que varía entre 1 y 0. (www.dinero.com, 2017)
NTSH 009	Por medio de la cual facilita la aplicación de las disposiciones mínimas de seguridad y salud en los diferentes lugares de trabajo del establecimiento hotelero (www.mincit.gov.co, 2007)
Ley 9 de 1979	Esta ley se encarga de reglamentar las actividades y competencias de Salud Pública para asegurar el bienestar de la población y de los turistas en general.
Ley 300 del 30 de julio del 1996	La ley General de turismo comprende actividades relacionadas con la promoción turística de Colombia generando estrategias para el mercadeo y fomento de destinos nacionales de igual forma la ley pretende reforzar el mercadeo y la competitividad turística, mediante el fortalecimiento de la calidad en las empresas de destinos turísticos (/www.icbf.gov.co, 1996)

Fuente: elaboración propia (2019)

1.5.4. Hipótesis

Si el servicio hotelero se centra en atender las necesidades y expectativas de poblaciones con características particulares como es el caso de los adultos mayores, va a lograr satisfacer a un público más amplio. Este debe ser un trabajo de reestructuración de la administración y de adecuación de los espacios que en definitiva van a llevar a aumentar la calidad del servicio hotelero prestado.

2. Diseño Metodológico

A continuación, se presenta la sección de diseño metodológico donde se presenta un acercamiento a los procesos que se tuvieron en cuenta para el análisis de la información recolectada. De acuerdo con esto se presenta la operacionalización de las variables, el diseño y tipo de estudio, la población y muestra, la recolección de datos, los instrumentos de recolección de la información y finalmente las técnicas de análisis de datos.

2.1. Operacionalización de las Variables

De acuerdo con el instrumento, se presenta a continuación la operacionalización de las variables de acuerdo con su naturaleza, nivel de medición e indicadores:

Tabla 2. Operacionalización de variables

NOMBRE DE LA VARIABLE	TIPO NATURALEZA	NIVEL DE MEDICION	INDICADORES
I. VARIABLES DEMOGRÁFICAS			
GÉNERO	CUALITATIVO INDEPENDIENTE	NOMINAL	1. Masculino 2. Femenino
EDAD	CUANTITATIVA INDEPENDIENTE	INTERVAL	1. 60-69 AÑOS 2. 70-79 AÑOS 3. 80 y MAS Se toma por rango de 10 años para facilitar el estudio.
ESTRATO SOCIAL	CUALITATIVO INDEPENDIENTE	NOMINAL	1. Estrato 1. 2. Estrato 2. 3. Estrato 3. 4. Estrato 4. 5. Estrato 5. 6. Estrato 6.
ESTADO CIVIL	CUALITATIVO INDEPENDIENTE	NOMINAL	1. Casado 2. Soltero 3. Viudo 4. Separado

				5. Unión Libre. Respuesta libre.
MUNICIPIO DE ORÍGEN		CUALITATIVO INDEPENDIENTE	NOMINAL	
DEPARTAMENTO DE ORÍGEN		CUALITATIVO INDEPENDIENTE	NOMINAL	Respuesta libre.
ESCOLARIDAD		CUALITATIVO INDEPENDIENTE	ORDINAL	1. Primaria. 2. Secundaria. 3. Técnica. 4. Universitaria. 5. Posgrado. 6. Otro (respuesta libre).

II. VARIABLES RELACIONADAS CON EL SERVICIO TURÍSTICO Y HOTELERO

FRECUENCIA DE VISITA MUNICIPIO	DE AL	CUANTITATIVO INDEPENDIENTE	ORDINAL	1. Mensual. 2. Trimestral. 3. Semestral. 4. Anual. 5. Esporádico.
MOTIVOS DE VISITA		CUANTITATIVO INDEPENDIENTE	ORDINAL	1, 2, 3, 4, 5. (Calificación donde 1 es el motivo menos importante y 5 es el motivo más importante).
CLASIFICACIÓN DEL TURISMO		CUALITATIVO INDEPENDIENTE	NOMINAL	1. Individual. 2. Familiar. 3. Grupal. 4. Masivo.
CLASE DE TURISMO		CUALITATIVO INDEPENDIENTE	NOMINAL	1. Sol y Playa. 2. Ecológico. 3. Otro.
TIPO DE HOTELES		CUALITATIVO INDEPENDIENTE	NOMINAL	1. Tradicional. 2. Familiar. 3. Moderno. 4. Cabaña. 5. Camping. 6. Otros.
CONSIDERACIONES PARA ELEGIR UN HOTEL		CUALITATIVO INDEPENDIENTE	NOMINAL	1. Precio. 2. Confort. 3. Ubicación. 4. Infraestructura. 5. Otro.
DÍAS DE PERMANENCIA EN EL HOTEL	DE EN	CUANITATIVO INDEPENDIENTE	ORDINAL	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 días.

III. VARIABLES DE PERCEPCIÓN DE LA NORMATIVIDAD

CONOCIMIENTO DE LAS LEYES SOBRE TURISMO		CUALITATIVO INDEPENDIENTE	NOMINAL	1.Sí. 2.No.
--	--	---------------------------	---------	----------------

TIPO DE CONOCIMIENTO LA NORMATIVA	DE DE	CUALITATIVO INDEPENDIENTE	NOMINAL	1.Mucho. 2.Poco. 3.Nada.
CUMPLIMIENTO LA LEY POR PARTE DE LOS HOTELES	DE	CUALITATIVO INDEPENDIENTE	NOMINAL	1.Sí. 2.No.
IV. VARIABLES DE PERCEPCIÓN DEL SERVICIO				
PERCEPCIÓN DE SERVICIO:				1. Me gusta. 2. Me gusta Mucho. 3. Ni me Gusta ni me Disgusta. 4. Me Disgusta. 5. Me Disgusta Mucho.
RECEPCIÓN		CUALITATIVA Independiente	NOMINAL	
ALOJAMIENTO				
ALIMENTACIÓN				
BEBIDAS				
SEGURIDAD EN LA HABITACIÓN				
SERVICIOS COMUNALES				
ATENCIÓN DEL PERSONAL				
HIGIENE				
INFRAESTRUCTURA				
COMUNICACIÓN				
CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO OFERTADO				
CONFIABILIDAD				
FACTORES DE RIESGO:	DE	CUALITATIVA Independiente	NOMINAL	1. Bueno. 2. Regular. 3. Malo.
ILUMINACIÓN EN LAS HABITACIONES Y ZONAS COMUNES				
VENTILACIÓN				
SEÑALIZACIÓN VÍAS DE EVACUACIÓN				
DESNIVEL DE PISOS				

PISOS LISOS			
PASAMANOS			
OBSTACULIZACIÓN VÍAS DE ACCESO, SALIDAS DE EMERGENCIA			
TIPO DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CUALITATIVA Independiente	NOMINAL	Respuesta Libre.
ASPECTOS QUE MEJORAR	CUALITATIVA Independiente	NOMINAL	Respuesta Libre.
RECOMENDACIÓN DEL HOTEL	CUALITATIVA Independiente	NOMINAL	1. Sí. 2. No. ¿Por qué? _____

Fuente: elaboración propia (2019)

2.2. Diseño y Tipo de Estudio

De acuerdo con los objetivos planteados para esta investigación, se propone un trabajo mixto, que integra el método cualitativo Esto en la medida en la que se van a analizar variables cuantitativas relacionadas con el perfil sociodemográfico de los adultos mayores que hacen parte de la muestra del estudio como: la edad, el sexo, el estrato social, el género, el estado civil, el municipio y departamento de origen, tipo de zona de origen (urbana o rural) y el tipo de escolaridad. Por otro lado, también variables relacionadas con las condiciones de motivación, acceso, tipo de turismo y permanencia en los servicios de turismo. Y finalmente, variables relacionadas con el conocimiento de la normatividad del servicio hotelero y la percepción y necesidades de servicio.

Cada una de estas variables se van a analizar a partir de la aplicación de una encuesta cuyos resultados se van a presentar a través de un ejercicio de estadística descriptiva. Sin embargo, también se integra un enfoque cualitativo que va a permitir

aportar al análisis a partir de las categorías teóricas y conceptuales abordadas en el marco conceptual y teórico.

Particularmente, los métodos cualitativos son aquellos que permiten generar datos descriptivos que se obtienen a través de los testimonios de las personas, aquello que expresan de manera escrita u oral y los comportamientos observados por el investigador (Quecedo y Castaño, 2002). Dentro de la metodología cuantitativa, la construcción y aplicación del instrumento de medición resulta vital, ya que permite la articulación de los marcos teóricos previamente establecidos con la realidad a analizar, es decir, la construcción previa de variables e indicadores permite orientar de forma directa la recolección de los datos y, por ende, organizar el proceso de análisis de estos y planteamiento de conclusiones o comprobación de hipótesis previas (García, Peña y Rodríguez, 2007).

De acuerdo con García *et al* (2007) las investigaciones cuantitativas permiten la recolección numérica de los resultados de las variables a investigar por medio de diversas técnicas. Es decir, intenta relacionar de manera estadística un fenómeno real con construcciones teórico-metodológicas que permitan vislumbrar relaciones de análisis. La metodología cuantitativa requiere una construcción específica de los puntos a medir, ya que su rigurosidad se ve reflejada en gráficos y tablas que muestran relaciones e interacciones que se encuentran en la realidad social del problema que se está investigando. Así, los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de la información se muestran a través de la presentación de gráficos y tablas para enriquecer

el análisis y se acompaña de la reflexión en torno a las categorías teóricas y conceptuales mencionadas.

El diseño metodológico parte desde la recolección de información requerida para este estudio, la cual está centrada en aspectos, enfoques y conceptos relacionados a la población de adultos mayores como consumidores de actividades turísticas y servicios hoteleros. Estas primeras fases exploratorias permitieron además la recolección de la información a través de la aplicación del instrumento de investigación en dos hoteles tradicionales del municipio de Necoclí, buscando encontrar los focos que determinan en gran manera las dificultades y necesidades en este ámbito.

Seguidamente se recolectaron los datos necesarios para determinar el grado de insatisfacción de los servicios hoteleros hacia esta población objeto de estudio en particular y tomar los elementos principales para desarrollar los objetivos propuestos. Una vez se recolectó toda la información, se organizó y tabuló aplicando en ella mecanismos estadísticos descriptivos para así analizar las respuestas de cada una de las preguntas planteadas a través de gráficas y tablas y acompañándolas de un análisis cualitativo.

2.3. Población y Muestra

La población objeto de estudio de investigación la conforman el total de huéspedes adultos mayores de 60 años que se hospedaron en dos hoteles tradicionales del municipio de Necoclí: Residencias FELA y Casa Hotel Dora mar, durante el segundo

semestre del año 2018 (según datos del registro de pasajeros de los hoteles). Necoclí cuenta con una infraestructura de alojamiento hotelero de más de 83 establecimientos de hospedajes entre los que se encuentran hoteles modernos, hoteles tradicionales, cabañas, Fami hoteles, Hostales, entre otros. Sin embargo, se tomaron en cuenta estos dos establecimientos por la facilidad de acceso de parte de la investigadora y para situar la problemática puntualmente sobre dos establecimientos hoteleros de carácter familiar.

Particularmente de esta población se tomó una muestra calculando el promedio de visita anual de doscientos ochenta (280) personas adultas mayores de sesenta (60) años que acceden a los servicios de hospedaje tradicional, de acuerdo con los datos consultados con los hoteles participantes durante el segundo semestre del año 2018. Del total de esta población objeto de estudio se tuvo a bien tomar el 20%, es decir 56 personas en total. Como muestra representativa en la aplicación del instrumento de la encuesta. De igual manera, como criterio de inclusión y exclusión para el presente estudio se tuvo en cuenta la edad de las personas, considerando que un adulto mayor es toda persona mayor de 60 años. Esto obedeció a un proceso de muestreo no probabilístico que se dio a juicio del investigador de acuerdo con los propósitos del trabajo y a su carácter exploratorio.

2.4. Recolección de Datos

Para llevar a cabo un análisis más organizado, se siguieron los siguientes procedimientos: en primer lugar, la *recolección de los datos* a través de los instrumentos

seleccionados, seguido de esto se dio una familiarización de los datos, recogiendo primeras impresiones y organizándolos en un primer momento. En segundo lugar, *se preparan los datos para el análisis* a través de un ejercicio de lectura y observación, así como de organización de la información y la generación de las gráficas y tablas que van a acompañar el trabajo de estadística descriptiva. En tercer lugar, se *descubren las unidades de análisis*, lo que lleva a la organización de los temas para la triangulación de la información. Y finalmente, *se preparan las hipótesis, teorías y explicaciones* que permitan construir el informe final de los resultados (Hueso y Cascant, 2012).

El estudio garantizó la total confidencialidad y la privacidad de la información que brinden los participantes de la investigación. Antes de la aplicación de los instrumentos, éstos fueron analizados en dos etapas: la primera, fueron sometidos a validación por parte de expertos con el fin de recibir la retroalimentación necesaria para la validación de las preguntas y segunda, la aplicación de la encuesta a un grupo pequeño de participantes con el fin de realizar un pilotaje al cuestionario. Así mismo, al inicio de cada encuesta se contará con la declaración de privacidad necesaria con el fin de asegurar la rigurosidad del trabajo investigativo.

2.5. Instrumentos

En la investigación se aplicó un cuestionario a la muestra seleccionada que visitó el municipio de Necoclí en el segundo semestre del año 2018, aprovechando las temporadas en la cual concurren más turistas al municipio, por ser fin de año. La herramienta utilizada fue

una encuesta estructurada aplicada a la población objeto de estudio con base a las variables de estudio, este instrumento de investigación se pensó con la intención de adquirir información relevante de las expectativas y necesidades que tienen los adultos mayores como turistas consumidores de los servicios de alojamiento en los hoteles tradicionales.

Para Casas, Repullo y Donado (2003), la técnica de la encuesta es un instrumento usado ampliamente en el desarrollo de investigaciones ya que gracias a esta se puede obtener información de manera eficaz y rápida. Esta información recogida permite analizar una serie de datos que son relevantes dentro de la muestra seleccionada y que resulta representativa dentro de una población mucho más amplia. La información relevante no se encuentra en específico en una persona en particular, sino en la población a la que pertenece el sujeto. Cabe resaltar además que las personas participaron de manera voluntaria, reconociendo la intención de un proceso investigativo.

2.6. Técnicas de Análisis de Datos

El análisis de la información se inicia desde la síntesis de los datos e ideas más relevantes de los resultados tabulados de los instrumentos de recolección de la información aplicados. Este paso también es conocido como la fase de conceptualización de los hallazgos hechos (Monje, 2011), en donde también es importante que el investigador considere cuáles son sus expectativas respecto al análisis, sus dudas, y logre organizar toda la información recabada y el desarrollo que le va a dar a la misma. Esta primera fase tuvo un carácter conceptual o intelectual y es imprescindible para ordenar

las ideas y darle un manejo más estructurado al análisis. Es así como en este trabajo se establecen las categorías de análisis que van a permitir guiar el análisis de la información recolectada.

De acuerdo con Sarduy (2007), el análisis de la información va a surgir a partir de los datos obtenidos una vez se haya hecho el análisis histórico, conceptual y teórico. Esto implica el diseño, si es el caso, y la puesta en marcha de los instrumentos de recolección de la información escogido para cada caso. Lo cual quiere decir que es un proceso en el que la información “bruta” pasa a ser una información “elaborada”, por lo que el análisis se considera una actividad mental e intelectual. Además de esto, el análisis de la información se plantea de acuerdo con los objetivos propuestos y la aplicación de los filtros para la recolección de la información.

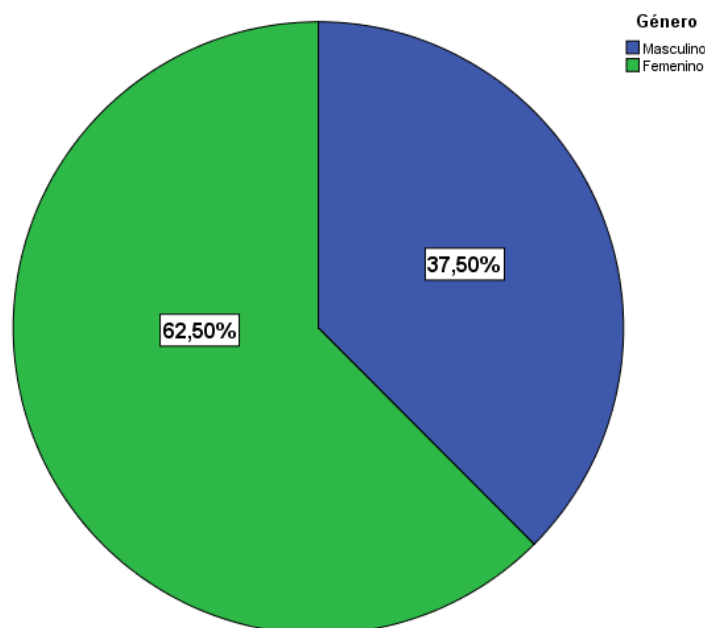
3. Presentación de Resultados

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta aplicada a la muestra seleccionada de adultos mayores que visitaron las Residencias FELA y la Casa Hotel Dora Mar de acuerdo con los objetivos planteados. En ese sentido, en primer lugar, se presenta el perfil sociodemográfico de la muestra de 56 personas para identificar sus características principales. En segundo lugar, se presenta una sección acerca de las condiciones de acceso, tipo de turismo y permanencia de los adultos mayores en los hoteles, en este espacio se espera reconocer los comportamientos de consumo del servicio hotelero. En tercer lugar, se presenta una sección relacionada con el conocimiento y la percepción acerca del cumplimiento o incumplimiento de la normatividad que regula el servicio hotelero en Colombia. Finalmente, se establece la percepción de servicio y las necesidades de la muestra que accedió a este tipo de servicios en los dos hoteles mencionados. Cada sección aporta al cumplimiento del objetivo general y van a permitir la elaboración de las conclusiones del ejercicio investigativo.

3.1. Perfil sociodemográfico de los adultos mayores

Para empezar el análisis de las variables que dan cuenta del perfil sociodemográfico de los participantes, se presenta la diferenciación por edades:

Gráfica 1. Distribución de la Población Según Sexo



Fuente: Elaboración propia (2019)

De acuerdo con esto, la muestra se caracteriza por ser en su mayoría mujeres con un 62,5% sobre el 37,5% que representa a los hombres. Sobre esto, se puede afirmar que las mujeres, como parte de los cambios que se han dado en sus roles dentro de la sociedad, y añadiendo lo que Alvarado y Salazar (2014) consideran sobre la independencia que se adquiere al empezar la vejez y en general la etapa madura, participan cada vez más en diferentes escenarios y su protagonismo puede ser notorio también dentro de las dinámicas de turismo.

Vale la pena mencionar lo que Freixas (1997) considera como una diferenciación necesaria entre el desarrollo entre mujeres y hombres teniendo en cuenta el contexto psicosocial particular para cada género. De esta manera, para el caso del hombre se

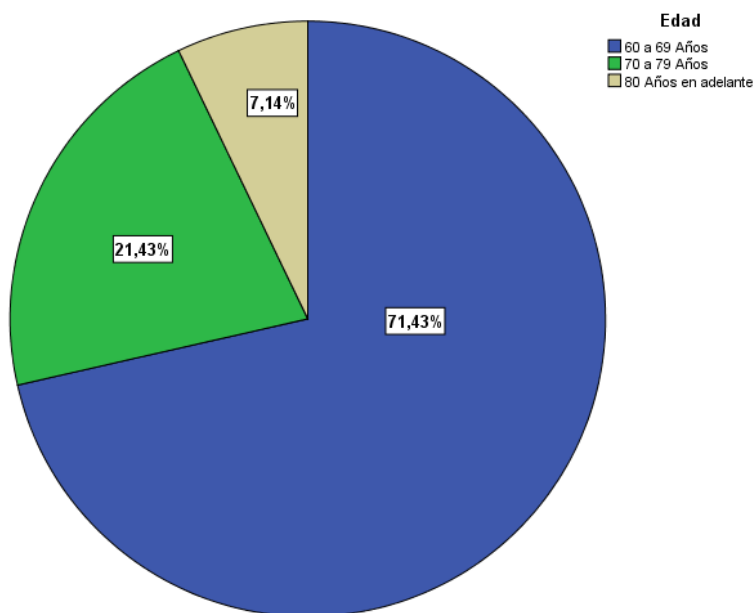
asocia un proceso de envejecimiento legado más a su vida ocupacional y familiar en menor medida, mientras que en el caso de las mujeres se asocia a variables como el matrimonio, sus roles de esposa, madre y profesional.

Adicional a esto, Sánchez (2011) considera que el contexto de desarrollo de cada persona influye de manera definitiva en la vejez ya sea que se perpetúen actitudes y comportamientos afines a estas variables de desarrollo o que por el contrario se revelen ante estas. Así, Wilson (1996) en Sánchez (2011) afirma que las funciones asignadas tradicionalmente a cada género pueden variar en la edad en la medida en la que los adultos dejan de ejercer algunos roles que los definían anteriormente, así, los hombres pueden ser más afectivos y cariñosos, mientras que las mujeres pueden buscar una mayor independencia.

En definitiva, esta es una variable interesante que en este caso define a la muestra como mayormente compuesta por mujeres, lo que correspondería a una mayor independencia de las mujeres en el sentido de que buscan a través de las actividades de turismo concretar algunas realizaciones que probablemente se fueron aplazando por los roles de madre y esposa que tradicionalmente han ocupado.

Añadiendo a esto, se tiene que las edades de los participantes se distribuyen de la siguiente manera:

Gráfica 2. Distribución de la Población Según Grupos de Edad



Fuente: Elaboración propia (2019)

Retomando el aporte de la Asociación Internacional de Psicogeriatría (AIP), el envejecimiento es la etapa final dentro del proceso de desarrollo del ser humano. Durante esta etapa se van dando una serie de cambios que van deteriorando las funciones biológicas y mentales del ser humano; sin embargo, esto va a depender de las condiciones particulares de cada persona. Por tal motivo, se hace una diferenciación de acuerdo con la edad para dar cuenta de cada una de estas etapas. En primer lugar, en el caso de esta muestra se trata en su mayoría (71,43%) de personas de 60 a 69 años, es decir que son adultos mayores jóvenes y maduros. En segundo lugar, se ubican las personas de 70 a 79 años y finalmente en un porcentaje menor (7,14%) las personas de más de 80 años.

Para García y García (2005) los hábitos de vida y otros factores asociados como la genética y aquellos que han incidido en el contexto social, histórico e incluso cultural de

la persona, van a determinar la manera en la que se da ese envejecimiento. De esta manera, cada persona lleva un proceso diferente, aunque de manera general, se presume que los adultos mayores de 60 a 69 años son más activos que los demás grupos de edad por cuestiones de salud. Sin embargo, esto no significa que las personas de 70 años en adelante no sean personas activas con grandes problemas de salud, pues cada proceso de envejecimiento se da de manera particular.

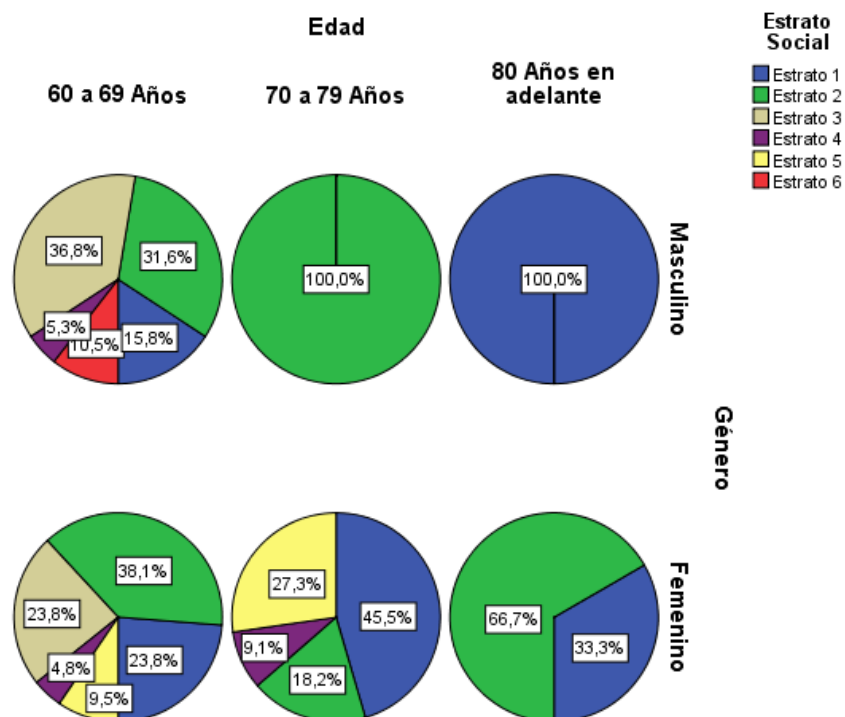
En este caso, los adultos mayores más jóvenes son la mayoría dentro del grupo de edades y las personas de más de 80 años son las que menos participación tienen, se puede presumir que es precisamente a ese proceso de envejecimiento normal donde a mayor edad, mayores dificultades para participar de actividades de turismo y en general de desplazamiento o esfuerzo físico mayor.

Con esta información se reafirma el hecho de que en general se prevé una mayor oportunidad de aprovechamiento de actividades de turismo de parte de los adultos mayores más jóvenes en la medida en la que se puede dar mejores condiciones de salud. En cambio, los adultos mayores de más de 80 años tienen menos oportunidades de viaje en la medida en la que tienen un envejecimiento más desarrollado relacionado con problemas de movilidad y salud.

Ahora bien, Peláez (2012) menciona que uno de los factores determinantes para la participación o no en el turismo de parte de los adultos mayores es el económico. En ese sentido, las personas van a organizar sus actividades de tiempo libre y ocio alrededor de sus ingresos económicos y esto también va a determinar sus posibilidades de acceso a

este tipo de servicios. De acuerdo con esto se indagó acerca del nivel socioeconómico de las personas mayores:

Gráfica 3. Distribución del Estrato Social, según Sexo y Edad



Fuente: Elaboración propia (2019)

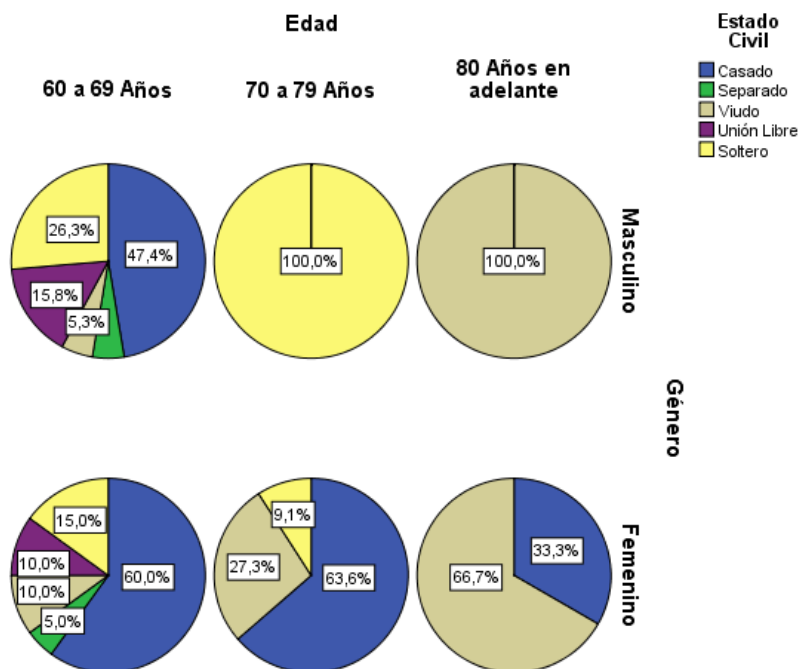
Esta variable además se cruzó con las de género y edad con lo que se tiene que las mayores variaciones se encuentran en las personas de 60 a 69 años y de 70 a 79 años, aunque eso corresponde con la distribución por edades que se estableció anteriormente. De manera concluyente, la muestra seleccionada de adultos mayores pertenece en su mayoría a los estratos 3, 2 y 1, mientras que los estratos 4, 5 y 6 son una minoría. Esto lleva a concluir que en general se trata de personas pertenecientes a la clase media baja,

que encuentran las posibilidades para realizar actividades de turismo. Frente a esto, Peláez (2012) además permite formular la hipótesis de que las personas de estratos más altos y con ingresos estables a lo largo de su vida tuvieron mayores oportunidades de viajar antes de su vejez, por lo que durante etapa de vejez dedican su tiempo a otro tipo de actividades de descanso y ocio.

Además, de acuerdo con la Organización Iberoamericana de Seguridad Social-OISS (2000), el turismo en la vejez va a depender de dos factores fundamentales: la salud y la capacidad económica de las personas. Por esto se analiza esta variable en pro de establecer la participación de los adultos mayores en las actividades turísticas. Resulta llamativo el hecho de que, en el caso de hombres y mujeres de más de 80 años, los estratos predominantes son el 1 y el 2, lo que lleva a pensar que pueden existir programas que promuevan la participación de estas edades para asegurar lo que la OMS (2015) establece como un envejecimiento activo alrededor de la oportunidad de recreación y oportunidad de desarrollo.

Hasta el momento se tiene entonces que se trata en su mayoría de mujeres, de entre 60 y 69 años y de niveles socioeconómicos entre medios y bajos. A continuación, se presentan los datos relacionados con la distribución del estado civil de acuerdo con la edad y el género de los participantes:

Gráfica 4. Distribución del Estado Civil, según Edad y Género



Fuente: Elaboración propia (2019)

De acuerdo con los resultados, las personas de 60 a 69 años que son mujeres son en su mayoría casadas y luego solteras, de igual manera, los hombres son en su mayoría casados y luego en menor medida soltera, aunque algunos de ellos (5,1%) ya son viudos. En el segundo grupo, las personas de 70 a 79 años se tienen que las mujeres en su mayoría son casadas y en menor medida viuda y en cambio, los hombres en su mayoría son solteros. En el tercer grupo, las personas de más de 80 años que son mujeres, en su mayoría son viudas, y en pocas medidas casadas; en el caso de los hombres, se tiene que son en su totalidad viudos.

Como mencionaban Vaillant y Mukamal (2001) los adultos mayores se van afrontando a situaciones complejas como el envejecimiento de su cuerpo y la muerte, de

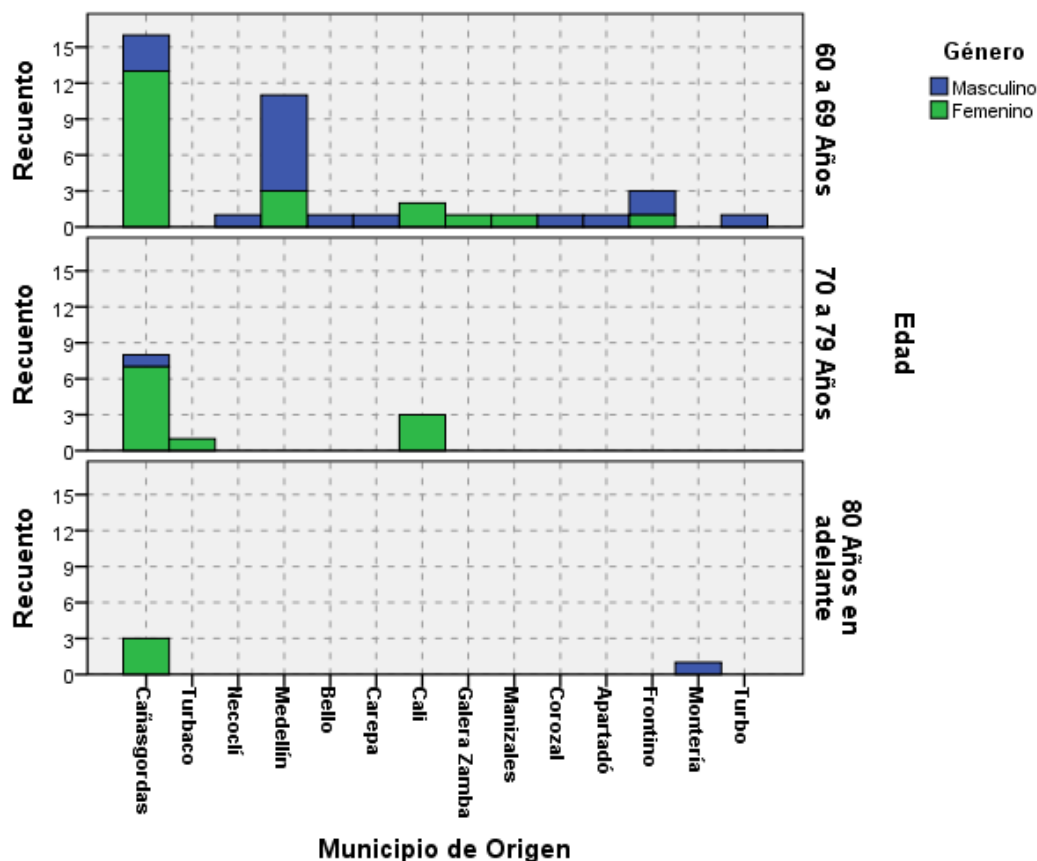
manera que tienen que ir asumiendo este tipo de situaciones en su cotidianidad. Por tal motivo, algunos de ellos, sobre todo de las edades de más de 70 años ya se encuentran con una situación de viudez. De igual manera, también hay muchas situaciones de soltería que también son comunes por la edad.

Al respecto, Sánchez (2011) menciona que, retomando la perspectiva de género en la vejez, hay una serie de configuraciones alrededor de los roles que tradicionalmente se le han asignado tanto a hombres como mujeres, en la medida en la que es una población con características diversas en cuando a las relaciones interpersonales amorosas. Así pues, se producen dos tipos de situaciones: pérdida de la pareja por alguna enfermedad (que como se evidencia se da sobre todo en las edades más avanzadas) o pérdida de la pareja por situaciones de abandono o diferentes situaciones de separación.

De cualquier manera, el adulto mayor desarrolla necesariamente una mayor autonomía y protagonismo en su vida lo que le lleva a tomar decisiones individualizadas alrededor de sus intereses de recreación. Así, a pesar de su situación de soltería, los adultos mayores prefieren viajar en grupos de grandes personas en primer lugar para sentirse acompañados y pertenecientes a una población en particular y, en segundo lugar, reconociendo sus limitaciones en cuanto a su edad.

El siguiente es un histograma de frecuencia que da cuenta del municipio de origen de las personas encuestadas de acuerdo con su género y edad:

Gráfica 5. Histograma de Frecuencia - Municipio de origen, según sexo y edad.



Fuente: Elaboración propia (2019)

De acuerdo con la gráfica, en el caso de las personas de 60 a 69 años son personas provenientes de Cañasgordas, municipio ubicado en el departamento de Antioquia y que se encuentra a una distancia de 267, 2 km del municipio de Necoclí; es decir, una duración de viaje de aproximadamente 5 horas en carro o bus. Es decir que son lugares cercanos que no suponen un viaje de mucho tiempo. También se identificó Medellín como una ciudad de origen de los participantes, con una distancia de 380,2 km y de duración aproximada de 8 horas. En el caso de las personas de 70 a 79 años, se identificó como ciudad de origen nuevamente al municipio de Cañasgordas, Cali y Turbaco en

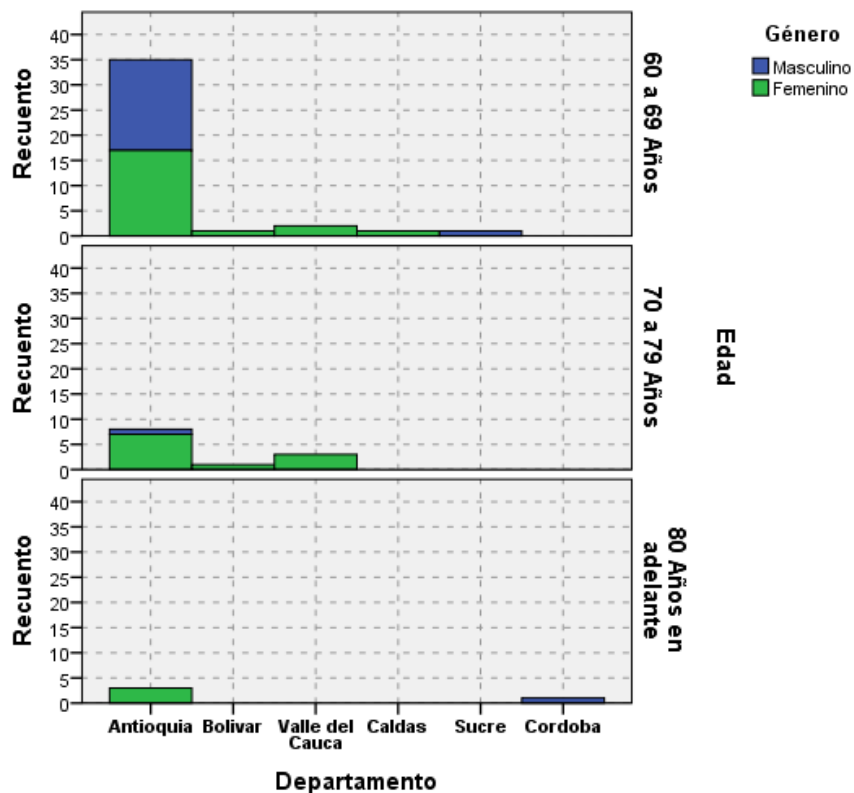
menor medida. Finalmente, las personas de 80 años en adelante identificaron nuevamente Cañasgordas y Montería como ciudad de origen.

Al respecto, se puede traer a la discusión el aporte de Marín, García y Troyano (2006) frente a los comportamientos de los adultos mayores frente a las actividades de turismo. Así, el adulto mayor puede viajar en la medida en la que su salud y sus capacidades físicas y mentales se lo permitan. De acuerdo con esto, se puede entender el hecho de que los adultos mayores provengan de sitios cercanos al municipio de Necoclí, pues esto implica menores horas de viaje como se estableció previamente y, por lo tanto, menores molestias.

Así mismo, estableciendo una relación con la variable del estrato social de los adultos mayores, se establece una población predominantemente parte de estratos medios a bajos, lo que significa que la cercanía de los municipios de origen también se relaciona con los costos de viaje: a mayor cercanía, menor el costo de viaje.

De manera complementaria, se presenta a continuación el histograma asociado al departamento de origen de acuerdo con el sexo y la edad de las personas:

Gráfica 6. Histograma de Frecuencia - Departamento de origen, según sexo y edad



Fuente: Elaboración propia (2019)

Como se puede observar y de manera breve, se puede concluir que las personas en su mayoría, hombres y mujeres de la edad de 60 a 69 años son del departamento de Antioquia es decir que se mantiene la cercanía del lugar por sus atractivos turísticos, pero también por la distancia corta del viaje. Se debe agregar que otros departamentos de origen fueron el Valle del Cauca, Bolívar, Caldas y Córdoba, los cuales presentaron un porcentaje más bajo. La conclusión de esta variable es que las personas mayores eligen destinos cercanos a su ciudad de origen y además que se movilizan desde municipios que no tienen acceso al mar.

Esto corresponde a lo que aportaba Medina (2016) acerca de los intereses que surgen como parte del turismo social centrado en adultos mayores y que se asocian tanto con el descanso y la tranquilidad, como las facilidades de acceso y los cambios de rutina y espacios de cotidianidad. De acuerdo con esto, la playa se convierte en un espacio ideal de descanso y relajación para muchos tipos de público. Sin embargo, se presume que, para el caso de las familias, se destinan actividades más relacionadas con la aventura, mientras que, en el caso de los adultos mayores, las actividades se van a destinar más hacia la relajación y los diferentes espacios que puede ofrecer el municipio de Necoclí que les permitan descansar.

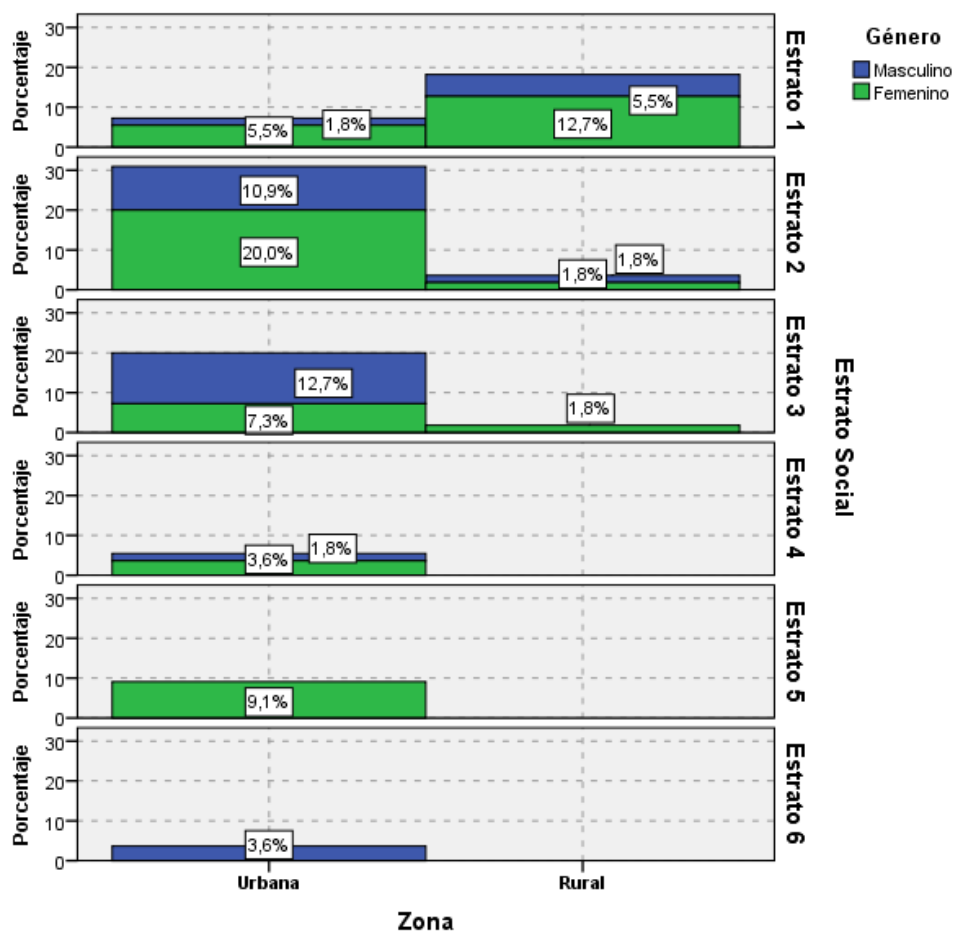
En efecto, el municipio de Necoclí tiene una ubicación privilegiada en la costa del mar Caribe, que le permite gozar de hermosas playas y actividades culturales como las Fiestas del Coco, corralejas de toros, Festival Nacional del Bullerengue y el Festival de Verano. Así mismo, ofrece una amplia variedad gastronómica rica en pescados, mariscos, frutas, dulces y platos típicos como el arroz con coco (Alcaldía del municipio, 2015). Por tal motivo, el municipio brinda espacios de esparcimiento y relajación propios de una ciudad costera, en el que hay poco tráfico y aglomeración de lugares, así como un clima favorable para el turismo.

De acuerdo con las distancias geográficas se puede ver como las edades más jóvenes provienen de departamentos más variados, que implican un mayor tiempo de desplazamiento, mientras que, en el caso de los adultos de más de 80 años, se reconoce un departamento de origen cercano, como es el caso de Antioquia. Por lo tanto, a mayor

edad se establecen destinos turísticos más cercanos en la medida en la que hay mayores limitaciones de desplazamiento propias de la edad.

A continuación, se presenta la distribución de la Zona de origen, de acuerdo con el Género y al Estrato Social:

Gráfica 7. Distribución de las Zonas Urbana o Rural, según Género y Estrato social



Fuente: Elaboración propia (2019)

De acuerdo con los datos obtenidos, en el estrato 1 hay más mujeres que provienen de una zona rural (12,7 %), mientras que el porcentaje de hombres de este

estrato es apenas del 5,5%. En el caso del estrato 2, se tiene que los hombres en su mayoría son de origen urbano (20%), de igual manera que en el caso de las mujeres, aunque en menor porcentaje (10, 9%). En el estrato 3, se identificó que la mayoría proviene de una zona urbana: hombres (12,7%) y mujeres (7,3%). A partir del estrato 4, las personas encuestadas provienen de zonas urbanas. Aquí la conclusión es determinante, las personas de estrato 1 provienen sobre todo de zonas rurales, y aquellos que provienen de niveles socioeconómicos mayores a este provienen de zonas urbanas.

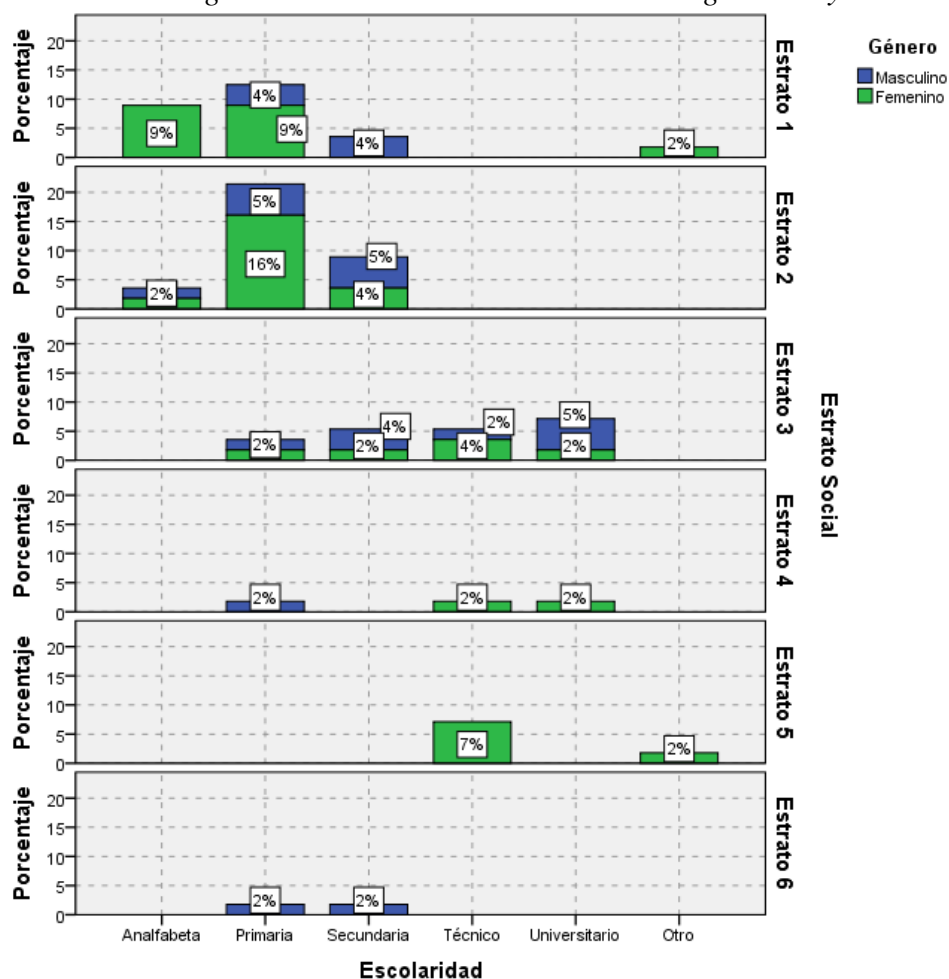
Esto se puede asociar precisamente con los intereses de los adultos mayores por conocer destinos que les ofrezcan diferentes experiencias a las que experimentan en su cotidianidad. Para Bermúdez (2014) esto corresponde al interés por encontrar ambientes relajados y armoniosos que en la ciudad es difícil encontrar precisamente por las dinámicas que se dan como parte de sus espacios, un ejemplo de ello es el tráfico. Las vacaciones se convierten entonces en espacios para escapar de la rutina y de la realidad, de la que muchas veces se quiere descansar. Así, como se puede observar sobre todo para las edades menores de 80 años, los adultos mayores cambian sus ritmos de vida propios de las zonas rurales y urbanas por espacios de relajación propios de un municipio turístico.

Particularmente en el caso de los adultos mayores, como lo menciona Marín de Espinoza (2012) estos espacios de recreación también permiten que estos se alejen de sentimientos negativos como la tristeza, la nostalgia e incluso la depresión que pueden

darse como consecuencia de los efectos del envejecimiento o de alguna pérdida como en el caso de las personas viudas.

El siguiente histograma muestra el nivel de escolaridad de los participantes de acuerdo con su género y su estrato social:

Gráfica 8. *Histograma de Frecuencia – Escolaridad según Sexo y Estrato social.*



Fuente: Elaboración propia (2019)

Al cruzar las variables sexo, estrato social y escolaridad se tiene que en el estrato 1 el 9% de las mujeres son analfabetas y solo alcanzaron a culminar la educación

primaria ubicándose en 9%, mientras que, en los hombres se observa que el 4% de la muestra poseen un nivel de escolaridad primaria y el otro 4% son bachilleres.

En el estrato 2 se repite el patrón anterior, es decir la mayoría de las mujeres se ubican en un nivel escolar primario (16%) y los hombres continúan manteniendo un nivel escolar que se divide entre la educación primaria (5%) y la educación secundaria (5%). En el estrato 3, se evidencia que tanto hombres como mujeres tienen un mejor nivel escolar, por ejemplo, en el caso de los hombres el 5% de la muestra cuentan con una formación universitaria, mientras que, el 4% de las mujeres alcanzan una capacitación técnica.

En el estrato 4 las mujeres de igual manera tienen formación técnica (2%) y universitaria (2%), pero en el caso de los hombres alcanza el de primaria (2%). Para el estrato 5, las mujeres alcanzan nivel de escolaridad técnica y otro (7%). Y finalmente, en el estrato 6, los hombres tienen nivel de escolaridad de primaria (2%) y secundaria (2%). En definitiva, los adultos mayores que participaron de esta investigación tienen una formación sobre todo del nivel de primaria y en pocos casos se alcanza un nivel de formación universitario.

Como se puede observar, vuelve a llamar la atención la perspectiva de género alrededor del turismo gerontológico, en la medida en la que el nivel de escolaridad de los hombres y las mujeres sigue siendo desigual, debido a los estereotipos que corresponden a cada género y que proporcionan mayores oportunidades para los hombres. Estos estereotipos corresponden a una organización social que tradicionalmente ha respondido

a un modelo patriarcal, en el que las mujeres se encasillan más hacia las labores de hogar, mientras que los hombres más hacia el sostenimiento del hogar. De esta manera, los hombres han tenido mayor oportunidad de formación profesional para conseguir empleo. A pesar de que esto es algo que ha ido cambiando a través de la modernización de los valores y las dinámicas sociales, las generaciones más antiguas crecieron bajo este tipo de estereotipos. Sin embargo, esta situación también varía de acuerdo con el nivel socioeconómico de las personas, ya que hombres y mujeres que tienen mayores capacidades económicas, en general tienen mayores oportunidades de formación y por lo tanto la diferenciación entre hombres y mujeres en cuanto a su escolaridad es menos diferencial, como se hizo evidente desde el estrato 3 en adelante.

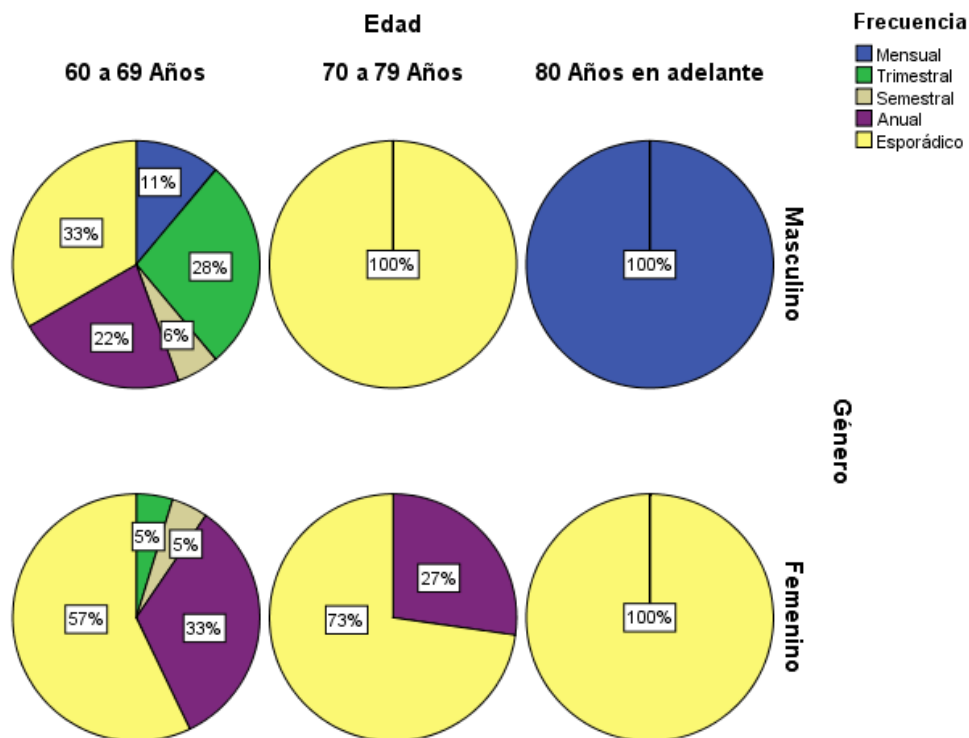
La estratificación y el nivel de escolaridad son relevantes para el turismo gerontológico ya que dan cuenta de la capacidad económica de los adultos mayores para ejercer actividades de ocio y recreación. Así, como lo menciona la OISS (2000), debido al fenómeno del envejecimiento demográfico, los adultos mayores tienen una mayor preparación para la vejez, de tal manera que se proyectan de diferentes maneras para encontrar espacios de relajación, descanso y aprendizaje.

3.2. Condiciones de motivaciones, acceso, tipo de turismo y permanencia en los servicios de turismo

A continuación, se presenta una caracterización asociada a los comportamientos de consumo de las actividades turísticas y el servicio hotelero. Por tal motivo, se preguntó

acerca de la frecuencia de visita, de acuerdo con la edad y el género, los datos se muestran en la siguiente gráfica:

Gráfica 9. Distribución de la Frecuencia de visita, según sexo y Edad



Fuente: Elaboración propia (2019)

De acuerdo con la gráfica, las personas con edades entre 60 y 69 años presentan mayor variedad frente a las frecuencias de visita, aunque en ambos géneros se da en la mayoría de los casos un tipo de visita esporádica. En el caso de los hombres también se da un tipo de visita trimestral y luego anual. En el caso de las mujeres se da también un tipo de visita anual. Para las personas entre 70 y 79 años se tiene en la mayoría de los casos en hombres y mujeres una visita esporádica, y en mujeres, también anual.

Finalmente, las personas de 80 años que son hombres visitan Necoclí con una frecuencia mensual y las que son mujeres visitan de manera esporádica el municipio.

De acuerdo con la OISS (2000), los adultos mayores, especialmente aquellos que tienen una edad más avanzada, hacen visitas turísticas con menos frecuencia en la medida en la que sus condiciones biológicas y económicas se las van permitiendo. Esto es coherente con las variables sociodemográficas de la muestra tomada, en la medida en la que los adultos mayores de más de 80 años tienen menores posibilidades de desplazamiento, a lo que se añade también el nivel socioeconómico y el presupuesto destinado a este tipo de actividad. Sin embargo, también cabe notar que los adultos mayores más jóvenes pueden hacer visitas de manera frecuente, pues su salud se los permite y la etapa de la vejez hasta ahora está empezando, por lo cual se da un aprovechamiento más activo del tiempo libre.

Así, como se ha establecido de acuerdo con los hallazgos, la edad, el tiempo de recorrido que implica la actividad turística, el sexo y el nivel educativo son variables que influyen dentro del turismo gerontológico en la medida en la que responden a las capacidades físicas de los adultos (a mayor edad, menores posibilidades de desplazamiento por problemas de salud), la capacidad económica que está relacionada también con su formación académica y finalmente las distinciones de género, desde la cuales hombres y mujeres asumen roles distintos en la etapa de la vejez.

Ahora bien, en cuanto a las motivaciones para visitar en particular el municipio de Necoclí se encontraron los siguientes resultados. A las personas entrevistadas se les pidió

que calificaran las opciones de motivación del 1 a 5 y de allí se hizo la suma de los puntajes asignados a cada categoría por la totalidad de la muestra. De esta manera se obtuvieron los puntajes mayores y menores de acuerdo con la calificación de las personas. En verde se encuentran las opciones con puntajes más altos, en amarillo aquellas puntuaciones medias y finalmente las rojas son aquellas que menos representan una motivación para los adultos mayores:

Tabla 3. Calificación General – Visita a Necoclí

		Calificación General	
		Puntuación /280	% de la suma de columna
Motivaciones para Visitar Necoclí	Cercanía a Medellín	178	6,1%
	Tranquilidad de sus playas	251	8,6%
	Por conocer la selva del Darién	93	3,2%
	Por conocer el hábitat de las aves migratorias y cebadero de tortugas	118	4,0%
	Porque es turismo económico	209	7,1%
	Por sus servicios y atracciones	193	6,6%
	Por el beneficio que genera a la salud, el clima y el mar	253	8,7%
	Por la seguridad que se presenta en el municipio	233	8,0%
	Por la calidad y confort de los hoteles	205	7,0%
	Por el servicio y la atención que se brinda en los hoteles	217	7,4%
	Por la diversidad gastronómica	193	6,6%
	Por la oferta que se brinda a los turistas adultos mayores	172	5,9%
	Por la rumba nocturna	116	4,0%
	Por las fiestas populares	127	4,3%
	Por su diversidad de flora y fauna	173	5,9%
	Por el silencio y el poco bullicio	193	6,6%
Total		100,0%	

Fuente: Elaboración propia (2019).

Como se puede observar, la mayor motivación por visitar Necoclí es el beneficio que genera para la *salud*, el clima y el mar del municipio, seguida de esta se encuentra la

tranquilidad de las playas y finalmente la *seguridad* del lugar. Estas son palabras claves frente a lo que buscan los adultos mayores a través de las actividades de turismo y de cualquier actividad de recreación. Como mencionaba Peláez (2012) la demanda de turismo de adultos mayores se centra en lograr liberar emociones negativas y ampliar su conocimiento a nivel cultural y social.

En ese sentido, la salud será un factor decisivo en cuanto al envejecimiento activo, en la medida en la que puede representar limitaciones y/o potencial de aprovechamiento de acuerdo con las condiciones de cada persona. En ese sentido, vale la pena rescatar a la OMS (2002) respecto a que, en primer lugar, cada persona tiene un proceso de envejecimiento diferente que está mediado por diferentes factores que van desde lo genético hasta lo social y, en segundo lugar, que esto implica una serie de cambios y transformaciones que van a variar mucho de persona a persona. Sin embargo, el envejecimiento obedece biológicamente a un proceso de maduración de estructuras tanto biológicas como cognitivas y esto supone que, durante esta etapa, los adultos mayores vayan perdiendo facultades que van a dificultar el cumplimiento de diferentes actividades, como puede ser su propio desplazamiento.

Por tales motivos que van a estar mediados por su proceso de envejecimiento, los adultos mayores van a tener diferentes expectativas e intereses frente a su recreación. En general el turismo, de acuerdo con Peláez (2000) les va a permitir liberar tensión y emociones negativas, establecer nuevas relaciones interpersonales, ampliar su

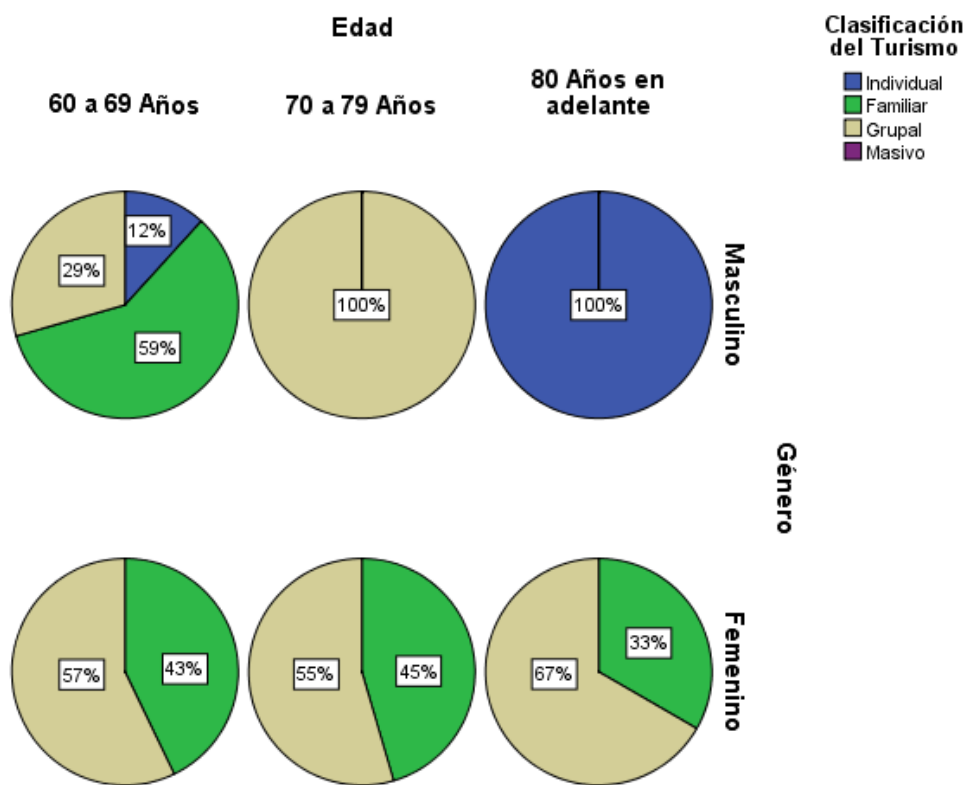
conocimiento social y cultural y conocer nuevos lugares; por tal motivo, los lugares tranquilos son ideales para su edad.

En segundo lugar, se mencionan factores como la cercanía a Medellín, la economía del destino, sus atracciones, la calidad de los hoteles, el silencio y la diversidad gastronómica. Estos de igual manera contribuyen a lo que se ha mencionado, cercanía del lugar en la medida en la que los adultos mayores no se someten por sus condiciones de salud a largos viajes y a la tranquilidad del lugar.

En cambio, los factores que menos motivan son aquellos asociados al descubrimiento de la fauna y flora del lugar y actividades de fiesta y rumba. En efecto, los adultos mayores como consumidores de turismo no tienen expectativas y necesidades alrededor de este tipo de actividades debido al factor que se ha mencionado decisivo a lo largo de este entramado analítico: la salud de los adultos mayores. Para Alén, Domínguez y Fraíz (2010), esto será decisivo frente al comportamiento del adulto mayor como consumidor del turismo senior, ya que en general sus intereses se van a decantar por el descanso y la relajación de acuerdo con sus capacidades físicas y económicas.

Ahora bien, respecto a la clasificación de turismo, se presentan los siguientes datos de acuerdo con la edad y el sexo de los participantes:

Gráfica 10. Clasificación del turismo, según sexo y Edad



Fuente: Elaboración propia (2019)

De acuerdo con la gráfica, las personas de 60 a 69 años que son hombres realizan más visitas familiares (59%), pero también grupales (29%) y en menor medida visitas individuales (12%). En el caso de las mujeres, se da un tipo de turismo grupal (57%) y familiar (43%). Esto puede corresponder al estado civil, pues se determinó que la mayoría de la muestra está compuesta por mujeres solteras para este segmento de edad, de allí que su tipo de turismo esté asociado más a la asociación con grupos de su misma edad y en menor medida al turismo familiar.

Para la edad de 70 a 79 años, se da en la mayoría un tipo de visita grupal (100%), y en el caso de las mujeres, es grupal (55%) y familiar (45%). De nuevo, se trata de una muestra compuesta en general por mujeres solteras que buscan un tipo de turismo grupal para tener un mayor acompañamiento durante sus visitas turísticas. Es poco común entonces encontrar un tipo de turismo individual, debido a las necesidades emocionales de compañía y además como un respaldo a las capacidades físicas que se van deteriorando por la edad; en otras palabras, hay una menor independencia y mayor necesidad de compañía que respalde a los adultos mayores. Finalmente, en el caso de los hombres de más de 80 años realizan más visitas individuales (100%), en cambio, las mujeres de nuevo, un tipo de visita grupal (77%) y luego también familiar (33%).

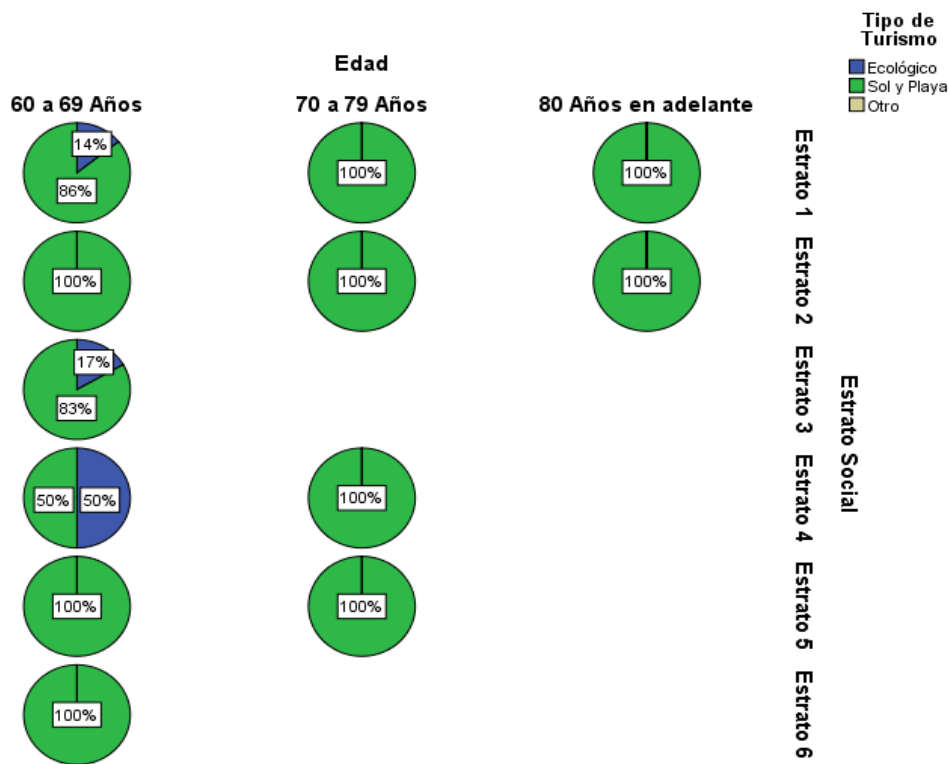
Estos resultados ratifican lo que se ha mencionado anteriormente, el uso del tiempo libre en actividades turísticas de parte de los adultos mayores se da en un contexto de necesidad de descanso y relajación que en algunos casos se comparte en familia, pero que mayoritariamente se comparte de manera grupal. Ahora bien, respecto a estos grupos turísticos, en general se presume que se trata de más personas mayores. Cabe notar que también se organizan grupos de viaje, que en general se dan entre adultos mayores. De acuerdo con Mazó, Cortés y Quintana (2015), es común que diferentes organizaciones gubernamentales y/o privadas, fundaciones, propongan estrategias para favorecer el turismo social, para garantizar el acceso a este tipo de actividades para las personas de tercera edad. Con esto, se organizan grupos y paquetes de turismo que buscan que los adultos tengan espacios para viajar, apoyándolos con diferentes tipos de recursos para

permitirles acceder a esta recreación a pesar de que estos puedan tener dificultades económicas o de salud (Nuñez y Baison, 2007).

A diferencia del turismo grupal, el turismo familiar corresponde a una planeación que surge desde otros intereses como el de compartir tiempo entre todos los miembros y encontrar espacios de relajación alrededor del fortalecimiento de los valores familiares. Aquí surge entonces una diferenciación importante, en la medida en la que el turismo familiar le permite al adulto mayor una mayor compañía y respaldo durante su viaje de parte de personas que son de su confianza y que comparten cotidianamente con ellos.

Respecto al tipo de turismo de acuerdo con el estrato y la edad se tiene la siguiente gráfica:

Gráfica 11. Tipo de turismo, según Estrato y Edad



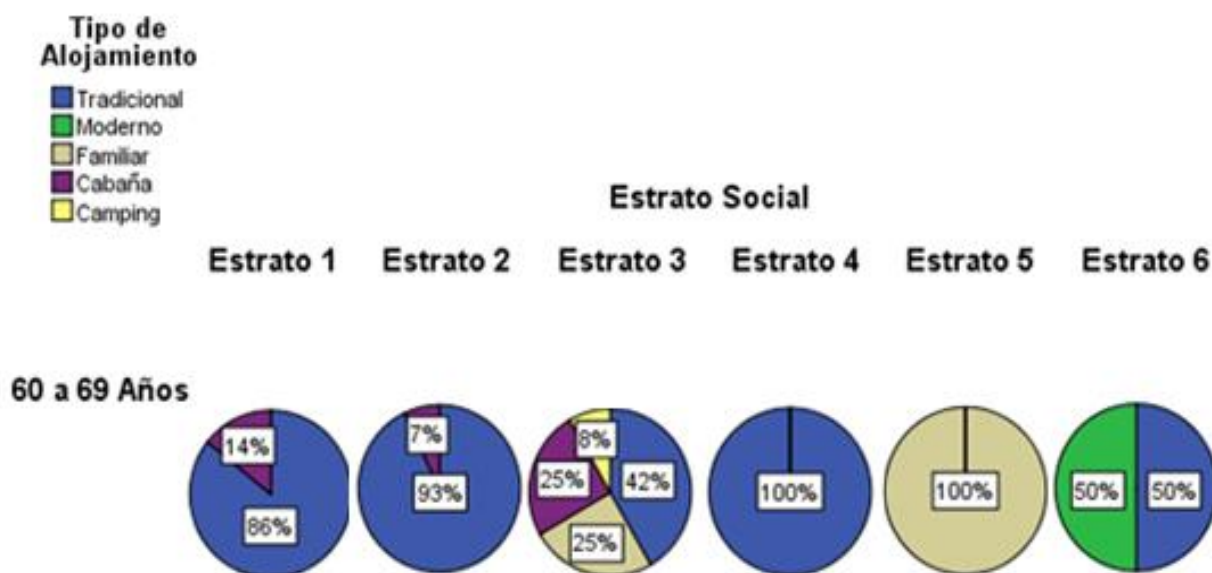
Fuente: Elaboración propia (2019)

De acuerdo con los datos, se puede observar que las preferencias son contundentes, especialmente en las personas de más de 70 años por el turismo de sol y playa en todos los estratos sociales (100%). En las personas de 60 a 69 años, en el estrato 1, se da una preferencia menor por el turismo ecológico (86%), esto también se da en el estrato 3 (83%). En el estrato 4 se da una preferencia entre el turismo ecológico y el sol y la playa de 50 -50 %. En definitiva, los adultos mayores prefieren el turismo de playa, lo que se relaciona con las motivaciones que fueron señaladas anteriormente acerca de la tranquilidad que busca esta población en particular. En cambio, el turismo ecológico se

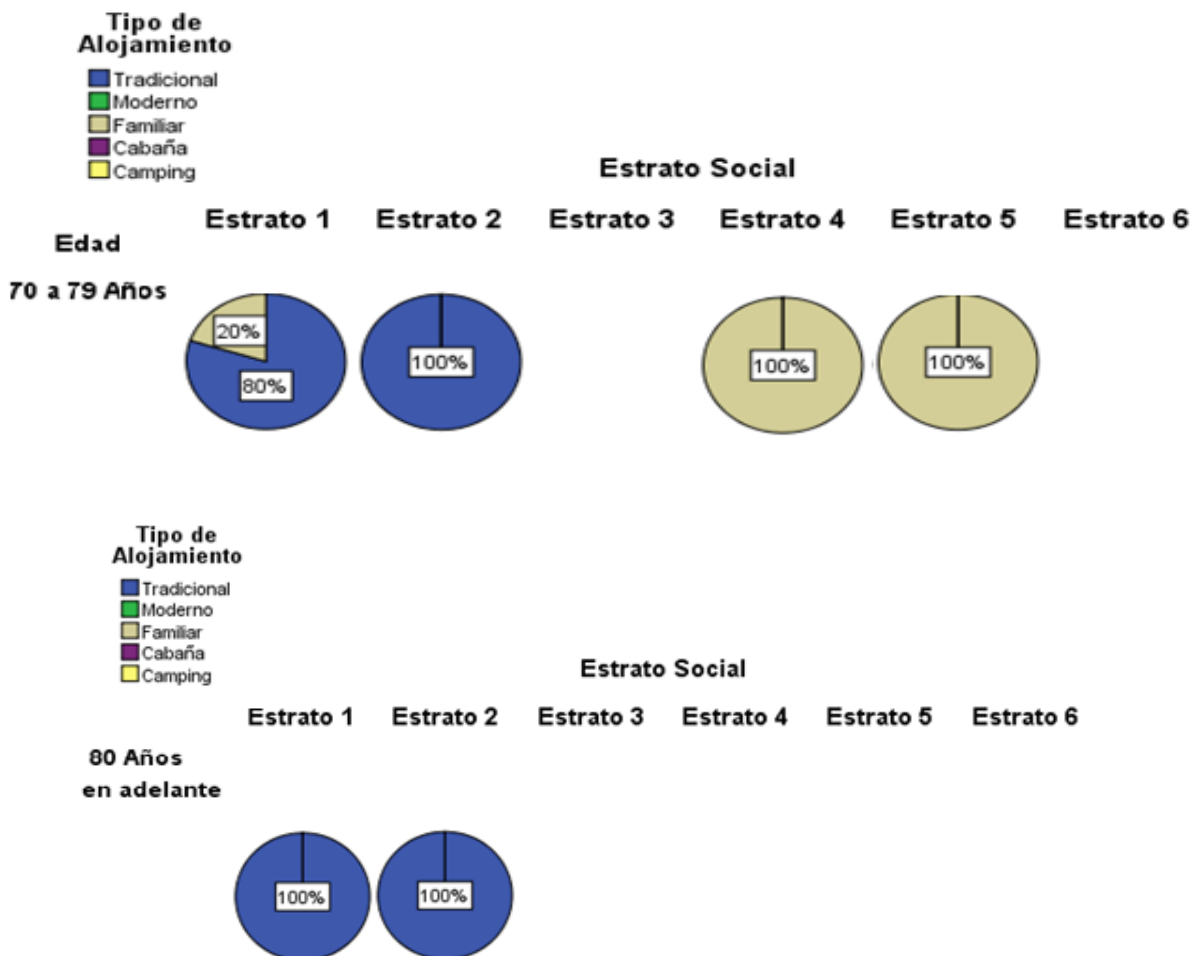
asocia más con un tipo de actividades de aventura, que muchos de los adultos no pueden asumir por sus condiciones de salud o intereses particulares. Estas elecciones también van a estar mediadas por los sitios de origen de los adultos mayores y su procedencia de zonas urbanas o rurales, pues como se estableció anteriormente, se van a decantar por aquellas opciones que les suponen un escape a sus rutinas normales (Mazó, Cortés y Quintana, 2015).

De la misma manera, de acuerdo con el tipo de alojamiento de acuerdo con el estrato y la edad de los participantes, se pudieron encontrar los siguientes datos:

Gráfica 12. *Tipo de Alojamiento, según Estrato y Edad*



Fuente: Elaboración propia (2019)



Fuente: Elaboración propia (2019)

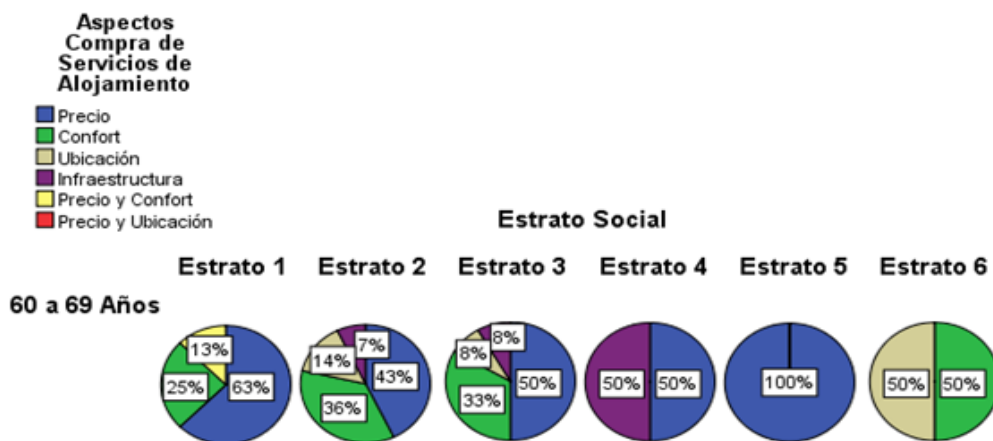
Dentro de las preferencias de los adultos mayores respecto al tipo de alojamiento se pudo encontrar que las personas de 60 a 69 años presentan una mayor variedad de preferencias. En el caso de los estratos 1 y 2, se da preferencia un tipo de alojamiento tradicional (86%), pero también se acompaña de la preferencia por cabañas (14%) aunque en menor medida. En el caso del estrato 3, las personas prefieren un alojamiento tradicional (42%), familiar (25%), de tipo cabaña (25%) e incluso de camping (8%). En cambio, las personas de estrato 4 prefieren un alojamiento tradicional (100%), mientras

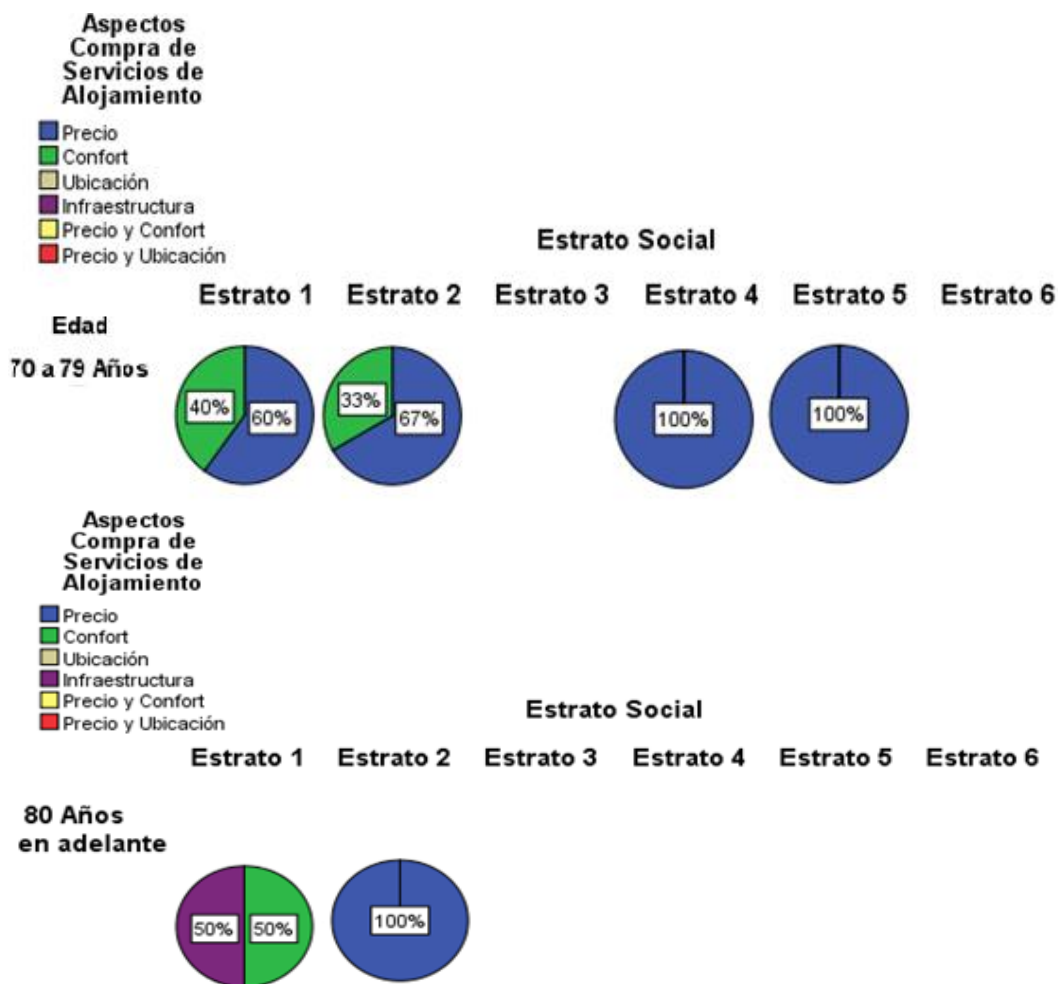
que los de estrato 5 un alojamiento de tipo familiar (100%). Finalmente, las personas de estrato 6 prefieren de igual manera el alojamiento tradicional y el alojamiento moderno (50-50%). La preferencia por el alojamiento de tipo moderno se da entonces únicamente para las personas de estrato 6.

Por su parte, las personas de 70 a 79 años de estratos 1 y 2 prefieren un tipo de alojamiento tradicional (80%), y en el estrato 1, también familiar (20%). En los estratos 4 y 5 se da una preferencia de alojamiento familiar. Por último, las personas de más de 80 años prefieren alojamiento familiar (100%). En general se puede observar que de acuerdo con el tipo de turismo que hacen las personas mayores que es grupal y familiar, también se dan preferencias hacia el tipo de alojamiento que es tradicional y familiar.

Ahora, asociando estas preferencias con el factor económico, se presentan los aspectos que se tienen en cuenta para adquirir servicios de alojamiento, de acuerdo con variables como el estrato y la edad:

Gráfica 13. Aspectos – Compra de Servicio de Alojamiento, según Estrato y Eda





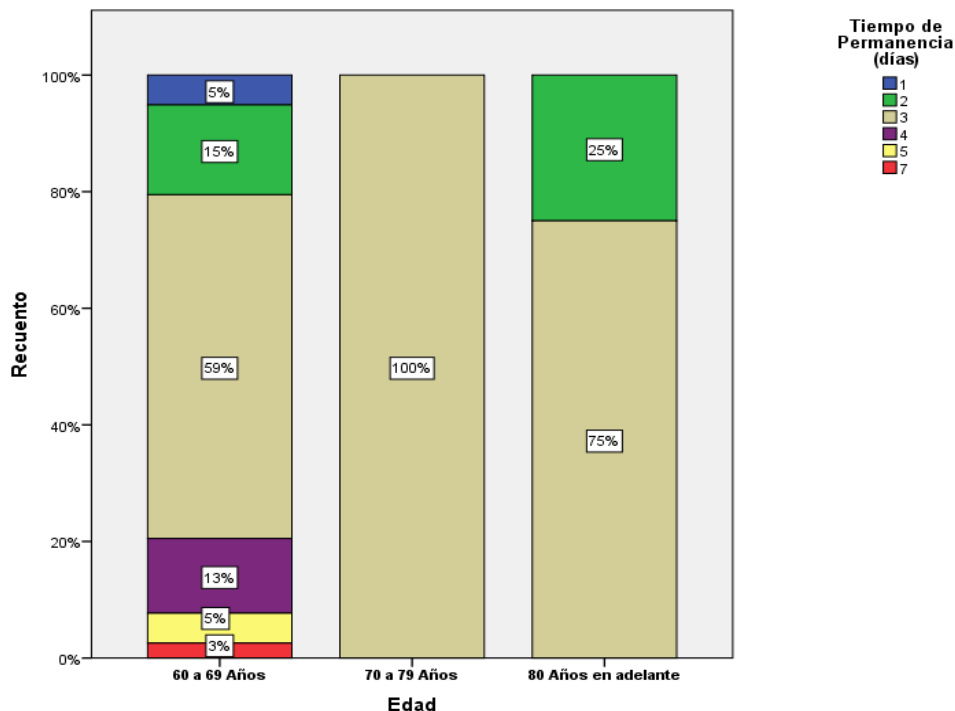
Fuente: Elaboración propia (2019)

Es importante analizar también las preferencias en cuanto a la compra de servicios de alojamiento que hacen los adultos mayores y aquellos aspectos que tienen a la hora de elegir un lugar u otro. En el caso de las personas de 60 a 69 años en los estratos 1 y 2, se da mayormente una importancia al precio, seguido del factor del confort que ofrecen los hoteles. En los estratos 3, 4 y 5 la preferencia de nuevo es el precio. Esta situación en cambio no se tiene en cuenta en los estratos 6, donde hay una valoración importante sobre el confort y la ubicación.

Las personas de 70 a 79 años prefieren adquirir servicios hoteleros que les ofrezcan un buen precio en todos los estratos; sin embargo, en los estratos 1 y 2 se da también una preferencia por el confort. Finalmente, las personas de más de 80 años en estrato 1, hacen una consideración importante acerca del aspecto de la estructura y el confort, mientras que en el estrato 2 se da especialmente por el precio. De acuerdo con estas consideraciones, los adultos mayores que tienen edades más avanzadas requieren de otras variables para considerar una buena estancia como es el caso de la infraestructura. Bien lo afirman Nuñez y Baison (2007) para quienes más allá de garantizar el acceso de los adultos mayores a actividades de turismo, el turismo social también se encarga de garantizar unas buenas condiciones de acceso a este tipo de servicio, para superar cualquier barrera que dificulte la estadía y permanencia de los adultos en los hoteles a los que acceden.

Finalmente, se considera también el tiempo de permanencia de los adultos mayores de acuerdo con la edad de los participantes:

Gráfica 14. Tiempo de permanencia (días), según Edad



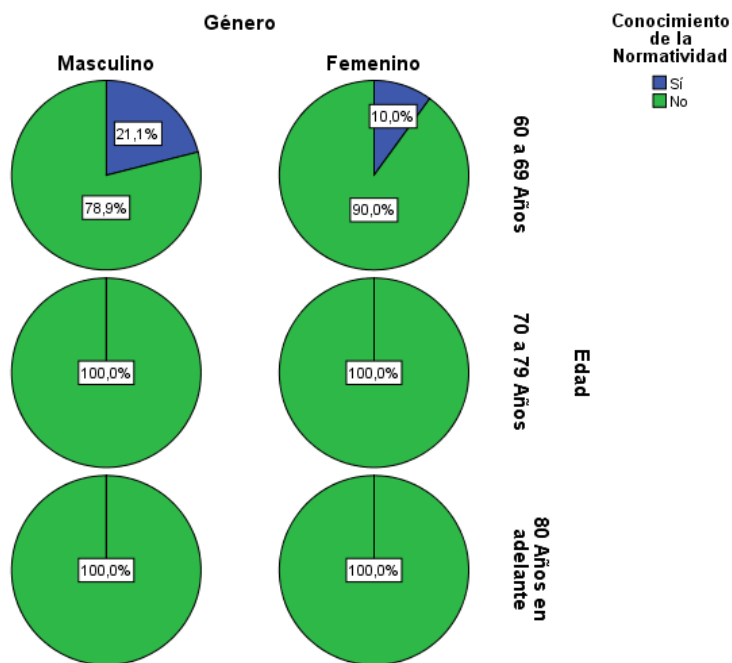
Fuente: Elaboración propia (2019)

Se obtuvo que las personas de 60 a 69 años tienen un tiempo de permanencia en el 59% de 3 días, seguido de la permanencia de 2 días (15%) y 4 días (13%). En cambio, no se da preferencia de un tiempo de permanencia de 7 días. Las personas de 70 a 79 años en todos los casos tienen un tiempo de permanencia de 3 días (100%) y las personas de más de 80 años tienen en la mayoría un tiempo de permanencia de 3 días (75%) y también de 2 días (25%). En general se concluye que el tiempo de permanencia ideal de preferencia de los adultos mayores es de 3 días, y en cambio el tiempo menos preferido es el de 7 días. No hay que olvidar entonces que, por las condiciones de los adultos mayores, muchos prefieren tener estancias cortas, especialmente si tienen más de 70 años.

3.3. Conocimiento de la normatividad relaciona con el servicio de hotelería turística

En esta sección se presentan los resultados asociados tanto al conocimiento de la normatividad de parte de los huéspedes como al cumplimiento que se percibe de acuerdo con la permanencia en los establecimientos hoteleros. Así, en primer lugar, se preguntó acerca del conocimiento de la normatividad asociado con la edad y el género de los participantes:

Gráfica 15. Conocimiento de la Normatividad, según Edad y género.



Fuente: Elaboración propia (2019)

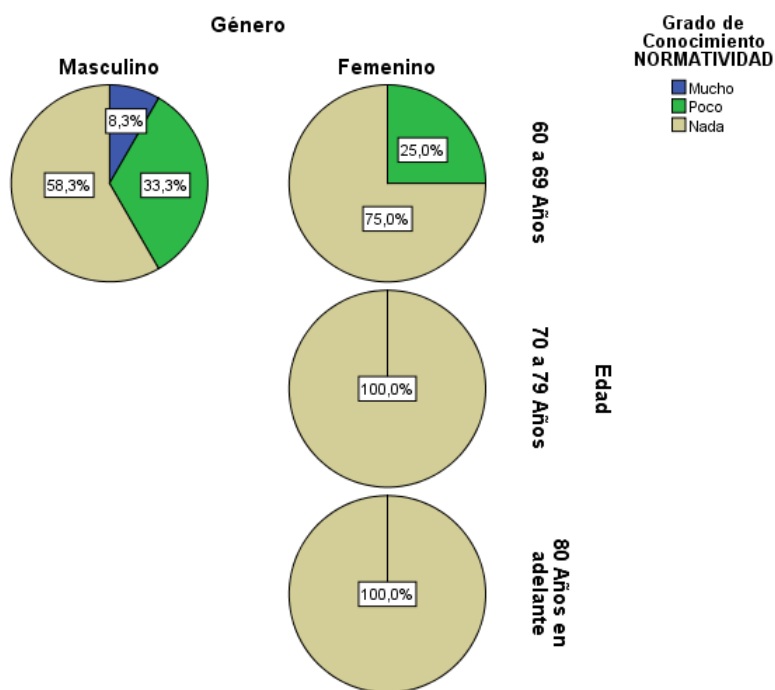
De acuerdo con lo observado, se tiene que los hombres de 60 a 69 años conocen en el 21% la normatividad, sin embargo, el 78,9% la desconoce y en las demás edades se presenta un desconocimiento total. Esto se comporta de igual manera en el género femenino, pues solo en la edad de 60 a 69 años hay un conocimiento del 10%, mientras

que el 90% desconocen la norma y con edades de más de 70 años desconocen en absoluto la normatividad asociada a la regulación del servicio de turismo.

No hay que olvidar entonces que el de acuerdo con entidades como la Organización Mundial de la Salud (2002), sobre el Estado recae la responsabilidad de garantizar el cumplimiento de los derechos básicos de los ciudadanos, especialmente si se tiene en cuenta que la vejez se tipifica como una etapa de vulnerabilidad y, por lo tanto, se espera que haya mayores consideraciones asociadas con facilitar y mejorar las condiciones de vida de los adultos mayores. Se observa entonces que los participantes de esta encuesta desconocen en la mayoría de los casos la normatividad. Sin embargo, el poco conocimiento que hay de la normatividad se ubica en las edades de 60 a 69 años, es decir, los adultos mayores más jóvenes lo que concuerda con lo que mencionan García y García (2005) acerca de una mayor actividad física e intelectual en los primeros años de la vejez, en la medida en la que apenas se va dando un deterioro de las capacidades físicas y mentales de las personas.

Ahora bien, también se evaluó el grado de conocimiento de la normatividad, para esclarecer de qué manera se da ese conocimiento de la normativa:

Gráfica 16. Grado de Conocimiento de la Normatividad, según Edad y género.

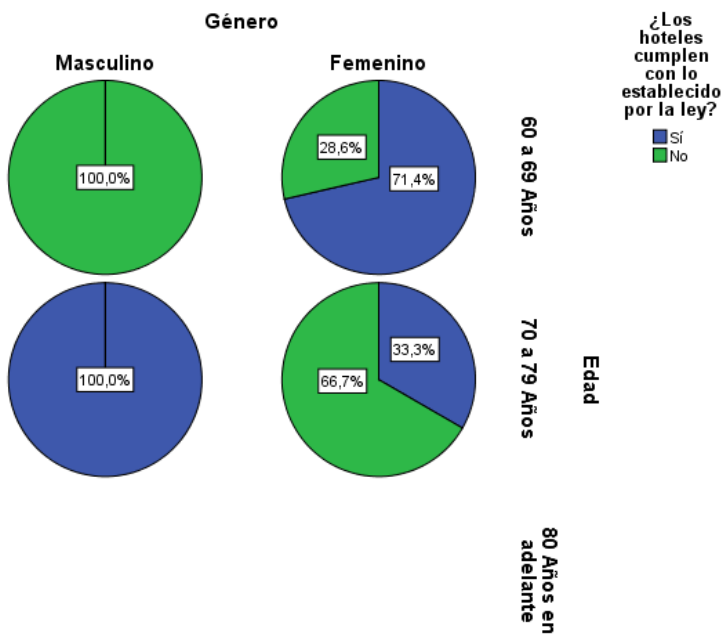


Fuente: Elaboración propia (2019)

Por género y edades se tiene que, en primer lugar, los hombres de 60 a 69 años en general manifiestan un conocimiento nulo de la normatividad en la mayoría de los casos (58%), pero también poco conocimiento (33,3%) y solo un 8,3% manifestó un gran conocimiento de la normatividad. En el caso de las mujeres con edades entre 60 y 69 años se observó que el 75% posee un conocimiento nulo, y un 25% de poco conocimiento. Como se mencionó anteriormente, se puede hipotetizar que en la edad de 60 a 69 años existe una mayor plenitud mental que se puede asociar con el hecho de que tengan mayor conocimiento de la normatividad. Además, también habría que evaluar otro tipo de variables como el nivel de escolaridad, que puede influir en las actitudes de aprendizaje de los adultos mayores.

Por otro lado, las mujeres de más de 70 años manifiestan un conocimiento nulo de la normativa (100%), lo que se relaciona con los resultados de la gráfica anterior, donde en general no se tiene conocimiento de la norma. Con esto, se les preguntó a los participantes acerca de la percepción que tenían sobre el cumplimiento de la normativa en los establecimientos hoteleros a los que accedieron, a lo cual respondieron:

Gráfica 17. Percepción sobre cumplimiento de la Ley, según Edad y género.



Fuente: Elaboración propia (2019)

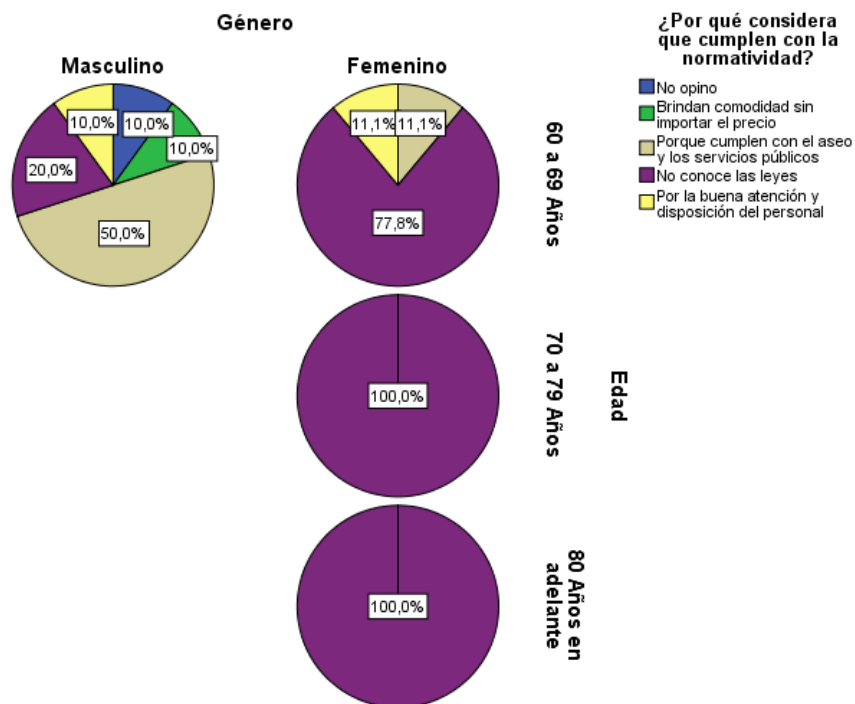
De acuerdo con las variables evaluadas, se tiene que las personas de 60 a 69 años que son hombres consideran que los hoteles NO cumplen con lo establecido por la ley que en definitiva busca garantizar la calidad del servicio hotelero. En el caso de las mujeres de esta edad, respondieron en su mayoría que SÍ se cumplía con la ley (71,4%) mientras que la minoría (28,6%) consideró que NO se cumplía con la ley. En el caso

contrario, los hombres de 70 a 79 años consideraron que los establecimientos sí cumplían con la ley, mientras que las mujeres respondieron con el 66,7% que NO se cumplía con la normatividad y en menor medida, que SÍ.

Se puede evidenciar entonces que, aunque se manifestó anteriormente que se desconocía la normatividad asociada con la regulación del servicio hotelero, algunas personas fueron críticas respecto al incumplimiento de la normatividad, que se puede asociar a la calidad del servicio y su experiencia en el hotel. Con esto se puede analizar que se presentan algunos descontentos en la prestación del servicio, que se consideran como faltas de norma para los huéspedes.

A continuación, se especifica de qué manera se entienden estas consideraciones de cumplimiento e incumplimiento de acuerdo con los grupos de edad y el género de los participantes:

Gráfica 18. Por qué considera que cumplen con la normatividad. Según Edad y Género



Fuente: Elaboración propia (2019)

En el caso de los hombres de 60 a 69 años, se tiene que con el 50% opinan que se cumple con el aseo y los servicios públicos en los establecimientos, seguido de este, un 20% opina que no conocen las leyes. Las mujeres de 60 a 69 años consideraron en su mayoría que no conocían las leyes y luego con porcentajes iguales que no se cumplía con el aseo y los servicios públicos y, por otro lado, que sí se cumplía con la buena atención y la disposición del personal. Finalmente, las mujeres de más de 70 años consideraron que No conocían suficiente la ley para poder opinar (100%).

Como se mencionaba anteriormente, gran parte de la muestra encuestada de adultos mayores desconocían la normativa acerca de la prestación de los servicios

hoteleros; sin embargo, muchos de ellos respondieron acerca de la experiencia del servicio prestado. De esta manera, se hace una evaluación de la norma a través de la calidad de la atención de los hoteles. A pesar de esto, muchos adultos mayores prefirieron no opinar debido a que en realidad desconocían la normativa y, por lo tanto, no podían emitir un juicio particular.

3.4. Percepción de servicio y necesidades de los adultos mayores

Como sección final de los resultados, se presenta a continuación las consideraciones que hicieron los adultos mayores respecto a la percepción del servicio que tuvieron en los establecimientos visitados, así como un análisis de las necesidades de esta población para encaminar las recomendaciones para mejorar la prestación de servicio hotelero.

En primer lugar, se presenta la percepción de servicio del primer grupo de variables, en la siguiente tabla se muestran en verde las que obtuvieron un mayor porcentaje de acuerdo con la escala Likert propuesta, seguida del puntaje medio en amarillo y finalmente en rojo aquellas que representaron calificaciones negativas:

Tabla 4. Percepción del Servicio I

		Recuento	% del N de columna
Recepción	Me Gusta	38	69,1%
	Me Gusta Mucho	17	30,9%
	Ni me Gusta, ni me Disgusta	0	0,0%
	Me Disgusta	0	0,0%
	Me Disgusta Mucho	0	0,0%
	Total	55	100,0%
Alojamiento	Me Gusta	44	80,0%
	Me Gusta Mucho	8	14,5%
	Ni me Gusta, ni me Disgusta	3	5,5%

	Me Disgusta	0	0,0%
	Me Disgusta Mucho	0	0,0%
	Total	55	100,0%
Alimentación	Me Gusta	24	46,2%
	Me Gusta Mucho	8	15,4%
	Ni me Gusta, ni me Disgusta	17	32,7%
	Me Disgusta	1	1,9%
	Me Disgusta Mucho	2	3,8%
	Total	52	100,0%
Bebidas	Me Gusta	22	43,1%
	Me Gusta Mucho	6	11,8%
	Ni me Gusta, ni me Disgusta	18	35,3%
	Me Disgusta	4	7,8%
	Me Disgusta Mucho	1	2,0%
	Total	51	100,0%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Como se puede observar en la tabla, el componente de alojamiento fue el que mayor puntaje obtuvo en la escala de Me gusta. Es decir que los huéspedes consideraron como positivo el servicio que se les prestó en cuanto a la disposición del sitio para descansar, las habitaciones y el confort de los espacios de descanso. Seguido de este, también se dio una buena aprobación a componentes como la recepción que gustó mucho. Esto da cuenta de que el personal brindó una experiencia satisfactoria respecto a la relación interpersonal y la atención de los adultos mayores. Se presentaron puntajes negativos en cuanto a la alimentación (No gusta ni disgusta: 32,7% y Disgusta mucho: 3,8%) y bebidas (Ni gusta ni disgusta: 35,3% y Disgusta: 7,8%), aunque no representaron la mayoría de los comentarios, sí es importante evaluar estos puntos negativos.

En ese sentido, Bermúdez (2014) considera que las necesidades de los adultos también se deben considerar frente a servicios complementarios relacionados por ejemplo con la prestación de un menú saludable de acuerdo con las condiciones propias del

envejecimiento de los órganos en las personas mayores. Precisamente, este es un inconveniente que se puede encontrar en la oferta hotelera, que muchas veces no crea un menú saludable o especializado y que obliga a las personas a comer alimentos que no hacen parte de su cotidianidad.

Continuando con este análisis, se tienen las siguientes variables:

Tabla 5. Percepción del Servicio II

		Recuento	% del N de columna
Seguridad en la habitación	Me Gusta	36	65,5%
	Me Gusta Mucho	17	30,9%
	Ni me Gusta, ni me Disgusta	2	3,6%
	Me Disgusta	0	0,0%
	Me Disgusta Mucho	0	0,0%
	Total	55	100,0%
Servicios comunales	Me Gusta	34	64,2%
	Me Gusta Mucho	9	17,0%
	Ni me Gusta, ni me Disgusta	9	17,0%
	Me Disgusta	0	0,0%
	Me Disgusta Mucho	1	1,9%
	Total	53	100,0%
Atención del personal	Me Gusta	28	50,9%
	Me Gusta Mucho	25	45,5%
	Ni me Gusta, ni me Disgusta	2	3,6%
	Me Disgusta	0	0,0%
	Me Disgusta Mucho	0	0,0%
	Total	55	100,0%
Higiene	Me Gusta	38	71,7%
	Me Gusta Mucho	14	26,4%
	Ni me Gusta, ni me Disgusta	0	0,0%
	Me Disgusta	1	1,9%
	Me Disgusta Mucho	0	0,0%
	Total	53	100,0%

Fuente: Elaboración propia (2019)

En este caso, la atención del personal tuvo una puntuación positiva entre el Me Gusta y el Me gusta mucho, seguido en orden de la seguridad en la habitación, la higiene

y los servicios comunales. Este es un punto positivo que rescatar en la medida en la que de acuerdo con Alén *et al* (2010), la atención a la tercera edad y la calidad del servicio turístico debe partir de un verdadero compromiso profesional de parte del personal de los hoteles. Esto es, personas que le brinden a los adultos mayores respeto y que se preocupen por el cuidado de su salud y el cumplimiento de sus expectativas.

Por otro lado, los componentes que obtuvieron puntajes negativos fueron los servicios comunales y la higiene, aunque con porcentajes mínimos (Disgusta: 1,9%). Esto no quiere decir que sean puntos que se deban pasar por alto, sino que, en cambio, se deben trabajar para lograr superar las expectativas de los clientes. Sin embargo, se debe tener en cuenta que la higiene es un componente esencial en la prestación de un servicio y/o producto para cualquier empresa, para evitar cualquier tipo de afectación a la salud de los clientes, sean adultos mayores o no.

Tabla 6. *Percepción del Servicio III*

		Recuento	% del N de columna
Infraestructura	Me Gusta	30	55,6%
	Me Gusta Mucho	13	24,1%
	Ni me Gusta, ni me Disgusta	6	11,1%
	Me Disgusta	5	9,3%
	Me Disgusta Mucho	0	0,0%
	Total	54	100,0%
Comunicación	Me Gusta	30	54,5%
	Me Gusta Mucho	22	40,0%
	Ni me Gusta, ni me Disgusta	3	5,5%
	Me Disgusta	0	0,0%
	Me Disgusta Mucho	0	0,0%
	Total	55	100,0%
Cumplimiento del servicio ofertado	Me Gusta	33	61,1%
	Me Gusta Mucho	19	35,2%
	Ni me Gusta, ni me Disgusta	2	3,7%
	Me Disgusta	0	0,0%

	Me Disgusta Mucho	0	0,0%
	Total	54	100,0%
Confiabilidad	Me Gusta	37	67,3%
	Me Gusta Mucho	15	27,3%
	Ni me Gusta, ni me Disgusta	2	3,6%
	Me Disgusta	1	1,8%
	Me Disgusta Mucho	0	0,0%
	Total	55	100,0%

Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo con la tabla, el componente con mayor aprobación fue el de la comunicación que establecen los administrativos y el personal de los hoteles con sus clientes (54% para Me gusta y 40% para Me gusta mucho). Seguido de esto, en orden se aprobaron: el cumplimiento del servicio ofertado (Me gusta: 61,1%), la confiabilidad (Me gusta: 67,3%) y finalmente la infraestructura (Me gusta: 55,6%). Asimismo, la atención al cliente y la comunicación del personal fueron aspectos valorados de manera muy positiva de parte de los clientes y es un punto para considerar como favorable y fundamental para la atención de adultos mayores, aunque en general esto se aplique a los propósitos de la atención al público que son fundamentales para cualquier establecimiento.

En cambio, se obtuvieron porcentajes menores de desaprobación para el caso de la infraestructura (Me disgusta: 9,3%) y la confiabilidad (Me disgusta: 1,8%). Esto resulta en lo que mencionaba Bermúdez (2014), acerca de la necesidad de que los hoteles presenten adecuaciones de sus espacios para el acceso no solo de personas mayores, sino también de personas que sufren algún tipo de discapacidad o dificultad para moverse. Por tal motivo, es importante para los adultos mayores que los lugares de hospedaje

tengan adaptaciones estructurales para ellos o que en general representen facilidad de movilización.

En cuanto a las necesidades percibidas, se tienen las siguientes consideraciones:

Tabla 7. *Necesidades percibidas*

		Recuento	% del N de columna
Iluminación en las habitaciones y zonas comunes	Bueno	53	96,4%
	Regular	2	3,6%
	Malo	0	0,0%
	Total	55	100,0%
Ventilación	Bueno	40	72,7%
	Regular	15	27,3%
	Malo	0	0,0%
	Total	55	100,0%
Señalización vías de evacuación	Bueno	29	52,7%
	Regular	18	32,7%
	Malo	8	14,5%
	Total	55	100,0%
Desnivel de pisos	Bueno	46	85,2%
	Regular	5	9,3%
	Malo	3	5,6%
	Total	54	100,0%
Pisos lisos	Bueno	42	77,8%
	Regular	10	18,5%
	Malo	2	3,7%
	Total	54	100,0%
Pasamanos	Bueno	40	75,5%
	Regular	6	11,3%
	Malo	7	13,2%
	Total	53	100,0%
Obstaculización vías de acceso, salidas de emergencia	Bueno	40	74,1%
	Regular	6	11,1%
	Malo	8	14,8%
	Total	54	100,0%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Se tiene entonces que hay una mayor demanda sobre cuestiones como la iluminación de las habitaciones y zonas comunes, así como el desnivel de los pisos. Esto significa que todavía hace falta hacer mayores adecuaciones de los hoteles, para poder brindar a los huéspedes que son adultos mayores experiencias más gratificantes en su estadía de acuerdo con sus condiciones físicas y biológicas.

Particularmente en Colombia hay una serie de normativas relacionadas con la accesibilidad de edificios abiertos al público que buscan garantizar que las personas con necesidades especiales (físicas y mentales) no tengan problemas para acceder a diferentes espacios. Particularmente, la Ley 361 de 1997 especifica la necesidad de que desde las facultades de ingeniería, arquitectura y diseño se les enseñe a los profesionales a fomentar las buenas prácticas de construcción para eliminar las barreras y limitaciones de acceso. Por lo tanto, hay un compromiso regulado por crear espacios que les permitan a las personas con limitaciones de movilidad tener un desplazamiento normal. Esto involucra las instalaciones que prestan un servicio hotelero, por lo tanto, deben llevar a cabo este tipo de adaptaciones estructurales.

De igual manera se calificó la necesidad de tratar los pisos lisos, pasamanos para apoyar la movilización de los adultos mayores que lo requieran, superar los problemas de obstaculización de vías de acceso principal y salidas de emergencia y la ventilación de los espacios hoteleros brindados. De nuevo, se habla de la reforma de la infraestructura de los hoteles para brindarle a los adultos mayores posibilidades de desplazamiento seguro.

En cuanto a la percepción de los servicios adicionales que mejorarían el servicio, se tiene con un amplio porcentaje la oferta de bebidas alcohólicas, jugos naturales y alimentación. Esto ratifica entonces las expectativas que mencionaba Bermúdez (2014) que tienen los adultos mayores alrededor de su salud y el cuidado de su alimentación. En ese sentido, la vejez no significa el consumo de medicamentos y estados de enfermedad y vulnerabilidad, sino también una etapa donde se dan otro tipo de cualidades y se hace una reinversión de la persona misma. Por lo tanto, los espacios de entretenimiento se aprovechan al máximo.

Tabla 8. Percepción sobre servicios adicionales

		Recuento	% del N de columna
Servicios adicionales que mejorarían el servicio	Aire acondicionamiento y locativos	3	14,3%
	Implementar nuevos servicios asociados a transporte, métodos de pago y entretenimiento.	6	28,6%
	Bebidas alcohólicas, jugos naturales y alimentación	9	42,9%
	Actividades productivas y de ocio	3	14,3%
	Actividades recreativas y deportivas	0	0,0%
	Total	21	100,0%

Fuente: Elaboración propia (2019)

En segundo lugar, se consideró la importancia de implementar servicios de transporte, métodos de pago y entretenimiento y por último la adecuación de aire acondicionado y locativos y las actividades productivas y de ocio. Es decir que los adultos mayores identifican la necesidad de que dentro del hotel se les propongan actividades de entretenimiento y esparcimiento, que les permitan despejar sus mentes y pasar un rato agradable. Esta demanda de este tipo de servicios se da ya que los adultos

mayores no buscan recreación y ocio en las fiestas, sino en planes tranquilos que los hagan sentir útiles (Marín de Espinoza, 2012).

En cuanto a las condiciones de mejora se tienen los siguientes componentes:

Tabla 9. *Consideraciones de Mejora*

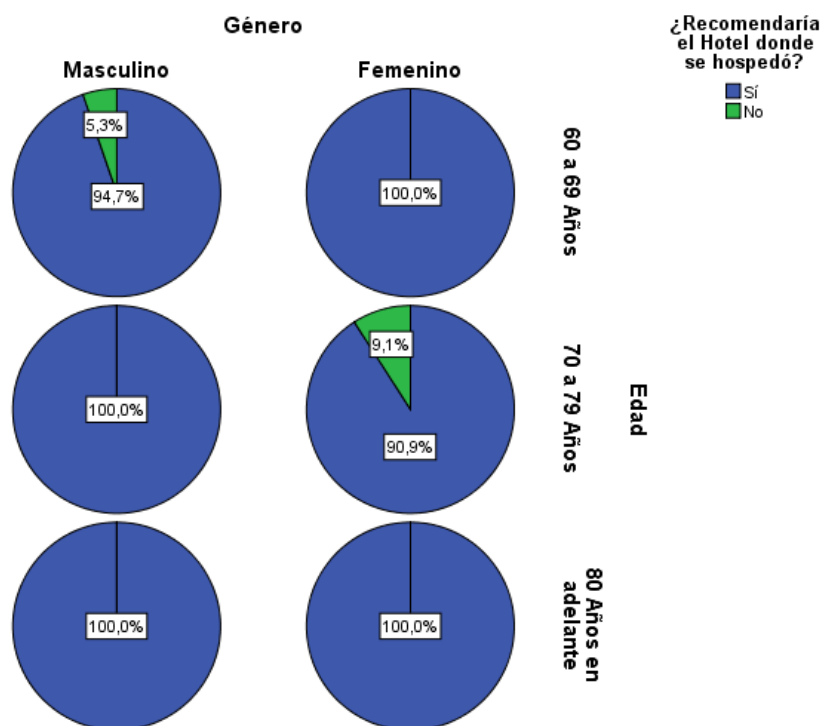
		Recuento	% del N de columna
Consideraciones de Mejora	Habitaciones más amplias y cómodas	9	52,9%
	Servicio de tintos, jugos y alimentación	3	17,6%
	Mejor atención en la mañana	3	17,6%
	Señalización	0	0,0%
	Sala para eventos sociales	2	11,8%
Total		17	100,0%

Fuente: Elaboración propia (2019)

En primer lugar, se mencionan las habitaciones para que sean más amplias y cómodas, en segundo lugar, mejorar el servicio de bebida y alimentación de la misma manera la atención en la mañana. Finalmente, se da menos observación crítica sobre la sala para eventos sociales y la señalización. De igual manera se tiene entonces que los adultos mayores requieren de adecuaciones que deben ser gestionadas desde la parte administrativa, para que su estancia en los hoteles resulte satisfactoria de acuerdo con sus condiciones de movilidad y salud.

Finalmente, a los participantes se les preguntó acerca de si recomendaría el hotel donde se hospedaron y las razones por las cuales los recomendaría, por edad y género se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfica 19. *¿Recomendaría el hotel donde se hospedó?*



Fuente: Elaboración propia (2019)

Como se puede observar, la inmensa mayoría de la muestra encuestada considera que SÍ recomendaría el hotel donde se hospedó: adultos hombres de 60 a 69 años: 94,7%, mujeres: 100%; adultos de 70 a 79 años: 100% y mujeres: 90,9%; y adultos de más de 80 años: 100% para hombres y mujeres. Es evidente, que los resultados obtenidos dan muestra que los dos establecimientos evaluados, se ajusta a los requerimientos para satisfacer las necesidades de los adultos mayores durante sus periodos vacacionales-recreativos. De igual modo, se indagó acerca de las razones para recomendarlos:

Tabla 10. *Razones para recomendarlo*

		Recuento	% del N de columna
Razones para recomendarlo o	Buena atención y servicio	37	82,2%
	Excelente ambiente familiar cómodo y agradable	4	8,9%

no.	Seguro y confiable	0	0,0%
	Económico	1	2,2%
	Fácil acceso y buena ubicación	1	2,2%
	Mala atención, servicio y falta de adecuación	2	4,4%
	Total	45	100,0%

Fuente: Elaboración Propia.

La buena atención y servicio fue fundamental dentro del paquete turístico ofrecido por los hoteles y el manejo de su gestión a la atención del cliente, lo que generó mayor confiabilidad en los clientes para futuras ocasiones. Seguido de esto se identificaron las razones de un excelente ambiente familiar cómodo y agradable, lo que ratifica las intenciones de muchos adultos mayores de pasar tiempo en familia como parte de su uso del tiempo libre y el ocio.

Sin embargo, también se identificó en menor medida las razones por las cuales se tuvo una experiencia negativa como es el caso de una mala atención, servicio y falta de adecuación, y otras como lo económico y el fácil acceso y la buena ubicación. Sin lugar a duda estos aspectos deben ser evaluados en los hoteles para gestionar de manera más eficiente la calidad del servicio de alojamiento que se está prestando. En el caso del aspecto de seguridad y confiabilidad, no fue señalado por ningún adulto mayor como un motivo sobre el cual recomendaría o no el hotel.

4. Conclusiones

Para cerrar este ejercicio investigativo, a continuación, se presentan las conclusiones que responden a cada objetivo específico planteado. Así, en primer lugar, en cuanto a las características sociodemográficas de los adultos mayores se obtuvieron los siguientes datos: respecto al perfil sociodemográfico de los adultos mayores encuestados, se halló que en su mayoría (62,5%) son mujeres con edades entre los 60 y los 69 años, es decir que hacen parte del grupo que se denomina adultos mayores jóvenes. Con esto se pudo analizar que la edad es un factor importante frente al acceso a los diferentes tipos de servicio turístico, en la medida en la que se asocia con unas mejores condiciones de salud.

Ahora bien, desde la perspectiva de género se piensa en una reconfiguración de los roles de hombres y mujeres, ya que la mujer abandona su papel de madre y esposa y adquiere una mayor independencia para ocuparse de este tipo de actividades de ocio. Esto se pudo comprobar con las cifras que mostraron que la muestra estuvo compuesta en su mayoría por mujeres con un 62,5% sobre el 37,5% que representaba a los hombres. Como se presentó en el análisis, se hablar de una mayor independencia de los hombres y mujeres al llegar a una edad adulta que les permite ocupar su tiempo de ocio en actividades como el turismo.

Respecto al estrato socioeconómico se obtuvo que más del 80% (hombres y mujeres) eran personas pertenecientes a los estratos medios a bajos. Desde allí se reconoce que no es necesario pertenecer a estratos altos para acceder a este tipo de

servicios turísticos y además se puede afirmar que hay un buen sistema de gestión de financiación de los paquetes turísticos que permiten que desde los estratos bajos se pueda viajar para el aprovechamiento del tiempo libre de los adultos mayores; pero también se puede pensar en la efectividad de los diferentes programas que tienen algunas organizaciones privadas o públicas para garantizar el acceso de los adultos mayores, sobre todo de bajos recursos, bajo los propósitos del turismo social que buscan disminuir las barreras y limitaciones socioeconómicas de esta población para el aprovechamiento del tiempo libre en actividades de turismo. Estos programas buscan además garantizar un proceso de envejecimiento activo en aras de garantizar la oportunidad de desarrollo físico, mental, social y de recreación de los adultos mayores.

En relación con el estado civil, se presentan dos comportamientos en los adultos mayores de más de 80 años: los adultos mayores son en su mayoría solteros; y, además, ya se presentan casos de viudez. Los adultos mayores más jóvenes en cambio (60 a 69 años), hombres y mujeres son predominantemente casados. Para el caso del primer grupo de adultos se tiene que además cumplen con el interés de un tipo de turismo más grupal que familiar. El grupo de turistas mayores de 70 años comparten intereses similares respecto a las actividades grupales, que les permiten un tipo de experiencia más favorable de acuerdo con sus expectativas. Este es un dato valioso para tener en cuenta respecto a la oferta de los productos turísticos para los adultos mayores que prefieren viajar en grupos y no de manera individual.

En cuanto al municipio de origen, los adultos mayores encuestados son en su mayoría de lugares cercanos a Necoclí: Cañasgordas y Medellín, lo que hace pensar que es un determinante para los adultos mayores la cercanía de su destino turístico, en la medida en la que, por sus condiciones de salud, los viajes largos representan mayores molestias. De esta manera, se puede analizar que a pesar de que la vejez no debe verse como una etapa de actividad pasiva, sí es cierto que ya se presentan en algunos casos afectaciones en la salud, que llevan a que los adultos mayores busquen cuidarse de posibles riesgos. La vejez activa promueve la actividad constante del adulto mayor, pero cuidando siempre la salud y el estilo de vida para garantizar el bienestar integral.

Asimismo, se estableció que los adultos mayores provienen en su mayoría de la ciudad de Medellín y, por lo tanto, su origen es predominantemente de zonas urbanas: las personas de estrato 1 provienen sobre todo de zonas rurales, y aquellos de niveles socioeconómicos mayores a este provienen de zonas urbanas. Además, se analizó el hecho

que el destino turístico de Necoclí y su oferta permite a los adultos mayores un cambio de rutina y de espacios que los transportan del caos de la ciudad hacia la tranquilidad de la playa. Sin embargo, estas preferencias también van a depender también de la cotidianidad de los adultos, en la medida en la que sus expectativas e intereses de turismo serán aquellas que les permitan salir de su cotidianidad. Como sugirieron los datos encontrados, la mayor motivación por visitar Necoclí es el beneficio que genera

para la *salud*, el clima y el mar del municipio, seguida de esta se encuentra la *tranquilidad* de las playas y finalmente la *seguridad* del lugar.

En concordancia con el segundo objetivo propuesto, se encontró que los adultos mayores suelen hacer visitas esporádicas (no más de 3 días) a los destinos turísticos (Necoclí) aunque no se puede determinar la razón de estas preferencias, pues varían para cada persona, sí se puede pensar en la influencia que tienen los factores económicos, pero también de estado de salud, en la medida en la que la movilidad, en algunos casos, dificulta la experiencia turística.

En cuanto a las motivaciones para viajar a Necoclí, los adultos mayores buscan invertir su tiempo en vacaciones cortas hacia destinos donde puedan descansar. De tal manera, Necoclí les brinda la oportunidad de disfrutar su clima y sus playas lo que incide positivamente sobre su salud. Además, se destacó un aspecto positivo del destino: la seguridad que les brinda Necoclí. Finalmente, en la mayoría de los casos los adultos prefieren un plan de sol y playa que uno ecológico en el municipio de Necoclí, pues esto representa una actividad más tranquila para ellos.

De acuerdo con las preferencias de los adultos mayores, se tiene que se decantan sobre aquellos planes que les permiten relajarse y divertirse, teniendo en cuenta sus capacidades físicas. Al respecto, no hay que olvidar entonces que dentro de sus objetivos de recreación está el de liberar la tensión y las emociones negativas que son propias a la edad, y establecer nuevas relaciones interpersonales y ampliar su conocimiento.

De igual modo, se observó que los adultos mayores prefieren alojamientos que sean tradicionales y familiares en la medida en la que como se ha precisado anteriormente, buscan un espacio de descanso y relajación. De acuerdo con los hallazgos, se trata de personas adultas que están solteras en su mayoría en el caso de mujeres y hombres de 60 a 69 años, y que esto significa que sus intereses de turismo se relacionan más con el tipo grupal que con el familiar. Esto se puede pensar como una búsqueda de autonomía, en el que los adultos buscan tener un mayor dominio sobre sus decisiones. Sin embargo, en el caso de los adultos mayores de mayor edad, se tiene el caso recurrente de un estado de viudez, lo que ratifica el hecho de que su preferencia de turismo sea grupal.

Se estableció que los adultos mayores tienen preferencia por un establecimiento hotelero u otro de acuerdo con factores como el precio y el confort. Y además que su permanencia es en general de 3 días. Algunas personas de 60 a 69 años anotan en menor medida una duración de hasta 7 días, pero las personas de más de 70 años prefieren una estadía corta de 3 o 2 días. Esto se puede pensar en la medida en la que, a mayor edad, mayores son las complicaciones de salud, por lo que se recomiendan destinos cortos y estadías también menores. Debido a que hay una tendencia hacia los niveles socioeconómicos medios y bajos, el precio se convierte en un factor imprescindible a la hora de tomar la decisión frente a la estadía de la muestra seleccionada. No hay que olvidar entonces que la mayoría de los consumidores buscan la ecuación buena calidad y precios módicos, de acuerdo con sus necesidades, intereses y expectativas.

Se percibe como positiva la prestación del servicio de alojamiento en ambos establecimientos, especialmente en componentes como la atención del personal, la comunicación y la seguridad del lugar. Esto supone entonces que hay un valor agregado que influye en la calidad del servicio que ofrecen los hoteles para los adultos mayores. Es importante entonces que en primer lugar al adulto mayor se le dé un trato respetuoso en segundo lugar, que haya personal suficientemente capacitado para brindarles un acompañamiento especializado.

Por otro lado, se perciben como factores a mejorar: 1) la prestación del servicio de alimentación y bebida, en la medida en la que los adultos mayores requieren de adecuaciones especiales en su dieta para prevenir diferentes enfermedades que van apareciendo con la edad; 2) la adecuación de la infraestructura para facilitar la movilización de los adultos mayores y cualquier persona que tenga algún tipo de discapacidad o dificultad para caminar. Estas adecuaciones se deben pensar desde la iluminación, los pisos para que no sean lisos y finalmente los desniveles que pueden dificultar el desplazamiento de los huéspedes.

Para el tercer objetivo se hicieron los siguientes hallazgos: la mayoría (casi el 100% en hombres y mujeres) de los adultos mayores desconocían los lineamientos necesarios que regulan las condiciones favorables de servicio hotelero. Especialmente en el caso de los adultos mayores de 70 años hubo un desconocimiento total de la norma. Esto resulta entonces en la necesidad de crear mayor conciencia y capacitación al

respecto, para que esta población tenga mayor conocimiento acerca de sus derechos como consumidores.

Sin embargo, al preguntar acerca del grado de cumplimiento y la percepción de cumplimiento de la norma, los huéspedes manifestaron que sí consideraban que se cumplían las condiciones básicas de servicio, señalando sobre todo de manera positiva el cumplimiento del aseo y los servicios públicos de los hoteles, así como la buena atención y la disposición del personal.

De cualquier manera, se hace énfasis en la necesidad de seguir trabajando alrededor de las adecuaciones administrativas y estructurales para prestar un servicio adecuado de turismo senior que cubra las necesidades y expectativas del adulto mayor. Estas adecuaciones deben girar en torno a la asistencia médica, la seguridad de los huéspedes, la eliminación de actitudes de discriminación en la vejez, suficiente información y acompañamiento, un sistema de transporte apropiado y una oferta recreativa adecuada; pero también respecto a la atención que se le presta al adulto mayor de parte del personal para que estén capacitados respecto a las necesidades de este tipo de consumidores.

Para el cuarto objetivo respecto a la percepción de servicio y las necesidades del adulto mayor se pudo concluir que el alojamiento y la atención al público fueron factores que recurrentemente se calificaron de manera positiva; sin embargo, se reportaron falencias en cuanto a la alimentación brindada, pues no cumplían con sus necesidades y estilos de vida.

Los hoteles participantes y en general aquellos que ofrecen sus servicios dentro del municipio de Necoclí deben proponer modificaciones y adaptaciones necesarias de acuerdo con la heterogeneidad de necesidades de la población de adultos mayores para responder a sus propósitos de consumo y además garantizar los objetivos que se enmarcan en el concepto del envejecimiento activo. Por tal motivo, se debe garantizar no solo el cumplimiento de los derechos fundamentales, sino también velar por el bienestar de los adultos mayores más allá de su rol como consumidores.

Para cerrar estas conclusiones, se hace una reflexión respecto a que los adultos mayores tienen expectativas y necesidades particulares asociadas a los cambios que se experimentan durante la vejez y que se relacionan con el deterioro biológico y mental del cuerpo, lo que lleva a que se considere como una población vulnerable. Sin embargo, como parte de los propósitos del envejecimiento activo, a los adultos mayores no se les debe victimizar, en cambio, sí se les debe prestar el debido respeto y la ayuda que sea posible para cumplir con sus expectativas frente a sus experiencias de turismo y servicio hotelero.

5. Recomendaciones

Es necesario aplicar un modelo permanente de encuesta que permita identificar aquellas quejas y sugerencias que presenta los clientes, para poder brindar un servicio con el que los adultos mayores se sientan satisfechos. Se propone por ejemplo el método

SERVQUAL, por ser uno de los más completos al momento de medir el nivel de satisfacción del cliente y la calidad del servicio recibido.

La cultura de calidad en los servicios hoteleros tradicionales debe pensarse a través de un sistema de mejoramiento continuo en cuanto a las necesidades de los diferentes grupos poblacionales que demandan necesidades particulares, como es el caso de los adultos mayores. Así se podrá conocer el grado de mejora que se da en la percepción de los clientes al aplicar estas estrategias innovadoras. Sin embargo, es necesario que desde los entes gubernamentales se lleve a cabo un sistema de control que vigile el cumplimiento de las adecuaciones estructurales y administrativas de los hoteles, para que cumplan con los propósitos de eliminar las barreras de acceso de la población en general.

Realizar un sondeo de opinión entre los grupos heterogéneos que visitan estos hoteles, en aras de conocer su opinión sobre el servicio brindado y con base a la visión de cada uno de ellos optimizar el servicio que se brinda.

Ajustar el servicio prestado, a la edad y necesidades del adulto mayor. En este sentido, es importante clasificar el tipo de servicio que se presta según la población de adultos mayores que visita el municipio de Necoclí, para identificar sus necesidades de una manera más puntual y acoger a una mayor variedad de público.

Es necesario que los hoteles mantengan una buena relación y comunicación con sus clientes para generar sentimientos positivos en estos y que recurran con mayor confianza a la oferta de cada establecimiento, esto como un valor agregado en el servicio.

De acuerdo con esta apreciación, es importante que los hoteles tradicionales que participaron del presente estudio (Residencias FELA y Casa Hotel Dora Mar), utilicen la calidad de sus servicios como herramienta competitiva, para lograr que un cliente lo diferencie entre los demás hoteles del municipio de Necoclí y lo elija entre las distintas opciones que se ofertan en el área.

Establecer mecanismos que aporten soluciones oportunas a las inquietudes, dificultades o problema que tenga el usuario durante su estancia en el hotel.

Trabajar a través de los entes pertinentes en las políticas públicas de envejecimiento humano y vejez, así como de los Derechos Humanos para precisar el valor agregado que pueden ofrecer los establecimientos hoteleros a los adultos mayores que visitan Necoclí.

Generar campañas de socialización y sensibilización acerca del envejecimiento activo, no solo dirigidos a la población de adultos mayores para que estos reconozcan sus derechos, sino también hacia los habitantes en general para que se reconozcan las características que acompañan el envejecimiento y los aportes que se pueden hacer como sociedad para garantizar la calidad de vida y el bienestar de los adultos.

6. Bibliografía

Acevedo, I.; Bello, J. y Rojas, L. (2017). Diagnóstico del turismo sénior como nueva alternativa turística para el municipio de Anapoima (Cundinamarca). Universitaria Agustiniana. Facultad de Arte, Comunicación y Cultura. Bogotá D.C., Colombia.

En línea, disponible en:

<http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/123456789/311/9/AcevedoAlarcon-IngridLorena-1-2018.pdf?fbclid=IwAR0xbQX6OJgXsZskMKUDrvij-OZP5SeM6rNdM9N2XmQscKRaxDIldh6dlkc>

Alén, M.; Domínguez, T. y Fraíz, A. (2010). El turismo senior como segmento de mercado emergente. *Cuadernos de Turismo* (26), 9-24.

Alvarado, A. y Salazar, A. (2014). Análisis del concepto de envejecimiento. *Gerokomos*, 25(2), 57-62. En línea, disponible en:

<http://scielo.isciii.es/pdf/geroko/v25n2/revision1.pdf>

Álvarez, E. (2016). El adulto mayor en la sociedad actual. *Saber, Ciencia y Libertad* (82).

Ayala, L. (2017). Necesidades prioritarias de los adultos mayores según su percepción en un club del adulto mayor. Lima – Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. En línea, disponible en:

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/5816/Ayala_hl.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Ballestas, B. y Toncel, P. (2006). Evaluación de la calidad del servicio al cliente que ofrecen los hoteles 5 estrellas de la ciudad de Cartagena. Universidad Tecnológica de Bolívar. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

Barón, J. (2014). El servicio al cliente en los hoteles es la clave para el negocio, pero ¿si se cumple? Universidad Militar Nueva Granada. Facultad de Ciencias Económicas. En línea, disponible en:

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13379/EL%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE%20EN%20LOS%20HOTELES%20ES%20LA%20CLAVE%20PARA%20EL%20NEGOCIO.pdf;jsessionid=4B7076D3EBDDDD020AC0989AE7C375E8?sequence=1&fbclid=IwAR1lBAFR8fDjerYaymTzBnQoy22LAdZS-2TOaUfFgvPNTQ9h9yBj9d-Lq54>

Bermúdez, R. (2014). Turismo de la Tercera Edad. Un reto para los profesionales del turismo. En línea, disponible en:

<https://www.monografias.com/trabajos104/turismo-tercera-edad-reto-profesionales-del-turismo/turismo-tercera-edad-reto-profesionales-del-turismo.shtml>

Bouza, C. (2015). Estudios de la satisfacción de servicios hoteleros: reflexiones y estudios estadísticos. *EDMARKA UIMA* - Universidad de A Coruña – CIECID (15), 69-99. En línea, disponible en:

https://www.researchgate.net/publication/289526348_ESTUDIOS_DE_LA_SATISFACCION_DE_SERVICIOS_HOTELEROS_ESTUDIOS_DE_LA_SATISFACCION_DE_SERVICIOS_HOTELEROS_REFLEXIONES_Y_ESTUDIO_ESTADISTICOS?fbclid=IwAR0C5A0CIx7JiQ3xI8YsbnHVsgdxHvsMf2Umcs618E85IvT-1cQyR3rivts

Buitrago, A. (2017). Cada día llegan más turistas a Urabá. *Revista digital El mundo*. En línea, disponible en: www.elmundo.com

Castro, D.; López, K. y Mondragón, C. (2018). La competitividad del sector hotelero en Colombia en las regiones atlántico y pacífico. Universidad ICESI. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Santiago de Cali. En línea, disponible en:

https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/83561/1/TG0196_2.pdf?fbclid=IwAR2vTC0LCkcFh8hjEKT3ENB2aLvSeiZETm8--jjuYBENHrYHeLlhaot-n1s

- Casas, J., Repullo, J. y Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Aten Primaria* 2003;31(8):527-38. En línea, disponible en: <http://www.unidaddocentemfyclaspalmas.org.es/resources/9+Aten+Primaria+2003.+La+Encuesta+I.+Cuestionario+y+Estadistica.pdf>
- Francke, M. (2011). El sentido de la vida y el Adulto Mayor en el Área Metropolitana de Monterrey. En línea, disponible en: http://psicogerontologia.maimonides.edu/wp-content/uploads/2011/04/El_Sentido_de_la_Vida_y_el_Adulto_Mayor1.pdf
- Freixas, A. (1997). Envejecimiento y género: otras perspectivas necesarias. *Anuario de Psicología* (73). Universitat de Barcelona, Facultat de Psicologia.
- Fuentes, M.; Hernández, E. y Morini Marrero, S. (2016). Q de calidad y satisfacción del turista en el sector hotelero español. *Cuadernos de Turismo*, (37), 203-226.
- García, L. y García, L. (2005). El adulto mayor maduro: condiciones actuales de vida. Universidad Tecnológica de Pereira. Integrante Grupo de Psicogeriatría. Clínica de la Memoria, las demencias y el envejecimiento – CMDE.
- García, J.; Peña, M. y Rodríguez, A. (2007). Métodos cuantitativos versus métodos cualitativos en la economía de los Negocios. ¿Es una metodología reconciliable? En línea, disponible en: <https://addi.ehu.es/handle/10810/9161>
- Hagestad, G. (1999). Hacia una sociedad para todas las edades: nuevo pensamiento, nuevo lenguaje, nuevas conversaciones. Universidad de Northwestern, Illinois,

Estados Unidos de América. En línea, disponible en:

<https://www.gerontologia.org/portal/archivosUpload/Hagestad.pdf>

Hueso, A.; Cascant, M. (2012). Metodología y técnicas cuantitativas de la investigación.

Editorial Universitat Politècnica de València. En línea, disponible

en: https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodolog%EDa%20y%20t%E9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%F3n_6060.pdf?sequence=3

[0t%E9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%F3n_6060.pdf?sequence=3](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodolog%EDa%20y%20t%E9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%F3n_6060.pdf?sequence=3)

Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J.; Madariaga, J. y Flores, J. (1997). Marketing Turístico.

En línea, disponible en:

[https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/80-marketing-](https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/80-marketing-turistico-kotler.pdf)

[turistico-kotler.pdf](https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/80-marketing-turistico-kotler.pdf)

Kurtz, D. y Kenneth, C. (1998). *Services marketing*.

Marín de Espinoza, C. (2012). Las demandas de actividades de ocio y tiempo libre en las

personas mayores en el medio rural: análisis de un caso concreto de un pueblo de

Aragón. En línea, disponible en: [https://www2.uned.es/intervencion-](https://www2.uned.es/intervencion-inclusion/documentos/Proyectos%20realizados/Carmen%20Marin%20de%20Espinoza.pdf)

[inclusion/documentos/Proyectos%20realizados/Carmen%20Marin%20de%20Espi-](https://www2.uned.es/intervencion-inclusion/documentos/Proyectos%20realizados/Carmen%20Marin%20de%20Espinoza.pdf)

[nosa.pdf](https://www2.uned.es/intervencion-inclusion/documentos/Proyectos%20realizados/Carmen%20Marin%20de%20Espinoza.pdf)

Marín, M.; García, A. y Troyano, Y. (2006). Modelo de ocio activo en las personas

mayores: revisión desde una perspectiva psicosocial. *Revista Internacional de*

Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM, XVI (1), 147-167.

Mazó, M.; Cortés, T. y Quintana, A. (2015). Inclusión del adulto mayor en políticas de

turismo social. Memorias del Congreso Internacional de Investigación. Academia

Journals en Tecnologías. En línea, disponible en:
https://www.researchgate.net/publication/305773073_Inclusion_del_adulto_mayor_en_politicas_de_turismo_social

Medina, A. (2016). El turismo social como factor inclusivo en la oferta turística orientada a adultos mayores. Universidad Técnica de Ambato. En línea, disponible en:
<http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23527/1/MEDINA%20LASCANO%20ANDREA%20TESIS%20FINAL.pdf>

Mejía, L. P. y Bolaño, L. Y. (2014). La calidad de las ofertas turísticas en el departamento de la Guajira-Colombia. *Revista Dimensión Empresarial* (12) 1, 139-149. En línea, disponible en:
<http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n1/v12n1a11.pdf?fbclid=IwAR2A5ujrGlicrP551yHCn6KUny4YZIb0j0uqpObA3wXz3z06eAOYISI0d8>

Mcintosh, R.; Goeldner, C. y Brent, J. (1999). TURISMO: PLANEACION, ADMINISTRACION Y PERSPECTIVAS. En línea, disponible en:
<https://www.casadellibro.com/libro-turismo-planeacion-administracion-y-perspectivas/9789681858223/659473>

Ministerio de Salud. (2015). Política Colombiana de Envejecimiento Humano y Vejez 2015-2024. En línea, disponible en:
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/Pol%C3%ADtica-colombiana-envejecimiento-humano-vejez-2015-2024.pdf>

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (2016). Buenas prácticas de gestión de turismo social. En línea, disponible en:

<http://www.eoi.es/fdi/sites/default/files/3.%20Buenas%20pr%C3%A1cticas%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20turismo%20social.pdf>

Monsalve, C. y Hernández, S. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. *Revista EAN*, (78), 160-173. En línea, disponible en:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602015000100011&lng=en&tlng=es

Morillo Moreno, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1), 135-158.

Murello, D. (2015). Los adultos mayores como consumidores de turismo. Caso de estudio: Ciudad de Bahía Blanca. Universidad Nacional de Quilmes, Secretaría de Posgrado, Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo. En línea, disponible en:

https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/290/TM_2016_murello_012.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR2pRvwyZ-5dSxcWdFG-uTrOTyFYtgFiCnz9FBXqXKZ_EXls_Yi1yQsuDE8

Nizama, G. (2018). La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Caso: hotel de 3 estrellas León de Oro Suites, Área de Front Desk. Universidad de San Martín de Porres. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. En línea, disponible en:

http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3809/1/nizama_rg_c.pdf?fbclid=IwAR3XU94jX8sc6cj9BUHXgpqOggkyw9qvmy0iIwxNfgNjASVy_r1Yrii-CVo4

Nuñez, I. y Baison, G. (2007). Turismo social para personas mayores: estudio comparativo entre países. En línea, disponible en: <https://www.bps.gub.uy/bps/file/1690/1/turismo-social-para-personas-mayores.-estudio-comparativo-entra-paises.--i.-nunez-y-g.-baison.pdf>

Organización Iberoamericana de Seguridad Social. (2000). Turismo y personas adultas mayores en Iberoamérica. Boletín 17. En línea, disponible en: https://oiss.org/wp-content/uploads/2000/01/BOLETIN_17.pdf

Organización Mundial de la Salud. (2002). Envejecimiento activo: un marco político. *Rev Esp Geriatr Gerontol*, 37(S2), 74-105.

Organización Mundial de la Salud. (2015). Informe mundial sobre el envejecimiento y la salud. En línea, disponible en: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/186466/9789240694873_spa.pdf;jsessionid=FDE1D9152057D1DD07CA29DD09D66312?sequence=1

Pacheco, J. (2016). Informe de Gestión 2016. En línea, disponible en: www.necocli-antioquia.gov.co

Peláez, E. (2012). Análisis de las motivaciones de los adultos mayores pertenecientes al instituto ecuatoriano de seguridad social del Cantón Cuenca, para realizar turismo y diversas actividades de ocio y entretenimiento. Universidad de Cuenca. En

línea, disponible en:

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1736/1/tur91.pdf>

Quecedo, R. y Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, (14), 5-39.

Ramírez, Y. (2005). Sentido de la vida en la ancianidad. *Rev. Hosp. Psiquiátrico de la Habana* 2 (2). En línea, disponible en:

<http://www.revistahph.sld.cu/hph0205/hph021105.htm>

Santomá, R. y Costa, G. (2007). Calidad del servicio en la industria hotelera: revisión de la literatura.

Sánchez, M. (2011). Género y Vejez: una mirada distinta a un problema común. *Revista ciencia* (48).

7. APÉNDICES

Instrumento de recolección de la información

I. Fecha: Día___ Mes___ Año___		
Nombres y Apellidos del encuestado (a): _____		
Edad del encuestado (a): _____ Género_____ Estrato: _____ Estado Civil_____		
Municipio de origen:	Departamento origen:	Zona: Urbano___ Rural___

Nivel de escolaridad del encuestado (a): Primaria: __ Secundaria: __ Técnica: ____ Universitaria: __ Posgrado: __ Otro: ____		Con qué frecuencia visita el Municipio Semanal: __ Mensual: ____ Anual: ____ Otro: ____	
Califique las siguientes opciones de 1 a 5 por la que se visita el municipio de Necoclí			
Cercanía a Medellín <input type="checkbox"/>	Tranquilidad de sus playas <input type="checkbox"/>	Por conocer la selva del Darién <input type="checkbox"/>	Por conocer el habita de las aves migratoria y cebadero de tortugas <input type="checkbox"/>
Porque es turismo económico <input type="checkbox"/>	Por sus servicios y atracciones <input type="checkbox"/>	Por el beneficio que genera a la salud el clima y el mar. <input type="checkbox"/>	Por la seguridad que se presenta en el municipio <input type="checkbox"/>
Por la calidad y confort de los hoteles <input type="checkbox"/>	Por el servicio y la atención que se brinda en los hoteles <input type="checkbox"/>	Por la diversidad gastronómica <input type="checkbox"/>	Por la oferta que se brinda a los turistas adultos mayores <input type="checkbox"/>
Por la rumba nocturna <input type="checkbox"/>	Por las fiestas populares <input type="checkbox"/>	Por su diversidad de flora y fauna <input type="checkbox"/>	Por el Silencio y el poco bullicio. <input type="checkbox"/>
Clasificación del Turismo: Individual: __ Familiar: __ Grupal: __ Masivo: __		Clase de Turismo: Ecológico: __ Sol y Playa: __ Otro. Cuál? ____	
En qué Tipo de hotel se aloja	Hotel tradicional: ____ Hotel moderno: ____ Fami-hotel: ____ Cabaña: ____ Camping: __ Otros: ____		
Que tiene usted en cuenta al momento de comprar un servicio de alojamiento: Precio: ____ Confort: __ Ubicación: ____ Infraestructura: ____		Cuántos días permanece en el Municipio: ____	
II Normatividad	Conoce las leyes sobre turismo: Si: __ No: ____ Qué tanto conoce de las leyes: Mucho: __ Poco: __ Nada: ____	Considera que los hoteles cumplen con lo establecido en la ley: Sí: __ No: ____ Porqué: _____ _____	

		<hr/> <hr/>				
III						
Percepción del Servicio	Me Gusta	Me Gusta Mucho	Ni me Gusta ni me Disgusta	Me Disgusta	Me Disgusta Mucho	
Recepción (Cómo lo reciben)						
Alojamiento						
Alimentación						
Bebidas						
Seguridad en la habitación						
Servicios comunales (Servicios básicos completos: agua, luz, teléfono), baños adecuados, recolección oportuna y manejo adecuado de basuras)						
Atención del personal						
Higiene (Ropa de cama, baños, habitaciones, zonas comunales)						
Infraestructura: (Fácil acceso al establecimiento y dentro de él, rampas, escaleras, pasamanos.)						
Comunicación: (Buena comunicación entre los empleados y el turista, capacidad de entendimiento para la solución de dificultades)						
Cumplimiento del servicio ofertado						
Confiabilidad (Coherencia en la información, sistema de vigilancia)						
IV Necesidades						
Factores de Riesgo	Cómo valora usted las siguientes características del hotel			Bueno	Regular	Malo

	Iluminación en las habitaciones y zonas comunes			
	Ventilación			
	Señalización vías de evacuación			
	Desnivel de pisos			
	Pisos lisos			
	Pasamanos			
	Obstaculización vías de acceso, salidas de emergencia			
¿Qué tipo de servicios adicionales cree usted que requiere para brindarle una mejor atención?				
1 _____	2 _____	3 _____		
4 _____	5 _____	6 _____		
7 _____	8 _____	9 _____		
Que considera usted que podríamos mejorar en la prestación de nuestros servicios hoteleros:				
1 _____	2 _____	3 _____		
4 _____	5 _____	6 _____		
7 _____	8 _____	9 _____		
Recomendaría el hotel en el que se alojó a otras personas: Si: _____ No: _____				
Porqué: _____				

