

ANÁLISIS DEL TURISMO DE ADULTOS MAYORES EN MÉXICO

Ana Bertha Vidal Fócil¹

Beatriz Pérez Sánchez²

Resumen:

El turismo de la tercera edad o turismo gerontológico representa una estrategia diferenciada que atiende las demandas turísticas de este segmento, sin embargo, se presenta como un grupo heterogéneo con diversos perfiles de consumidores debido a sus diferentes preferencias para elegir un destino turístico. El objetivo del trabajo es identificar y analizar el segmento de adultos mayores como consumidores de turismo en México. La investigación es de tipo documental con un diseño exploratorio-descriptivo que emplea fuentes secundarias de información. Como resultados, el grupo de edad de más de 65 años en México, es decir, de adultos mayores, ha aumentado derivado del envejecimiento poblacional, y constituye un atractivo mercado dada sus condiciones de tiempo libre y nido vacío.

Palabras Clave:

Adulto mayor, turismo gerontológico, envejecimiento activo

¹ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, berthafocil@hotmail.com

² Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, beatrizperez10@hotmail.com

ANALYSIS OF THE TOURISM OF ELDERLY ADULTS IN MEXICO

Abstract:

The tourism of the third age or the gerontological tourism represents a strategy of differentiation in the relations of this segment, however, it is presented as a heterogeneous group with different levels of response. The objective of the work is to identify and analyse the segment of older adults as users of tourism in Mexico. The research is documentary with an exploratory-descriptive design that uses secondary sources of information. As a result, the age group over 65 in Mexico, that is, older adults, has been derived from population aging, and has realized that time is free.

Keywords:

Senior citizen, tourism, active aging

1. INTRODUCCIÓN

La población adulta mayor necesita de servicios especiales para contar con una calidad de vida, tales como: servicios relacionados con la salud, el esparcimiento y los vinculados con la inclusión en la sociedad. A nivel global el envejecimiento poblacional es un fenómeno demográfico que ha sido relevante desde finales del siglo XX y ha sido el centro de atención de debates en la actualidad, debido a los cambios que ha generado en el ámbito social, económico y cultural. El envejecimiento de la población ha afectado tanto a los países desarrollados como en vías en desarrollo, no obstante la respuesta de cada gobierno frente a este hecho ha sido distinta, por lo que existen países que cuentan con políticas que han mitigado los efectos negativos para la tercera edad (Hernández Licona, 2012).

Este fenómeno poblacional que se está viviendo, debe ser analizado y estudiado desde la perspectiva jurídica, social, médica y hasta turística, ya que este grueso de población es un nicho de mercado para las agencias de viajes y las empresas dedicadas al sector turístico. Las estadísticas acerca de la tercera edad son un panorama fehaciente sobre el reto que tienen los gobiernos para dar respuesta a las exigencias de la población adulto mayor. Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas, ha manifestado que para el año 2050 no habrá sociedades con una pirámide demográfica con una base ancha de jóvenes y escasos adultos mayores en la cima (Organización de las Naciones Unidas, 2002).

Además, otras investigaciones de este organismo han concluido que el envejecimiento es un reflejo del éxito que ha tenido el desarrollo humano, debido a que a través de la obtención de una menor mortalidad se ha logrado una mayor longevidad en la población. De esta forma, el envejecimiento es una oportunidad para replantear las políticas de población con el fin de elevar el bienestar social.

En los países industrializados, en donde persiste una población creciente de jóvenes, contar con informes sobre el comportamiento poblacional en el futuro les permite planear el futuro de sus sociedades, para contar con la infraestructura y servicios necesarios. No se debe dejar de lado que los sistemas de pensiones alrededor del mundo deben ser reformados con base en las experiencias de los países en desarrollo y la situación particular de cada nación; con el fin de que los adultos mayores sean un pilar de la sociedad (Gutiérrez, 1993).

En este sentido, el turismo ve a la tercera edad como un nicho de mercado, al cual puede ofrecer destinos de esparcimiento con una oferta caracterizada por la fácil movilidad, servicios de salud gerontológica y cuidados especiales. El turismo de la tercera edad se está consolidando en los países con destinos culturales y de playa; por lo que México debe mirar a este sector de la población. En donde gran parte de ellos, reciben una pensión, ingresos con los cuales podrían contar, con el poder adquisitivo para viajar alrededor del mundo.

En los medios de comunicación, se observan documentales y reportajes donde se muestra a personas de la tercera edad disfrutando de destinos turísticos. Este segmento, se interesa por lugares con una vasta historia, cultura y exuberancia natural, donde México puede competir. Por ello, tanto los esfuerzos de los hoteleros, restauranteros, transportistas turísticos y agencias de viajes deben encaminarse a fortalecer su oferta para los adultos mayores. No obstante, los gobiernos federal, estatales y municipales deben generar las condiciones necesarias para la inversión en infraestructura y servicios turísticos.

2. EL TURISMO EN MÉXICO

En México, el turismo se encuentra en uno de sus momentos más fructíferos, donde se destaca como una actividad trascendental para la economía nacional; y es que para 2017, México se destacó como una potencia turística a nivel global con 21 mil 333 millones de divisas captadas y 39.3 millones de turistas internacionales. La información estadística del sector turístico nacional permite que datos como los antes descritos, sean factor de decisión para las políticas en la materia turística. Por lo que distintas organizaciones, cada año emiten informes sobre la situación del turismo en México.

El turismo en México requiere de la generación de cadenas de valor que le permitan consolidarse y generar mayor inversión, empleo y utilidades a lo largo de los distintos destinos turísticos de la República. El establecimiento de lazos comerciales entre hoteles, restaurantes, transportistas y operadores turísticos permitirá el auge del país como una región con un potencial turístico alto a nivel mundial.

Por ello, en el país se ha puesto la mirada en el estudio de los perfiles, gustos y preferencias del turista, con el fin de establecer políticas que den respuesta a las exigencias del mercado. Para el año 2017, el Banco Central de México ha reportado que la llegada al país de turistas extranjeros fue de 99.6 millones, es decir, cuatro millones más que en el año 2016, por lo que el incremento fue de aproximadamente del 5%. En cuanto al ingreso de divisas debido al turismo extranjero, este dejó en 2017 más de 21 mil millones de dólares, lo que representó un incremento de más del 8.6 p% con respecto al 2016.

Con base en la información de la Organización Mundial del Turismo, en 2017 México avanzó dos posiciones en las llegadas de turistas extranjeros, pero retrocedió un lugar en el ingreso de divisas, lo que situó a México en el lugar 15 del ranking de ingreso de divisas por turismo extranjero. Para el año 2018 se pronosticó que las llegadas de turistas extranjeros al país alcanzaría a 42 millones, para registrar un crecimiento del 6.9%, con respecto al 2017. Además, los ingresos por visitantes extranjeros se estimaron en 23 mil millones de dólares.

Los turistas que llegaron a México, buscaron información sobre los destinos en el país principalmente a través de internet (87.2%), en agencias de viajes (34.3%), recomendaciones de amigos y familiares (23.5%), y revistas especializadas en turismo (12%). El 96% de los turistas realizaron reservaciones de servicios de transportación, en diferentes medios (Secretaría de Turismo del Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, 2018).

La República Mexicana, en los últimos seis años pasó del decimoquinto lugar al sexto sitio entre los países que más turistas internacionales reciben, generando 10 millones de empleos directos e indirectos en una industria que registra más de 70 millones de pasajeros en vuelos. Además, la inversión extranjera alcanzó para 2017 más de 175 mil millones de dólares al considerar los diferentes destinos nacionales (García, 2018).

Así, el turismo en México contribuyó con el 8.7% del Producto Interno Bruto (PIB) de México en 2016, de acuerdo con datos del Instituto Nacional De Estadística y Geografía (INEGI). Para ese año, los bares, restaurantes y centros nocturnos fueron los que más generaron fuentes de empleo con el 29% de la participación, seguida del transporte de pasajeros que contribuyó con el 25% y el alojamiento, tiempos compartidos y segundas viviendas, las cuales aportaron el 9%.

El comercio, con 3.8%, los bienes y artesanías con 3.4%, los servicios deportivos y recreativos con el 2.5%, los servicios culturales con el 1.9% y finalmente las agencias de viaje y otros servicios de reserva con el 0.9%. Cabe señalar que del total de puestos de trabajo ocupados remunerados turísticos, en promedio, las mujeres representaron el 40.6% del total, contra un 59.4% de puestos ocupados por hombres (Expansión, 2018).

3. TURISMO DE LA TERCERA EDAD O TURISMO GERONTOLÓGICO EN MÉXICO

Para adentrarse al tema del turismo de la tercera edad en México, es relevante mencionar que el envejecimiento demográfico ha ocasionado que se observe a este segmento de la población como un factor decisivo para el desarrollo del turismo. Lo que ha provocado que la planeación gubernamental considere al turismo gerontológico como un nicho de oportunidad para el crecimiento económico, además, ha obligado a las empresas turísticas a planificar su actividad en relación con las demandas de la población en ancianidad. El avance del envejecimiento poblacional en los países en vías de desarrollo, como México, debe de motivar a las empresas turísticas a conocer las previsiones demográficas y establecer estrategias orientadas a ofrecer diferentes productos a la población que envejece.

Por otro lado, el envejecimiento de la población en el país ha conllevado al surgimiento de un sector atractivo para las empresas turísticas. Desde hace algunos años se ha desarrollado el turismo senior, es decir, aquél predestinado a establecer estrategias para la captación del mercado de personas mayores. Entre esas políticas se cuentan el mejoramiento de la calidad del turismo de personas mayores y la programación de servicios de deportes recreativos para mayores y turismo de salud (Sánchez Gonzalez, 2008).

3.1 Mercado

En el país, los destinos de la población adulta mayor se concentran en las ciudades como la capital de Guanajuato y San Miguel de Allende; Cuernavaca, Morelos; Puerto Vallarta, Jalisco; Mazatlán, Sinaloa; Colima y Veracruz, debido a que los dedicados a la prestación de servicios turísticos en estos destinos iniciaron la promoción de descuentos especiales e infraestructura óptima para sus necesidades, tanto de forma independiente, como a través de organismos gubernamentales.

Al año, se ofrecen en toda la República más de 400 descuentos en servicios turísticos para la población adulta mayor, tanto para los internacionales como para los turistas locales; los cuales pueden ocupar en restaurantes, hoteles, centros de recreación, transporte terrestre y aéreo, agencias de viaje, teatros y balnearios. De esta forma, el adulto mayor ya es visto como un motor para el desarrollo turístico del país, por lo que en los diversos destinos turísticos se ha trabajado para crear mayores atracciones para este cumulo de personas.

Una de las ventajas de este tipo de turismo, es que representa una herramienta para contrarrestar las temporadas bajas en los destinos. Algunos establecimientos han modificado su infraestructura para colocar rampas, pasamanos, así como elevadores y aunado a ello, ofrecer promociones especiales para este segmento de viajeros (Alcántara, 2015).

En lo concerniente al turismo nacional de la tercera edad, el 9 % de los adultos mayores de 60 años lo realizan. Mirar hacia el adulto mayor como un turista ofrece una estrategia para la ocupación turística en las temporadas bajas. Los destinos turísticos nacionales buscados por los adultos mayores son Los Cabos, Mazatlán, San Miguel de Allende y Mérida. Uno de los factores que han llevado a estos destinos a ser los preferidos es su alto nivel de seguridad, lo cual genera tranquilidad para los usuarios de este sector social. Los viajeros en este mercado planean estancias de descanso y bienestar de alrededor de 3 y 4 días o de 9 a 10 en temporadas bajas.

El gobierno de la República Mexicana, tiene la tarea de generar convenios e instrumentos transversales para otorgar descuentos e infraestructura adecuada para que los adultos mayores puedan visitar nuevos destinos cada año, como una forma de entretenimiento. Hay que considerar que los adultos mayores también viajan por sus propios medios y buscan servicios de cuidado personal, dietas balanceadas y programas de ejercicio.

Aunado, este nicho de mercado no se limita a las fechas vacacionales del segmento laboral o escolar, lo que representa una oportunidad que se puede aprovechar para incrementar la ocupación en las temporadas bajas. Las personas mayores de 50 años son un cúmulo de población con mayor crecimiento y poder adquisitivo a nivel global, lo cual ratifica la jerarquía que tienen en la industria turística. Los adultos mayores toman muy en cuenta la calidad y el servicio, además de que se encuentran activos casi todo el año y prefieren el descanso. En este sentido el presupuesto pasa a segundo plano y eso permite brindarles un servicio de máxima calidad

Es relevante considerar que los adultos mayores buscan experiencias más sofisticadas, orientadas al disfrute y con accesos únicos, por lo que muchos están dispuestos a pagar más por obtenerlas. Es un segmento muy conocedor, que busca alternativas (Tomasini, 2017).

3.2 Demanda

El envejecimiento poblacional, es un fenómeno social que se está comenzando a reflejar, en los diversos ámbitos de la vida humana. A nivel global, los países de Europa tienen una de las más altas proporciones de personas de la llamada tercera edad que, de acuerdo a las proyecciones demográficas, seguirá en aumento en las próximas décadas. Aunque la calidad de vida de la población adulta mayor ha mejorado en la última década, lo cierto es que se requieren fortalecer y consolidar las acciones para generar mayor bienestar a esta parte de la población. Los adultos mayores tienen algunas barreras para acceder al turismo, como la propia edad, el nivel de educación y problemas de movilidad, y es que conforme envejecen los mayores, las limitaciones a la participación en el ocio turístico actúan de forma diferente.

Los adultos mayores con edades más bajas, tienen una mayor propensión para viajar, la cual disminuye conforme los años pasan. Las próximas generaciones de mayores del baby boom se

caracterizarán normalmente como más activos, con mayores niveles de formación y, sobre todo, más viajeros.

Por otra parte, el comportamiento viajero de las personas no cambia necesariamente con el retiro. Los cambios generacionales pueden tener efectos importantes en los destinos turísticos que tradicionalmente han contado con una importante demanda entre las personas mayores, ya que las nuevas generaciones de mayores probablemente se inclinen por otros destinos (Nielsen Nielsen, 2011).

3.3 Oferta

La tercera edad, ya no es vista hoy en día como una etapa en que la vida del ser humano se vuelve monótona y totalmente sedentaria, las nuevas concepciones de la tercera edad la toman como una etapa en que el adulto posee la experiencia y la madurez necesaria para aportar conocimiento y vivencias a las nuevas generaciones. Es por ello, que considerando el actual incremento de la demanda por hospedaje proveniente de este sector de la población, han nacido los hoteles para tercera edad. Dicha tendencia va en crecimiento, y en países como Brasil y España ya existen grandes compañías en este sector hotelero.

Así mismo, las instalaciones turísticas de México se han visto en la apremiante necesidad de clasificar a la tercera edad como el más importante segmento de mercado, dado el asombroso crecimiento del mismo. La industria turística, por ello, debe contar con profesionales de la mercadotecnia turística que puedan potenciar los destinos del país para este sector de la tercera edad.

El segmento de la tercera edad tiene las siguientes características:

- Es un sector de la población activa, que siempre busca nuevas experiencias.
- Tienen gusto por el confort y la variedad de actividades.
- Vinculan la actividad turística con la cultura y las artes.

Además, los servicios turísticos enfocados a la tercera edad deben tomar las siguientes consideraciones hacia sus clientes:

- Buscar en todo momento el entretenimiento de los clientes.
- Abonar para que la estancia en hoteles y restaurantes sea placentera y cómoda.

Los hoteles deben mantener de forma permanente las siguientes actividades:

- Ampliar las actividades que favorezcan su esparcimiento espiritual y autorrealización humana.
- Actividades creativas a partir de experiencias vinculadas con la cultura.
- Actividades donde se expresen las manifestaciones artísticas.

- Estimular la zona cognoscitiva de los clientes.
- Actividades deportivas.
- Actividades de naturaleza (Aranda Rodríguez, 2013).

4. RETOS DEL TURISMO DE LA TERCERA EDAD

México, aunque cuenta con una oferta variada de destinos turísticos, requiere fortalecer la infraestructura para la fácil movilidad y descanso de las personas de la tercera edad. El servicio de hotelería, no solo debe centrarse en ofrecer un cuarto de calidad, sino una oferta de actividades enfocadas a la población de la tercera edad.

De este modo, al adulto mayor se le ofrecerá una experiencia reparadora para los estragos de su vida laboral que ha dejado atrás. Además de la infraestructura, el personal que trabaja en actividades relacionadas con el turismo debe capacitarse en temas específicos para la atención del adulto mayor.

El Estado, en sus tres ámbitos, debe vincularse en el desarrollo de la oferta turística para la población de la tercera edad, tanto del turismo nacional como internacional. En cuanto al local, deben fortalecerse los programas de descuentos y promociones para que el adulto mayor mexicano redescubra su país y cree un sentido de pertenencia hacia él. En lo que respecta al turismo internacional, deberán fortalecerse las acciones que en cuestión de marketing turístico se realiza, enfocando parte de la publicidad al adulto mayor extranjero.

5. CONCLUSIONES

El turismo de la tercera edad es un nicho de oportunidad para el desarrollo económico en México, es un segmento que puede incrementar los ingresos, empleos y consumo que los turistas aportan al país destino. No obstante, las acciones para consolidar al país en este turismo gerontológico deben ser racionales, con un sentido humanista y sustentable, de modo que el adulto mayor se sienta como en casa, con todos los servicios y cuidados que por su edad requiere.

La tercera edad está ligada a la sabiduría, lo cual se vincula con la conservación de la cultura, por lo que desde otra perspectiva, el adulto mayor debe participar de igual forma en la actividad turística divulgando y dando a conocer sus raíces culturales, que dan vida al entorno del destino turístico. En otras palabras, en los destinos turísticos, el adulto mayor puede involucrarse siendo participe de actividades culturales para los turistas, de modo que se preserve la cultura local.

La explotación del turismo de la tercera edad en México es reciente, por lo que se requieren de planes, programas y acciones que lo consoliden y lo catapulten como un nicho de mercado que pueda diversificar la actividad económica del país.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Alcántara, C. (10 de febrero de 2015). *Ven potencial en turistas de la tercera edad; crecerán un 90%*. Recuperado el 23 de diciembre de 2018, de El financiero: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/ven-potencial-en-turistas-de-la-tercera-edad-creceran-un-90>
- Aranda Rodríguez, D. (06 de febrero de 2013). *Consideraciones sobre la tercera edad en el turismo internacional*. Recuperado el 22 de diciembre de 2018, de Revista vinculando: http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/consideraciones-tercera-edad-turismo-internacional.html
- Expansión. (27 de septiembre de 2018). *Los datos del turismo en México este #DíaInternacionaldelTurismo*. Recuperado el 18 de diciembre de 2018, de Expansión: <https://expansion.mx/economia/2018/09/27/datos-del-turismo-en-mexico-este-dia-internacional-turismo>
- García, A. (17 de abril de 2018). *México es la sexta potencia mundial en turismo*. Recuperado el 18 de diciembre de 2018, de Forbes: <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/mexico-es-la-sexta-potencia-mundial-en-turismo/>
- Gutiérrez, L. M. (1993). Aspectos preventivos del adulto mayor. *Seminario sobre Envejecimiento Sociodemográfico en México*. México, D.F.: SOMEDE.
- Hernández Licona, G. (2012). *Que sigue en el sistema de pensiones de tod@s*. México, D.F.: Centro Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.
- Nielsen Nielsen, K. (2011). El turismo de la tercera edad en los destinos turísticos consolidados: el caso de la costa del sol. *Espacios y destinos turísticos en tiempos de globalización y crisis*, 383-398.
- Organización de las Naciones Unidas. (2002). *Una sociedad para todas las edades*. Madrid, España: Organización de las Naciones Unidas.
- Sánchez Gonzalez, D. (2008). Adultos mayores en la planeación del espacio turístico rural en Tamaulipas. *Papeles de población*, 1-5.
- Secretaría de Turismo del Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos. (2018). *Visión global del turismo a México*. México: Secretaría de Turismo del Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos.
- Tomasini, C. (27 de marzo de 2017). *Más de 60 y de viaje*. Recuperado el 26 de diciembre de 2018, de Milenio: <http://www.milenio.com/negocios/mas-de-60-y-de-viaje>