

DIAGNOSTICO DEL TURISMO SÉNIOR COMO NUEVA ALTERNATIVA TURISTICA
PARA EL MUNICIPIO DE ANAPOIMA (CUNDINAMARCA)

ACEVEDO ALARCON INGRID LORENA

BELLO REYES JESSICA DANIELA

ROJAS GRAJALES LAURA

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA

FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA

HOTELERÍA Y TURISMO

BOGOTÁ D.C.

2017

DIAGNOSTICO DEL TURISMO SÉNIOR COMO NUEVA ALTERNATIVA TURISTICA
PARA EL MUNICIPIO DE ANAPOIMA (CUNDINAMARCA)

ACEVEDO ALARCON INGRID LORENA

BELLO REYES JESSICA DANIELA

ROJAS GRAJALES LAURA

Asesor del Trabajo

CÁRDENAS MORA GIOVANNA CAROLINA

Trabajo de grado para optar al título como

Profesional en Hotelería y Turismo

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA

FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA

HOTELERÍA Y TURISMO

BOGOTÁ D.C.

2017

Nota de Aceptación

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá D.C, noviembre 16 de 2017

Dedicatoria

Con todo nuestro cariño y amor para las personas que hicieron todo en la vida para que nosotras pudiéramos lograr nuestros sueños, por motivarnos, darnos la mano cuando sentíamos que el camino se terminaba ellos siempre estuvieron ahí, convirtiéndonos así en mejores personas. Para ustedes nuestros más sinceros agradecimientos.

Ingrid Acevedo

Con todo mi afecto, cariño y amor dedico este proyecto a aquellas personas que siempre han estado conmigo a lo largo de mi vida guiándome por el camino correcto; permitiéndome convertir mis sueños en realidad y lograr ser mejor ser humano.

Papá y Mamá

Jessica Bello

Con amor, a Dios quien nunca me ha dejado en mi camino y me enseña a ser mejor. A mi mamá que con su cariño y apoyo hace de mí una mujer más fuerte. A las personas que hicieron que cada parte de mi proceso académico fuera más apasionante.

Laura Rojas

Agradecimientos

Principalmente agradecemos principalmente a Dios y a nuestros padres por estar siempre a nuestro lado enseñándonos los valores que hoy como personas de bien poseemos.

Estas líneas expresaran nuestros más sinceros agradecimientos a quienes nos formaron en este proceso, a la profesora y tutora Giovanna Carolina Cárdenas, quien con su apoyo y motivación hizo posible la presentación de este trabajo, a la familia Uniagustiniana, a nuestros docentes por cultivar cada conocimiento y ofrecer su sabiduría para nuestro hoy y nuestro futuro.

Igualmente, a las personas que con su ayuda, apoyo, amor y dedicación fueron fundamentales en nuestro proceso académico: Angélica María Grijalba Ballen y Yeison Gamboa Aguilar.

Resumen

Es importante agregar que los cambios socioculturales actualmente han permitido diversificar el turismo, presentándose nuevos retos, uno de ellos es el mercado turístico de adultos mayores, el cual está moviendo la industria turística convirtiéndose en una demanda fuerte y dinámica de muchos países en la actualidad.

En base a lo anterior y teniendo en cuenta su potencial comercial, se realizó un diagnóstico del turismo sénior como nueva alternativa turística en el municipio de Anapoima (Cundinamarca), dicha investigación se desarrolló en tres etapas, cada una plenamente presentada en un respectivo capítulo: En el primer capítulo; *Prestadores de servicios turísticos en Anapoima para el turismo sénior*, se identificó el estado de la oferta del respecto a la prestación del servicio para un adulto mayor, en el siguiente capítulo, *Perfil del turista sénior en Anapoima*, se presenta el análisis de las características del visitante sénior promedio, permitiendo así la elaboración del perfil correspondiente. Por último y con base a el análisis hecho previamente, el tercer capítulo, *estrategias de inclusión del turismo sénior en el municipio de Anapoima Cundinamarca*; se formularon estrategias que permitan la inclusión del turismo sénior en el municipio de Anapoima. Cundinamarca.

Palabras claves: Turismo senior, Anapoima, Turista senior, Prestadores de servicio, Adulto mayor.

Abstract

It's important to add that socio-cultural changes have now allowed to diversify tourism, presenting new challenges. One of them is the tourism offer for the elderly people, which is moving the tourism industry, becoming a strong and dynamic demand in many countries at present.

.Based on the above and considering its commercial potential, a diagnosis of senior tourism was made as a new tourist branch in the municipality of Anapoima (Cundinamarca), This research was developed in three stages, each one fully presented in a respective chapter: In the first chapter, *Providers of tourism services in Anapoima for senior tourism*, we identify the status of the municipality's offer regarding the provision of service for an adult higher. On the other hand, in the next chapter, *Profile of the senior tourist in Anapoima*, the analysis of the characteristics of the average senior visitor is presented, thus allowing the elaboration of the corresponding profile. Finally, considering the analysis previously done, in the third chapter strategies were formulated that allow the inclusion of senior tourism in the municipality of Anapoima.

Keywords: Senior tourism, Anapoima, Senior tourist, Service providers, Elderly.

Tabla de contenido

Introducción	13
Tema de investigación	14
Problema de investigación	14
Planteamiento del problema	14
Formulación del problema	15
Justificación del proyecto	16
Objetivos del proyecto	18
Objetivo General	18
Objetivos Específicos	18
Delimitación del problema	18
Marcos de referencia	18
Marco teórico	18
Turismo senior como nueva tendencia.	18
Destinos De Éxito Turismo Senior.	20
Desarrollo del Turismo Senior.	23
Turismo de bienestar.	25
Marco conceptual	28
Turismo sénior.	28
Adulto Mayor.	28

El turismo de bienestar y el impacto con la población sénior.	29
Marco legal	30
Política Nacional del Envejecimiento y Vejez.	30
Plan de desarrollo de Anapoima.	31
Marco geográfico.	32
Anapoima Turística.	32
Anapoima en controversia por el turismo.	33
Metodología	33
Capítulo 1: Prestadores de servicios turísticos en Anapoima para el turismo sénior	34
Anapoima	34
Geografía	35
Mapas.	35
Importancia del Municipio de Anapoima Cundinamarca	36
¿Qué es considerado como un atractivo turístico?	37
¿Qué buscan los turistas sénior en un destino?	37
Los atractivos turísticos de Anapoima.	38
¿Qué son los prestadores de servicios turísticos?	43
Conceptualización Española.	43
Conceptualización Mexicana.	44
Conceptualización Colombiana.	45

	X
Como se clasifican los prestadores de servicios turísticos en Colombia.	46
Prestadores de servicios turísticos en Anapoima.	47
Criterios de evaluación para prestadores de servicio turístico sénior	49
Metodología fichas técnicas	50
Alojamiento.	50
Restaurantes.	71
Empresas de trasportes.	77
Prestadores óptimos de servicios turísticos sénior en Anapoima	80
Hoteles.	80
Restaurantes.	83
Operadores de transporte.	85
Diagnosis final del capitulo	87
Capítulo 2: Perfil del consumidor	88
Perfil del consumidor a partir de las teorías del comportamiento	88
Visiones generales del perfil del turista sénior	89
Perfil General de la visión española.	89
Visión Suiza.	93
Perfil general del turista de salud y bienestar en Colombia.	95
Perfil del turista sénior en Anapoima	96
Características visitantes séniores en Anapoima.	97
Relación turista sénior con el municipio de Anapoima.	104

	XI
Perfil del turista sénior de Anapoima.	108
Análisis del perfil del turista sénior de Anapoima vs oferta.	110
Capítulo 3: Estrategias de inclusión del turismo sénior en el municipio de Anapoima Cundinamarca	111
Estrategias de marketing aplicadas al turismo	111
Enfocadas al destino.	111
Enfocadas al consumidor.	112
Árbol de problemas	113
Estrategias dirigidas al destino	114
Guía de parámetros para la prestación de servicios turísticos sénior.	114
Programa de mejoramiento para los prestadores de servicios turísticos	119
Capacitaciones del personal.	119
Campañas de mejoramiento de infraestructura hoteleras.	120
Estrategias dirigidas al consumidor y prestadores	123
Cartilla	123
Conclusiones	133
Recomendaciones	134
Referencias	135
Índice de Tablas	142
Índice de Ilustraciones	145

Anexos	148
Hoteles.	151
Restaurantes.	151

Introducción

El turismo a través del tiempo se ha venido adaptando a los diferentes cambios que la misma sociedad ha tenido, ya no es solo viajar por descansar o pasar una temporada de vacaciones fuera del entorno habitual, hoy por hoy el turismo se ha convertido en una forma de intercambio de conocimiento, cultura y costumbres que un turista tiene al momento de estar en un nuevo lugar con diferentes perspectivas del entorno que lo rodea.

Un segmento olvidado en torno al turismo, son los turistas de la tercera edad aquellas personas que después de toda una vida trabajar se pensionan y empiezan a recorrer diferentes lugares que para ellos son fuente de juventud, que en ellos encuentran una alternativa para mejorar su estilo de vida tanto físico como mental.

Estos turistas buscan comodidades, lujos, tranquilidad y amabilidad en cada uno de los lugares que ellos consideran óptimos para visitar, son personas que cuentan con tiempo ilimitado de viaje sus itinerarios casi siempre están diseñados por encima de dos a tres meses de estadía, no juzgan nada por el precio lo hacen por la calidad del servicio que allí se preste.

Siempre están en búsqueda no solo tener un beneficio en su salud, sino cultivar e incrementar sus conocimientos culturales, musicales y arquitectónicos que ciertos lugares conservan y por ende llaman la atención de ellos.

A pesar que en Europa y algunas partes de Latinoamérica ya se han generado programas y estrategia para un turismo especializado para estas personas, para Colombia este término *turista sénior* es aún nuevo por decir desconocido, es por eso que se pretende empezar a estudiar cómo se comportan, que buscan, cuáles son sus preferencias de compra en torno al turismo que presentan la persona de la tercera edad. Esto se realizará por medio de encuestas aplicadas a la población real de turistas senior que visita Anapoima, dando así pautas reales de su comportamiento, características y gustos. Por otro lado, se encuentran Anapoima, donde se observará su papel como destino turístico, sus atractivos y el servicio que dan los respectivos prestadores de servicio identificando así que lo caracteriza y como se compone.

Tema de investigación

Este proyecto tiene como fin la observación y diagnóstico de las características turísticas del municipio de Anapoima y la caracterización del perfil del turista sénior que visita este destino; y en comparación con otros destinos turísticos mundiales enfocados al turismo sénior, ver como Anapoima se puede empezar a impulsar como uno de los primeros destinos en Colombia que ofrece la comodidad, placer y satisfacción a este tipo de turistas.

Problema de investigación

Planteamiento del problema

El turismo es un sector que cambia por diferentes factores y que busca encontrar nuevos ambientes, permitiéndose a su vez la captación de nuevos mercados. Sin embargo, el desconocimiento del perfil de turistas en el país impide contemplar por completo la demanda turística actual, dejando por fuera a segmentos emergentes que podrían llegar a convertirse en consumidores potenciales.

Uno de los segmentos poco involucrados en la industria turística en Colombia es el conformado por los adultos mayores; quienes a diario se ven envueltos en actividades rutinarias y sin alternativas de cambio por falta de opciones que les permitan disfrutar de su vejez de la mejor manera.

Pero en realidad, no se han establecido los estudios necesarios para poder identificar o saber claramente las preferencias que este tipo de segmento presentan a la hora de escoger un lugar o destino para la realización de actividades turísticas.

Para el caso de Anapoima uno de los lugares más visitado por adultos mayores en Cundinamarca; (Forero, 2002) comenta:

Los turistas si están viniendo y la administración municipal se están esforzando por hacer eventos los fines de semana. Lo que sucede es que la gente que viene tiene finca y no tiene necesidad de hacer reservaciones en los hoteles. Además, en algunas ocasiones los comerciantes

les cobran tarifas muy altas a los turistas y eso espanta la clientela. Al turista hay que darle un tratamiento especial.

Sin embargo, no es un tema imposible de tratar y visto de otra manera se convierte en una nueva alternativa para el turismo en el país; así como lo ha sido para otros países como lo es el caso de Europa. Según el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España el programa que involucra a los turistas senior genera más de 53,4 millones de actividad económica en España, llevando a 100.000 turistas de 16 nacionalidades en temporada baja y media en los años 2009 y 2011, generando un grado de satisfacción en el cliente alto. (Ministerio de Industria, 2011)

La Comisión Europea comenta lo siguiente respecto a las personas mayores de 65 años: “Este grupo de personas que dispone a la vez de poder adquisitivo y tiempo libre, representa un gran potencial en cuanto a mercado, pero exige también una adaptación del sector para responder a sus particularidades.” (Europea, 2010)

Significa entonces que es necesario estudiar a la población en primera instancia; saber sus necesidades, gustos y preferencias, logrando así proponer alternativas futuras para el desarrollo del turismo sénior.

Formulación del problema

¿Cómo se está llevando a cabo la prestación de servicios turísticos para turistas senior en el municipio de Anapoima?

Justificación del proyecto

Colombia despliega su riqueza por medio de la diversidad cultural, étnica, gastronómica y biológica que se encuentra en sus territorios; ofreciendo a sus visitantes diversas experiencias, donde por medio de sus expresiones artesanales, orales, arquitectónicas, musicales, entre otras da lugar a conocer sus tradiciones.

Siendo un país con gran potencial turístico, que crece con respecto a la llegada de turistas, su oferta se ve obligada a transformarse; por ello se hace necesaria la incursión a las nuevas tendencias y necesidades del sector.

Los turistas senior, son una tendencia que va creciendo con fuerza y sus necesidades son específicas y relevantes a la hora de prestar un buen servicio y de generar un viaje cómodo, tranquilo y que traiga recordación. Este segmento trae consigo numerosas ventajas para el sector turístico; una de ellas es la de estacionalidad y las largas estancias en un destino.

Desafortunadamente, el sector y los diferentes entes encargados del desarrollo del turismo, no han generado estudios o programas a profundidad que involucren directamente al segmento sénior. Esto genera una desventaja en cuanto a la oferta; ya que como se nombró anteriormente, el país presenta gran diversidad la cual podría representar un atractivo para los turistas senior; pero como no hay programas establecidos que garanticen un servicio conforme a sus necesidades esta tendencia no puede crecer, desarrollarse o identificarse correctamente.

Por medio de este trabajo se busca generar un diagnóstico que involucre a los turistas sénior, su perfil y sus necesidades; para así poder dar una opinión con respecto a esta tendencia y sí puede ser involucrada en el municipio de Anapoima; el cual se encuentra en el departamento de Cundinamarca y que presenta características atractivas para este segmento como lo es el clima, los termales, entre otros aspectos.

En el Plan Sectorial de Turismo 2014-2018, el primero de cuatro de sus pilares habla sobre la competitividad para el desarrollo del turismo regional o territorial, buscando así el crecimiento del turismo para fortalecer la oferta. Los esfuerzos deben sentarse en aspectos como la capacidad innovadora de los productos o servicios y la creatividad. Por medio de estas estrategias se busca

la inclusión de nuevos consumidores facilitando destinos y atractivos accesibles según las necesidades. (Ministerio de Comercio, 2014, págs. 39-42)

El Plan de Desarrollo Turístico de Cundinamarca se describe diversas estrategias para fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados y comenta: “Consolidar la estrategia de transformación productiva en turismo de salud y bienestar.” (CUNDISAN, 2012, pág. 50). Igualmente se dan los convenios y compromisos para el desarrollo de estas; allí se comenta sobre el turismo de salud: “Revisión, ajuste y/o diseño para un producto de Turismo de Salud a partir de las Investigaciones de Mercados, otros insumos/resultados de la Planificación Turística y de experiencias significativas en este campo. Acogerse al Plan de Negocios de Turismo de Salud del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.” (pág. 88)

Se denota la participación del Municipio de Anapoima en diversas capacitaciones que fomentan las buenas prácticas, el servicio de calidad, entre otros aspectos que fortalecen la potencialidad turística; en donde se resalta la vocación turística del Municipio destacándose por su turismo cultural y de descanso. Así lo comenta el Plan: “A pesar de contar con variados recursos naturales, ventas de artesanías y cultivos de frutas, los turistas principalmente de Bogotá se ven atraído por los cálidos climas de esta parte del departamento, incluso llegando a calificar al de Anapoima como uno de los mejores climas del mundo.” (CUNDISAN, 2012, pág. 405)

Con respecto a los turistas senior, es de gran valor poder satisfacer sus necesidades y generar experiencias que permitan un mejor aprovechamiento de su tiempo libre; impulsando así mejores prácticas y servicios enfocados a este sector ya sea para turistas sénior nacionales como extranjeros.

Es importante que los profesionales de Hotelería y Turismo generen proyectos o diagnósticos que involucren el desarrollo y crecimiento del turismo en el país. Siendo así impulsores del progreso económico y social. Dando a conocer el producto turístico, por medio de sus nuevas ofertas las cuales son la carta de presentación para muchos extranjeros que aún no conocen todo lo que el país puede ofrecer.

Objetivos del proyecto

Objetivo General

- Realizar un diagnóstico del turismo sénior como nueva alternativa turística en el municipio de Anapoima Cundinamarca.

Objetivos Específicos

- Identificar la planta turística y atractivos en el municipio de Anapoima Cundinamarca para el desarrollo del turismo sénior.
- Analizar el perfil del turista sénior en el municipio de Anapoima Cundinamarca.
- Generar estrategias que permitan la inclusión del turismo sénior en el municipio de Anapoima Cundinamarca.

Delimitación del problema

El Municipio de Anapoima, ubicado al sur occidente del Departamento de Cundinamarca se encuentra en una zona atrayente para los visitantes; ya que su clima cálido y la diversidad de atractivos turísticos permiten disfrutar de actividades que incluyen aspectos culturales, naturales y sociales. En consecuencia, se quiere realizar un diagnóstico que permita identificar las condiciones y características para el desarrollo de esta nueva alternativa turística y así poder generar estrategias que permitan un desarrollo del municipio enfocado así el turismo sénior.

Marcos de referencia

Marco teórico

Turismo senior como nueva tendencia.

A raíz de los cambios socioculturales han venido surgiendo diversas tendencias en el turismo, las cuales presentan nuevos retos en cuanto al comportamiento y necesidades de las mismas por un determinado periodo de tiempo.

Una de ellas, es el mercado de adultos mayores, la cual está moviendo la industria turística convirtiéndose en una demanda fuerte y dinámica de muchos países en la actualidad.

Según (González, Vila, & García, 2010) “La sociedad se encuentra en una etapa en la que está experimentando un proceso de envejecimiento sin precedentes” con respecto a esto se puede argumentar que la población del turismo sénior ha ido creciendo particularmente en las sociedades más avanzadas; especialmente en la Unión Europea, en donde se ha denominado como un segmento potencial para la industria. Básicamente, debido a las características que los representan, dicho aumento poblacional aparece a raíz de la disminución en la tasa de natalidad y el aumento en la esperanza de vida.

Adicional a ello y basado en las investigaciones realizadas en Europa, se considera que la disponibilidad de tiempo y la rentabilidad de este tipo de turista son características que impulsan al sector para enfocarse en este grupo potencial. Por otro lado, los señores muestran un gran interés por las nuevas oportunidades que les brinda el sector al intentar mejorar la calidad de vida del adulto mayor mediante su participación en actividades turísticas y realización de viajes en particular.

En la actualidad el adulto mayor ha cambiado su percepción de la vida como lo menciona (Alcaide, 2005) “los mayores de hoy no son como los viejos de antes”. Claramente, a raíz de los avances tanto sociales como tecnológicos, se ha permitido que la población se adapte y tienda mejorar. (Schlüter, 2015) Cita que según la OMT para el año 2020 la población sénior llegara a representar más de 2 millones de viajes internacionales.

Todo el boom hacia esta nueva tendencia se originó con la aparición del IMSERSO español el cual nació en 1985, siendo un programa creado con la intención de favorecer la calidad de vida de la gente mayor de 65 años a través de la actividad turística. Hoy en día a través de este programa se han implementado variedad de opciones turísticas alrededor de Europa ofreciendo al turista mayor alternativas que le permitan mejorar su cotidianidad y sentirse bien.

Es así como el turismo sénior empieza a ser considerado como uno de los clientes de mayor crecimiento y más importante en el mercado dentro de la industria turística.

Destinos De Éxito Turismo Senior.

Las características del turista sénior permiten identificar algunas de las necesidades por las que este se desplaza a distintos destinos en el mundo, los cuales pueden ofrecer un entorno característico ya sea por aspectos ambientales, naturales, culturales, entre otros. (Alvarez, 2006) comenta. “Por una parte, diversos estudios confirman los beneficios que para la salud y el bienestar de las personas de la tercera edad tienen los viajes. La posibilidad de desplazarse a destinos con un clima generalmente más benigno al de los lugares de residencia, y el aumento de la actividad física que supone un viaje, son solo algunos de los puntos a destacar” (p.7).

Siendo el turismo sénior una nueva tendencia que va creciendo con fuerza, los prestadores de servicios turísticos tienden a adaptarse a las necesidades y gustos de este mercado, teniendo en cuenta diversos factores que llaman la atención de este segmento de mercado. (Porras, 2014) hace referencia a estos factores: “En un estudio realizado por el proyecto europeo Tourage... La naturaleza, la seguridad, los lugares históricos, la calidad de los servicios y las conexiones de transporte sencillas son los cinco principales condicionantes a la hora de elegir un destino”. Por ello, los destinos de sol y playa, naturaleza y urbanos tienden a ser el fuerte para atraer a los turistas sénior. Esta tendencia fue exitosamente acogida en España, que en la actualidad es el pionero en destinos para el turista sénior.

Son las costas de España quienes reciben millones de turistas sénior al año, se destacan como destinos principales: Cataluña, Islas baldeares, Islas canarias, Andalucía y la Comunidad Valenciana; siendo destinos que combaten la estacionalidad en meses como marzo, abril, septiembre y agosto. El programa de vacaciones para mayores que ha implementado el proyecto Turismo Sénior Europa, el cual ha permitido el posicionamiento de las costas y actualmente los destinos del interior.

España como ejemplo de éxito ante esta nueva tendencia, ha provocado que diferentes países de Europa por medio del Proyecto turístico anteriormente nombrado incluyan nuevos destinos al mercado como lo son 17 países, donde se destaca los buenos resultados de Europa del Este.

Otros destinos mundiales que despiertan interés ante la actividad de los turistas sénior son Brasil y México. Por parte de México las visitas de turistas sénior se concentran en ciudades

como: Guanajuato, Cuernavaca, Puerto Vallada, Morelos, Vera Cruz, Colima, Jalisco y San Miguel. (Alcántara, 2015) explica las razones: “Los prestadores de servicios en estos destinos se han ocupado de promover descuentos especiales e infraestructura apta para sus necesidades, tanto de forma independiente, como a través de organismos públicos, apunta el estudio Turismo de Retirados, realizado por la Sectur”.

En cuanto a Brasil los destinos a destacar son: Caldas Novas, Costa del Descubrimiento y Sierra Gaucha, los cuales tienen una combinación de servicios y actividades que llaman la atención del turista sénior. En el primer destino se destacan las fuentes termales y la naturaleza; en el segundo destino las playas con aguas cristalinas y por último Sierra Gaucha concentra la cultura, museos y naturaleza.

Aunque el turismo sénior es una tendencia fuerte, no son muchos los destinos turísticos adaptados para este mercado. Es relevante tener en cuenta que muy pocos países del trópico se han involucrado de manera profunda a las necesidades de estos turistas.

Dicho antes el turismo sénior es una nueva modalidad que ha venido implementándose más y más países a lo largo del mundo, lo ejemplos más destacados que presenta España, México y Brasil se presentaran a continuación.

Montajenos España.

Es un interesante destino que por sus características tanto geológicas como humanas se ha convertido en unos de los lugares predilectos para los turistas sénior, ya que en él se encuentran diversidad de actividades, atractivos y lugares que ayudan a su desarrollo y bienestar.

Situado en la comarca del Alto Mijares de la provincia de Castellón, posee un moderno centro termal de aguas minero-medicinales, con cerca de 3.000 metros cuadrados de excelentes instalaciones en las que se aplican tratamientos de baños termales. Esta provincia cuenta con un clima privilegia de 19° grados aproximadamente gracias a su ubicación geográfica.

El complejo termal se ha convertido en el lugar predilecto de los turistas sénior que llegan a este lugar, ya que en él se encuentra la historia y belleza del imperio árabe; así como sus aguas

poseen minerales y propiedades que ayudan a mantener una calidad de vida más óptima para quienes se bañan en ellas.

Como lo expresa (TOURIMS, 2014) “Visitar esta Villa Termal es mucho más que hacer turismo rural. Es una oportunidad para disfrutar del tiempo libre en un entorno ligado a la salud, la tradición, la naturaleza, el deporte, el descanso, la cultura, la gastronomía y el ocio. Un lugar donde sentirse bien”.

Caldas Nova Brasil.

Caldas novas es la perfecta combinación entre descanso y confort, según (Tomé, 2013) “albergar la mayor estancia hidrotermal del mundo. Recibe en temporada alta a 500.000 personas, la mayoría en busca de sus aguas termales que pueden superar los 50°C grados.; el Parque de las Primaveras con 25 mil metros de zona verde y una rica flora y fauna”. Además, cuenta con el equilibrio perfecto en variedad de jardines japoneses, una vasta colección de museo y una casa de la cultura que engalana las calles. Todo esto la han convertido en el punto de referencia de todas aquellas personas que buscan un tiempo para recargar energías.

A pesar de que el desarrollo hacia este segmento de mercado se ha dado en los últimos años esta provincia se está posicionando como uno de los destinos sénior más importante de América. Es así como el año pasado el portal web *el turismo* (Expreso, 2016) “Caldas Nuevas (GO) recibirá el Encuentro Sénior de las Aguas Calientes”.

Este aconteciendo abrió las puertas de la provincia al mundo, permitiendo ver que posee este hermoso lugar y las posibilidades de esparcimiento para todas aquellas personas de edad avanzada que después de tener una vida de trabajo y estrés, buscan la paz y en encuentro con ellos mismo.

San Miguel de Allende México.

San Miguel Allende en el estado de Guanajuato, es una ciudad colonial que cautiva cada vez más viajeros. Allí se vive la cultura, la historia y el patrimonio de México en todo su esplendor. Ubicada en el sur del altiplano central del país, este destino ha recibido importantes

reconocimientos. (Tiempo, 2015) “Este espectacular lugar es un destino que ofrece un poco de todo a quienes llegan a sus calles empedradas, los turistas pueden disfrutar de toda la historia que en cada casa y edificación guarda, senderismo por las laderas del río y llegar al magnífico manantial de aguas termales que en medio de construcciones rocosas guarda la mayor riqueza mineral.”

El 26 de julio de 2016 “San Miguel de Allende fue nombrada la ‘Mejor Ciudad del Mundo’ por la revista Travel + Leisure, por su calidad en el servicio, amabilidad, gastronomía, limpieza, experiencia de compras y movilidad.” (Financiero, 2016).

Todo esto ha permitido que esta ciudad se desarrolle hacia el segmento sénior, ya que por sus atractivos turísticos atraen este tipo de viajeros, en una iniciativa de los entes reguladores todos los prestadores de servicios turísticos de la zona se han venido especializando y adaptando su infraestructura para atender a este tipo de turistas.

Desarrollo del Turismo Senior.

España.

El impacto que ha tenido el turismo senior en los lugares donde se ha desarrollado, gracias a su capacidad de des-estacionalizar y mantener activo económicamente el sector, llamó la atención de España quien ha desarrollado diferentes programas de inclusión y mejoras en los diversos servicios turísticos para atraer este mercado emergente.

Europe Senior Tourism es uno de los proyectos pioneros de este tipo de mejoras, el cual se ha encargado no solamente de organizar y llamar la atención de los prestadores de servicios ante el nuevo segmento de mercado, si no que promueve la competitividad y la calidad para conquistarlos. Este programa no solo acoge a España si no que involucra diferentes países Europeos que tienen las características para ser potenciales en el tema. (Management, 2010) lo comenta de la siguiente manera: “Turespaña ha impulsado el proyecto piloto “Turismo Senior Europa”, pionero a nivel internacional, con el propósito de potenciar el turismo senior entre los países europeos. Siendo España el país líder a nivel internacional en turismo vacacional y el que ofrece una mejor combinación en clima y calidad de equipamientos turísticos, está liderando una

iniciativa a nivel europeo para conseguir generar nuevos flujos turísticos entre los países miembros.” (p.3)

En el progreso de estas iniciativas que pretenden mejorar y enfocar la oferta, uno de los puntos más relevantes a la hora del desarrollo de estos en un lugar es la diversificación del mercado, lo que obliga a los prestadores incluir en sus paquetes, estancias, guías, entre otros servicios enfocados y pensados en brindar una experiencia total de calidad, que genere fidelidad por parte del turista.

Por otra parte, el Instituto de Mayores y Servicios Sociales conocido por sus siglas IMSERSO, promueve el Programa De Turismo destinado a personas mayores y facilita la incorporación de las diferentes modalidades turísticas al mercado. Es importante denotar que para la incorporación a este programa se pide el cumplimiento de un pliego de condiciones que tiene que ver con las prescripciones técnicas y condiciones administrativas que deben manejar los prestadores para ser parte activa del mismo.

El turismo sénior en España está basado en diversos programas que se enfocan en necesidades específicas de los turistas, atrayéndolos por medio de: diferentes precios, destinos como los culturales que se dan en Madrid, playa y sol en Baldeares, vacaciones sociales en Valencia o por medio de promociones como lo hace Cataluña premiando las bodas de oro. (Tamargo, 2006) Comenta este efecto de la siguiente manera: “Las comunidades autónomas organizan sus propios planes para mayores residentes en dichas autonomías, a los que se les ofrece a precios módicos la posibilidad de pasar unos días de vacaciones en destinos de su propia comunidad de residencia.” (p.14)

Este efecto de competencia por parte de la diversa oferta que puede presentarse en el país español, muestra una posibilidad de crecimiento en cuanto al mercado, tanto de oferta como de demanda, permitiendo que nuevos destinos y productos toquen la puerta y así mismo nuevos turistas sénior se muestren interesados en hacer parte de esta tendencia.

Turismo de bienestar.

Hoy en día el turismo de bienestar se escucha con mayor fuerza, ya que empieza a convertirse en valor agregado para muchas de las actividades de ocio y recreación que se realizan en algunas partes del mundo.

Tal vez es uno de los factores más importantes a la hora de abordar la investigación del desarrollo del turismo sénior en algunos lugares del país, específicamente en sus municipios; es necesario tener en cuenta que el turismo de bienestar es conocido y buscado por los turistas de segmentos emergentes como lo son los de la tercera edad; lo cual lleva al cuestionamiento ¿será que el turismo de bienestar y el turismo sénior van de la mano?

Basado en lo anterior y en algunas indagaciones realizadas, se han encontrado varios autores que exponen su punto de vista acerca de esta tipología de turismo, la cual ha venido tomando fuerza desde el siglo XX.

Según (Cubillos, 2008) “La suma de todas las relaciones y fenómenos, resultante de un viaje y la estancia de personas que tiene como principal motivación preservar o promover su salud, se alojan en un hotel especializado que ofrece conocimientos adecuados, y requieren un paquete de servicio de hidroterapia física y de relajación mental”.

Cubillos, expresa claramente que el turismo sénior es una forma de relajarse y buscar no solo el beneficio del descanso y el ocio, sino de lograr un provecho para la salud y la conservación de los niveles óptimos de vida; adicional a ello el autor expone dicho turismo es un derivado del turismo de salud, el cual es un movimiento grande; donde lo que prevalece son los lugares especializados o que ofrezcan los recursos tanto físicos como naturales, para la conservación de la salud.

El turismo de bienestar se ha venido desarrollando al margen del gran conglomerado de la conservación de la salud, lo cual permite percibir que los turistas potenciales son personas que se encuentren en constante búsqueda de lugares que posean no solo comodidades, sino beneficios naturales que aporten a su mejoramiento físico y mental.

Otro de los exponentes del turismo de bienestar es (Puentes, 2015) quien expone “es un tipo de turismo que pertenece a la oferta no tradicional de la industria del turismo”. Esto se da básicamente a raíz del cambio constante en el mercado turístico; es decir el tipo de turistas, los cuales quieren nuevos lugares para conocer o vacacionar; también se debe al cambio constante de la sociedad y de sus mismos hábitos. Hoy en día, las personas quieren obtener algo más al momento de salir a nuevos lugares; como lo es el caso de un turista de negocios, quien se desplaza con la finalidad de generar una alianza que le retribuya con ingreso a futuro o como lo hace un turista de cultura, el cual se desplaza a lugares de mayor relevancia cultural e histórica para ver y conocer de primera mano cómo se desarrollan estos procesos.

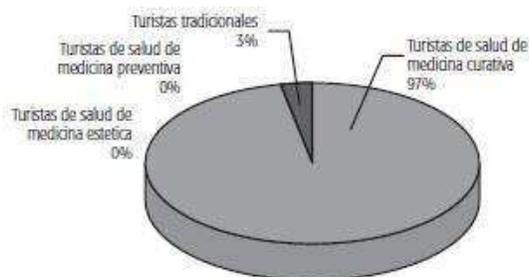
(Puentes, 2015) “Establece que los servicios turísticos se caracterizan por la intangibilidad en la oferta y percepción subjetiva, cuentan con la característica de irreversibilidad en el servicio prestado lo que acentúa el principio de subjetividad a su vez determina el grado de satisfacción del consumidor”

Por lo tanto, se puede decir que dicho tipo de turismo no es tan palpable como se observa en otras actividades turísticas, es una forma diferente de ver y percibir las actividades; puesto que el visitante no va a poderse generar una primera impresión a simple vista o tomar presentes los benéficos insitu, ya que todas las garantías y percepciones tanto positivas como negativas se generaran después de recibir el servicio.

Además de esto, dicho tipo de turismo está dado a ser percibido desde diferentes conceptos, ya que el público objetivo se compone de diferentes personas cuyos criterios para evaluar el servicio son diferentes. Por lo tanto y a raíz de varias investigaciones se ha podido determinar que la población interesada en el turismo de bienestar empieza a desplazarse a ciertos lugares para satisfacer su necesidad.

Según (Puentes, 2015) para el caso del país; “Aproximadamente, solo el 3.35 % de los turistas que ingresan a Colombia son turistas de salud. La mayoría de los turistas de salud que llegan al país son turistas de bienestar o sus relacionados, seguidos de turistas de salud en la categoría de medicina estética, medicina preventiva y, finalmente, medicina curativa”.

A continuación, se representará dicha afirmación en graficas obtenidas en el estudio.

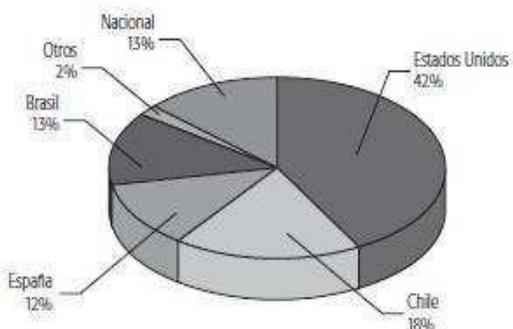


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Agencia de Promoción de Exportación y Turismo (Proexport, ahora Procolombia), 2014.

Ilustración 1. Diversificación del turismo de salud 2013.

Basado en lo anterior y según la revista del caribe expresa que en turismo de salud, se está empezando a movilizar de una forma constante dentro del país; adicional a ello menciona que los turistas que llegan a Colombia vienen con el fin de realizar actividades de bienestar; marcando altos índices de flujo, permitiendo concluir que en el país si se están abriendo las posibilidades a este tipo de turismo debido a las características climáticas con las que se cuenta; así como también muchos de los aspectos que buscan los turistas de bienestar.

Además, se ofrecen servicios complementarios que llaman la atención de los extranjeros principalmente de Estado Unidos, como lo muestra la gráfica a continuación, ya que muchos buscan encontrar experiencias nuevas y diversificadas.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Proexport y la Asociación Colombiana de Turismo Médico, 2014.

Ilustración 2. Porcentaje de turistas en Colombia 2013

Marco conceptual

Turismo sénior.

Es un concepto relativamente moderno, que ha venido surgiendo en la industria a raíz de cambios demográficos a nivel global. Principalmente dicho término fue implementado en Europa a raíz del programa IMSERSO del cual surgió el Plan De Turismo Senior, diseñado para adultos mayores de 65 años, como turismo subvencionado a la tercera edad.

Acontociendo a lo anterior, es tal vez complicado dar una definición centrada en cuando a turismo senior se refiere; básicamente porque dicha tipología de turismo es relativamente moderna en los países en donde se ha venido implementando; así como también llegar a categorizarlo por algún tipo de descripción específica.

El turismo sénior está basado en varios aspectos demográficos, los cuales de cierta manera deben estar inmersos a la hora de dar una definición con mayor contextualización. Como lo menciona (Martinez G. , 2013) “la edad cronológica no parece suficiente para identificar y segmentar este mercado, ya que, a pesar de una cierta convergencia en términos de la edad del individuo, puede contener colectivos muy heterogéneos en sus preferencias, comportamientos, pautas de consumo, etc.”

Dicho término también se empleó En la Fase de Diagnóstico del Plan de Refuerzo de la Competitividad (PRC) del Conglomerado de Turismo en Montevideo (González, Vila, & García, 2010) en donde se habla de turismo senior “como grupos conformados por personas de más de 60 años que son autosuficientes en capacidades psíquicas y físicas, disponen de tiempo y recursos económicos para viajar y pernoctar en un destino turístico”

Adulto Mayor.

El concepto de adulto mayor, anteriormente se empleaba para categorizar o segmentar al grupo de la población del cual formaban parte las personas que iniciaban su etapa de jubilación. Sin embargo, hoy en día son varios autores quienes expresan y contextualizan dicho concepto. A principios del siglo XIX se era anciano a los 40 años, mientras que en la actualidad la edad a

partir de la cual se considera mayor a una persona es difícil de determinar taxativamente. (Social, 2007)

Según (Duarte, 2015) la sociedad misma es quien se encarga de establecer el límite a partir del cual se considera mayor o de edad avanzada a un individuo en particular. Sin embargo, para la (OMT, 2003) “Las personas de 60 a 74 años son consideradas de edad avanzada, de 75 a 90 viejas o ancianas y a las que sobrepasan los 90 se les denomina grandes viejos o grandes longevos; a todo individuo mayor de 65 años se le denominará persona adulta mayor”

Así como lo menciona la OMT (Vila, 2003), existen otros autores como los son Hossain, Bailey y Lubulwa quienes se refieren al término Senior como aquellos de 55 años o más, y a los No Sénior como los menores de 55 años, pero mayores de 15 años. Ellos a su vez segmentan la categoría Sénior en dos subgrupos: Younger Sénior (los Senior más jóvenes), de 55 a 64 años y Older Sénior (los Sénior más mayores), de 65 en adelante.

Por lo tanto, se da la tendencia de manejar diversidad de opiniones en cuanto a este concepto. Por un lado, están situados los autores que expresan su opinión basados en un aspecto social y por el otro se encuentran las opiniones de las empresas u organizaciones dedicadas a trabajar con esta población.

Como lo menciona (Alcaide, 2005) “las empresas sitúan al adulto mayor en los 55 años el momento en que se empiezan a sentir necesidades diferentes, es allí donde se empieza a prevenir y a planificar la vejez” haciendo entonces referencia al sistema de banca o pensiones en los diferentes ambientes geográficos.

El turismo de bienestar y el impacto con la población sénior.

Aunque el turismo de bienestar, es percibido como derivado del turismo de salud; se ha notado que cuando se habla de bienestar a la hora de viajar, se hace referencia a lo que los turistas buscan en sus viajes; obteniéndolo a través del contacto con la naturaleza y servicios adicionales como los terapéuticos no invasivos; logrando un mejoramiento en su estilo de vida.

Existen opiniones con relación a lo anterior que permiten evidenciar la participación de este segmento de mercado en las nuevas ofertas del turismo. Como lo expone (Panells, 2014),

quienes mencionan la relación directa del turismo de salud a través de la interacción con los balnearios; buscados principalmente por la ayuda que generan en la salud humana; ya que el entorno físico de dichos lugares permite que se conviertan en una opción turística denominada turismo de salud, ludo termalismo o termo ludismo.

La ventaja de esta práctica se refleja en los beneficios terapéuticos que proveen un bienestar físico y emocional debido a que el lugar donde se encuentra ubicados presentan condiciones cercanas a la interacción con la naturaleza y permite lograr un estado de mayor relajación.

El impacto del turismo de salud, específicamente con el turismo de bienestar, ha sido significativo desde tiempos remotos en donde el principal motivo es el bienestar y relajación. El paso del tiempo permitió avances en cuanto a la prestación del servicio, en donde se ven involucrados diferentes prestadores de servicios turísticos ya sean directos o indirectos, que enriquecen la experiencia del turista por medio de la diversidad y calidad.

Igualmente se dio una segmentación hacia el mercado del termalismo, en donde los adultos mayores ocupaban un gran porcentaje de los visitantes de estos lugares. La importancia de la obtención de información que se da en el libro sobre los lugares en España donde se realiza termalismo permite que el nicho de mercado y sus necesidades sean más claras.

Pero es pertinente aclarar que este tipo de turista no solo se mueve a estos lugares por las aguas termales, aquí intervienen muchos aspectos importantes, como las condiciones climáticas, naturaleza, entornos tranquilos, entre otros.

Marco legal

Política Nacional del Envejecimiento y Vejez.

Generar estrategias que promuevan y faciliten a las personas mayores el acceso a planes vacacionales seguros y económicos, establecer tarifas diferenciales en épocas diferentes de vacaciones para garantizar un efecto en doble vía que favorezca el turismo y la economía y promueva la recreación de las personas mayores.

Dentro del marco de las Políticas Nacionales del Envejecimiento y la Vejez publicadas en el año 2007 con vigencia hasta el año 2019 se retoma el compromiso de los actores implicados en las diferentes actividades y procesos que intervengan con la población de esta edad.

Una de las metas plasmadas en el documento se refiere a la protección integral del adulto mayor, en donde se plasma la obtención de subsidios de transporte, turismo, cultura y recreación. Lo que permite un fomento y disfrute ante el turismo sénior dentro el país.

Igualmente, el Ministerio de Protección Social (Social, 2007) sugiere lo siguiente: “Generar estrategias que promuevan y faciliten a las personas mayores el acceso a planes vacacionales seguros y económicos, establecer tarifas diferenciales en épocas diferentes de vacaciones para garantizar un efecto en doble vía que favorezca el turismo y la economía y promueva la recreación de las personas mayores.”

Donde se destaca que los beneficios de esta tipología turística es desestacionalizar, y que así tanto la economía, como los prestadores de servicios turísticos no sufran las consecuencias de las bajas temporadas, si no que haya una actividad continúa.

Igualmente, esta política permite tener en cuenta factores que ayuden a no atentar contra la integridad de la persona sénior permitiendo que este tenga un proceso de adulto mayor activo, donde sean respetados sus derechos y donde la sociedad en conjunto promueva diversas estrategias que los beneficien.

Plan de desarrollo de Anapoima.

El Plan De Desarrollo de Anapoima comenta sobre el desarrollo turístico los siguientes temas: los puntos de información turística, aunque que son de gran importancia para suplir la información y la promoción de diferentes destinos y actividades, carecen de actualización por parte de los entes correspondientes. Por otro lado, en cuanto a la señalización turística peatonal el Municipio solo cuentan con estudios realizados en el 2006, lo que puede repercutir en la información que el turista necesita. (Anapoima, 2015)

Con respecto al inventario y atractivos, se puede observar que se cuenta con tres (3) caminos reales (Santa Ana, Las Delicias y al Río) y dos (2) baños medicinales (Santa Ana y Santa Lucía) cuyo estado necesita mejoras para que sea potencial como atractivo turístico.

Marco geográfico.

Anapoima Turística.

Anapoima es un municipio ubicado en el Departamento de Cundinamarca, exactamente en la provincia del Tequendama. Cuenta con un clima cálido lo que le permite ser uno de los destinos turísticos más relevantes de la zona, además de contar con diferentes atractivos y actividades turísticas.

Aparte de ser un destino donde se ubican un gran porcentaje de fincas y zonas de piscina, la Alcaldía de Anapoima destaca entre sus atractivos turísticos (Anapoima A. d., 2016):

- Parque Recreo Deportivo el Gaitero
- Parque General Santander
- Parque Simón Bolívar
- Baños medicinales de Santa Ana
- Baños medicinales de Santa Lucía
- Camellón principal
- Camino Real de las Delicias

Igualmente hace referencia a las actividades más relevantes del municipio:

- Concurso Nacional de bandas Folclóricas "Pedro Ignacio Castro Perilla"
- Arte Rupestre Inspección La Paz
- Caminatas ecológicas
- Ciclo paseos
- Chiva Turística
- Espeleología
- Deporte extremo

Su posicionamiento en el sector turístico ha crecido en la última década, gracias a la gran demanda de turistas que viajan en temporadas altas. Según el periódico El Espectador, (2015) el alcalde Alexander Bermúdez fue nominado al premio de mejor alcalde 2012- 2015 en donde se destaca su función ante los proyectos culturales que ampliarían la oferta turística.

Anapoima en controversia por el turismo.

Según una entrevista suministrada por el alcalde de esta población expresa que Anapoima es uno de los municipios más turísticos de Cundinamarca. Adicional a ello (Forero, 2002) comenta:

Los turistas si están viniendo y la administración municipal se están esforzando por hacer eventos los fines de semana. Lo que sucede es que la gente que viene tiene finca y no tiene necesidad de hacer reservaciones en los hoteles. Además, en algunas ocasiones los comerciantes les cobran tarifas muy altas a los turistas y eso espanta la clientela. Al turista hay que darle un tratamiento especial.

Basado en el artículo, se observa que en el municipio de Anapoima si existe un desarrollo del turismo, pero realizado de forma desordenada y con criterio poco éticos; donde no se han establecido políticas entre los cuidados y los prestadores de servicio, lo que da pauta para que muchos de los visitantes, solo vayan por un día solar, o se hospeden en fincas cerca al municipio que prestan los servicios de alojamiento sin generar ingreso alguno para el mismo.

Metodología

La investigación tendrá un enfoque mixto ya que se empleará información de tipo:

- Cuantitativa:

Se convierte cuantitativa al momento de desarrollar el objetivo número tres en donde se pretende conocer el perfil del posible turista sénior en el municipio de Anapoima, para lo cual es necesario recolectar información propia del turista que describa cuales son las necesidades y características del mismo.

- Cualitativa:

Es de enfoque cualitativo ya que para el desarrollo de los demás objetivos es necesario enfocar la investigación en la recopilación de datos existentes con respecto al turismo sénior; en cuanto a cómo se desarrolla en otros lugares, que lo caracteriza y de esa manera poder realizar el diagnóstico turístico del municipio de Anapoima con relación a las condiciones del turismo sénior.

Para la elaboración del proyecto se empleó una investigación de tipo descriptiva ya que nos basamos en la información existente sobre esta nueva tendencia de turismo, esta se dividió en dos partes, la primera fase se realizó por medio de lista de chequeo donde se evaluaron los parámetros de servicio de los prestadores de servicios turísticos según los requisitos que exige un turista sénior, en la segunda fase se determinó por medio de encuestas cuáles son los gustos, motivaciones y preferencias de los turistas de la tercera edad que frecuentan Anapoima.

Capítulo 1: Prestadores de servicios turísticos en Anapoima para el turismo sénior

Anapoima

Ubicado en la provincia del Tequendama y en la cordillera Oriental se encuentra uno de los lugares de descanso preferidos por los residentes de la capital del país. Es gracias a su cálida temperatura, de aproximadamente 26°C y a su corta distancia de la capital, de 87 Kilómetros que se reconoce como el sol y agua de la eterna juventud. En sus alrededores limita en el norte con La Mesa y Quipile, Al sur con Viotá y Apulo, y al occidente con Mesitas del Colegio.

Su economía se basa en el comercio de la agricultura y la ganadería donde predomina un sistema de explotación tradicional. Se encuentran cultivos del limón Tahití, naranja, mandarina y el mango. Por otro lado, es también el turismo una de las actividades económicas más importantes del municipio, donde se destaca el turismo de descanso y el cultural.

Geografía

Mapas.

Anapoima en Colombia.

Geográficamente el territorio de Anapoima cuenta con una superficie total de 124.2 km cuadrados, que se encuentra en su gran mayoría sobre la cordillera Oriental; bañado por el río Bogotá, Apulo y Calandaima. Sus paisajes están compuestos de diversas montañas y fallas geográficas en las que podemos encontrar el cerro de Estambul, Pajas Blancas y cuchilla de Palenque. Cuenta con una población de 13.312 y en el área urbana de 5.790 habitantes



Ilustración 3. Mapa de Anapoima en Colombia. Tomado de: http://www.anapoima-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=3173693

Anapoima división política.

Está compuesta por 28 veredas en las que se destacan Las Mercedes, San Antonio, El Vergel Santa Rosa, entre otras. Y cuenta con dos inspecciones de policía en La Paz y San Antonio de Anapoima.

Su desarrollo ha ido de la mano con la ayuda de la comunidad siendo un trabajo en conjunto; es así como el pasado 24 de noviembre de 2016 según (Rojas, 2016) “Anapoima firma el acta para ingresar en la lista de ciudades emblemáticas de Cundinamarca”. Lo que conlleva un desarrollo en la calidad de vida de quienes habitan en el municipio y por ende de quien lo visitarán.

¿Qué es considerado como un atractivo turístico?

Debemos entender que los atractivos turísticos no surgen por si solos, estos se desarrollan en torno a la unión de diversos elementos enfocados al turismo que presentan los diferentes lugares, además estos se desarrollan según la cultura que los rodea.

En los diferentes destinos se presentan recursos turísticos que según la OMT (Turístico, 2010) “es todo elemento capaz de generar desplazamientos turísticos.” Pero a ellos por si solos no los podemos considerar como un atractivo turístico; es cuando se desarrolla todo un equipamiento alrededor de estos recursos como los son: hoteles, restaurantes, vías de acceso y fuentes de información cuando se empieza a considerar como un atractivo turístico.

Podemos entrar a definir los atractivos turísticos según lo expone (Quesada, 2000) “Es todo aquel lugar, objeto o acontecimiento que en su esencia atrae al turista. Los atractivos turísticos son justamente aquello que motiva y genera los desplazamientos de las personas así un lugar, son conocido como “la materia prima” del turismo.”

¿Qué buscan los turistas séniores en un destino?

Cuando entramos a ver qué es lo que motiva al turista senior a desplazarse a diferentes lugares, es necesario investigar en un contexto mucho más específico ya que este tipo de turistas se enfocan en buscar no solo un momento de esparcimiento, sino un lugar que les ofrezca un beneficio para su salud y bienestar.

Según Europe Senior Tourism (TOURIMS, 2014) se ha realizado un complejo estudio de las mayores motivaciones o escogencias que tiene un turista sénior entorno a un lugar.

Gracias a este estudio se puede establecer una serie de características que este tipo de turistas tiene en cuenta para escoger los destinos para viajar, entre los aspectos más importantes se encuentran:

- Hoteles de 3 y 4 estrellas
- Los hoteles deben contar con los parámetros de acabidad adecuada para personas de la tercera edad.
- Buscan una gama gastronómica muy específica, donde los menús ofrezcan platos bajos en sodio, azúcares y pocas carnes rojas, así como ricos en frutas, vegetales y proteínas.
- Buscan estar en contacto con la naturaleza y la cultura.
- Todos los lugares naturales deben tener senderos aptos para personas de la tercera edad.
- Se inclinan por pueblos pequeños que cuenten por paisajes de gran diversidad.
- El clima es un elemento importante, ya que siempre buscan temperaturas sobre los 25°, ya que son temperaturas que ayudan a su bienestar y les permiten desarrollar actividades al aire libre.
- Buscan aguas medicinales, con altos contenido en azufre.

Los atractivos turísticos de Anapoima.

Como se ha mencionado anteriormente Anapoima es una de los municipios de Cundinamarca con mayor auge de turistas, ubicado en la Provincia del Tequendama; se encuentra a 87 km de Bogotá. Se caracteriza por su bella flora y un clima cálido muy agradable.

Además de ser el lugar del agua de la eterna juventud, nombre que adquirió por sus baños termales con propiedades curativas, así como el contacto que permite a las personas en todos sus pasajes naturales.

Este municipio nos regala un sin número de actividades turísticas que se pueden practicar allí, los cuales están centrados en el contacto con la naturaleza y el mejoramiento del estado físico y psicológico de los turistas. Entre los tipos de turismo que se pueden realizar allí está el turismo histórico; ya que sus calles principales todavía se encuentran rodeados por muchas de la construcción de la época de la colonia. También se puede practicar un turismo de reposo; ya que a las afueras como tal del municipio se encuentran fincas donde le permiten al huésped tener

tiempo para el mismo alojado de las distracciones de la tecnología y el mundo de hoy. Y por último disfrutar de un turismo de salud; ya que las aguas azufradas que posee este municipio ayudan a mejorar muchas de las enfermedades y afecciones que presentan las personas que allí asisten.

Hoy en día el municipio cuenta con 13 atractivos turísticos entre los que encontramos construcciones arquitectónicas, lugares de espaciamento social, así como atractivos naturales.

Imagen	Locación	Descripción
 <p>Ilustración 4. Iglesia Santa Ana. Tomado de: http://www.viztaz.com.co/colombia/banco/picture.php?/10555</p>	<p>Costado oriental Parque principal</p> <p>Cra 2 # 6-35</p>	<p>Inmueble fe grades valores patrimoniales, que engalana uno de los costados del parque principal, con facilidades de acceso</p>
 <p>Ilustración 5. Casa de la Cultura Tomado de: http://2.bp.blogspot.com/-9F6O8F5LeL4/UIH3tcG517I/AAAAAAAAB8/bZqQ7HDPPrCE/s1600/Foto0845.jpg</p>	<p>Costado sur Parque Principal.</p> <p>Cra 2 # 4-08</p>	<p>Es un centro de recursos culturales: biblioteca, centro de cómputo, convenciones, sala de internet, hemeroteca y galería de arte</p>

 <p>Ilustración 6. Parque Principal. Tomado de: http://colombianando.weebly.com/cuandinamarca.html</p>	Cra. 2 #4-60	En su diseño original se le han venido adecuando tarimas, con sus respectivas graderías, este escenario cada fin de semana es utilizado para desarrollar el programa “cultura al parque”
 <p>Ilustración 7. Piscina Municipal Tomada por: Ingrid Acevedo</p>	Carrera 5 calle 4 Esquina occidental	Espacio para el disfrute y la sana recreación durante todos los días de la semana. En este espacio los niños del colegio municipal realizan una vez a la semana clases de nado, así como es utilizado para realizar competencias deportivas, ya que cuenta en las adecuaciones necesarias.

 <p>Ilustración 8. Polideportivo de Anapoima. Tomada de: Archivo de Anapoima</p>	<p>Carrera 2 calle 5 sur</p>	<p>Es un punto de encuentro para la recreación y el deporte, en su parte de afuera cuenta con cancha de baloncesto y microfútbol.</p>
 <p>Ilustración 9. Aguas medicinales STA. Ana Tomada por: Ingrid Acevedo</p>	<p>Carrera 2 – 3 km al occidente</p>	<p>Sitio de gran valor turístico. Se puede acceder por el camino a termas.</p> <p>Es una fuente de agua azufradas medicinal.</p>
 <p>Ilustración 10. Aguas medicinales de STA. Lucia Tomada por: Ingrid Acevedo</p>	<p>Carrera 4 – 1 km al sur</p>	<p>Sitio con un gran potencial turístico para el municipio, son baños donde las personas pueden darse un baño con aguas azufradas triadas desde la montaña.</p>

 <p>Ilustración 11. Parque Recreo Deportivo el Gaitero. Tomado de: http://www.destinosyplanes.com.</p>	<p>3 km del casco urbano</p>	<p>Es un parque ecodidáctico, donde se pueden realizar actividades de senderismo, avistamiento de aves y camping, además cuenta con servicio de pesca controlada y deportes extremos.</p>
 <p>Ilustración 12. Parque General Santander Tomado de: http://www.anapoimacundinamarca.gov.co</p>	<p>Frente a la alcaldía Cra 2 # 97</p>	<p>Es un parque que se distingue por un momento en honor al general Santander, allí se encuentra la fuente de los deseos del municipio.</p>
 <p>Ilustración 13. Cerró Cristo Rey Tomado de: http://www.destinosyplanes.com.</p>	<p>A 3 km vías aguas medicinales STA. Ana</p>	<p>Es un recorrido que se puede realizar por un sendero o a caballo, se puede apreciar la belleza de la naturaleza pura que nace desde la misma montaña, así como estar en contacto con miles de especies de aves de la zona, la caminata tiene una duración de aproximadamente 1 hora.</p>

 <p>Ilustración 14 Camellón principal. Tomado de: http://cundinamarcaanapoimacamellosnprincijv.blogspot.com.co/2013/05/camellon-principal.html</p>	<p>Avenida principal Cra 2</p>	<p>Es la avenida principal del municipio, que ha sido distribuida en área donde los comerciantes de la zona pueden disponer mesas y sillas para el esparcimiento de las personas, también cuenta con un área demarcada para los peatones con acceso y ayudas para las personas en condición de discapacidad.</p>
 <p>Ilustración 15 Camino real de las delicias Tomado de: http://www.anapoima-cundinamarca.gov.co/index.shtml?apc=bjxx-1-&x=3173767</p>	<p>1 km de del casco urbano.</p>	<p>Es el antiguo camino de herradura que permitía a los campesinos de las veredas llevar sus productos al casco urbano, hoy en día es un pasaje de historia de adoquines en piedra.</p>

Tabla 1 Atractivos Turísticos Anapoima. Elaborada por: Ingrid Acevedo

¿Qué son los prestadores de servicios turísticos?

Los prestadores de servicios turísticos son la columna vertebral del turismo, ya que gracias a ellos y las características que cada uno presenta es que se desarrolla el mismo. Primero debemos comprender cuáles son las definiciones que han adoptado otros países en torno a los PST, y cuáles son los parámetros que la legislación colombiana ha establecido para definirlos.

Conceptualización Española.

Buscando el enfoque de la cuna de la legislación turística, debemos conocer cómo en España se denominan a estos prestadores y así mismo saber cuál es la clasificación que la ley les ha otorgado.

Se consideran prestadores de servicios turísticos quienes se dediquen en nombre propio y de manera habitual y remunerada a la prestación de algún servicio turístico conforme a la normativa de aplicación. (Tamanes, Consumoteca Sitio web, 2012)

Según la ley (12/1999) de 15 de diciembre, del Turismo en Andalucía distingue en su artículo 27 a los prestadores de servicios turísticos:

- Los establecimientos de alojamiento turístico.
- Los establecimientos de restauración turística.
- Las empresas de intermediación turística.
- Los guías de turismo.
- Las asociaciones, fundaciones y entes cuya finalidad esencial sea el fomento del turismo.
- Las oficinas de turismo, de conformidad con lo establecido en la presente Ley.
- Los palacios de congresos de Andalucía.
- La oferta complementaria de ocio que reglamentariamente se determine.
- Cualquier otro establecimiento o sujeto cuando, por su relación con el turismo, se determine reglamentariamente.

Conceptualización Mexicana.

Uno de los países con mayor fuerza en el desarrollo turístico en Latinoamérica es México, ellos establecen al prestador de servicios turístico como: “La(s) persona(s) física(s) o moral(es) que ofrezca(n), proporcione(n) o contrate(n) con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere la Ley” (Mexico R. n.)

Los cuales parecen descritos a continuación, según lo establece la secretaria de turismo de México:

- Agencia de viajes
- Agencia integradora de servicio
- Alimentos y bebidas en zonas turísticas
- Arrendadoras de autos
- Balnearios y/o parques acuáticos

- Campos de golf
- Guardavida/Salvavidas
- Guías de turistas
- Hospedajes
- Operadora de aventura/ naturaleza
- Operadora de buceo
- Operadora de marina turística
- Parque temático
- SPA
- Tiempos compartidos
- Tour operador
- Transportadora turística
- Vuelo en globo aerostático

Conceptualización Colombiana.

Ya entrado al contexto de nuestro país, conocemos que la legislación turística está reglamentada por la Ley General de turismo 300 de 1996, la cual establece en su artículo 76:

Prestador de servicios turísticos es toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedio o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta ley y que se encuentre inscrito en el Registro Nacional de Turismo. (Bogotá, LEY 300 DE 1996, 1996)

Analizando los conceptos de diferentes países, con visiones diversas del turismo; podemos ver que un prestador de servicios turísticos puede ser una persona o un lugar que poseen unas características enfocadas al ocio, la cultura y el esparcimiento, donde el turista tendrá una interacción con el mismo y así podrá adquirir un conocimiento o experiencia entorno a los servicios que el PST que le esté ofreciendo.

Si es una persona natural la que ofrece el acompañamiento en los procesos turísticos, esta debe contar con amplio y basto conocimiento que permita aportar al turista la información

suficiente sobre las diferentes actividades que se desarrollen y los permisos requeridos por la ley para hacerlo.

Cuando hacemos referencia a personas jurídicas, ya sea infraestructura o lugares especializados en turismo, estos deben cumplir con unos parámetros establecidos por la ley, para así poder ofrecer un servicio de calidad y certificado.

Como se clasifican los prestadores de servicios turísticos en Colombia.

A su vez la legislación Colombia ha desarrollado unos lineamientos para la clasificación de todos los prestadores de servicios turísticos que posee el territorio.

La Ley 1101 de 2006 art. 12, *modifica el artículo 62 de la Ley 300 de 1996*, establece, las empresas o personas relacionadas con las siguientes actividades serán considerados como prestadoras de servicios turísticos (Bogotá, Ley 1101, 2006).

1. Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas.
2. Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.
3. Las oficinas de representación turística.
4. Los guías de turismo.
5. Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
6. Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.
7. Los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas.
8. Las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.

9. Los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes.
10. Las empresas captadoras de ahorros para viajes y de servicios turísticos prepagados.
11. Los concesionarios de servicios turísticos en parque.
12. Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.
13. Los parques temáticos.
14. Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine

Todos los prestadores mencionados anteriormente tienen la obligación de registrarse en el Registro Nacional de Turismo para así cumplir con obligaciones que establece la Ley, pero a su vez el de recibir beneficios por parte de la nación.

Prestadores de servicios turísticos en Anapoima.

Anapoima cuenta con una amplia oferta hotelera y de restauración, según lo expone la página del Registro Nacional de Turismo y la página gubernamental de Anapoima.

A continuación, encontraremos una lista de todos los establecimientos tanto de alojamiento, como de restaurante y transporte de pasajeros con los que cuenta el municipio de Anapoima.

Hoteles.

Tabla 2. Hoteles con Registro Nacional de Turismo del Municipio de Anapoima

Casco Urbano	
Hotel Villa Paula	Don Toby
Hotel Villa Orfi	Hotel Mirador Andino
Hotel Anapoima N° 1	Hotel Mayestic
Hotel Anapoima N°2	Hotel Las Mercedes

Hotel San Luis H	Playa Alta
Casa Recreativa Primavera	Hotel Imperio
Hotel Calimenio Campestre	Casa De Campo Doñana
Hotel Valvanera	Hotel Kalandaima
La Masia Hotel Boutique	Finca Villa Sarita
Parador Campestre El Molino	Hotel Poimana
Parador Anapoima	

Fuente: Bello y Acevedo. 2017

Restaurantes.

Tabla 3. Restaurantes Anapoima

Zona Centro	
Bruno – Restaurante Y Café	La Terraza
Pico De Oro	Pescadería Isabelita
Fonda Paisa	
Afuera Del Municipio	
El Quincho	

Fuente: Bello y Acevedo. 2017

Empresas de transporte.

Tabla 4. Empresas de transporte Anapoima

Zona Centro	
Expreso Tequendama	Expreso San Vicente
Transportes Colmena S.A.S	

Fuente: Bello y Acevedo. 2017

Criterios de evaluación para prestadores de servicio turístico sénior

Como ya se ha comentado en capítulos anteriores España es uno de los países más reconocidos por impulsar el turismo senior en sus destinos. Para ello cuenta con el programa Europe Senior Tourism la cual fue una iniciativa de la Secretaria de Estado de Turismo y dirigida por SEGITTUR como lo comenta (SEGITTUR, Europe Senior Tourism 2015/2016, 2015) Igualmente reitera que dicho proyecto consiste en el diseño de un sistema de viajes organizado para ciudadanos europeos de 55 años o mayor.

Para esto SEGUITTUR se basa en un proceso de homologación de destinos en los que participan diferentes grupos o municipios españoles los cuales tienen que tener en cuenta los siguientes criterios para ser parte del programa (SEGITTUR, Europe Senior Tourism 2015/2016, 2015, págs. 3-6):

- Ser zonas que cuenten con alto grado de estacionalidad turística y que la temporada media baja sea acorde al tiempo en el que se realizará el programa y sus actividades; en el caso de España es el los meses de octubre a mayo.
- Capacidad Hotelera de categoría 3 y 4 estrellas; los cuales cuentan con servicios de recepción 24 horas, limpieza diaria, restaurante y espacios para animación básica.
- Ofrecer un paquete turístico interesante para los turistas seniors y una imagen más allá de sol y playa que sea atractiva.
- Buenas conexiones. Es decir, transporte tanto en el municipio como fuera de este que permita a los turistas seniors tener la posibilidad de desplazarse ya que es un elemento esencial a la hora de ejecutar los viajes.
- La composición mínima del paquete turístico debe ser la siguiente: transporte ida y vuelta, traslado aeropuerto, estancia en hoteles tres estrellas (superior) o cuatro estrellas, media pensión, seguro y excursión por la zona.
- Estancia mínima de 8 días y 7 noches.

En el año 2016 SEGITTUR ha logrado homologar 37 municipios o grupos para que participen en el programa Europe Senior Tourism donde según (SEGITTUR, 2016) se busca mostrar una España con una amplia gama de oferta tanto gastronómica, de naturaleza, ocio y cultura en cada

uno de los destinos homologados. Y que con los mejores alojamientos y restaurantes estos pueden disfrutar del clima suave, el paisaje, las personas entre otros elementos.

Metodología fichas técnicas

Tomando la lista de los prestadores de servicios turísticos con los que cuenta Anapoima y aplicando los criterios de evaluación expuestos anteriormente por SEGITTUR, se establecieron unos criterios de evaluación para todos los establecimientos tanto de alojamiento, restaurante y transporte de pasajeros, los resultados se han expuesto en las siguientes fichas técnicas.

Alojamiento.

Tabla 5. Prestadores de Servicio. Hotel Villa Paula

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Hotel Villa Paula		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Calle 6 No 4-25
Teléfono:	3133209319	RNT No:	36414
No habitaciones:	3	No de camas:	8
Servicios	Foto		
<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Parqueadero • Piscina • WIFI • Billar 			
Fuente: Aixa Espitia			
Descripción:	Este hotel cuenta con un ambiente familiar, está atendido por sus dueños los cuales no tienen capacitación en servicio al cliente y no cuentan con uniforme distintivos, no ofrecen ningún tipo de accesibilidad ni tampoco servicio de alimentación, se evidencia en la recepción el RNT, pero ningún otro tipo de protocolos del hotel.		

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 6. Prestadores de Servicio. Hotel Villa Orfi

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Hotel Villa Orfi		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Cll 1 No.2-51/63 Sur B/san Jose
Teléfono:	8990755	RNT No:	26501
No habitaciones:	12	No de camas:	35
Servicios	Foto		
Alojamiento Parqueadero Servicio de restaurante	 <p>Fuente: Página Alcaldía Municipal Anapoima</p>		
Descripción:			
<p>Es un hotel que presenta personal capacitado, pero no uniformada, la accesibilidad no es suficiente, las habitaciones son muy básicas y la movilización en ellas es restringida ya los baños presentan una distribución más apropiada, a pesar que cuentan con servicio de restaurante no está incluido en el valor del hospedaje y no tiene menús especializados solo presentan el menú del día. El hotel cuenta con RNT</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 7. Prestadores de Servicio. Hotel Anapoima N° 1

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Hotel Anapoima No 1		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	CL 6 NO 3-19_B7 CENTRO
Teléfono:	8993008	RNT No:	6117
No habitaciones:	51	No de camas:	72
Servicios	Foto		
Alojamiento	 <p>Fuente: página Alcaldía Municipal Anapoima</p>		
Piscina y jacuzzi			
Restaurante gourmet			
Sala de conferencias			
Gimnasio			
Parqueadero			
Chiva rumbera			
Descripción:			
<p>Es un hotel de lujo, cumple con los más altos estándares de calidad en el servicio de hospedaje, restauración y servicios integrales, el hotel cuenta con cinco tipos de habitación es (estándar, superior, superior family, suite junior y suite family) además se cuenta con tres tipos de pagos; uno en el que solo se tienen acceso al alojamiento y la zona húmeda, el otro es el servicio de media pensión con los otros servicios ya mencionaos, y el ultimo que incluye todo con lo que el hotel cuenta en servicios. El personal está altamente capacitado y más de la mitad de ellos manejan un segundo idioma. El restaurante cuenta con cartas gourmet en la cual se contemplan platos bajos en sodio, azúcar y carnes rojas. Se cuenta con un servicio de gimnasio y spa, en el cual ofrece servicios especialmente para personas de la tercera edad. La accesibilidad del hotel está completamente diseñada para personas mayores, y todo el inmobiliario de las habitaciones, baño y zonas comunes cuenta con las medidas y espacios indicado para persona de la tercera edad.</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 8. Prestadores de Servicios. Hotel Anapoima N° 2

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Hotel Anapoima No 2		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	CRA 3 NO 1-35 B/CENTRO
Teléfono:	8993011	RNT No:	13288
No habitaciones:	16	No de camas:	39
Servicios	Foto		
Alojamiento	 <p>Fuente: Ingrid Acevedo</p>		
Descripción:			
<p>A pesar que el hotel cuente con RNT, en el cual figura como hotel se podría considerar más como una posada turística, ya que solo ofrece servicio de hospedaje, es una casa familiar en la cual se debe compartir con los integrantes de la familia que administra el hotel ya ellos viven allí mismo.</p> <p>No cuenta con ningún tipo de accesibilidad en ninguno de los espacios del hotel.El personal no es capacitado ya que es atendido por el hijo menor de los dueños de la casa.</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 9. Prestadores de Servicio. Hotel San Luis H

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Hotel San Luis H		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Cra. 5 No. 1-46 Sur B/San Jose
Teléfono:	3103348010	RNT No:	23253
No habitaciones:	9	No de camas:	19
Servicios		Foto	
Alojamiento Restaurante Parqueadero Salón de eventos			
Fuente: página Alcaldía Municipal Anapoima			
Descripción:			
<p>Es un hotel con instalaciones optimas, todo su personal evidencia una alta capacitación al cliente, todos se encuentran debidamente uniformados, se cuenta con el servicio de restaurante el cual ofrece el desayuno en el precio de alojamiento, además de contar con servicio de Room service, también manejan un menú con comida específicas y bajas en sodio y azucares pero rica en carnes rojas y bebidas gasificadas, las habitaciones son amplias pero no cuentan con las condiciones de accesibilidad para personas de la tercera edad, así como tampoco el complejo del hotel cuenta con rampas o señalización para personas mayores. El hotel cuenta con su registro nacional de turismo</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 10. Prestadores de Servicio. Hotel Calimenio Campestre

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Hotel Calimenio Campestre		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Cra 7 No 6-11 B/King Ranch
Teléfono:	318991171	RNT No:	26415
No habitaciones:	14	No de camas:	24
Servicios	Foto		
Alojamiento Restaurante Transporte de pasajeros	 <p>Fuente: Booking.com</p>		
Descripción:			
<p>Es un hotel que se encuentra ubicado en el límite del casco urbano, sus instalaciones están diseñados para las personas de la tercera edad, cuneta con rampas y acceso para personas tanto de la tercera edad como discapacitados, su personal maneja un excelente servicio al cliente y domina dos idiomas, se evidencia la calidad del servicio por parte del persona así como de las instalaciones, las habitaciones como los baños cuentan con las medidas adecuadas para las personas de la tercera edad, cuenta con el servicio de restaurante el cual está incluido el desayuno en el valor del alojamiento, también cuenta con dos cartas una que contiene platos típicos colombianos, otra vegetariana. El hotel cuenta con RNT. En las instalaciones también se cuenta con atracción para niños, y las piscinas están debidamente adecuadas para que las persones discapacitada y de la tercera edad puedan realizar actividades lúdicas dentro de ella.</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 11. Prestadores de Servicio. Casa Recreativa Primavera.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Casa Recreativa Primavera		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Carrera 2 No. 10-31
Teléfono:	3102420287	RNT No:	34360
No habitaciones:	5	No de camas:	10
Servicios	Foto		
Alojamiento Piscina			
Fuente: Ingrid Acevedo			
Descripción:			
<p>Es un hotel de ambiente familiar, es atendido por los dueños de este, que son unos esposos de edad madura, que con amabilidad sirven en todo el hotel, estas personas no cuentan con uniformes que distingan sus cargos, no cuentan con reglamentos del hotel ni protocolos de seguridad en la zona de la piscina.</p> <p>Las habitaciones no cuentan con espacio suficiente y los baños son de espacio reducido, no se evidencia accesibilidad en ninguno de las instalaciones del hotel. El hotel cuenta con RNT.</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 12. Prestadores de Servicio. Hotel Don Toby.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Don Toby		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Calle 8 # 3 A – 83
Teléfono:	8993594	RNT No:	7423
No habitaciones:	7	No de camas:	15
Servicios	Foto		
Alojamiento	 <p>Fuente: Ingrid Acevedo</p>		
Descripción:			
<p>Es un hotel que es atendido por los hijos de los dueños, son personas que presenta poca amabilidad y no están preparados para ofrecer un buen servicio, las instalaciones con negligentes, para acceder a unas de las habitaciones se debe hacer por medio de una escalera de palo, frente a las habitaciones se encuentra la cocina y el cuarto de las personas que atienden el hotel, se ve descuidado a simple vista.</p> <p>No se tiene ningún tipo de accesibilidad ni adecuación para personas de la tercera edad. Cuenta con Registro Nacional de Turismo.</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 13. Prestadores de Servicio. Hotel Mirador Andino.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Hotel Mirador Andino		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Crr 5 N 12-31 Frente A La Estacion Movil
Teléfono:	3103420333	RNT No:	39769
No habitaciones:	17	No de camas:	35
Servicios		Foto	
Alojamiento Piscina Bar Sauna Jacuzzi Tv cable Salón de juegos			
Fuente: página Alcaldía Municipal Anapoima			
Descripción:			
<p>Es un hotel con una oferta muy variada que le permite al huésped tener un sin número de actividades dentro de las instalaciones del mismo, no cuenta con servicio de restaurante, pero si de Room service que está dado por outsourcing, con un restaurante cerca del hotel, los accesos a las habitaciones no cuentan con llaves electrónicas. Cuenta con zonas amplias y accesibles para personas de la tercera edad. El hotel cuenta con RNT.</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 14. Prestadores de Servicios. Hotel Valvanera

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Hotel Valvanera		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Cra 2 No 11-68 B/ Santa Teresa
Teléfono:	8993540	RNT No:	4840
No habitaciones:	16	No de camas:	56
Servicios	Foto		
Alojamiento			
Piscina			
Parqueadero			
Spa			
Gym			
Jacuzzi			
Salón de eventos			
Restaurante	Fuente: página web Valvanera		
Descripción:	<p>Es un más que un hotel es considerado como un complejo medicinal, ya que en él se encuentran servicios especializados de spa, terapias de recuperación y jacuzzi, sus instalaciones esta exclusivamente diseñadas para personas de la tercera edad, así como para discapacitados, loas habitaciones y los baños, así como las zonas comunes cuentan con un mobiliario adecuad para este tipo de personas. Se cuenta con servicio de restaurante y de Room service 27/7, se consideran dos tipos de menús uno con comida de casa y otro con un menú bajo en sodio, grasa y azucares. El spa ten todos los servicios como masajes, terapias frutales y piedras volcánicas, también se dieran actividades lúdicas para los huéspedes. El hotel cuenta con RNT.</p>		

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 15. Prestadores de Servicio. Hotel Mayestic.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Hotel Mayestic		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Calle 4 No 3-21 B/Centro
Teléfono:	8993421	RNT No:	5700
No habitaciones:	8	No de camas:	25
Servicios	Foto		
Alojamiento	 <p>Fuente: Ingrid Acevedo y Laura Rojas</p>		
Descripción:	<p>El hotel cuenta con fácil accesibilidad a transporte. Cuenta con el respectivo protocolo de evacuación y el certificado RNT. Tiene documentación accesible y visible para el huésped, los espacios son accesibles ya que es un primer piso. Las habitaciones tienen poca accesibilidad sin espacio y los baños no cuentan con la altura apropiada en el lavamanos.</p>		

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 16. Prestadores de servicios. Hotel las Mercedes.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Hotel Las Mercedes		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Calle 5 No 1-80 Centro
Teléfono:	8993421	RNT No:	36805
No habitaciones:	12	No de camas:	30
Servicios	Foto		
Alojamiento	 <p>Fuente: página Alcaldía Municipal Anapoima</p>		
Descripción:	<p>Es un hotel que solo ofrece el servicio de hospedaje, está enfocado a un ambiente familiar, en donde la dueña atiende a los clientes a pesar que no tiene preparación en servicio al cliente se evidencia la amabilidad.</p> <p>El hotel es diseñado con espacios accesibles y adecuados para las personas de la tercera edad, todas las habitaciones y los baños están debidamente distribuidos y dispuestos para este tipo de personas. El hotel cuenta en RNT.</p>		

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 17. Prestadores de Servicio. Hotel Playa Alta.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento De Alojamiento Y Hospedaje		
Sub Categoría	Hotel		
Nombre:	Playa Alta		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Calle 2 Sur No 21 - 04 Centro
Teléfono:	3112734791	RNT No:	18308
No Habitaciones:	8	No De Camas:	15
Servicios		Foto	
Alojamiento Piscina Restaurante Juego De Rana Billar		 <p>Fuente: Ingrid Acevedo</p>	
Descripción:			
<p>El Hotel Cuenta Con Una Amplia Gama De Servicios Para El Huésped Como Lo Es Juegos Infantiles Y Spa, Las Instalaciones Están Diseñadas Con Total Accesibilidad Para Las Personas Con Discapacidad Y De La Tercera Edad, A Pesar Que Cuentan Con Servicio De Restaurante No Está Incluido Nada De Su Servicio En El Menú, El Menú Que Se Majea Allí Está Enfocada A Personas En Estado De Recuperación Y Dietas Blandas.</p> <p>El Mobiliario De Las Habitaciones Está Dispuesto Adecuadamente, El Personal Está Capacitado, Aunque No Se Encuentra Debidamente Uniformado.</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 18. Prestadores de Servicio. Hotel Masia Boutique

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	La Masia Hotel Boutique		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Predio Las Orquideas Vda Las Mercedes
Teléfono:	2147720	RNT No:	29188
No habitaciones:	14	No de camas:	24
Servicios	Foto		
Alojamiento Piscina Restaurante Gimnasio Spa			
Fuente: Laura Rojas			
Descripción:			
<p>El hotel se encuentra en un lugar tranquilo y accesible, contando con parqueadero y espacios amplios, ramplas para una buena movilización y señalización de evacuación. Las habitaciones son amplias con camas grandes y el mobiliario de la altura apropiada. Los baños cuentan igualmente con espacios amplios y pisos antideslizantes. El servicio de restaurante cuenta con una carta colombo española, que cuenta con variedad de platos y bebidas que se adaptan a necesidades nutricionales. También hay documentación accesible para el huésped. Para otras actividades el hotel cuenta con masajista, gimnasio y spa.</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 19. Prestadores de servicio. Parador el Molino.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento De Alojamiento Y Hospedaje		
Sub Categoría	Vivienda Turística		
Nombre:	Parador Campestre El Molino		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Vereda La Chica Alto Del Cobre Km 58
Teléfono:	3153661544	RNT No:	30149
No Habitaciones:	14	No De Camas:	25
Servicios		Foto	
Alojamiento Restaurante Camping Piscina Bar			
Fuente: Laura Rojas			
Descripción:			
<p>El hotel cuenta con una amplia gama de servicios y la recepción es 24 horas. Muchas de las entradas no son accesibles para personas de tercera edad ya que son bastante altas. Igualmente, los espacios en las habitaciones son reducidos y mal cuidadas. Con respecto al restaurante venden lo que esté disponible en el día y la carta no es variada en alimentos para una dieta especial. Cuenta con señalización de evacuación y una piscina amplia y limpia.</p> <p>El personal no se encuentra uniformado y la atención es amable.</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 20. Prestadores de Servicio. Parador Anapoima.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Alojamiento rural		
Nombre:	Parador Anapoima		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Vereda La Chica Km 55 Via Anapoima
Teléfono:	3123252711	RNT No:	23324
No habitaciones:	26	No de camas:	64
Servicios	Foto		
Alojamiento Restaurante Bar Deportes	 <p>Fuente: Laura Rojas</p>		
Descripción:			
<p>Parador Anapoima es un lugar con una ubicación accesible y dispone de espacios grandes. Tienes una choza que funciona como bar. Las habitaciones son pequeñas y poco accesibles para personas de la tercera edad, al igual que los baños no cuenta con el espacio adecuado. Cuenta con parqueadero y piscina.</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 21. Prestación de Servicios. Casa de Campo Doñana

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Vivienda turística		
Nombre:	Casa De Campo Doñana		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Vereda La Chica
Teléfono:		RNT No:	14864
No habitaciones:	7	No de camas:	20
Servicios	Foto		
Alojamiento	 <p>Fuente: Homeway.com</p>		
Descripción:			
<p>Esta casa de campo no es fácil mente accesible ni tiene transporte cercano. Sus espacios son amplios para la movilidad de personas de tercera edad, igual que la piscina y cocina. Tiene parqueadero, y personal disponible las 24 horas, no cuenta documentación como planos de evacuaciones ni restaurante. Otros servicios que tiene es billar y sala. Cada habitación cuenta con su baño el cual es amplio, cuenta con pisos antideslizante y de la altura conveniente.</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 22. Prestadores de Servicio. Hotel Imperio.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Hotel Imperio		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Cr 2 No 8-69 Urb Santa Teresa
Teléfono:	8993526	RNT No:	11042
No habitaciones:	13	No de camas:	31
Servicios	Foto		
Alojamiento Restaurante	 <p>Fuente: viajala.com</p>		
Descripción:	<p>Este Hotel cuenta con un acceso cerca de transporte y parqueadero. También tiene certificado RNT. Cuenta con información y documentación accesible. Con respecto a la movilidad sus espacios son reducidos en las áreas comunes. En las habitaciones los espacios son accesibles al igual que en los baños y adecuados para personas de tercera edad.</p> <p>Con respecto a la carta del restaurante cuenta con platos que no se adaptan a bajos sodios ni azúcar, sin embargo, se puede hacer una solicitud con anticipación. Cuenta con piscina y aparatos para hacer ejercicio.</p>		

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 23. Prestadores de Servicio. Hotel Kalandaima

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Hotel Kalandaima		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Cra 2 No 10-30 B/santa Teresa
Teléfono:	8993697	RNT No:	36415
N° habitaciones:	17	No de camas:	28
Servicios	Foto		
Alojamiento Restaurante	 <p>Fuente: Laura Rojas</p>		
Descripción:	<p>Este hotel tiene fácil acceso a transporte, cuenta con parqueadero y recepción 24 horas. Igualmente tiene accesible la documentación y las rutas de evacuación. El restaurante es accesible y cómodo ofrece una amplia carta de productos y el plato del día es nutritivo, sin embargo, se pueden hacer peticiones especiales de alimentos. La accesibilidad hacia las habitaciones es compleja para las personas de tercera edad ya que no cuenta con rampas. Sin embargo, las habitaciones son accesibles y tienen los espacios adecuados para personas de tercera edad al igual que los baños y los armarios. Cuenta con piscina.</p>		

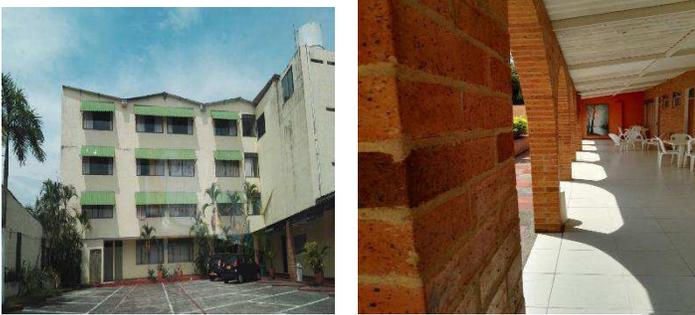
Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 24. Prestadores de Servicio. Finca Villa Sarita

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Vivienda turística		
Nombre:	Finca Villa Sarita		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Vereda Circacia
Teléfono:	3203049046	RNT No:	52000
No habitaciones:	14	No de camas:	42
Servicios	Foto		
Alojamiento Restaurante	 <p>Fuente: Laura Rojas</p>		
Descripción:	<p>Este hotel se encuentra muy retirado de Anapoima y de carreteras donde pasen transportes. Cuenta con servicio de restaurante no incluido en la tarifa y la carta incluye platos específicos. La accesibilidad a las habitaciones es poco adecuada para personas de tercera edad ya que para subir solo dispone e escaleras altas. Las habitaciones tienen buena accesibilidad y los baños también.</p> <p>Tienen otros servicios como juegos de rana, piscinas, lugares para eventos.</p>		

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 25. Prestadores de Servicio. Hotel Poimana.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento de Alojamiento y hospedaje		
Sub categoría	Hotel		
Nombre:	Hotel Poimana		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Cl 4 Sur No 3-106 B/San Jose
Teléfono:	8993021	RNT No:	7126
No habitaciones:	40	No de camas:	90
Servicios	Foto		
Alojamiento Restaurante	 <p>Fuente: Laura Rojas</p>		
Descripción:	<p>Este hotel tiene fácil acceso a transporte, cuenta con parqueadero y recepción 24 horas. Igualmente tiene accesible la documentación y las rutas de evacuación. El restaurante es accesible y cómodo ofrece una amplia carta de productos y el plato del día es nutritivo, sin embargo, se pueden hacer peticiones especiales de alimentos y cenas especiales. La accesibilidad hacia las habitaciones para las personas de tercera edad es buena ya que tienen el piso de abajo con adecuados con baños grandes y los armarios con la altura específica. Cuenta con piscina y sala de estar.</p>		

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Restaurantes.

Tabla 26. Prestadores de Servicio. Restaurante y cafe Brunos

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento gastronómico		
Sub categoría	Restaurante		
Nombre:	Brunos – Restaurante Y Café		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Cra. 2 No 3-2
Teléfono:	320 9195811		
Servicios	Foto		
Restaurante Bar			
	Fuente: página web Brunos		
Descripción:	<p>Es uno de los restaurantes más prestigiosos del municipio, está distribuido de una forma en la que los clientes pueden ver como se preparan sus platos y bebidas, el restaurante en el día funciona como establecimiento gastronómico, y en la noche como bar.</p> <p>No cuenta con un menú bajo en grasa, sodio y azúcares, además su menú es rico en carne rojas y pescado.</p>		

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 27. Prestadores de Servicio. Restaurante el Quincho

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento gastronómico		
Sub categoría	Restaurante		
Nombre:	El Quincho		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Carrera 5 No 8-19
Teléfono:	8993730	RNT No:	
Servicios	Foto		
Restaurante	 <p>Fuente: TripAdvisor</p>		
Descripción:	<p>Es un restaurante que cuenta con zonas de accesibilidad para personas de la tercera edad, sus menús están centrados en carne al carbón, y solo cuentan con una carta, sus platos no están diseñados para personas con problemas de azúcar o hipertensión.</p> <p>La atención es de calidad.</p>		

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 28. Prestadores de servicio. Restaurante La Terraza.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento gastronómico		
Sub categoría	Restaurante		
Nombre:	La Terraza		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	99 CL 2
Teléfono:		RNT No:	
Servicios	Foto		
Restaurante	 <p>Fuente: Google maps</p>		
Descripción:			
<p>Es un restaurante que cuenta con comidas rápidas y también la venta de ensaladas de frutas. Es un lugar pequeño que cuenta con poca accesibilidad y una carta que no es amplia para el público ni se puede variar con respecto a requerimientos nutricionales.</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 29. Prestadores de servicio. Restaurante Begonias.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento gastronómico		
Sub categoría	Restaurante		
Nombre:	Begonias		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Cra. 2 #4-2
Teléfono:		RNT No:	
Servicios	Foto		
Restaurante	 <p>Fuente: Google maps</p>		
Descripción:	<p>Es un restaurante amplio que cuenta con una carta variada en productos. El lugar es accesible y cuenta con espacio para movilizarse al igual que sus mesas son amplias y cómodas. La iluminación del lugar es adecuada y cuentan con mesas al aire libre.</p>		

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 30. Prestadores de servicio. Asadero Pico de Oro.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento gastronómico		
Sub categoría	Asadero		
Nombre:	Pico De Oro		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Cra. 2 #4-2
Teléfono:		RNT No:	
Servicios	Foto		
Restaurante	 <p>Fuente: Google maps</p>		
Descripción:			
<p>Es un restaurante amplio que cuenta con una carta variada en productos. El lugar es accesible y cuenta con espacio para movilizarse al igual que sus mesas son amplias y cómodas. La iluminación del lugar es adecuada y cuentan con mesas al aire libre.</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 31. Prestadores de servicios. Restaurante Pescadería Isabelita.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Establecimiento gastronómico		
Sub categoría	Restaurante		
Nombre:	Pescadería Isabelita		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	1 Cra 2
Teléfono:		RNT No:	
Servicios	Foto		
Restaurante	 <p>Fuente: Google maps</p>		
Descripción:			
<p>Es un restaurante amplio que cuenta con una carta enfocada en productos de mar, sin embargo, también cuenta con otro tipo de carnes aparte del pescado, bebidas naturales y poder variar algunos productos de los platos.</p> <p>Tiene espacios amplios para la movilidad y un acceso fácil a transporte. Igualmente, cuenta con buena iluminación y mesas al aire libre.</p>			

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Empresas de transportes.

Tabla 32. Prestadores de servicio. Transporte Expreso Tequendama.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Empresas de transporte		
Sub categoría	Transporte de pasajeros		
Nombre:	Expreso Tequendama		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Calle 3 No 4- 18
Teléfono:			
Servicios	Foto		
Trasporte	 <p>Fuente: Ingrid Acevedo</p>		
Descripción:	<p>Es un servicio de mala calidad, ya que se estación los buses frente a la carretera principal, y empiezan a llamar la atención de los clientes a voz, la oficina se encuentra en un lugar poco confiables además allí no se pueden adquirir pasajes con anterioridad.</p> <p>Los servicios internos que ofrece esta empresa de transporte es básico, solo cuenta con aire acondicionado.</p>		

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 33. Prestadores de servicio. Flota San Vicente.

Prestadores De Servicio			
Categoría	Empresas de transporte		
Sub categoría	Transporte de pasajeros		
Nombre:	Flota San Vicente		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	Carrera 5 2 67 B/Centro
Teléfono:			
Servicios	Foto		
Trasporte			
	Fuente: Ingrid Acevedo		
Descripción:	<p>Es un servicio de mala calidad, ya que se estación los buses frente a la carretera principal, y empiezan a llamar la atención de los clientes a voz, la oficina se encuentra en una zona confiable, y allí se puede separar pasaje con antelación de 4 días.</p> <p>Los servicios internos que ofrece esta empresa de transporte es básico, solo cuenta con aire acondicionado.</p>		

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 34. Prestadores de servicio. Transportes Colmena SAS

Prestadores De Servicio			
Categoría	Empresas de transporte		
Sub categoría	Transporte de pasajeros		
Nombre:	Transportes Colmena SAS		
Ubicación:	Anapoima	Dirección:	
Teléfono:			
Servicios	Foto		
Trasporte	 <p>Fuente: Laura Rojas</p>		
Descripción:	<p>Cuenta con instalaciones grandes que tiene diversos espacios de espera para sus usuarios. También tienen a la vista las tarifas, mapas y otro tipo de información que interesa al usuario. Cuenta con camilla para atención y su personal es amable y dispuesto.</p>		

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Prestadores óptimos de servicios turísticos sénior en Anapoima

Basados en los parámetros definidos por SEGITUR, se llevó a cabo una evaluación y análisis de los diferentes prestadores de servicios turísticos del municipio de Anapoima, con el cual podemos empezar a definir la oferta para los turistas sénior.

Hoteles.

Se realizó la lista de chequeo a 22 hoteles del Municipio de Anapoima. La primera característica que se utilizó en el análisis era que contara con el Registro Nacional de Turismo; de allí se partía a analizar los parámetros aconsejables con los que debe cumplir un hospedaje ante los requerimientos y necesidades del turista sénior. La totalidad de las listas dieron los siguientes resultados:

Tabla 35. Resultados de lista de chequeo hoteles de Anapoima- Cundinamarca

<u>Hoteles</u>		
Lista de chequeo		
	Cumple	No cumple
1. Acceso	48%	52%
2. Gestión.	67%	33%
3. Información y comunicación	38%	62%
4. Movilidad	43%	57%
5. Personal	71%	29%
6. Servicios	32%	68%
7. Habitaciones e instalaciones	24%	76%

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Acceso.

Este parámetro busca analizar la disponibilidad que tendría el turista sénior para el acceso de movilidad por medio de transporte, tanto fuera del establecimiento como dentro de este. Aunque

la diferencia entre las dos variables es del 4% se distingue que la mayoría de los establecimientos: primero no cumplen con un acceso cercano a medios de transporte, factor que puede darse ya que parte de los establecimientos estudiados quedan en las veredas del municipio por ende, alejados de carreteras que disponen de medios de transporte cercanos para movilizarlos; segundo no disponen de parqueadero reservado para público de tercera edad, la mayoría cuenta con parqueaderos generales pero no lugares especiales.

Gestión

Con respecto a la gestión, se enfoca en los procesos de evacuación y la obtención del Registro Nacional de Turismo. La mayoría de los hospedajes cumplen con este parámetro siendo solamente el 33% el que no cuenta con un protocolo de evacuación específico para adultos mayores ya que solo llegan a contar con uno general para todos sus huéspedes o no cuentan con este.

Información y comunicación

Con una diferencia del 30%, la mayoría de los establecimientos de hospedaje no cumplen con este parámetro, el cual analiza la accesibilidad de documentación y de información como lo es la carta de menús, planos de evacuación, llaves de habitación entre otros. El factor que pudo llevar a que este parámetro no se cumpliera son las diversas sub variables a evaluar, por lo que es necesario que se dé un cumplimiento íntegro de la misma ante los requerimientos del turista sénior para obtener un alto cumplimiento.

Movilidad

Este parámetro busca evaluar el acceso de rampas para el ingreso al lugar, pasillos amplios que estén libres de obstáculos y buena iluminación, con el fin de hacerlo accesible a personas de tercera edad. Donde se evidencia que el 57% de los hospedajes no cuenta con estas características, ya que sus accesos son por medio de escaleras, las habitaciones se encuentran en pisos altos y los pasillos no son lo suficientemente amplios para movilizar a un adulto mayor según sus requerimientos.

Personal

Con respecto al personal, este debe tener una formación especial en atención a adultos mayores. Se evidencia que la mayoría de los hospedajes cumple con este parámetro, siendo el 71% de los hospedajes que cuenta con servicio de atención especial a los requerimientos de los adultos mayores en su estadía.

Servicios

Siendo uno de los factores más importantes, la mayoría de los establecimientos de hospedaje no cumplen con las variables que se necesitan en un servicio enfocado a personas de tercera edad. En este parámetro se tienen en cuenta que las habitaciones sean accesibles para personas con movilidad reducida, donde la mayoría de los hospedajes cuenta con espacios reducidos para este proceso. Con respecto a la accesibilidad de otros servicios, gran parte de los establecimientos solo contaba con piscina y algunos con cafetería donde solo ofrecían el servicio de desayuno para el huésped. Solo en algunos hoteles de las veredas como el Hotel Masiá y Natura Anapoima se ofrecían servicios más completos y diversos donde se incluía el gimnasio, spa y lugares de esparcimiento.

Igualmente, en los servicios de restauración la mayoría de los hospedajes ya contaban con un menú pre establecido; lo que dificulta que las preparaciones cumplan con las necesidades nutricionales que puede requerir un adulto mayor.

Otra variable a analizar era la del servicio de recepción las 24 horas, en la cual se evidencio que gran parte de los hoteles evaluados no cumple. Esta variable es esencial, ya que persona de tercera edad puede presentar requerimientos en cualquier horario y llegar a ser de cumplimiento prioritario.

Habitaciones e instalaciones

Con respecto a este parámetro, el 76% de los hospedajes no cumple con estos requerimientos. Se evalúa que las habitaciones e instalaciones sean accesibles y que cuenten con espacios amplios, sin obstáculos tanto en las camas como en los espacios del baño. Se pudo evidenciar que la

mayoría de estos cuenta con espacios reducidos en las habitaciones y en los baños. Igualmente, se evalúa la altura de los armarios y de las mesas de noche; donde el parámetro que menos se cumplía era el de los armarios los cuales no contaban con colgadores de la altura apropiada ni eran accesibles. Con respecto a los baños, tenían una movilidad poco accesible gracias a su reducido tamaño y no contaban la mayoría con pisos anti deslizantes. El que cuenta con mayor cumplimiento es la adecuada iluminación en las habitaciones y baños.

Restaurantes.

Se realizó la lista de chequeo a 6 restaurantes del municipio de Anapoima, los cuales se encuentran en el centro del Municipio, siendo un sitio estratégico en el desarrollo del turismo. Estos restaurantes fueron analizados por medio de los siguientes parámetros:

Tabla 36. Resultados lista de cheque restaurantes de Anapoima- Cundinamarca

<u>Restaurantes</u>		
Lista de chequeo		
	Cumple	No cumple
1. Acceso	33%	67%
2. Gestión.	33%	67%
3. Información y comunicación	83%	17%
4. Movilidad	67%	33%
5. Personal	17%	83%
6. Servicios	50%	50%

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Acceso.

Siendo el acceso un parámetro que evalúa parqueadero propio del establecimiento y la accesibilidad al lugar para personas de tercera edad encontramos que el 67% de los establecimientos no cumplen principalmente en la variable de contar con un parqueadero propio

ya que en el centro de Anapoima no se cuenta con esta infraestructura y tampoco con parqueaderos cerca.

Gestión.

La mayoría no maneja protocolos de evacuación ni cuenta con personal específico para llevar este proceso con personas de tercera edad, siendo el 67% de los restaurantes quienes les hace falta la especialización este proceso para estas personas de tercera edad.

Información y comunicación.

Los restaurantes que cuentan con información accesible son el 83 % de los analizados los cuales tienen a la mano del cliente de tercera edad la carta de servicios, menús y plan de evacuación. Se puede inferir que el 17% de los restaurantes que no cumplen con la variable se debe a que no cumple con la sub variable del plano de evacuación como se vio en el parámetro de gestión.

Movilidad.

Con respecto a la movilidad el 67% de los restaurantes cuentan con un espacio accesible desde la entrada hasta el comedor, los pasillos son amplios y libres de obstáculos para el paso de una persona de tercera edad. Uno de los restaurantes que se destaca en la movilidad es Brunos seguido por las Begonias.

Personal.

El personal de los establecimientos de restauración debe estar capacitado en la atención de adultos mayores, en donde vemos que solo el 17% solo cumple con el requerimiento y la mayoría de los restaurantes con un 83% no ha tenido en cuenta una capacitación o personal específico para este tipo de cliente.

Servicios.

Siendo una de las variables más importantes, en el parámetro de servicio encontramos que el 50% de los restaurantes cumple con estos factores. Es probable que se deba a que algunos de los

restaurantes ya tienen el menú del día pre establecido, así como su carta de preparaciones. Sin embargo, hay establecimientos que ofrecen preparaciones al gusto del cliente. A su vez los productos son ricos en verduras, frutas y hortalizas. Por otro lado, la oferta de bebidas naturales es amplia y variada, donde el comensal puede elegir si ponerle o no azúcar.

Otra variable que estudia este parámetro es que el mobiliario y los espacios sean compatibles para las personas de la tercera edad, en donde se evidencio que en la mayoría de restaurantes el mobiliario no es compatible con las personas de la tercera edad ya que las sillas son pequeñas y el espacio donde están dispuestas es reducido; situación que se evidencio en la fonda paisa y en el restaurante Terraza.

Operadores de transporte.

Se realizó la lista de chequeo a 3 de los operadores turísticos de transporte, que son los únicos que operan en Anapoima. Las siguientes son las variables que se evaluaron:

Tabla 37. Resultados lista de chequeo operadores de transporte de Anapoima-Cundinamarca

<u>Transporte</u>		
Lista de chequeo		
	Cumple	No cumple
1. Acceso	67%	33%
2. Gestión.	33%	67%
3. Información y comunicación	33%	67%
4. Movilidad	33%	67%
5. Personal	33%	67%
6. Vehículos	67%	33%

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Acceso.

Con respecto a la infraestructura con la que cuentan las oficinas de los transportistas, el 67% son de áreas accesibles y cuentan con lugares de estacionamiento con señalización, y el 33% no cumplen con la variable de lugares específicos de estacionamiento ni con la señalización requerida.

Gestión.

Este parámetro evalúa que las oficinas cuenten con un protocolo de evacuación específico para personas de tercera edad y con el certificado de legalidad. A lo cual el 67% de estos no cumple con los requerimientos, más específicamente en el protocolo de evacuación para adultos mayores.

Información y comunicación.

Como en las anteriores variables el 67% de las oficinas de transportistas no tienen información de venta de boletos ni carteles informativos accesibles para las personas de tercera edad. El 33% equivale a los puntos de información existentes y que solo la transportista Colmena cuenta con las tarifas de modo accesible a la vista del usuario.

Movilidad.

Este parámetro evalúa que se cuenta con señalización apropiada y visible, igualmente que el transporte cuente con rampas de acceso, pasillos amplios y lugares adecuados para la espera del vehículo. Para lo cual solo el 33% cumple con el requerimiento de los lugares adecuados de espera y la señalización, donde se destaca la transportista Colmena ya que cuenta con diferentes asientos para la espera del usuario. Y el 76% que no cumple con los requerimientos se da por la falta de rampas en los buses y los pasillos no son lo suficientemente amplios para la movilidad de las personas de tercera edad.

Personal.

El 67% de los lugares no cuenta con personal capacitado para la atención de personas de tercera edad y en algunos se evidenciaba la ausencia del personal en el punto de información.

Vehículo.

El 67% de los vehículos cuenta con el protocolo de evacuación específico y la señalización requerida. Igualmente, con sistemas de información como pantallas, tarifas y los mapas. Sin embargo, la variable que menos se cumple es la de lugares de viaje reservados para adultos mayores ya que todos los asientos son generales.

Diagnóstico final del capítulo

Teniendo en cuenta los análisis realizados por medio de los Check list aplicados a cada uno de los prestadores de servicios turísticos se llegan a las siguientes conclusiones:

El Municipio de Anapoima cuenta con atractivos turísticos que tienen características llamativas para los turistas sénior. Sin embargo, su infraestructura es deficiente para este tipo de turistas, donde se evidencia que la accesibilidad y movilidad son los parámetros que más se incumplen. Igualmente, en el aspecto del servicio no se cuenta con el personal capacitado para un trato especializado con el adulto mayor.

Con respecto a la prestación de servicio en los hospedajes se refleja que la mayoría de los hoteles ubicados en el centro de Anapoima no cuentan con las características necesarias para prestar servicios de calidad a los turistas senior, ya que según los parámetros evaluados cuentan con un déficit en la infraestructura, en el servicio al cliente y la calidad de los servicios de alojamientos que este tipo de turistas buscan en un lugar de hospedaje.

Tan solo tres de los veintidós hoteles que se encuentran en funcionamiento en Anapoima, son totalmente aptos para este tipo de turistas. Estos cuentan con todos los servicios, comodidades y complementos en torno a salud y bienestar que ellos buscan al momento de viajar.

En torno al servicio de restaurante, el centro del municipio se cuenta con una amplia gama de establecimientos; pero solo dos de ellos cuenta con una carta y platos diseñados para las exigencias alimenticias que presentan estos turistas. Además de contar con accesibilidad y facilidad de movimiento para los adultos mayores.

Como tal el municipio solo cuenta con un spa, el cual esta netamente enfocado a los servicios para las personas de la tercera edad, en donde complementan los servicios allí ofrecidos con las visitas a los dos baños termales que tiene Anapoima. Sin embargo, es un spa pequeño que no soporta toda la demanda de turistas que llegan allí buscando sus servicios.

Como se puede ver, aunque Anapoima cuente con variedad de hoteles estos necesitan, según estudios realizados en España, ciertos tipos de parámetros con los que la mayoría de los prestadores de servicios turísticos no cuentan. Para entender profundamente las necesidades y requerimientos del consumidor debemos entrar a indagar como es el comportamiento de compra y el perfil de aquel turista sénior que llega al municipio de Anapoima.

Capítulo 2: Perfil del consumidor

Es importante conocer las diferentes características que componen a un turista, ya que se hacen necesarias a la hora de llamar su atención por medio de un destino. Para ello es necesario indagar sobre sus necesidades, gustos, estilo de vida, niveles socio económicos, entre otros parámetros que abrirán la puerta a un proceso de servicio más completo y eficaz.

Perfil del consumidor a partir de las teorías del comportamiento

Para establecer el perfil de un turista debemos tener presente algunos aspectos determinantes para así consolidarlo; según lo expone (Baena Graciá, 2011) primero se debe comprender como se fundamente el perfil de un consumidor.

El perfil del consumidor está dado por una serie de características, estas segmentan el mercado general al que pertenece dicho consumidor y permiten diferenciarlo de los demás, está dado por diferentes criterios que lo identifican entre los cuales están los demográficos,

socioeconómicos, socioculturales y psicológicos, cada uno de ellos dirigido a determinar rasgos particulares del consumidor como lo vemos a continuación:

Criterios demográficos: permiten describir al consumidor en función de sus características físicas como lo son la edad y el género, sociales como el estado civil o clase social y económicas como los ingresos y ocupación.

Criterios psicológicos: son aquellos que se ocupan de los aspectos de la mente del consumidor como lo son sus motivos y personalidad o estilo de vida, los cuales ayudan a entender factores relacionados a la decisión de compra.

Criterios sociológicos: son todos aquellos que permiten estudiar el comportamiento de un individuo en la sociedad; encontrándose en ellos el estilo de vida de la persona, su actuar en sociedad, el tiempo que gasta en una decisión de compra y cuánto gasta en la misma.

Lo anterior permite recopilar la información necesaria del consumidor en la etapa de investigación de mercados a través de mecanismos de indagación de datos; para establecer de la misma manera una serie de aspectos característicos de un grupo en particular y que delimite de esta manera el mercado de consumidores de un producto en particular.

Visiones generales del perfil del turista sénior

Perfil General de la visión española.

Partiendo que la generación conocida como los “Baby Boomers”, están generando gran impacto en el turismo por sus constantes viajes y la inversión que en ellos realizan, España se centró en estudiar y definir cuáles eran las motivaciones de este segmento, y de allí contextualizar cuál es el perfil que distingue a estos turistas.

Según estudios realizados por IMSERSO, se prevé que, en 2050, el número de personas mayores de 60 años experimentará un incremento de más del 20% de la población mundial. (IMSERSO, 2013)

Ya que es complejo para definir un solo perfil para este segmento, se establecieron una serie de características que permitió el analizar de este tipo de turistas. Según investigaciones realizadas por el grupo IMSERSO y expuestas por (Martinez E. , 2013) estas son las características más importantes para definir el perfil del turista sénior en España:

Motivos o razones para viajar: la mayor motivación que presenta este tipo de turistas es el ocio/ vacaciones, así como la salud y bienestar.

Elementos limitadores del viaje: los mayores límites que presentan estas personas son los relacionados con su salud e integridad física. Por ende, siempre buscan lugares o paquetes turísticos que les garanticen una comodidad y seguridad integral.

Duración y frecuencia de viaje: son personas que tiene estadías largas, en promedio de 2 a 3 meses, y suelen realizar de dos a tres viajes por año a diferentes lugares que presenten un beneficio o comodidad para su estilo de vida.

Destinos y actividades: los destinos en España se escogen por el cambio de estaciones. Los turistas séniores buscan un lugar con clima cálido y húmedo; por esta razón muchos deciden viajar a lugares fuera del país donde no se encuentren estaciones o lugares cercanos a las playas. Los principales turistas que recibe España proceden de Francia, Italia y Alemania.

Distribución, comercialización e información: las fuentes de información más utilizadas son los medios de comunicación de masas; de voz a voz por medio de la familia, amigos y conocidos. Especialmente de las experiencias de otros séniores y la experiencia personal, son personas que consideran las vivencias y expectativas compartidas por los demás.

Alojamiento y tipo de producto contratado: son personas que buscan planes todo incluido, o por lo menos con media pensión. Prefieren pagar que alojarse con amigos o familiares.

Valoración de los servicios turísticos: son exigentes y están en constante evaluación de todos los aspectos del lugar. Buscan la perfección en el servicio la calidad. También dan valor a la amabilidad de quienes los sirven.

Fidelidad al destino: sabiendo que son turistas exigentes, y que evalúan aspectos como calidad del entorno, amabilidad de los residentes, actividades, entre otras cosas, se establece un rango para el aspecto que un sénior tiene presente para fidelizarse con un lugar. La calidad del alojamiento es más importante por las edades entre 40-54 años.

Mercados emisores: existe una elevada concentración de mercado, siendo Alemania y el Reino Unido, como ocurre en otros segmentos de mercado, los dos países europeos principales por lo que se refiere al país de origen del turista. Así, representaron el 40% de los viajes al extranjero realizados por los europeos de más de 55 años.

Gracias a esta caracterización se establecieron tres tipos de perfiles para los turistas séniores, que tienen un auge en España:

Los *wealthy sénior travellers*, son mayores de 60 años con un poder adquisitivo medio-alto que están acostumbrados a viajar y quieren seguir manteniendo una vida activa disfrutando de todos los placeres de la vida. Sin embargo, este sub segmento no quiere ser identificado como turistas sénior, pues quieren realizar las mismas vacaciones que han realizado a lo largo de su vida. (Vera, 2015)

Los *mature single traveller*, son turistas sénior sin pareja en busca de nuevas experiencias. Este sub segmento está compuesto por turistas de entre 60 y 70 años, que desean disfrutar de viajes organizados para conocer otros singles, compartiendo la pasión por los viajes, la cultura y la buena cocina. (Vera, 2015)

Mayores con un poder adquisitivo medio-bajo en busca de viajes económicos, que son todos los que han impulsado el programa IMSERSO. (Vera, 2015)

En contexto con toda la información suministrada por el proyecto IMSERSO y los perfiles que definieron para poder llegar a un consensó de un perfil del turista sénior que visita España, se presenta el perfil:

Tabla 38. Perfil del turista sénior español

Perfil de turista sénior Español	
<i>Demográfica</i>	
Edad	55 – 75 años
Estado Civil	Casados
Ocupación	Jubilados
<i>Socioeconómicos</i>	
Ingresos	Son personas con poder adquisitivo medio- alto, son personas van a vivir de las pensiones y de sus ahorros.
<i>Psicográficos</i>	
Personalidad	Sn personas cultas, en búsqueda de experiencias que contribuyan a mejorar sus cocimientos y su calidad de vida.
Estilo De Vida	Estilo de vida moderada, acostumbrados a realizar viajes de largas duraciones, en las cuales no aprecian las cosas por su valor monetario sino por la calidad del servicio.
Gustos	Son personas que se deleitan con los lugares que les ofrezcan esparcimiento cultural, arquitectónico y gastronómico, además son personas que están en búsqueda de lugares que le ofrezcan un beneficio y bienestar a su salud física y emocional.
<i>Tipología del turista</i>	
Viajan en parejas, esporádicamente en familia.	
<i>Épocas o periodos de vacaciones</i>	
Viajan durante todas las épocas del año. Más de cuatro veces al año.	
<i>Tipo de alojamientos</i>	
Alojamientos rurales que cuentan con todas las comodidades de hoteles de 3 y 4 cuatros estrellas.	

Fuente: Acevedo. 2017

Visión Suiza.

Suiza es un destino ideal para los adultos mayores que quieran disfrutar en un mismo viaje de ciudades con encanto, paisajes idílicos, y establecimientos que ofrecen la posibilidad de cuidar de la salud y relajarse. (Salabert, 2016)

Pero el tipo de turistas que decide viajar a Suiza presenta un contexto de preferencias muy diferentes a los que visitan España.

Si a sus atractivos turísticos se le añade, que se trata de un país que resulta muy seguro para los viajeros con unos índices de criminalidad muy bajos, ofreciendo una eficaz cobertura sanitaria en caso de necesidad, y que cuenta con una red ferroviaria que permite desplazarse con gran comodidad, se convierte en un destino ideal para las personas de mediana edad e incluso para los más mayores o aquellos que presenten dificultades de movilidad. (Salabert, 2016)

Los adultos sénior de suiza son personas que buscan actividades de lujo y salud al mismo tiempo, no les importa los climas fríos al contrario lo disfrutan. La temporada alta de esquí abarca de diciembre hasta finales de abril; pero si lo que el turista busca no es este tipo de deporte, la estación más indicada para visitar Suiza es la primavera.

La asistencia sanitaria en Suiza es muy buena, pero es recomendable disponer de un seguro de viaje que incluya cobertura por enfermedad, accidentes, pérdida o robo de objetos personales, repatriación, etcétera. Ya que es un país con un nivel de vida muy alto y precios elevados. (Salabert, 2016)

La diversidad de centros de salud con terapias únicas con las que cuentan Suiza, es lo que más llama la atención de los turistas sénior. Este país desarrolla un complejo especializado en tecnología y medicina alternativa que ofrece a sus visitantes un renuevo completo en su vida.

Si tómanos en contexto todos estos aspectos podemos definir el perfil del turista sénior suizo como:

Tabla 39. Perfil turista sénior suizo.

Perfil de turista sénior suizo.	
<i>Demográfica</i>	
Edad	60 años en adelante
Estado Civil	Casados
Ocupación	Jubilados- empresario independientes
<i>Socioeconómicos</i>	
Ingresos	Poseen un alto nivel adquisitivo.
<i>Psicográficos</i>	
Personalidad	Son personas muy cultas que les encantan los valores arquitectónicos, así como beneficios para su salud emocional y física.
Estilo De Vida	Son personas que cuentan con mucho tiempo libre, que les gusta realizar viajes de larga duración, con lujos extravagantes.
Gustos	Son personas en búsqueda de arte y música, buscan los paquetes todo incluido, así como los centros terapéuticos más especializados el precio de los servicios es irrelevante, más el servicio prestado en importante
<i>Tipología del turista</i>	
Son personas que viajan solos o en pareja.	
<i>Épocas O Periodos De Vacaciones</i>	
Viajan más de 2 veces al año, en las temporadas de invierno esencialmente	
<i>Tipo de alojamientos</i>	
Alojamientos en hoteles de las de 5 estrellas, con grandes lujos, que cuenten con complejos de spa, centros terapéuticos y contacto con la naturaleza.	

Fuente: Acevedo. 2017

Perfil general del turista de salud y bienestar en Colombia.

De nuevo, se trae a contexto el concepto del turismo de salud y su comportamiento; según lo explica la Asociación Mexicana de Salud (Salud, 2013) son las actividades que realiza una persona al desplazarse de su localidad a otra por más de un día y menos de un año implicando el tener que hospedarse por lo menos una noche, teniendo como motivo principal o alterno el recibir algún servicio de salud o bienestar.

Ya empezando a contextualizar el turismo de salud en un escenario colombiano, según lo expone (Procolombia, 2016) Generalmente la gente que está sana viaja para mantener, adquirir o manejar un concepto de bienestar y salud. Motivado por: el deseo de vivir sano, prevenir enfermedades, reducir el estrés, manejo de malos hábitos alimenticios o una experiencia auténtica. Las actividades son proactivas, voluntarias, no invasivas y no médicas en su naturaleza.

Al comparar los dos conceptos se puede evidenciar que el turismo de salud no siempre está ligado al concepto de enfermedad, también puede llegar a ser una actividad que se realiza para mejorar la calidad de vida y el estado tanto físico como mental, por medio de un contacto con la naturaleza y el medio ambiente.

Pro colombiana estableció un perfil para los turistas de salud y bienestar que llegan a Colombia. Del cual podemos deducir los siguientes aspectos más importantes para el perfil de este tipo de turista:

Tabla 40. Perfil de turista de salud y bienestar en Colombia.

Perfil de turista de salud y bienestar en Colombia.	
<i>Demográfica</i>	
Edad	40 años en adelante.
Estado Civil	Casados
Ocupación	Empleados y empresarios

<i>Socioeconómicos</i>	
Ingresos	Son personas que por lo general gastan por lo general un 130% más que el turista tradicional.
<i>Psicográficos</i>	
Personalidad	Son personas educadas y procede principalmente de los países industrializados occidentales
Estilo De Vida	Son personas que, a pesar de contar con un tiempo libre moderado, ocupan todo este para mejorar su estilo de vida. Por ende, realizar estadías largas, todo la época de vacaciones.
Gustos	Son personas en búsqueda de tratamientos y actividades alternativas para mejorar su estado de salud, tanto físico como psicológico.
<i>Tipología del turista</i>	
Son personas que viajan en pareja.	
<i>Épocas o periodos de vacaciones</i>	
Viajan 2 veces al año en época de vacaciones.	
<i>Tipo de alojamientos</i>	
Alojamientos con todo incluido que cuenten con centros terapéuticos.	

Fuente: Acevedo. 2017

Perfil del turista sénior en Anapoima

Como parte de desarrollo para este capítulo, se llevó a cabo en la investigación el reconocimiento del consumidor sénior del municipio de Anapoima a través de la realización de encuestas que permitieron conocer las características correspondientes.

La mayoría de la población encuestada corresponde al género femenino representado por el 56% de los encuestados y el 44% restante corresponde a los hombres, adicionalmente a ello se determina de dichas características de dicho nicho de mercado.

La realización de encuestas se llevó a cabo en el casco urbano y zona rural del municipio; en donde a través de un muestreo aleatorio simple se contempló que hay alrededor de 577 habitaciones para alojamiento de turistas (Anapoima, 2015) lo cual permitió a su vez elegir a 151 turistas al azar para ser encuestados. Con base a lo anterior se presentan diferentes hallazgos, que podrán ser apreciados a continuación. (Ver anexos 2)

Características visitantes séniores en Anapoima.

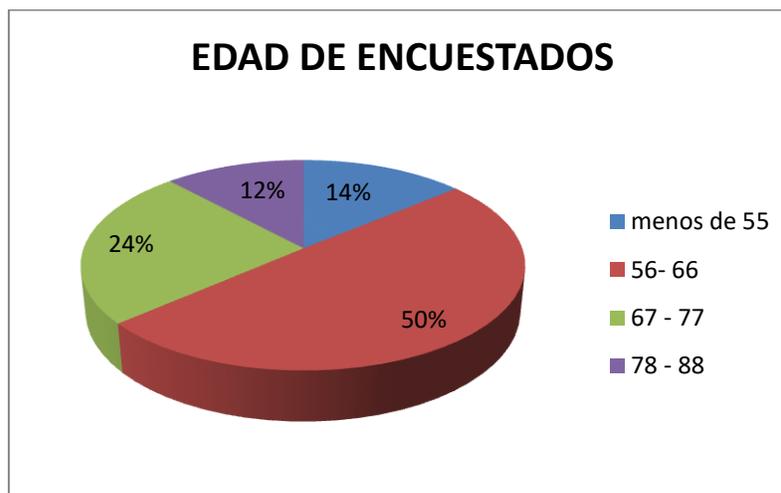
Información general investigación que la población senior visitante del municipio posee un rango de edad entre los 55 y 88 años, siendo el de mayor participación el rango de edad correspondiente a las edades entre los 55 y 66 años de edad representado por un 50% de la población, seguido por los de 67 a 77 años representado por el 24% de los encuestados.

Ilustración 17. Población encuestada



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

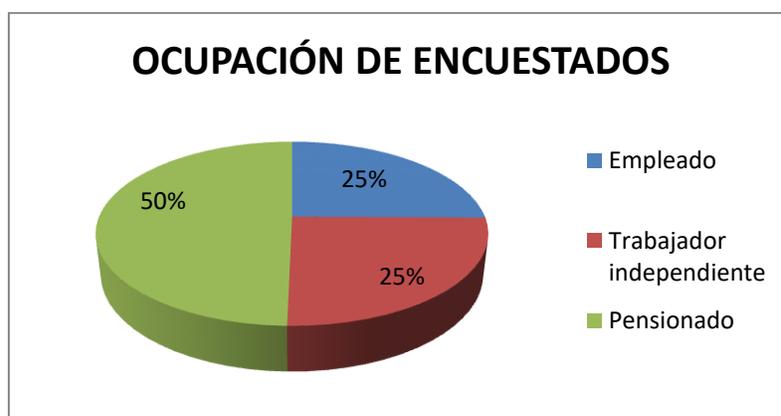
Ilustración 18. Rango de edad de los encuestados



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

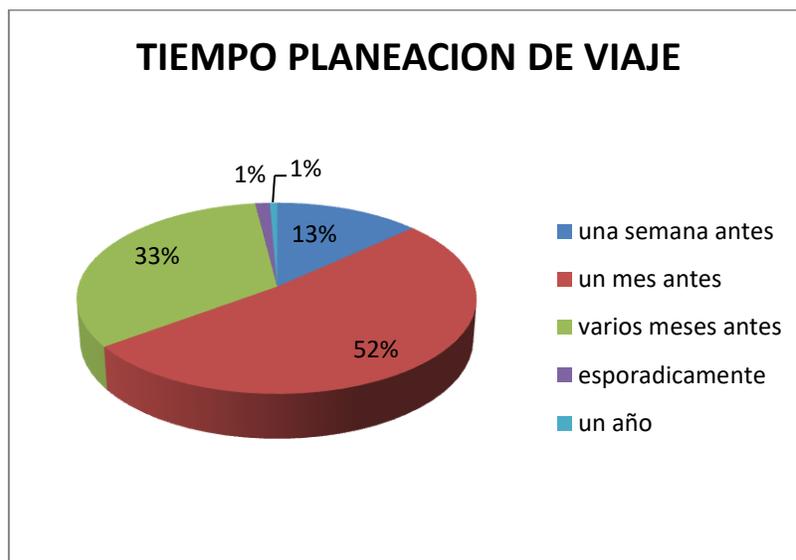
Adicionalmente a ello los visitantes senior de Anapoima se caracterizan por ser en su mayoría pensionados ya que lo representa el 50% de los encuestado, los cuales tienen a viajar muy pocas veces al año ya que como se observa en las gráficas expuestas a continuación la periodicidad de viaje es de dos veces en el año representado por un 32% de la población encuestada, estos viajes son planeados con anterioridad en donde el 52% corresponde a una planeación de un mes de anticipación, seguido de varios meses de planeación por un 32% .

Ilustración 19. Ocupación de visitantes sénior



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Ilustración 20. Planeación del viaje de los sénior



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Comportamiento de compra.

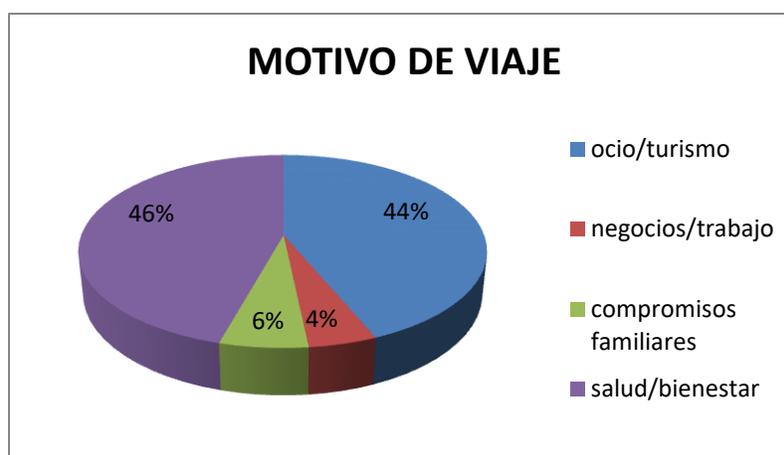
El proceso de decisión de la compra o adquisición del servicio los visitantes senior se caracteriza por ser un viaje con motivo principalmente de salud y bienestar representado por el 46% de los encuestados, seguido de ocio y turismo con un 44%. Adicionalmente ello la motivación para elegir un servicio principalmente es la voluntad propia representada por el 53% y seguido de un hábito de compra. Dicha elección de adquirir o no el servicio, se ve influenciada por los consejos de terceros representado por el 62% y la publicidad.

Ilustración 21. Motivación de compra del sénior



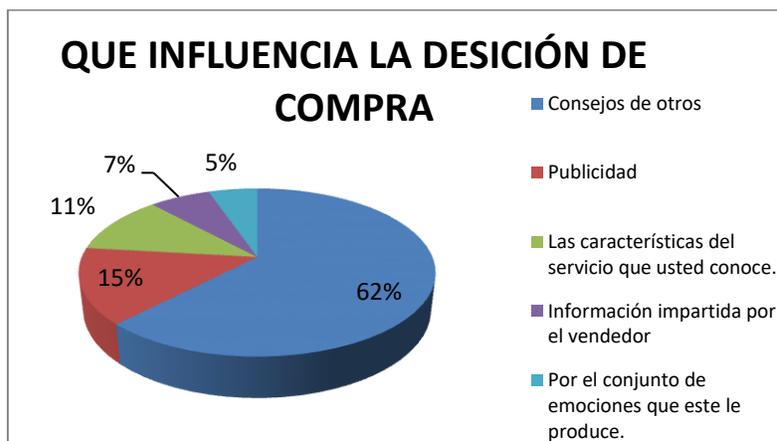
Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Ilustración 22. Motivo de viaje de los sénior



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

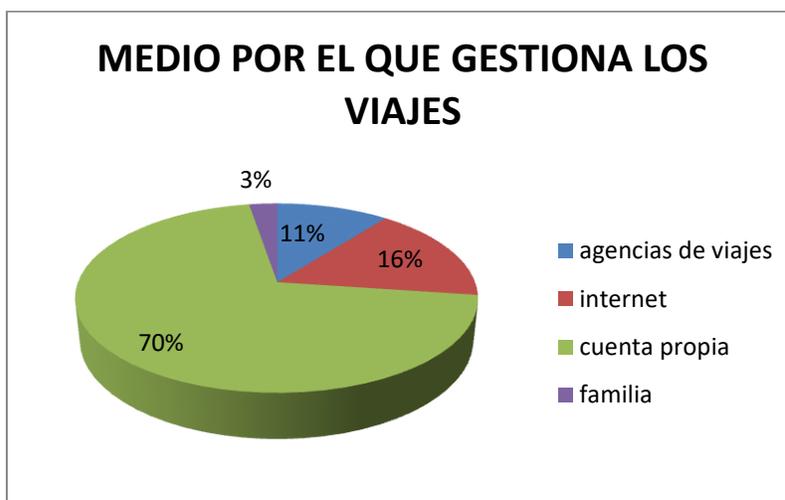
Ilustración 23. Factor que influencia la compra



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

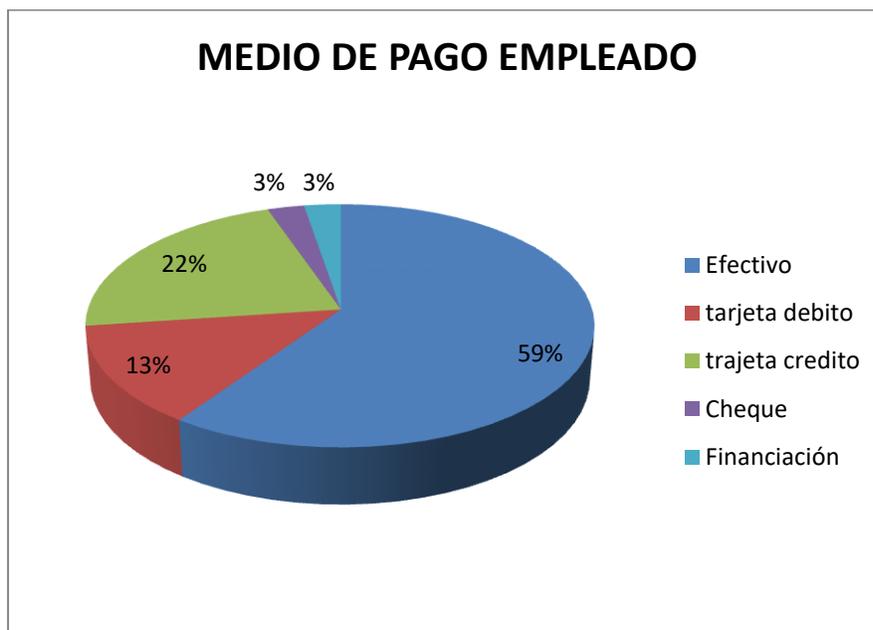
Al momento de adquirir el servicio el visitante senior se identifica por gestionar los viajes por cuenta propia representado por 70% de los encuestados, seguido de la internet con un 16%. Adicionalmente el 59% de este tipo de visitante emplea como medio de pago el efectivo y el 22% la tarjeta crédito; cuyo gasto promedio por persona es en primer lugar un 30% de \$501.000 a \$700.000, seguido del 30% de \$701.000 a \$900.000.

Ilustración 24. Medio por el que gestionan los viajes



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Ilustración 25. Medio de pago usado por el sénior



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Ilustración 26. Gasto promedio por persona

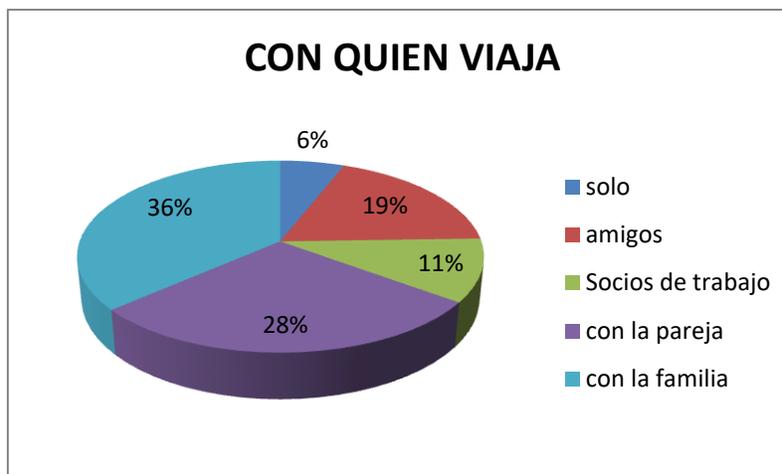


Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Con quién y cuando viaja.

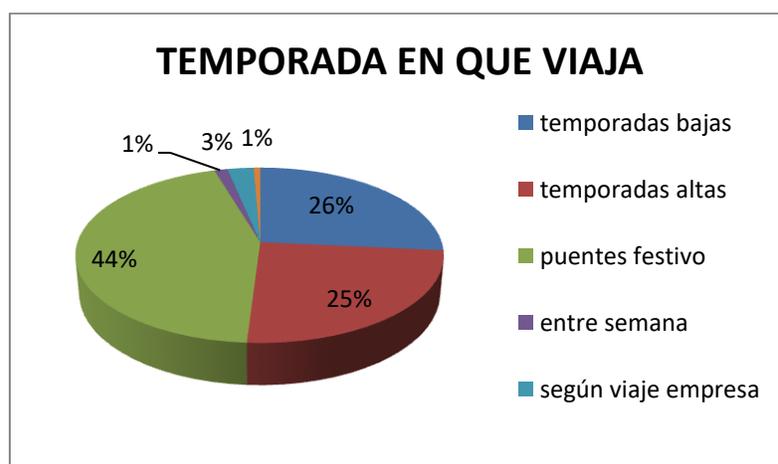
Los viajes de este nicho de mercado son realizados en un 36% en compañía de la familia y un 28% con la pareja, con quienes viajan en su mayoría los puentes festivos representado por el 44% y las temporadas bajas un 26%

Ilustración 27, Con quién viaja el visitante sénior



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Ilustración 28. Momento en que viajan los sénior



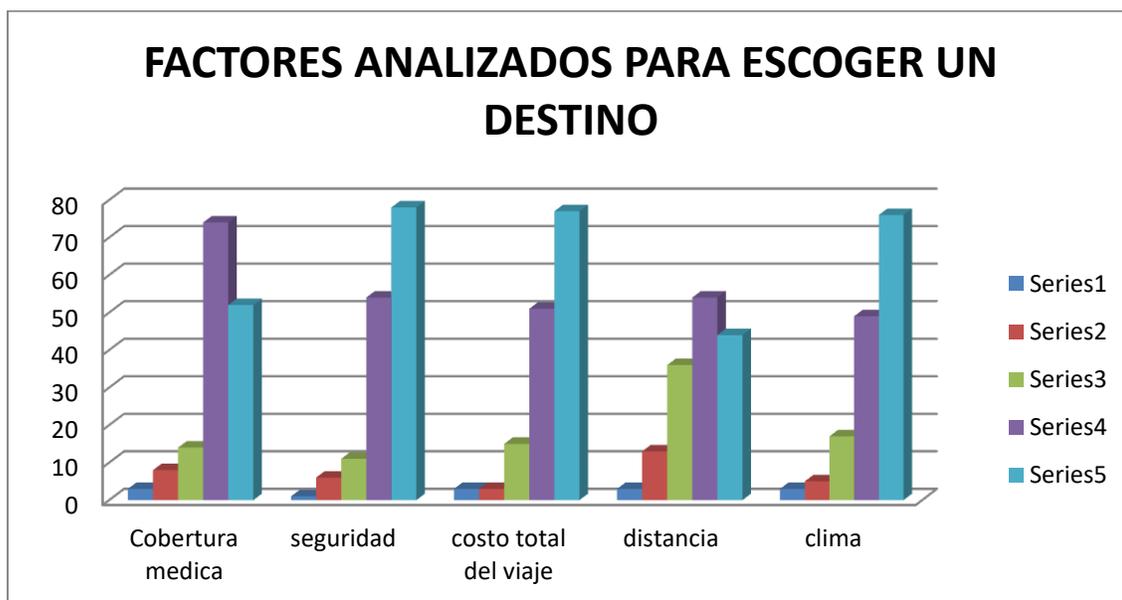
Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Relación turista sénior con el municipio de Anapoima.

Porque escogen el municipio y permanecen allí.

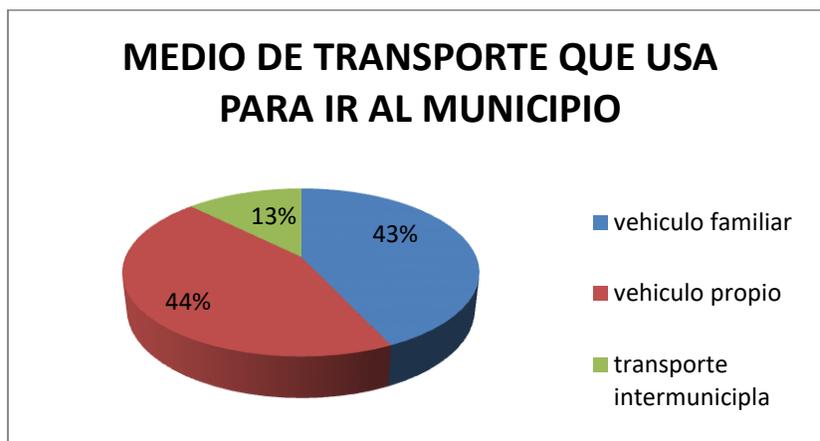
El turista sénior se caracteriza por analizar diversos factores para la escogencia de un destino, de los cuales en orden de importancia se ubican así teniendo en cuenta las calificaciones de mayor ponderación, es decir las correspondientes a 4 y 5. En primer lugar se encuentra la seguridad que hay en el municipio, seguido del costo total del viaje, el clima, la cobertura médica y por último la distancia. De la misma manera dicho turista utilizar vehículo propio o familiar para desplazarse al municipio de Anapoima en donde permanece de 2 a 5 días o de 6 a 9 días

Ilustración 29. Factores analizados para escoger el destino turístico



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Ilustración 30. Medio de transporte usado por los sénior



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Ilustración 31. Tiempo de permanencia de los sénior en Anapoima



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

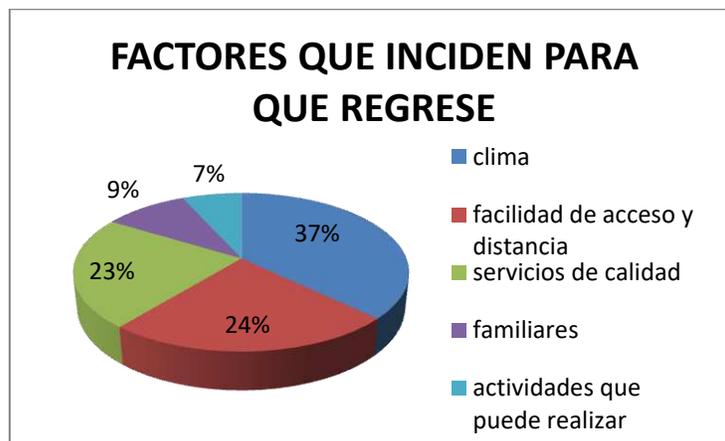
Por otro lado, la investigación permitió determinar que el municipio de Anapoima no es considerado como un destino de paso por los sénior, sino que por el contrario es considerado un destino ideal para seguir visitándolo, puesto que los turistas regresan más de una vez al municipio debido a diferentes factores del lugar como los son el clima con un 37%, la facilidad de acceso y distancia con un 24% y la calidad que hay en los servicios con un 24%

Ilustración 32. Visita del turista a Anapoima



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Ilustración 33. Factores que inciden para el regreso del turista

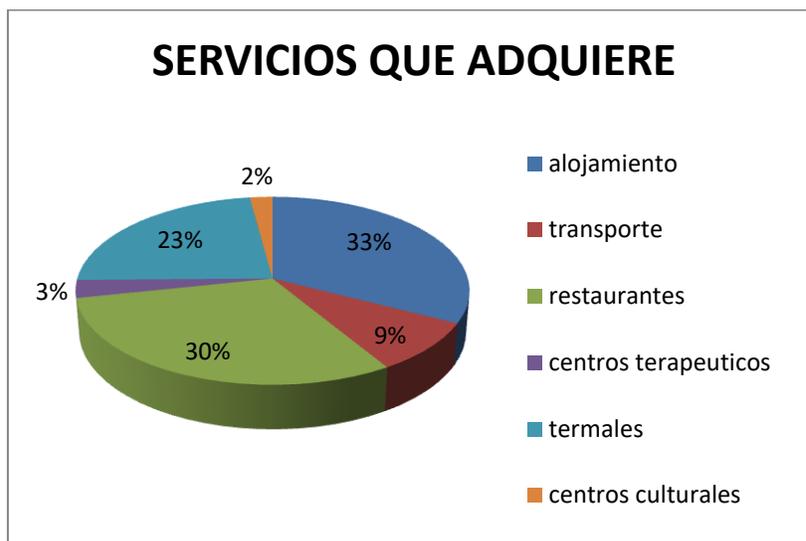


Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Comportamiento de compra en el municipio.

Adicionalmente la investigación permitió determinar que el tipo de servicios que adquieren o contratan los sénior durante el tiempo de estancia en el municipio, dentro de los cuales se encuentra en primer lugar servicio de alojamiento con un 33% seguido de alimentos y bebidas representado por un 30% y por último servicio de termales con un 23% de los encuestados

Ilustración 34. Servicios adquiridos por los sénior en el municipio

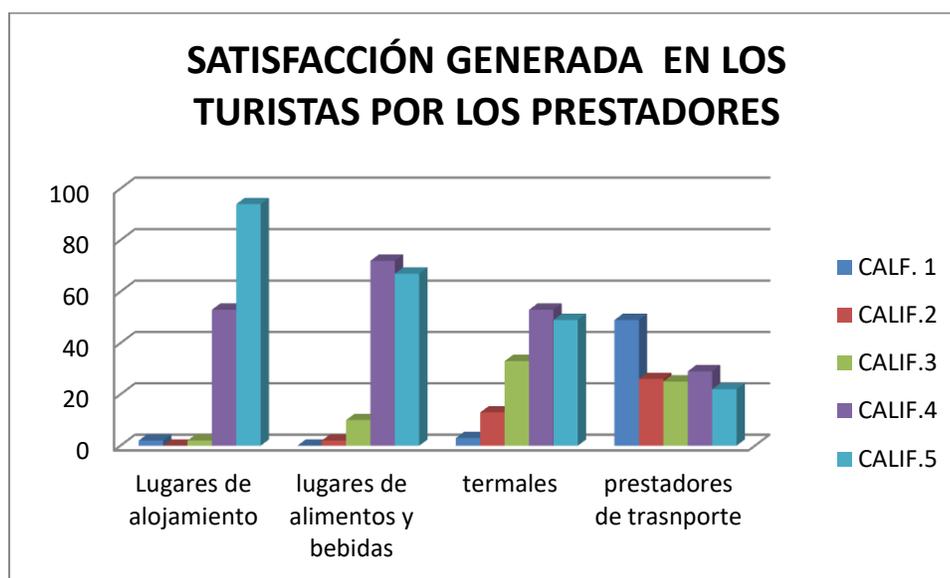


Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Grado de satisfacción del turista senior.

Retomando la información anterior, el turista senior del municipio de Anapoima se considera un consumidor con gran poder adquisitivo y que busca principalmente descansar por cuestiones de salud y ocio en compañía de las personas más allegadas, así mismo la investigación arrojó que este nicho de mercado es poco exigente ya que en cuanto al grado de satisfacción que les generan los prestadores luego de que el turista senior adquiere los servicios es alto considerando las ponderaciones de mayor rango que fueron la calificación 4 y 5; para este caso el encuestado considero que los la mayoría de los prestadores si satisfacen su necesidad exceptuando a los prestadores de transporte a quienes calificaron negativamente.

Ilustración 35. Satisfacción generada en los turistas por los prestadores



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Perfil del turista sénior de Anapoima.

Descripción general del perfil sénior.

Basado en modelos investigativos de países pioneros en turismo sénior y la caracterización que se les otorgan a dichos turistas; a continuación, se encuentra el perfil del turista sénior del municipio de Anapoima; construido a partir de los datos recopilados y cruce de variables.

Para tal caso el turista sénior de Anapoima está conformado por hombres y mujeres pensionados entre los 55 y 66 años de edad, cuyo motivo de viaje es de salud y bienestar. Este tipo de turista acostumbra a pernoctar de 2 a 5 días en el destino; acompañados de su familia o pareja con quienes viajan dos veces en el año y principalmente viajan los puentes festivos.

Los sénior durante el proceso de compra se caracterizan por lo siguiente: adquieren los servicios por voluntad propia, gestionan el viaje por cuenta propia, deciden comprar basados en el consejo de terceros.

Al turista sénior le gusta descansar y relajarse en el destino que frecuentan, compartir con sus familiares y experimentar cosas nuevas. Este grupo de personas se caracteriza por ser un nicho de mercado con pocas responsabilidades y buenos recursos financieros, lo cual les permite tener un gasto promedio por persona de \$701.000 a \$900.000 lo cual acostumbran a emplear en efectivo en su mayoría o tarjetas de crédito.

Ficha del perfil del turista sénior.

Tabla 41. Perfil del turista sénior municipio de Anapoima

Turista Sénior Municipio De Anapoima	
Demográfica	
Edad	Entre los 55 y 66 años de edad
Ocupación	Pensionados
Socioeconómicos	
Gasto promedio en el viaje	De \$701.000 a \$900.000 por persona
Medio de pago	Efectivo y tarjeta crédito
Psicográficos	
Personalidad	Personas con pocas responsabilidades y buenos recursos financieros, busca servicios de calidad, pero no lujosos
Estilo de vida	Acostumbra a viajar 2 veces al año, en compañía de sus familiares o pareja
Gustos	Motivo de viaje es de salud y bienestar, pernoctar de 2 a 5 días en el destino, adquieren servicios de alojamiento, alimentos y bebidas y asistir a los termales.

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Análisis del perfil del turista sénior de Anapoima vs oferta.

Los resultados de la investigación demuestran que en el municipio de Anapoima hay una gran cantidad de turistas sénior y que los requerimientos para satisfacer sus necesidades son relativamente sencillos; el turista sénior considera que los servicios que han comprado en el municipio son de calidad, es decir consideran la calidad al tener una buena atención, un buen servicio y que se satisfaga sus necesidades mas no buscan un establecimiento con alta categorización. Sin embargo, aunque la demanda se encuentra presente y con altas capacidades adquisitivas, la oferta del municipio carece de cualidades y características especializadas que le den a este público mayores facilidades en su estadía en el lugar, ya que existe mucha oferta, pero la calidad es muy reducida.

Al referirse a calidad reducida en los establecimientos de los prestadores de servicio, quiere decir que la mayoría de los prestadores son empíricos es decir no tienen un completo conocimiento de las condiciones que debe poseer un establecimiento para ser completamente de calidad, y aunque como se observa en los check-list (ver anexo 1) todos cuentan con Registro Nacional de Turismo que avala su funcionamiento también se observan las deficiencias de los mismos.

Por esta razón al enfrentar la oferta y la demanda solo es posible resaltar que existen solamente 3 establecimientos de alojamiento competentes para su funcionamiento en la industria y en el municipio, así como también únicamente existen 2 establecimientos gastronómicos adecuados en cuanto a la oferta gastronómica que poseen, ya que es apta para el público sénior.

Por ende, retomando lo anteriormente, en Anapoima la oferta no está completamente preparada para recibir al turista sénior que lo frecuenta, un público potencial para el desarrollo del turismo ya que posee las características necesarias para potenciar este municipio como destino sénior en Cundinamarca.

Capítulo 3: Estrategias de inclusión del turismo sénior en el municipio de Anapoima Cundinamarca

Estrategias de marketing aplicadas al turismo

Debemos entrar a contemplar que en el medio de marketing diferentes autores generan estrategias, según el enfoque que cada proyecto requiera, por ende, es indispensable conocer las estrategias que los autores han establecido en torno al destino y el consumidor.

Enfocadas al destino.

Según (Kotler, 2007) el marketing no solo está diseñado para promocionar un lugar, este se utiliza como unas estrategias de desarrollo e inclusión entre los visitantes, los prestadores de servicios y los gobiernos.

El define cuatro componentes que se deben contemplar en el proceso de integración y mejoramiento de un lugar.

- El carácter: un lugar necesita un sólido plan de diseño y desarrollo que mejore su atractivo.
- El ambiente físico: desarrollo y conservación de la infraestructura.
- La calidad del servicio: un lugar debe ofrecer servicios básicos de calidad que satisfagan las necesidades del público.
- Los aspectos de entretenimiento: un lugar necesita una gama de atractivos al turista.

De estas estrategias que establece el autor nos centraremos en mejoramiento de infraestructura y de los atractivos. Se hace referencia que el mejoramiento de la infraestructura incluirá la participación gubernamental, con el mejoramiento de la imagen del lugar mismo. Y entorno a los atractivos turísticos, el autor expresa que son el alma, el porqué de un destino, que lo hace diferente ante los demás y lo más importante, es que hace que las personas lleguen a ese lugar. Por ende, la importa de mejorar, conservarlos y cuidarlos para así darles la apropiada utilización en la actividad turística y complementar una oferta entre una excelente infraestructura y lugares sostenibles para conocer.

Enfocadas al consumidor.

Según (Homs, 2011) hoy el consumidor es el centro de atención del marketing, ya que al ejercer su poder de comprar define el futuro de los destinos y servicios.

El autor expone que un consumidor se debe conocer a profundidad, primero en la identificación de gustos, interés y motivaciones de compra, ya que esto nos va a dar los parámetros esenciales para empezar a conocer hacia dónde va enfocado el interés general del consumidor.

Ya luego se debe entrar a ver y analizar cómo se comporta en un estado social, familiar, y como el prestigio y la posición social afecta sus decisiones de compra. Es así como el autor expone que se deben empezar a indagar los estilos de vida, segmentado el mercado según el producto o servicio que se les va a ofrecer, teniendo de ante mano un conocimiento de que los motiva a comprar a ellos.

Luego se debe realizar un análisis de la psicología del consumidor en torno a cómo voy a lograr llegar a ellos y que medios publicitarios o informativos se deben utilizar, para dar a conocer o persuadir a diferentes tipos de consumidores.

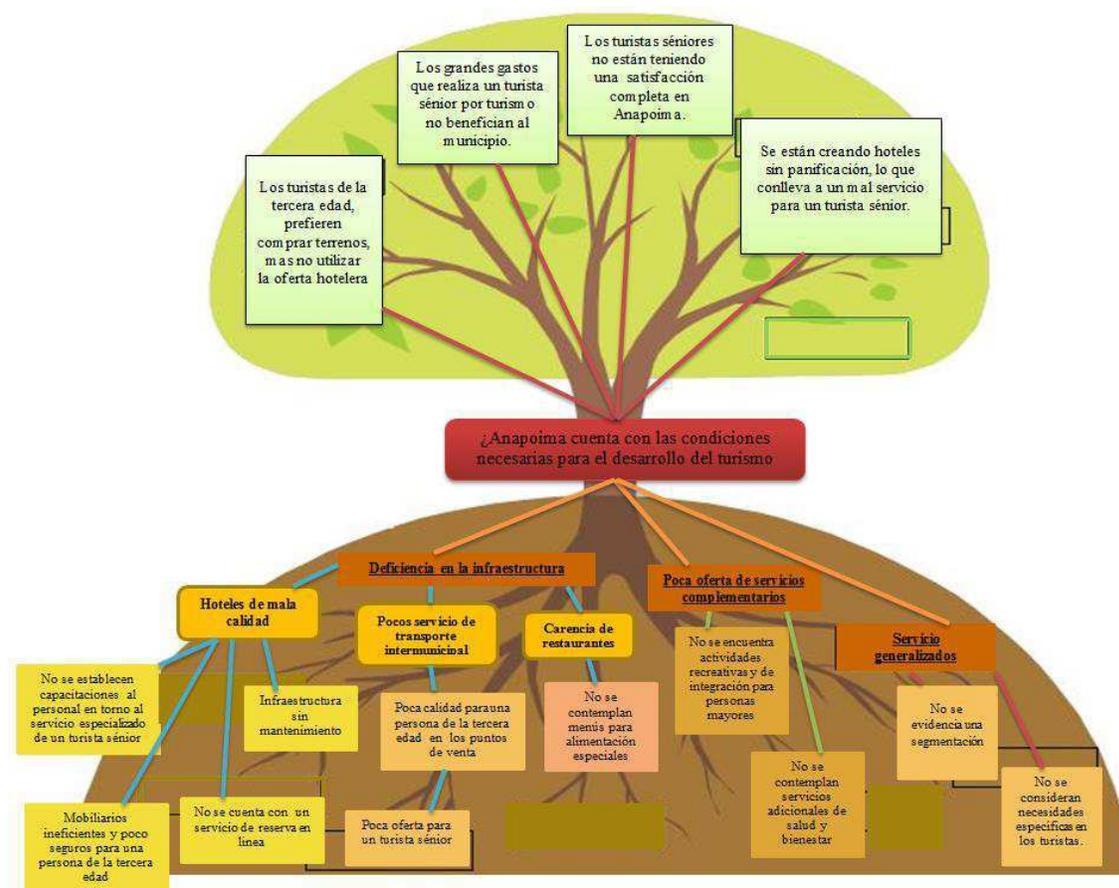
Del análisis de estas dos variables de estrategias, se ha decidido implementar una serie de propuestas tanto enfocadas al destino como al consumidor; para que Anapoima empiece a desarrollarse como uno de los primeros municipios especializados en turista sénior en Colombia.

Árbol de problemas

Basándome en los resultados que nos arrojó el diagnóstico de los prestadores turísticos, así como la perfilación que se realizó a los turistas sénior que frecuentaba el municipio de Anapoima, se detectaron una serie de problemas y conflictos que están causando que el turismo especializado hacia los productos sénior no se esté dando de una forma organizada y planeada.

Por ende se dispuso un árbol de problemas que se basa en saber si el municipio de Anapoima cuenta con las condiciones que exige y necesita un turista sénior, así también poder ver los problemas de la mal planificación y las causas que estos conlleva.

Ilustración 36. Árbol de Problemas de Turismo Senior en Anapoima



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Estrategias dirigidas al destino

En miras de mejorar los procesos de la prestación turística en el Municipio de Anapoima se presentan diversas estrategias que pueden ser utilizadas por los prestadores de servicios turísticos como alojamientos, restaurantes, atractivos turísticos y transportistas para que el proceso turístico se preste de una manera completa y efectiva siendo competitivos y atractivos para el turista senior que visite el municipio.

Guía de parámetros para la prestación de servicios turísticos sénior.

Con el fin de mejorar la competitividad y calidad de los servicios turísticos que se prestan al turista senior en el Municipio de Anapoima se presentan los siguientes requisitos indispensables a cumplir por los prestadores de servicios turísticos de alojamientos, restauración, transporte y atractivos turísticos.

Tabla 42. Guía de parámetros para la prestación de servicios turísticos sénior en alojamiento

Guía de parámetros para la prestación de servicios turísticos sénior.		
Tipo de prestador	Parámetros	Características
Alojamiento	Acceso	Los alojamientos deben contar con parqueadero propio y lugares reservados para público de la tercera edad.
		Deben tener acceso cercano a carreteras y medios de transporte para el uso de personas de tercera edad.
	Gestión	• Debe contar con el Registro Nacional de Turismo que certifica la legalidad de su operación como prestador de servicios turístico.
		• El Registro Nacional de Turismo debe disponerse en un lugar visible para el huésped
		• Contar con protocolos de evacuación específico para público de la tercera edad, que se ubique en un lugar visible, contando con ilustraciones y fuentes de tamaño grande y clara.

	<p>Información y comunicación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Debe contar con información accesible para el huésped en donde este pueda conocer la carta de servicios, el menú del restaurante (si aplica), tarjetas o llaves de habitaciones y planos de evacuación. Esta información debe presentarse de manera clara, concisa y verídica según sea el caso. Con un diseño exclusivo y claro que cuente con fuentes legibles y grandes, colores claros e imágenes.
	<p>Movilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con rampas que permitan la movilidad y acceso del público de la tercera edad, estas deben con barandas que permitan el apoyo del adulto mayor. • Los pasillos deben ser amplios, deben tener buena iluminación y estar libres de obstáculos que permitan la movilidad.
	<p>Personal</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Debe tener formación en atención a personas con discapacidad y públicos de tercera edad. Contar con curso de primeros auxilios y atención al cliente
	<p>Servicios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disponer del servicio de recepción las 24 horas del día • Habitaciones accesibles para el público de tercera edad, preferiblemente ubicadas en un primer piso. • Contar con otros servicios accesibles que permitan un disfrute mayor al huésped como: cafetería, gimnasio, spa, piscina, espacios comunes, entre otros • Si cuenta con servicios de restaurante, la carta de este debe poder adaptar sus platos a los requerimientos nutricionales del huésped
	<p>Habitaciones e instalaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Accesibles, sin obstáculos para la movilidad y con espacios amplios • Debe contar con espacio suficiente a los laterales de la cama para una buena movilidad • El mobiliario debe contar con la altura apropiada; entre 45 a 50 cm para la mesa de noche y cama • El armario debe tener una altura y profundidad pertinente, disponiendo de colgadores y cajones.

	Baños	• Contar con pisos antideslizantes tanto en la bañera como fuera de esta
		• Paso ancho entre sanitarios, contando con una baranda cercana
		• Altura conveniente para el lavamanos aproximadamente de 1.20 m y el inodoro de 70 cm
	Requisitos Generales	• Ser certificado como hotel de categoría de tres, cuatro o cinco estrellas
		• Se debe contar con la iluminación adecuada en cada una de las áreas del alojamiento y en las habitaciones

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 43. Guía de parámetros para la prestación de servicios turísticos sénior en restaurantes

Guía de parámetros para la prestación de servicios turísticos sénior.		
Tipo de prestador	Parámetros	Características
Restaurantes	Acceso	• Deben contar con parqueadero propio y lugares reservados para personas con incapacidad o adultos de la tercera edad
		• Su acceso debe ser asequible contando con rampas, iluminación adecuada y pasillos amplios.
	Gestión	• Contar con el protocolo de evacuación específico para personas de la tercera edad
		• Su personal debe estar capacitado para los procesos de evacuación.
	Información y comunicación	• La información y documentación del restaurante como carta de servicios, menú y plano de evacuación debe ser accesible al consumidor. Su diseño debe contar con una fuente legible y grande, con toda la información verídica y disponible.
	Movilidad	• Sus espacios deben ser accesibles desde el acceso hasta la zona del comedor, disponiendo de recorridos verticales y horizontales.
Personal	• Personal capacitado o con formación específica en atención a personas de la tercera edad.	
	Servicios	• Disponer de menús que se adapten a las necesidades nutricionales específicas del

		adulto mayor.
		<ul style="list-style-type: none"> • Presentar menús ricos en frutas, hortalizas, pescados y bebidas naturales.
		<ul style="list-style-type: none"> • Contar con mobiliario compatible para los requerimientos y uso de personas con movilidad reducida, contando con asientos y lugares específicos para este tipo de clientes.
	Habitaciones e instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Accesibles, sin obstáculos para la movilidad y con espacios amplios
	Requisitos Generales	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con un baño disponible para personas de la tercera edad, con piso antideslizante y barandas en las paredes.
<ul style="list-style-type: none"> • Se debe contar con la iluminación adecuada en cada una de las áreas del alojamiento y en las habitaciones 		

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 44. Guía de parámetros para la prestación de servicios turísticos sénior en transporte

Guía de parámetros para la prestación de servicios turísticos sénior.		
Tipo de prestador	Parámetros	Características
Operadores de transporte	Acceso	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con áreas accesibles en su infraestructura; con rampas para su acceso y en un primer piso.
		<ul style="list-style-type: none"> • Disponer de lugares de estacionamiento para sus buses con la adecuada ubicación, señalización y dimensiones, las cuales sean visibles y de fácil ubicación para el adulto mayor.
	Gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con el protocolo específico de evacuación para personas de la tercera edad, el cual sea visible y cuente con imágenes grandes y claras.
		<ul style="list-style-type: none"> • Contar con el certificado que demuestra la legalidad del operador y debe ser visible para el usuario.

	Información y comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Los puntos de información, la venta de boletos, los carteles informativos, recorridos y tarifas deben estar en un lugar visible y accesible para las personas de tercera edad, los cuales cuenten con una fuente legible y clara para el adulto mayor. Las tarifas deben ser verídicas y presentarse de manera concisa.
	Movilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte con señalización accesible desde la entrada del lugar hasta el acceso al vehículo. Que presente claramente el lugar con letreros grandes.
		<ul style="list-style-type: none"> • El transporte debe contar con rampas de acceso.
		<ul style="list-style-type: none"> • El pasillo del vehículo debe ser amplio y que facilite la movilidad del viajero.
	Personal	<ul style="list-style-type: none"> • La infraestructura debe contar con lugares de espera de transporte adecuados
		<ul style="list-style-type: none"> • El personal debe estar capacitado para brindar atención a adultos mayores.
	Vehículo	<ul style="list-style-type: none"> • Se debe contar con servicios de asistencia.
		<ul style="list-style-type: none"> • Disponer de protocolo de evacuación específico para personas de la tercera edad, que cuenten con fuente legible y clara en un lugar visible para el adulto mayor.
		<ul style="list-style-type: none"> • Contar con sistemas de información como letreros, pantallas, mapas y tarifas que sean visibles y que cuenten con un diseño claro y legible, con información verídica y concisa.

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Tabla 45 Guía de parámetros para la prestación de servicios turísticos sénior en atractivos turísticos

Guía de parámetros para la prestación de servicios turísticos sénior.		
Tipo de prestador	Parámetros	Características
Atractivos turísticos	Acceso	<ul style="list-style-type: none"> • El atractivo debe contar con parqueadero propio o cercano al atractivo, que cuente con lugares reservados para público de la tercera edad.
		<ul style="list-style-type: none"> • Deben tener acceso cercano a carreteras y medios de transporte.

	Gestión	• Debe contar con el certificado que legaliza su operación
		• Contar con protocolos de evacuación específico para público de la tercera edad.
		• El Registro Nacional de Turismo debe disponerse en un lugar visible para el usuario si aplica.
	Información y comunicación	• Debe contar con información accesible para el huésped en donde este pueda conocer información del lugar, recorridos, tarifas, planos de evacuación, entre otros según corresponda. Esta se debe disponer en un lugar visible y contar con un diseño atractivo, fácil de entender con fuente legible, imágenes claras e información verídica y concisa.
	Movilidad	• Contar con rampas que permitan la movilidad y acceso del público de la tercera edad
		• Los pasillos deben ser amplios, deben tener buena iluminación y estar libres de obstáculos que permitan la movilidad.
	Personal	• Debe tener formación en atención a personas con discapacidad y públicos de tercera edad. También debe estar capacitado en primeros auxilios.
	Instalaciones	• Accesibles y sin obstáculos para la movilidad. Debe contar con barandas que permitan la movilidad del adulto mayor.
Requisitos Generales	• Se debe contar con la iluminación adecuada en cada una de sus áreas.	
Servicio	• Disponer de servicios complementarios como baños, cafeterías, entre otros.	

Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

Programa de mejoramiento para los prestadores de servicios turísticos

Capacitaciones del personal.

Es indispensable empezar por capacitar al personal con el que cuenta el municipio de Anapoima, en torno a servicio al cliente enfocado a las exigencias del turista sénior, así como capacitarlos en otro idioma ya que entre algunos de los turistas que frecuentan el municipio se encuentran extranjeros.

El objetivo de este programa de capacitación al personal es:

Preparar al personal turístico del municipio de Anapoima, para prestar servicios de calidad a los turistas séniores.

Se propone estructurar las capacitaciones en tres aspectos importantes

- Capacitación de salud ocupacional
 - Esta iría dirigida a los empleados y los propietarios del establecimiento, ya que se haría una recomendación a ellos de cómo usar la dotación para cada puesto de trabajo, así como la recomendación de los uniformes en la parte de Front office, también se quiere informar al personal cuáles serían los posibles riesgos de los diferentes puestos de trabajo, y las recomendaciones para prevenir estos.
- Capacitación para el servicio al cliente
 - Esta iría dirigida al personal de la parte de Front office ya que ellos son los que tienen contacto directo con los turistas sénior, se quiere que ellos tengan un servicio de amabilidad, respeto y claridad en los procesos que se requiera para el proceso de recepción, ya que esto es lo que busca un turista sénior promedio.
 - También se instruirán al personal en los procesos de ayuda a los huéspedes y conocimientos básicos en primeros auxilios para atender oportunamente a las personas de la tercera edad.
- Capacitación en un segundo idioma
 - Esta iría dirigida a los empleados y los propietarios del establecimiento, se propone una empresa con un proyecto en donde todo el personal tenga conocimientos básicos en inglés enfocados a los procesos básicos de la recepción de huéspedes y la aclaración de quejas y reclamos.

Campañas de mejoramiento de infraestructura hotelera.

Una de las falencias que presenta como tal los operadores de servicios turísticos en Anapoima, es el mal diseño y mantenimientos de las infraestructuras de los hoteles, así como la mal

distribuciones del mobiliario de los mismos. Por ende, se plantan dos campañas para minimizar y cambiar progresivamente estas dos falencias.

- Campaña de mantenimiento de las fachadas e interiores de los hoteles y lugares de hospedaje: esta campaña se quiere realizar en dos etapas una que es informativa en la cual a todos los dueños y empleados de lugares de hospedaje se les brindara una charla en torno a la importancia de mejorar la imagen de sus establecimientos, la segunda etapa es el diseño de un plan reforma para los hoteles que tiene potencial para los turistas sénior, el cual estará enfocada a mejorar la imagen y el mobiliario que se encuentra allí, para convertirlos en hospedajes óptimo para los turistas sénior.
- Campaña para mejorar la movilidad y accesibilidad en el zonas comunes del hotel: esta campaña estará enfocada a los hospedajes con potencial para el desarrollo de turismo sénior, se les va a informar los requerimientos del mobiliarios así como los acceso y rampas con el cual debe contar el hotel o lugar de hospedaje para albergar a una turista sénior, estableciendo un plan paso a paso donde cada hotel detente sus falencias y en un periodo de tiempo determinado las vaya cambiando

Reingeniería enfocada a la inscripción del registro nacional de turismo.

Una de las falencias detectadas en Anapoima es que se tiene un descontrol de las certificaciones ante el registro nacional de turismo, porque se están creando hoteles en masa sin calidad ni planificación, lo que a triado en consecuencia que las personas no se hospeden allí.

Lo que se busca es que desde las mismas autoridades municipales se empiece a establecer un control, no tanto que cumplan con una inscripción al registro nacional de turismo, sino que para esos hoteles potenciales y óptimo para el turismo sénior se realice una reforma de los parámetros mínimos de calidad que debe presentar tanto la infraestructura del lugar como el personal de los servicios.

Por ende, se propone una reingeniería de procesos enfocada a la asignación del registro nacional de turismo para los OPS sénior.

Ilustración 37. Reingeniería del proceso



Fuente: Acevedo, Bello & Rojas. 2017

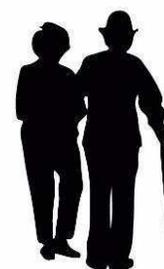
Estrategias dirigidas al consumidor y prestadores

Cartilla

En miras de mejorar el proceso turístico que se lleva a cabo para a especialización de Anapoima como posible destino turístico sénior se elabora una cartilla, la cual recopila el perfil del turista sénior que visita Anapoima y el municipio como destino turístico sénior para así poder dar pasos a seguir para su implementación en pro de mejorar el servicio de los prestadores de servicios turísticos en Anapoima. Esta se realiza para uso divulgativo y de posible cumplimiento ante los requerimientos del turista sénior, proponiendo competitividad entre los prestadores de servicios turísticos.

Anapoima

HACIA EL TURISMO SÉNIOR



Cartilla Edición #1

Anapoima
HACIA EL TURISMO SÉNIOR

Bogotá 2017 - Edición #1

Desarrollada por:
Ingrid Lorena Acevedo Alarcon
Jessica Daniela Bello
Laura Rojas Grajales

Diseñado por:
Stefanie López Rojas

Con el apoyo de:
Universidad Agustianiana

Cartilla Edición #1

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	1
Resumen-Abstract	2
Metodología	
Diagnostico	4
Prestadores de servicios turísticos	5
en Anapoima para el turismo sénior	
Perfil del consumidor	7
Árbol de Problemas	8
Estrategias	9
Capacitación del personal	10
Campañas de mejoramiento	11
Re ingeniería	12
Posibles prestadores turísticos del paquete	13
Pasos a seguir	14



Introducción

El turismo a través del tiempo se ha venido adaptando a los diferentes cambios que la misma sociedad ha tenido, ya no es solo viajar por descansar o pasar una temporada de vacaciones fuera del entorno habitual, hoy por hoy el turismo se ha convertido en una forma de intercambio de conocimiento, cultura y costumbres que un turista tiene al momento de estar en un nuevo lugar con diferentes perspectivas del entorno que lo rodea.

Un segmento olvidado en torno al turismo, son los turistas de la tercera edad aquellas personas que después de toda una vida trabajar se pensionan y empiezan a recorrer diferentes lugares que para ellos son fuente de juventud, que en ellos encuentran una alternativa para mejorar su estilo de vida tanto físico como mental.

Estos turistas buscan comodidades, lujos, tranquilidad y amabilidad en cada uno de los lugares que ellos consideran óptimos para visitar, son personas que cuentan con tiempo ilimitado de viaje sus itinerarios casi siempre están diseñados por encima de dos a tres meses de estadía, no juzgan nada por el precio lo hacen por la calidad del servicio que allí se preste.

Siempre están en búsqueda no solo tener un beneficio en su salud, sino cultivar e incrementar sus conocimientos culturales, musicales y arquitectónicos que ciertos lugares conservan y por ende llaman la atención de ellos.

A pesar que en Europa y algunas parte de Latinoamérica ya se han generado programas y estrategia para un turismo especializado para estas personas, para Colombia este término turista sénior es aun nuevo por decir desconocido, es por eso que se pretende empezar a estudiar cómo se comportan, que buscan, cuáles son sus preferencias de compra en torno al turismo que presentan los persona de la tercera edad, y como los diferentes destino que posee el territorio colombiano, están o no preparados para recibir a este tipo de turista.

Anapoima

HACIA EL TURISMO SÉNIOR

2



Metodología

Para la elaboración del proyecto se empleó una investigación de tipo descriptiva ya que nos basamos en la información existente sobre esta nueva tendencia de turismo, esta se dividió en dos partes. la primera fase se realizó por medio de lista de chequeo donde se evaluaron los parámetros de servicio de los prestadores de servicios turísticos según los requisitos que exige un turista sénior, en la segunda fase se determinó por medio de encuestas cuales son los gustos, motivaciones y preferencias de los turistas de la tercera edad que frecuentan Anapoima.

Anapoima

HACIA EL TURISMO SÉNIOR

2

Resumen

Es importante agregar que los cambios socioculturales actualmente han permitido diversificar el turismo, presentándose nuevos retos en cuanto al comportamiento y necesidades de las mismas culturas. Una de ellas es el mercado turístico de adultos mayores, el cual está moviendo la industria turística convirtiéndose en una demanda fuerte y dinámica de muchos países en la actualidad.

Según (González, Vila, & García, 2010) "La sociedad se encuentra en una etapa en la que está experimentando un proceso de envejecimiento sin precedentes" lo cual se ha visto como una oportunidad para muchos países en donde han logrado poner en práctica el turismo sénior aprovechando sus recursos e incluyendo a este segmento poblacional. El turismo sénior se originó en 1985 con la aparición del IMSERSO español, siendo éste un programa creado con la intención de favorecer la calidad de vida de la gente mayor de 65 años a través de la actividad turística. Hoy en día a través de este programa se encuentran variedad de opciones turísticas alrededor de Europa para este tipo de turista.

En base a lo anterior y teniendo en cuenta su potencial comercial, se realizó un diagnóstico del turismo sénior como nueva alternativa rama turística en el municipio de Anapoima (Cundinamarca), donde se analizó el municipio y los servicios que éste presenta, teniendo en cuenta los factores que lo hacen llamativo para este segmento de la población, toda vez que sus integrantes son sus principales visitantes.

Dicha investigación se desarrolló en tres etapas, cada una plenamente presentada en un respectivo capítulo: En el primer capítulo; Prestadores de servicios turísticos en Anapoima para el turismo sénior, identificamos el estado de la oferta del respecto a la prestación del servicio para un adulto mayor. Por su parte, en el siguiente capítulo, Perfil del turista sénior en Anapoima, se presenta el análisis de las características del visitante sénior promedio, permitiendo así la elaboración del perfil correspondiente. Por último y teniendo en cuenta el análisis hecho previamente, en el tercer capítulo, estrategias de inclusión del turismo sénior en el municipio de Anapoima Cundinamarca; se formularon estrategias que permitan la inclusión del turismo sénior en el municipio de Anapoima, Cundinamarca.

Palabras clave: Turismo senior, Adulto Mayor, Anapoima, Prestadores de servicio turístico, turista senior.

ABSTRACT

It's important to add that socio-cultural changes have now allowed to diversify tourism, presenting new challenges regarding the behavior and needs of the same cultures. One of them is the tourism offer for the elderly people, which is moving the tourism industry, becoming a strong and dynamic demand in many countries at present.

According to González (2010), "society is at a stage in which it is experiencing unprecedented aging" which has been seen as an opportunity for many countries where senior tourism has been put into practice taking advantage of its resources and including this population segment. Senior tourism originated in 1985 with the appearance of the Spanish IMSERSO, which was a program created with the intention of promoting the quality of life of people over 65 through tourism. Today, through this program there are a variety of tourist options around Europe for this type of tourist.

Based on the above and considering its commercial potential, a diagnosis of senior tourism was made as a new tourist branch in the municipality of Anapoima (Cundinamarca), where the municipality and the services it presents were analyzed considering the factors that they make it attractive for this segment of the population, since its members are its main visitors.

This research was developed in three stages, each one fully presented in a respective chapter: In the first chapter, Providers of tourism services in Anapoima for senior tourism, we identify the status of the municipality's offer regarding the provision of service for an adult higher. On the other hand, in the next chapter, Profile of the senior tourist in Anapoima, the analysis of the characteristics of the average senior visitor is presented, thus allowing the elaboration of the corresponding profile. Finally, considering the analysis previously done, in the third chapter strategies were formulated that allow the inclusion of senior tourism in the municipality of Anapoima.

Keywords: Senior tourism, Ederly people, Anapoima, Tourism service providers, senior tourist.

DIAGNOSTICO

5

Anapoima

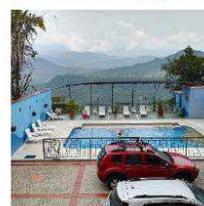
HACIA EL TURISMO SÉNIOR



PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN ANAPOIMA PARA EL TURISMO SÉNIOR

Sabemos que un lugar con potencial turístico se conforma alrededor de ciertos atractivos, ya sean de carácter natural, cultural o histórico. Para un turista sénior el contacto con la naturaleza y el obtener un beneficio en su salud es lo más importante al momento de escoger un destino para pasar su temporada de descanso.

Alrededor de ellos se centren los prestadores de servicios turísticos, que están enfocados a ofrecer servicios de óptima calidad, para que los turistas que visiten sus establecimientos se sientan a gusto.



6

Anapoima

HACIA EL TURISMO SÉNIOR

ACCESO



GESTIÓN



INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN



MOVILIDAD



PERSONAL



SERVICIOS

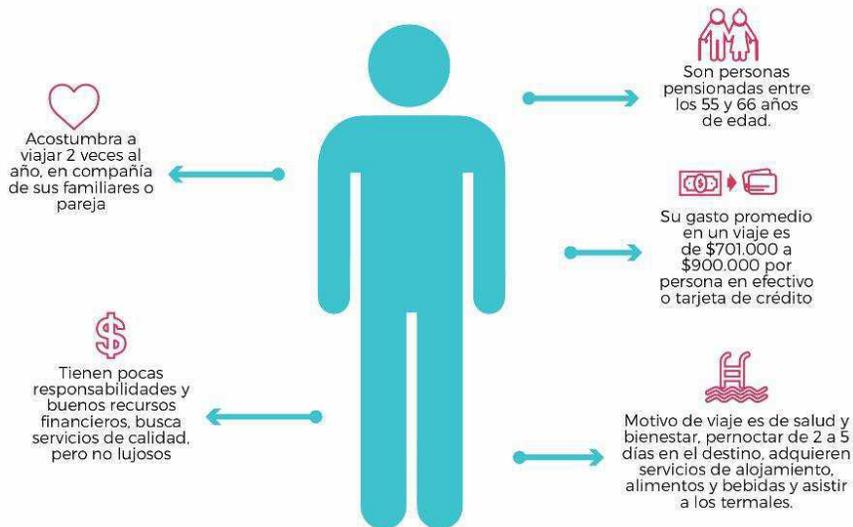


HABITACIONES E INSTALACIONES EN ALOJAMIENTO

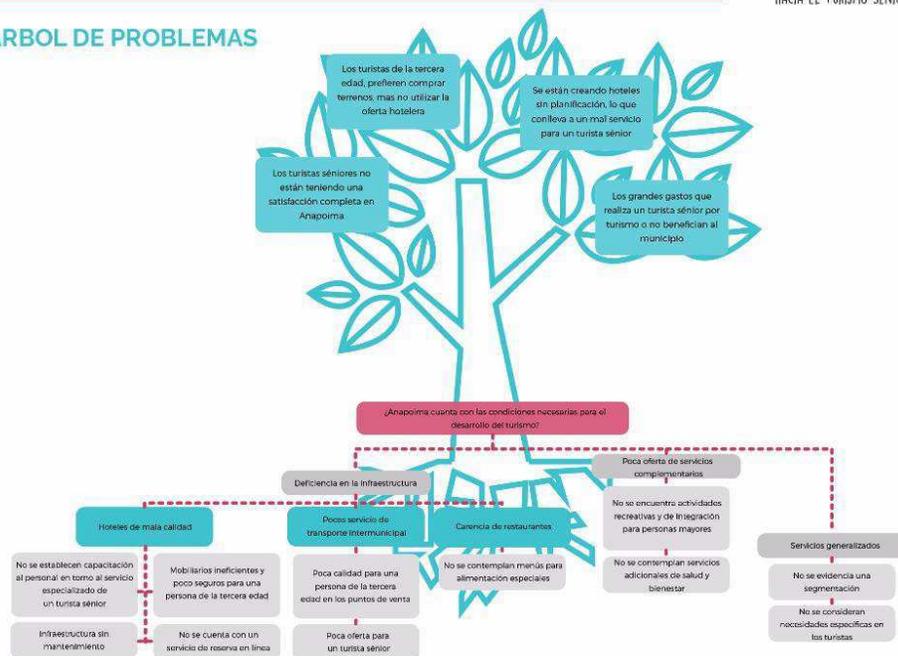


Se evaluarán los siguientes parámetros en prestadores de servicio de alojamiento, restauración y operadores de transporte

PERFIL DE CONSUMIDOR



ARBOL DE PROBLEMAS



ESTRATEGIAS

Anapoima 
HACIA EL TURISMO SÉNIOR

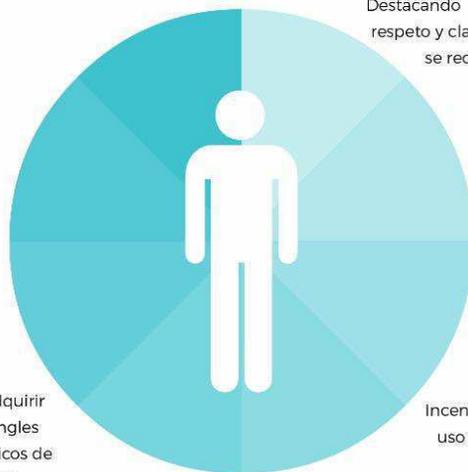
10

Anapoima
HACIA EL TURISMO SÉNIOR

CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

Servicio al Cliente

Destacando un servicio de amabilidad, respeto y claridad en los procesos que se requiera en el servicio



Segundo Idioma

Donde el personal pueda adquirir conocimientos básicos en inglés enfocados a los procesos básicos de la recepción de huéspedes

Salud Ocupacional

Incentivando la importancia del uso de la dotación para cada puesto de trabajo

11

Anapoima
HACIA EL TURISMO SÉNIOR

CAMPAÑAS DE MEJORAMIENTO

**Mantenimiento de las fachadas
e interiores de los hoteles y
lugares de hospedaje**



**Mejorar la movilidad y
accesibilidad en el zonas
comunes del hotel**



12

Anapoima
HACIA EL TURISMO SÉNIOR

RE INGENIERIA



Mejorar la calidad de los hoteles
enfocado al turismo senior



Establecer parámetros de calidad
en los procesos internos y
externos del hotel



Se quiere obtener hoteles con
competitividad a nivel
internacional en servicios



Manejar una planificación en sus
servicios enfocados a los turistas
mayores



Implementar servicios con un
valor agregado de calidad,
servicios y accesibilidad

POSIBLES PRESTADORES TURÍSTICOS DEL PAQUETE


Hotel Anapoima 1



La Masia Hotel Boutique



Anapoima Natura



Brunos restaurante - cafe



Restaurante la Masia Hotel



Aguas medicinales Santa Ana



Caminatas ecologicas



Servicio de Spa

PASOS A SEGUIR

1

Establecer convenios con entidades educativas privadas o que implementen programas educativos en los colegios con enfoque al mejoramiento y desarrollo del turismo.

2

Realización de campañas de mejoramiento y especialización del servicio turístico

3

Realizar las estrategias planteadas para la prestación de un servicio especializado para el turista senior

4

Realizar otros proyectos que permitan un estudio a profundidad de la investigación realizada sobre el turista sénior en Anapoima

5

Divulgación de la cartilla hacia los prestadores de servicios turísticos en el municipio de Anapoima



Conclusiones

Después de la investigación realizada se llevaron a las siguientes conclusiones:

A pesar de que Anapoima cuenta con una amplia gama de hoteles y restaurantes, se puede decir que estos no cuentan con los requerimientos y niveles de calidad que un turista sénior requiere o busca a la hora de escoger un destino.

Por su ubicación y clima Anapoima es un lugar predilecto para los turistas sénior. Sin embargo, ya que existen diversas problemáticas en la prestación de un óptimo servicio de hospedaje y restauración especializada a sus intereses, prefieren comprar terrenos dejando de utilizar estos servicios.

Los hoteles que ofrecen servicios óptimos y de calidad para un turista sénior, se encuentran en su mayoría en las veredas del municipio; lo que genera que los turistas muchas veces disfruten de exclusivamente los servicios del hotel, pero no tengan interacción con el entorno cultural y arquitectónico que ofrece el centro del municipio de Anapoima.

El municipio de Anapoima cuenta con una gran cantidad de demanda comprendida por adultos mayores, quienes se convierten en un público potencial para el desarrollo del turismo sénior ya que son consumidores poco exigentes a la hora de adquirir un servicio puesto que buscan es un trato agradable, comodidades necesarias para su edad y ambientes de tranquilidad. Igualmente, cuentan con el tiempo y capacidad adquisitiva para consumir diversos productos en el municipio siempre y cuándo cuenten con el concepto de calidad.

Aunque la demanda de turistas sénior está presente en el municipio, la oferta del destino carece de facultades plenas para recibirlos. Este nicho de mercado por sus características físicas reducidas, necesita de tratos especializados que le permitan mantenerse tranquilo y completamente a gusto en el destino; para lo cual la oferta, es decir los prestadores de servicio y las actividades que se pueden realizar, entre otros del municipio de Anapoima aún no se encuentra completamente acreditado pues carece de este tipo de especialidad en servicios indispensables para un turista sénior.

Recomendaciones

Basados en los diagnósticos realizados en los diferentes aspectos de la oferta y demanda turística en Anapoima podemos establecer las siguientes recomendaciones:

Implementación de bachillerato técnico enfocado a carreras turísticas; se plantea establecer convenios con entidades educativas privadas o públicas, que implementen programas en los colegios para que los alumnos de último grado empiecen a enfocarse a carreras técnicas con visión al mejoramiento y nuevos enfoques al turismo del municipio.

A las personas interesadas en el tema de investigación expuesto (turismo sénior), tener en cuenta los parámetros expuestos en este trabajo y a su vez poder emplearlos en futuros proyectos que pretendan involucrar a este nicho de mercado para el desarrollo y crecimiento del turismo.

A la Alcaldía municipal para que pongan en práctica lo contenido en este trabajo y trabaje en torno a un turismo especializado en la prestación de servicios especiales para el sénior, su principal consumidor en temporadas de des estacionalidad.

Que las entidades gubernamentales encargadas realicen campañas de mejoramiento y especialización del servicio, poniendo en práctica las capacitaciones sugeridas en el capítulo tres de la investigación.

Divulgación de la cartilla hacia los prestadores de servicios turísticos en el municipio de Anapoima, en pro del conocimiento del segmento sénior como visitante potencial.

Referencias

- 12/1999, l. L. (1999). *la Ley 12/1999*. Obtenido de <http://www.juntadeandalucia.es/boja/1999/151/1>
- Alcaide, J. (2005). *¿Donde está el Marketing para mayores?* Marketing y ventas.
- Alcántara, C. (2015). *El Financiero*. Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/ven-potencial-en-turistas-de-la-tercera-edad-creceran-un-90.html>
- Alvarez, C. (2006). *HostelTur*. Obtenido de <http://www.uhu.es/uhutur/documentos/npturisticos2/Turismo%20senior.pdf>
- Anapoima. (2015). *Banco de medios* . Obtenido de <file:///C:/Users/user/Pictures/anapoimacundinamarcapd20122015.pdf>
- Anapoima, A. d. (2016). *Nuestro Municipio: Turismo. Alcaldía de Anapoima – Cundinamarca* . Obtenido de http://www.anapoima-cundinamarca.gov.co/sitios_visitar.shtml
- Anapoina, A. d. (2015). *Anapoima Cundinamarca*. Obtenido de <http://www.anapoima-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/39313230303239386435303862356335/acuerdo-no.-001-de-2012-plan-de-desarrollo-2012-2015.pdf>
- Baena Graciá, V. (2011). *Fundamentos de marketing: entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial*. España: Editorial UOC.
- Bogotá, A. d. (1996). *LEY 300 DE 1996*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8634>
- Bogotá, A. d. (2006). *Ley 1101*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22241>
- Colombia, C. d. (23 de Noviembre de 2006). *Alcaldia Mayor de Bogota*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22241>

Cubillos, J. (2008). *Business y Marketing school*. Madrid.

CUNDISAN, U. T. (Julio de 2012). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=65678&name=CUNDINAMARCA-JULIO-2012.pdf&prefijo=file>

Dinero, R. (6 de junio de 2012). *Dinero. Anapoima's Power*. Obtenido de <http://www.dinero.com/negocios/articulo/anapoimas-power/152809>

Duarte, T. (2015). *E. Turismo*. Obtenido de <http://www.revistaterapiaocupacional.uchile.cl/index.php/RTO/article/viewArticle/37139>

economico, M. d. (26 de julio de 1996). *Misisterio de indutria, comercio y turimo* . Obtenido de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=43187&name=Ley_300_1996.pdf&prefijo=file

Espectador, E. (2015). *Anapoima y Tenjo, ejemplo de liderazgo*. . Obtenido de <http://www.elespectador.com/noticias/bogota/anapoima-y-tenjo-ejemplo-de-liderazgo-articulo-598864>

Europea, C. (2010). *COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES*.

Expreso, E. t. (2016). *Caldas novas go recebera encontrou senior das aguas quentes*. Obtenido de <http://turismoetc.com.br/caldas-novas-go-recebera-encontro-senior-das-aguas-quentes/>

Financiero. (2016). *Travel + Leisure nombra a San Miguel de Allende 'la mejor ciudad del mundo'* . Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/bajio/travel-leisure-nombra-a-san-miguel-de-allende-la-mejor-ciudad-del-mundo.html>

Forero, E. (17 de Agosto de 2002). *Anapoima, en controversia por el turismo*. Obtenido de EL TIEMPO: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1317592>

- González, M. E., Vila, T. D., & García, A. F. (2010). El turismo senior como segmento de mercado emergente. Cuadernos de Turismo. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?i>
- Homs, R. (2011). *La esencia del las estrategias de marketing enfocadas al consumidor*. Mexico: cencage.
- INSERSO. (2013). *Estadística, quienes somos*. Obtenido de http://www.imserso.es/InterPresent1/groups/imserso/documents/binario/22029_info2014pm.pdf
- Kotler, P. (2007). *Marketing internacional de lugares y destinos*. Mexico: pearson.
- Managenment, I. (mayo de 2010). <http://www.europesenortourism.eu>. Obtenido de <http://www.europesenortourism.eu/export/sites/senior/comun/descargas/InformeEvaluacionProgramaTurismoSeniorEuropa.pdf>
- Martinez, E. (2013). *EL TURISTA SÉNIOR EN EUROPA*:. Obtenido de <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/viewFile/982/650>
- Martinez, G. (2013). El turista sénior en Europa: actualidad y futuro. *Revista Iberoamericana de turismo*, <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>.
- Mexico, R. n. (s.f.). *registro nacional de turismo ciudad de mexico*. Obtenido de <http://www.ccmexico.com.mx/es/juridico/diario-oficial-de-la-federacion/registro-nacional-del-turismo.html>
- Mexico, S. d. (31 de MARZO de 2016). *SENTUR*. Obtenido de GOV.MX: <http://www.sectur.gob.mx/PDF/ACUERDO%20CATA%CC%81LOGO.pdf>
- Mexico, S. d. (31 de MARZO de 2016). *SENTUR*. Obtenido de GOV.MX: <http://www.sectur.gob.mx/PDF/ACUERDO%20CATA%CC%81LOGO.pdf>

Ministerio de Comercio, I. y. (Agosto-Septiembre de 2014). PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2014-2018 "Turismo para la construcción de la paz". Bogotá, Colombia . Obtenido de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=71713&name=PLAN_SECTORIAL_DE_TURISMO_2014-2018_16_DE_SEPTIEMBRE_DE_2014.pdf&prefijo=file

Ministerio de Industria, T. y. (2011). Dirigido a mayores de 55 años en Europa. *Resultados Turismo Senior(160)*, 4. Madrid. Obtenido de <http://www.minetad.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/documents/npresultadosturismosenior190711.pdf>

OMT. (2003). *Capítulo 1: el adulto mayor*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lar/dionne_e_mf/capitulo1.pdf

Panells, C. y. (2014). *Los recursos turísticos en España*. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=2E2VoAEACAAJ&dq=crespi+y+planells+recursos+turistico&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjXp8CEpPvWAhVBQCYKHbScB14Q6AEIJTAA>

Porras, C. (2014). *HostelTur*. Obtenido de http://www.hosteltur.com/184190_claves-atraer-al-viajero-senior.html

Procolombia. (2016). *Seminario web Perfil: turismo de bienestar*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/pasante/seminario-web-perfil-turismo-de-bienestar>

Puentes, M. (2015). TURISMO DE BIENESTAR: LIMITACIÓN CONCEPTUAL Y POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL. *Revista Turydes*, 19.

Quesada, R. (2000). *Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación Y Actividad. costa rica: EDT*. Costa Rica: Universidad estatal a distancia. Obtenido de https://books.google.com.co/books?id=RdrDv_52LmYC&pg=PA170&lpg=PA170&dq=atractivos+tur%C3%ADsticos+definicion&source=bl&ots=WOPEEpJ-oC&sig=X-IoS6Rre_ktXa102GrhDvaP1GU&hl=es-

419&sa=X&ved=0ahUKEwiJyJC4sJnWAhUF6SYKHVJGDdb0Q6AEIZzAK#v=onepage
&q=atractivos%20tu

Rojas, S. M. (23 de Noviembre de 2016). *FINDENTER. Anapoima se une al Programa Ciudades Emblemáticas de Findeter*. Obtenido de https://www.findeter.gov.co/publicaciones/anapoima_se_une_al_programa_ciudades_emblematicas_de_findeter_pub

Salabert, E. (2016). *Suiza, más lujo que nieve*. Obtenido de <http://www.webconsultas.com/tercera-edad/turismo-en-la-tercera-edad/suiza-mas-lujo-que-nieve>

Salud, A. M. (2013). *tu espacio* . Obtenido de <https://turespacio.com/turismo-de-salud/>

Schlüter. (2015). *Estudio y perceocion del turismo*. Obtenido de <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V24/N01/v24n1.pdf>

SECTUR. (s.f.). *Registro nacional de turismo México*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2017, de http://rnt.sectur.gob.mx/RNT_PrestServTuris.html

SEGITTUR. (2015). *Proceso de presentación de candidaturas de los destinos turísticos para su homologación como destino del programa “Europe Senior Tourism2015/2016”*. Obtenido de <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Proceso-de-homologacin-de-destinos-2015-2016.pdf>

SEGITTUR. (2016). Obtenido de http://www.segittur.es/es/proyectos/proyecto-detalle/Europe-Senior-Tourism/#.WcPT08ig_IU

Social, M. d. (2007). *Ministerio de la Protección Social*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/Documentos%20y%20Publicaciones/POL%C3%8DTICA%20NACIONAL%20DE%20ENVEJECIMIENTO%20Y%20VEJEZ.pdf>

- Tamanes, E. (2012). *Consumoteca* . Recuperado el 2 de septiembre de 2017, de <http://www.consumoteca.com/turismo-y-viajes/turismo/tipos-de-servicios-turisticos-regulados-por-ley/>
- Tamanes, E. (2012). *Consumoteca Sitio web*. Obtenido de <http://www.consumoteca.com/turismo-y-viajes/turismo/tipos-de-servicios-turisticos-regulados-por-ley/>
- Tamargo, J. (2006). *HostelTur*. Obtenido de <http://www.uhu.es/uhutur/documentos/npturisticos2/Turismo%20senior.pdf>
- Tiempo. (2015). *México vibra en San Miguel de Allende*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16434910>
- Tomé, M. J. (12 de octubre de 2013). *Tusdestinos.net / Turismo y viajes*. Obtenido de <https://tusdestinos.net/brasil-y-su-apuesta-por-el-turismo-senior/>
- TOURIMS, E. S. (2014). *EUROPE SENIOR TOURIMS*. Obtenido de <http://www.europeseniortourism.eu/es/destinos/destinos/Montanejos.html>
- Tourism, E. S. (2014). *Que es EST*. Recuperado el 2017, de <http://www.europeseniortourism.eu/es/queesest/>
- Turismo, M. d. (26 de Julio de 1996). *Ministerio de Comercio Industria y Turismo*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=43187&name=Ley_300_1996.pdf&prefijo=file
- Turistico, E. (2010). *Jerarquías de los recursos y atractivos turísticos*. Obtenido de <http://www.entornoturistico.com/jerarquias-de-los-recursos-y-atractivos-turisticos/>
- Vera, G. (2015). *the hotel factory*. Obtenido de <http://www.thehotelfactory.com/turismo-senior-3-perfiles-con-distintas-caracteristicas/>

Vila, M. N. (2003). *APROXIMACIÓN AL PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA SENIORI*. Obtenido de <http://www.usc.es/econo/RGE/Vol23/rge2324c.pdf>

Índice de Tablas

Tabla 1 Atractivos Turísticos Anapoima. Elaborada por: Ingrid Acevedo	43
Tabla 2. Hoteles con Registro Nacional de Turismo del Municipio de Anapoima	47
Tabla 3. Restaurantes Anapoima	48
Tabla 4. Empresas de transporte Anapoima	48
Tabla 5. Prestadores de Servicio. Hotel Villa Paula	50
Tabla 6. Prestadores de Servicio. Hotel Villa Orfi	51
Tabla 7. Prestadores de Servicio. Hotel Anapoima N° 1	51
Tabla 8. Prestadores de Servicios. Hotel Anapoima N° 2	52
Tabla 9. Prestadores de Servicio. Hotel San Luis H	53
Tabla 10. Prestadores de Servicio. Hotel Calimenio Campestre	54
Tabla 11. Prestadores de Servicio. Casa Recreativa Primavera.	55
Tabla 12. Prestadores de Servicio. Hotel Don Toby.	56
Tabla 13. Prestadores de Servicio. Hotel Mirador Andino.	57
Tabla 14. Prestadores de Servicios. Hotel Valvanera	58
Tabla 15. Prestadores de Servicio. Hotel Mayestic.	59
Tabla 16. Prestadores de servicios. Hotel las Mercedes.	61
Tabla 17. Prestadores de Servicio. Hotel Playa Alta.	61
Tabla 18. Prestadores de Servicio. Hotel Masia Boutique	62

Tabla 19. Prestadores de servicio. Parador el Molino.	63
Tabla 20. Prestadores de Servicio. Parador Anapoima.	64
Tabla 21. Prestación de Servicios. Casa de Campo Doñana	66
Tabla 22. Prestadores de Servicio. Hotel Imperio.	67
Tabla 23. Prestadores de Servicio. Hotel Kalandaima	67
Tabla 24. Prestadores de Servicio. Finca Villa Sarita	68
Tabla 25. Prestadores de Servicio. Hotel Poimana.	69
Tabla 26. Prestadores de Servicio. Restaurante y cafe Brunos	71
Tabla 27. Prestadores de Servicio. Restaurante el Quincho	71
Tabla 28. Prestadores de servicio. Restaurante La Terraza.	73
Tabla 29. Prestadores de servicio. Restaurante Begonias.	74
Tabla 30. Prestadores de servicio. Asadero Pico de Oro.	75
Tabla 31. Prestadores de servicios. Restaurante Pescadería Isabelita.	75
Tabla 32. Prestadores de servicio. Transporte Expreso Tequendama.	77
Tabla 33. Prestadores de servicio. Flota San Vicente.	77
Tabla 34. Prestadores de servicio. Transportes Colmena SAS	78
Tabla 35. Resultados de lista de chequeo hoteles de Anapoima- Cundinamarca	80
Tabla 36. Resultados lista de cheque restaurantes de Anapoima- Cundinamarca	83

Tabla 37. Resultados lista de chequeo operadores de transporte de Anapoima-Cundinamarca	85
Tabla 38. Perfil del turista sénior español	92
Tabla 39. Perfil turista sénior suizo.	94
Tabla 40. Perfil de turista de salud y bienestar en Colombia.	95
Tabla 41. Perfil del turista sénior municipio de Anapoima	109
Tabla 42. Establecimientos de Hospedaje y Alojamiento	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 43. Establecimientos Gastronomicos	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 44. Costo promedio de viaje	¡Error! Marcador no definido.

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Diversificación del turismo de salud 2013.	27
Ilustración 2. Porcentaje de turistas en Colombia 2013	27
Ilustración 3. Mapa de Anapoima en Colombia. Tomado de: http://www.anapoima-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=3173693	35
Ilustración 4. Iglesia Santa Ana. Tomado de: http://www.viztaz.com.co/colombia/banco/picture.php?/10555	39
Ilustración 5. Casa de la Cultura Tomado de: http://2.bp.blogspot.com/-9F6O8F5LeL4/UIH3tcG517I/AAAAAAAAAB8/bZqQ7HDPrCE/s1600/Foto0845.jpg	39
Ilustración 6. Parque Principal. Tomado de: http://colombianando.weebly.com/cundinamarca.html	40
Ilustración 7. Piscina Municipal Tomada por: Ingrid Acevedo	40
Ilustración 8. Polideportivo de Anapoima. Tomada de: Archivo de Anapoima	41
Ilustración 9. Aguas medicinales STA. Ana Tomada por: Ingrid Acevedo	41
Ilustración 10. Aguas medicinales de STA. Lucia Tomada por: Ingrid Acevedo	41
Ilustración 11. Parque Recreo Deportivo el Gaitero. Tomado de: http://www.destinosyplanes.com .	42
Ilustración 12. Parque General Santander Tomado de: http://www.anapoima-cundinamarca.gov.co	42
Ilustración 13. Cerró Cristo Rey Tomado de: http://www.destinosyplanes.com .	42

Ilustración 14 Camellón principal. Tomado de: http://cundinamarcaanapoimacamellonprincijv.blogspot.com.co/2013/05/camellon-principal.html	43
Ilustración 15 Camino real de las delicias Tomado de: http://www.anapoima-cundinamarca.gov.co/index.shtml?apc=bjxx-1-&x=3173767	43
Ilustración 16. Población encuestada	97
Ilustración 17. Población encuestada	97
Ilustración 18. Rango de edad de los encuestados	98
Ilustración 19. Ocupación de visitantes sénior	98
Ilustración 20. Planeación del viaje de los sénior	99
Ilustración 21. Motivación de compra del sénior	100
Ilustración 22. Motivo de viaje de los sénior	100
Ilustración 23. Factor que influencia la compra	101
Ilustración 24. Medio por el que gestionan los viajes	101
Ilustración 25. Medio de pago usado por el sénior	102
Ilustración 26. Gasto promedio por persona	102
Ilustración 27, Con quién viaja el visitante sénior	103
Ilustración 28. Momento en que viajan los sénior	103
Ilustración 29. Factores analizados para escoger el destino turístico	104
Ilustración 30. Medio de transporte usado por los sénior	105

	147
Ilustración 31. Tiempo de permanencia de los sénior en Anapoima	105
Ilustración 32. Visita del turista a Anapoima	106
Ilustración 33. Factores que inciden para el regreso del turista	106
Ilustración 34. Servicios adquiridos por los sénior en el municipio	107
Ilustración 35. Satisfacción generada en los turistas por los prestadores	108
Ilustración 36. Árbol de Problemas de Turismo Senior en Anapoima	113
Ilustración 37. Reingeniería del proceso	122

Anexos

Anexo 1. Check List

LISTA DE CHEQUEO CONTROL DE CALIDAD

Operadores de transporte		
Fecha		
Evaluador		
1. Acceso		
	Cumple	No cumple
Infraestructuras de transporte que disponen áreas accesibles		
Infraestructura de transporte con número concreto de lugares de estacionamiento que reúnen una serie de características dimensionales, de ubicación y señalización		
2. Gestión		
Infraestructuras de transporte con un protocolo de evacuación específico para personas, de tercera edad		
Infraestructuras de transporte que tengan un certificado de legalidad		
3. Información y comunicación		
Infraestructuras de transporte que cuentan con información accesible (puntos de información, venta de boletos de bus, carteles informativos)		
4. Movilidad		
Infraestructuras de transporte con señalización accesibles desde la entrada hasta el acceso al vehículo		
Infraestructuras de transporte con rampas de acceso		
Infraestructuras de transporte con pasillos amplios para movilidad de los viajeros.		
Infraestructuras de transporte con lugares adecuados para la espera del vehículo.		
5. Personal		
Personal, de las infraestructuras de transporte, con formación en atención a adultos mayores		
Infraestructuras de transporte en los que existe un servicio de asistencia		
6. Vehículo		
Vehículos/material móvil en los que se dispone de un protocolo de evacuación específico para personas adultos mayores		
Vehículos con sistemas de información (letreros, pantallas, mapas, tarifas)		
Vehículos/material móvil que disponen de plazas de viaje reservadas para adultos mayores		
Observaciones		

Procedente de la Inspección de Calidad
24/7/2012

LISTA DE CHEQUEO CONTROL DE CALIDAD

Alojamiento		
Fecha		
Evaluador		
Establecimiento		
1. Acceso		
	Cumple	No cumple
Alojamientos que cuentan con acceso cercano a medios de transporte		
Alojamientos que disponen de parqueadero propio y con lugares reservados para público de la tercera edad.		
2. Gestión		
Alojamientos que cuentan con protocolo de evacuación específicos para adulto mayor		
Alojamientos que tengan un certificado de operación (registro nacional de turismo)		
3. Información y comunicación		
Alojamientos que cuentan con información y documentación accesible (carta de servicios, menús, tarjetas/llaves de las habitaciones, plano de evacuación, etc.):		
4. Movilidad		
Alojamientos que tienen al menos un acceso accesible (rampas usadas para el ingreso al lugar)		
Pasillos amplios, libres de obstáculos y buena iluminación		
5. Personal		
Personal cuenta con formación en atención para adultos mayores		
6. Servicios		
Alojamientos con habitaciones accesibles para personas con movilidad reducida		
Alojamiento con servicio de recepción 24 horas.		
Alojamientos con otros servicios accesibles (cafetería, sala de reuniones, gimnasio, spa, piscina)		
Alojamientos, de entre los que prestan servicio de restauración, que se adaptan a las necesidades nutricionales especiales de sus usuarios(menús bajos en sodio y azúcar)		
Alojamiento con servicio de restauración (mínimo media pensión)		
7. Habitaciones e instalaciones		
7.1. Acceso		
Pasillos amplios y sin obstáculos		
7.2. Circulación y maniobra		
Espacio suficiente a los laterales de la cama		
7.3. Mobiliario		
Cama y mesas de noche con altura apropiada entre 45 y 50 cm		
El armario cuenta con una profundidad accesible y colgadores con altura pertinente.		
7.4. Requisitos generales		
Iluminación adecuada		
7.5. Baños		
Anchura libre de lado de la puerta		
Paso ancho entre aparatos sanitarios		
Lavamanos e inodoro con altura conveniente.		
Bañera con piso antideslizante y espacio amplio		
Observaciones		

LISTA DE CHEQUEO CONTROL DE CALIDAD

<i>Restauración</i>		
Fecha		
Evaluador		
1. Acceso		
	Cumple	No cumple
De los establecimientos de restauración que tienen parqueadero propio, porcentaje que tienen lugares de estacionamiento reservadas para personas con movilidad reducida.		
Establecimientos de restauración que tengan un acceso accesible (rampas de acceso, iluminación adecuada, pasillos amplios)		
2. Gestión		
Establecimientos de restauración con un protocolo de evacuación específico para personas de la tercera edad		
Personal adecuado para los procesos de evacuación		
3. Información y comunicación		
Establecimientos de restauración que cuentan con información y documentación accesible (carta de servicios, menús, plano de evacuación en formatos adecuados)		
4. Movilidad		
Establecimientos de restauración que tienen un espacio accesible desde el acceso hasta la zona de comedor (recorridos horizontales y verticales)		
Pasillos amplios, libres de obstáculos y buena iluminación		
5. Personal		
Establecimientos de restauración que disponen de personal con formación específica en atención a adultos mayores.		
6. Servicios		
Establecimientos de restauración que adaptan sus menús a necesidades nutricionales específicas (bajos en sodio, azúcar y pocas carnes rojas)		
Presentan menús ricos en hortalizas, frutas y pescados.		
El menú contiene bebidas naturales(bajos en cafeína, y poco gasificadas)		
Establecimientos de restauración que tienen espacios habilitados y mobiliario compatible con el uso por parte de personas con movilidad reducida.		
7. Requisitos generales		
Iluminación adecuada		
Observaciones		

Anexo 3. Formato encuesta perfil del cliente

INDAGACION PERFIL VISITANTE DE ANAPOIMA

Buenos días/tardes somos estudiantes de Hotelería y Turismo de la Uniagustiniana. Estamos realizando esta encuesta para conocer el perfil del visitante del municipio de Anapoima. La información obtenida en este cuestionario será manejada de forma confidencial y será usada con fines académicos; le agradeceremos brindarnos unos minutos de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

Género: _____ Ocupación: _____

Edad: _____

- Con que frecuencia le gusta viajar
 - Una vez al año
 - Dos veces al año
 - Tres veces al año
 - Frecuentemente
- ¿Con cuánto tiempo de anterioridad, acostumbra usted a planear sus viajes?
 - Una semana antes
 - Un mes antes
 - Varios meses antes
 - Otro. ¿Cuál? _____
- Cuando va de viaje ¿con quién acostumbra a hacerlo?
 - Solo
 - Amigos
 - Socios de trabajo
 - Con la pareja
 - Con la familia
- ¿Qué es lo que más valora de los destinos turísticos que frecuenta? Califique de 1 a 5; siendo 5 la de mayor importancia.

	1	2	3	4	5
Variedad de servicios ofertados					
Precios					
Alternativas de pago					
Experiencias anteriores					
Atención al cliente					
- ¿Cuándo usted elige contratar algún tipo de servicio turístico que lo motiva a hacerlo?
 - Voluntad propia
 - Hábito de compra
 - El interés que tiene por el servicio y los productos ofrecidos
 - Seguridad
 - Responsabilidad
- A través de que medio acostumbra a gestionar sus viajes
 - Agencias de viaje
 - Internet
 - Cuenta propia
 - Otra. ¿Cuál? _____
- ¿Qué medio de pago emplea al adquirir servicios turísticos?
 - Efectivo
 - Tarjeta debito
 - Tarjeta crédito
 - Cheque
 - Financiación
- Por lo general ¿Cuál es el motivo de su viaje?
 - Ocio/turismo
 - Negocios / trabajo
 - compromisos familiares
 - Salud/bienestar
 - Otro. ¿Cuál? _____
- A la hora de decidir la compra usted se basa en:
 - Consejos de otros
 - Publicidad
 - Las características del servicio que usted conoce.
 - Información impartida por el vendedor
 - Por el conjunto de emociones que este le produce.
- ¿En qué momento del año acostumbra usted viajar?
 - Temporadas bajas
 - Temporadas altas
 - Puentes festivo
 - Otro. ¿Cuál? _____
- ¿En qué rango ubicaría lo que usted acostumbra gastar en materia de turismo cuando viaja por persona?
 - De \$200.000 a \$500.000
 - De \$501.000 a \$700.000
 - De \$701.000 a \$900.000
 - Más de \$900.000
- ¿Qué tipo de actividades le gusta realizar cuando está de viaje? Marque con una X

Descansar y relajarse	
Compartir con familiares y amigos	
Experimentar cosas nuevas	
X Caminatas ecológicas	
Otro, ¿Cuál?	

Ana María de la Cruz
27 sept 2017