

Consideraciones sobre la tercera edad en el turismo internacional

by Daymí Aranda Rodríguez - miércoles, febrero 06, 2013

https://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/consideraciones-tercera-edad-turismo-internacional.html



Desarrollo:

La etapa biológica del ser humano denominada tercera edad, había sido identificada en las diferentes sociedades, como el término del ciclo activo del individuo y la entrada de este en un mundo de estaticismo, donde el ser llega al límite de sus posibilidades como ente social.

Evidentemente, era muy difícil y traumático para estas personas, el tener que aceptar la indiferencia y anulación de sus potencialidades por el resto de la sociedad. Dicha situación se traspolaba tácitamente a las concepciones y proyecciones de trabajo de nuestras instalaciones turísticas, donde no se tenía en cuenta a la tercera edad como cliente activo.

A partir de los diagnósticos y análisis estadísticos realizados en el mundo con respecto al cada vez más menor índice de natalidad, registrado también en nuestro país y por consiguiente, el vertiginoso envejecimiento de la población, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) estima que para el 2050 este segmento de la población superará por primera vez a la cantidad de niños con un 32% del total en el mundo, por ello se han trazado diferentes estrategias para su protección y mejor calidad de vida.

Por ejemplo, atendiendo a la creciente demanda por hospedaje proveniente de este segmento, han surgido los

hoteles para tercera edad. Dicha tendencia va en aumento, y en países como Brasil y España ya existen grandes compañías como: Sol Hoteles y el Grupo Mayoral en España, que cada día se especializan más en el rubro de la atención hotelera para adultos mayores.

Así mismo, y a tenor con la nueva realidad, las instalaciones turísticas del país y particularmente en nuestro territorio, siguiendo esta misma línea de pensamiento se han visto en la urgente necesidad de clasificar a la tercera edad como el más importante segmento de mercado, dado el asombroso crecimiento del mismo.

Si dicha situación ya se ha hecho fehaciente y motivo de constante preocupación para el desarrollo de la animación, lo que hemos confirmado a través del trabajo realizado como miembros del Grupo Asesor de Gestión de la Animación de la Escuela de Hotelería y Turismo de Santiago de Cuba, cabría preguntarnos: ¿por qué las actividades de animación turística que se ofrecen en nuestras instalaciones se mantienen distanciadas de las reales necesidades de los clientes de la tercera edad y, sin descubrir aún sus verdaderas potencialidades para lograr una activación total de dichos clientes, así como la plena satisfacción de sus expectativas?

Para comenzar a respondernos la anterior interrogante, instamos en primer lugar, sobre la necesidad de conocer algunas de las principales características del ociotipo que nos ocupa, para una concepción eficaz de las actividades de animación a ellos dirigida y que a continuación relacionamos:

- Ingreso: medio - alto
- Edad: 60 a 90 años promedio
- Sexo: promediado
- Comportamiento social: predominio de los matrimonios
- Nivel educacional: medio - alto
- Prefieren relacionarse con las personas y aprovechar al máximo su tiempo libre.
- Es un segmento de turismo activo teniendo en cuenta sus propias iniciativas
- Les gusta el confort y la novedad
- Interrelacionan la actividad turística con la social del destino seleccionado

En segundo lugar, nos remitimos a las pretensiones de la animación como salvaguarda de la fidelización del cliente, y somos del criterio de que dicha especialidad pretende:

- Mantener entretenidos a los clientes.
- Propiciar que se sientan a gusto durante su estancia en el hotel y deseen regresar.
- Propiciar que transmitan sus experiencias a familiares y amigos.
- Propiciar que desarrollen facetas y destrezas que desconocen de si mismos.
- Aprovechar sus habilidades y experiencias en el desarrollo de diferentes actividades.
- Facilitar sus relaciones interpersonales
- Contribuir a elevar su calidad de vida.
- Convertirlos en promotores de nuestro producto.

Teniendo en cuenta lo anterior y el hecho de que los clientes que nos visitaron en temporadas anteriores, hoy regresan con un mayor cúmulo de edad, la animación que se proponga debe pensarse de manera más inteligente, sensible y apacible, sin obviar la actividad física, siempre que los ejercicios a realizar se ajusten a las condiciones psicobiológicas de los mismos.

A partir de nuestras experiencias en las instalaciones del territorio, compartidas con las de nuestros animadores, y como resultado del diagnóstico realizado, proponemos en el presente artículo algunas alternativas para la mejora de la calidad de la animación dirigida al cliente de la tercera edad:

1. Sin desatender a otros segmentos de mercado, reorientar la animación hacia una tercera edad más avanzada.
2. Crear asociaciones de clientes por afinidades, gustos, preferencias, habilidades, motivaciones, experiencias profesionales, propiciándose la solidificación de varios grupos de manera que el animador pueda organizar y planificar el reencuentro de los mismos, garantizándose así la fidelización.
3. Desarrollar actividades que propicien su esparcimiento espiritual y autorrealización humana como: concursos de habilidades manuales (tejer, bordar, dibujar, pintar, cocer, y otras).
4. Talleres creativos a partir de sus experiencias (trucos de la cocina, juegos de agilidad mental, cómo aprender a memorizar, degustaciones, etc.)
5. Tertulias.
6. Actividades donde se expresen las manifestaciones artísticas potenciando las aptitudes de los clientes
7. Estimular la zona cognoscitiva de los clientes (comentarios sobre filmes, obras literarias, hábitos, costumbres, religión de la región que visitan, juegos de deducción lógica, juegos matemáticos, etc.)
8. Ofrecer conciertos vespertinos que favorezcan la directa interrelación con los artistas y a un tiempo la complacencia espiritual de los clientes.
9. Incrementar los juegos pasivos (macro juegos de mesa ampliados, rompecabezas, crucigramas)
10. Actividades deportivas (gimnasia, Tai- Chi, baioloterapia)
11. Actividades contemplativas aprovechando el entorno natural

Como vemos, para satisfacer a un segmento tan sensible, no se necesitan grandes recursos e inversiones, sino mantener la información actualizada sobre el ocio tipo de nuestro interés y sus cambios, y sobre todo la creatividad en el hacer y querer ser.

Definitivamente, la tercera edad no puede ser una zona aislada del avance turístico.

Bibliografía

1. Cobas, María Silvina, Presentación en power point La Animación Deportiva desde la óptica de la 3ra. Edad. V taller Nacional sobre Animación Turística. ENATUR, La Habana, 2004.
2. Dechavanne, Nicole, Delors, Jose F. El Animador de las actividades físico deportivas para todos. Barcelona: Ediciones Piados, 1991.
3. Juegos y actividades deportivas para la animación turística. Madrid. Editorial Síntesis. 2002.
4. Torres Valdalisio, Carlos L La Comunicación en la Animación turística: Compilación de textos. La Habana. Escuela Nacional de Animación Turística, 2003

Fuentes de Internet

-
- <http://soladg.blogspot.mx/>
-

Notas:

- **Autores:** MSc. Daymí Aranda Rodríguez, Profesora Principal; Lic. Zurama Monaga Mengana, Profesora Principal.
- Título original: La 3ra Edad. Una animación con sabiduría.
- Foto de [talcahuanofotos](#) vía Flickr