



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE QUINTANA ROO

DIVISIÓN DE DESARROLLO SUSTENTABLE

---

# ANÁLISIS DE LOS FACTORES IMPULSORES DEL TURISTA SENIOR EN COZUMEL, QUINTANA ROO

---

TESIS

PARA OBTENER EL GRADO DE

**LICENCIADA EN GESTIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

PRESENTA

**ARELI ABIGAIL CASTILLO MATÚ**

DIRECTOR DE TESIS

**DR. ARMANDO ALBERTO LEÓN LÓPEZ**

COMITÉ DE SUPERVISIÓN

**DRA. CRUZ LÓPEZ CONTRERAS**

**DR. ALFONSO GONZÁLEZ DAMIÁN**



Cozumel Quintana Roo, México, febrero 2024



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE QUINTANA ROO

## DIVISIÓN DE DESARROLLO SUSTENTABLE

Con fundamento en los artículos 4, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44 y 45 del Reglamento de Titulación de la Universidad de Quintana Roo, los miembros del Comité de supervisión de tesis denominado: “**ANÁLISIS DE LOS FACTORES IMPULSORES DEL TURISTA SENIOR EN COZUMEL, QUINTANA ROO**”, elaborado por la C. **Areli Abigail Castillo Matú** (matrícula **20-26077**), otorgamos nuestra anuencia y aprobación del documento de tesis presentado, como requisito para obtener el grado de:

### LICENCIADA EN GESTIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS

#### COMITÉ DE TESIS

DIRECTOR: Dr. Armando Alberto León López

SUPERVISOR: Dra. Cruz López Contreras

SUPERVISOR: Dr. Alfonso González Damián

SUPERVISOR: Mtra. Julia Sderis Anaya Ortiz

SUPERVISOR: Lic. Yessika Omaña Sapien



Cozumel Quintana Roo, México, febrero 2024

## AGRADECIMIENTOS

Quisiera expresar mi profundo agradecimiento a Dios, cuya luz y guía han iluminado cada paso de este viaje académico. Su amor incondicional y su gracia han sido mi fuerza y consuelo en los momentos de dificultad.

A mi amada familia, en especial a mis padres por su inquebrantable apoyo, sacrificio y comprensión a lo largo de los años. Su constante aliento y amor han sido mi mayor motivación para alcanzar esta meta.

Agradezco de corazón a mis respetados y estimados profesores el Dr. Armando Alberto León López, la Dra. Cruz López Contreras, el Dr. Alfonso González Damián, la Mtra. Julia Sderis Anaya Ortiz y la Mtra. Yessika Omaña Sapien cuya sabiduría, orientación y dedicación han sido una fuente inagotable de inspiración y conocimiento. Sus enseñanzas han dejado una huella indeleble en mi formación académica y profesional.

Agradezco sinceramente a los participantes y entrevistados de este estudio, cuyas valiosas experiencias y perspectivas han enriquecido enormemente mi investigación. Sus contribuciones han sido fundamentales para comprender mejor el tema y obtener conclusiones significativas.

Quiero reconocer también el apoyo y la colaboración de mis amigos, quienes me brindaron su amistad, ánimo y consejos durante este proceso.

Por último, pero no menos importante, quiero agradecer a todos aquellos que de una u otra manera han sido parte de este viaje académico, aunque no estén mencionados aquí de manera específica. Su influencia y contribución han sido igualmente valiosas y significativas.

¡Muchas gracias!

Areli Abigail Castillo Matú

## RESUMEN

El objetivo de la investigación es identificar los factores que impulsan el turismo senior en Cozumel, Quintana Roo y resaltar la importancia de comprender las motivaciones de este grupo para adaptar las ofertas turísticas y mejorar su experiencia. Para ello, se utilizó la metodología de historias de vida, realizando entrevistas con turistas senior que visitaron Cozumel a través de cruceros. Los resultados fueron transcritos y presentados en una matriz de relaciones entre categorías de análisis, en la cual se identificó que estos turistas buscan principalmente experiencias de relajación y descanso, apreciando la naturaleza y la cultura local, y valorando especialmente la seguridad y accesibilidad del destino. Se concluye que la valiosa información obtenida y respaldada por los motivadores presentados por los autores analizados como Otoo & Kim (2018) puede ser esencial para el diseño de estrategias de marketing y promoción dirigidas a este segmento específico del mercado turístico

*Palabras clave: Cozumel, Turismo senior, Historias de vida, Motivadores, Factores.*

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	9
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	14
<b>ANTECEDENTES</b> .....	15
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	21
<b>PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	25
<b>SUPUESTO DE INVESTIGACIÓN</b> .....	26
<b>OBJETIVOS</b> .....	27
<b>OBJETIVO GENERAL</b> .....	27
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	27
<b>BASES CONCEPTUALES</b> .....	28
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	44
<b>METODOLOGÍA</b> .....	58
<b>MÉTODO</b> .....	58
<b>MUESTRA</b> .....	58
<b>INSTRUMENTO</b> .....	60
<b>PROCEDIMIENTO</b> .....	64
<b>RESULTADOS Y ANÁLISIS</b> .....	67
<b>CONCLUSIONES</b> .....	91
<b>LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN Y RECOMENDACIONES PARA FUTUROS TRABAJOS</b> .....	96
<b>REFERENCIAS</b> .....	98
<b>ANEXOS</b> .....	106

## INTRODUCCIÓN

El turismo senior, también conocido como turismo de la tercera edad, ha ganado relevancia significativa en la industria turística contemporánea, siendo un reflejo de las transformaciones demográficas en curso a nivel mundial. A medida que la población envejece en diversas regiones, la atención a este grupo demográfico se vuelve cada vez más crucial en la planificación y desarrollo de destinos turísticos (Sánchez González, 2008).

En términos de importancia, el turismo senior se posiciona como un impulso fundamental para la economía turística al representar a una demografía que busca experiencias de viaje adaptadas a sus necesidades particulares. Esta relevancia trasciende lo meramente económico, ya que contribuye activamente a enriquecer la diversidad cultural y promover la comprensión entre distintas generaciones.

Sin embargo, existe la ausencia de información que permita entender las necesidades del turismo gerontológico bajo un modelo sistémico que incluya las diferentes apreciaciones de los actores involucrados, es lo que ha llevado a que el contexto conceptual se haya conformado desde distintas perspectivas analíticas. El turismo gerontológico parte de la premisa de que los momentos de ocio son necesarios para los adultos mayores, toda vez que les permite desarrollarse “desde la participación, creación, recreación, identidad, productividad y aprendizaje” (Marín, García y Troyano, 2006:164).

En cuanto a los aspectos positivos, el turismo senior aporta una serie de beneficios a los destinos turísticos. Por un lado, constituye una fuente estable de ingresos para la industria, dada la solidez económica que caracteriza a este grupo demográfico. Además, las experiencias y preferencias de los turistas mayores pueden estimular la creación de productos turísticos especializados y sostenibles (Elvis Otoo & Kim, 2018). La interacción entre los turistas senior y las comunidades locales también puede resultar en un enriquecedor intercambio cultural, contribuyendo a la preservación de la identidad y las tradiciones locales.

No obstante, junto a estos beneficios, el turismo senior plantea desafíos y consideraciones críticas. La posible saturación de servicios médicos locales, la congestión en destinos y la necesidad de infraestructuras adaptadas son algunos aspectos que demandan atención prioritaria. Asimismo, la sobreexplotación de determinados destinos turísticos podría conducir a la pérdida de autenticidad y ejercer presión sobre los recursos naturales, subrayando la necesidad de un enfoque equilibrado en la gestión de este tipo de turismo.

Esta investigación se ha desarrollado con el propósito de comprender las motivaciones y preferencias de los turistas mayores que eligen Cozumel como destino turístico, con el fin de identificar los factores que influyen en su decisión de viajar a esta ubicación.

El turismo senior, un sector en crecimiento a nivel mundial, se espera que mantenga su importancia en los años venideros. El envejecimiento de la población ha propiciado que cada vez más personas mayores tengan la oportunidad y el deseo de viajar, generando una creciente demanda de productos y servicios turísticos adaptados a sus necesidades y preferencias (Medeiros, Silva, Furtado, & Santos, 2020).

Los adultos mayores buscan cada vez más conocer y experimentar el presente y el momento del “aquí y ahora”. Es así que las personas mayores pueden afectar el crecimiento del turismo económico, ya que se espera que la población que envejece acumule más ingresos disponibles totales en los últimos años, lo que significa que más personas mayores viajarán por placer en los próximos años. La frecuencia de vuelos y la tendencia de estadías más largas aumentan las expectativas para este mercado (Elvis Otoo & Kim, 2018).

A pesar ello, aún persiste la necesidad de una comprensión más profunda de las características distintivas del gasto turístico de los adultos mayores, las limitaciones y facilitadores asociados al turismo senior, así como el impacto de los viajes en la salud de estos turistas. Además, a pesar de que se han realizado estudios sobre el turismo senior en diversas partes del mundo (Huber, Milne & Hyde, 2018; Mary, Winky Kong, & Penny Wan, 2019; Mazo & Puya 2020), hay una escasez de investigaciones específicas sobre este sector en México, y en particular en Cozumel, Quintana Roo.

La importancia de esta investigación radica en el constante crecimiento del turismo senior, un sector con un gran potencial económico y social. Para promover el destino a nivel empresarial y gubernamental para turistas senior, es fundamental comprender las motivaciones y preferencias de este grupo demográfico. Dada la limitada comprensión actual sobre el tema, los profesionales del turismo y los responsables políticos enfrentan desafíos al diseñar estrategias efectivas para atraer y satisfacer a los turistas mayores (Aguilar Palacio, 2017).

Los vacíos de información existentes sobre el turismo senior incluyen la necesidad de comprender mejor las percepciones, motivaciones, limitaciones, necesidades, comportamientos y preferencias de este segmento de la población (Gala, 2018).

En consecuencia, esta investigación busca contribuir ese vacío de conocimiento para una mejor comprensión del turismo senior en Cozumel. Además, aspira a servir como fundamento para el desarrollo de políticas y estrategias turísticas que aborden las necesidades y preferencias de este sector emergente en el turismo como: diseñar actividades culturales y recreativas que se adapten a los intereses de este grupo, como visitas a sitios históricos, museos, y eventos culturales; ofrecer tarifas especiales, descuentos o beneficios adicionales para los turistas senior, incentivando su participación y lealtad, entre otros. Los resultados obtenidos también se anticipan que serán valiosos para otros destinos turísticos en México y en todo el mundo que buscan atraer a turistas mayores.

La metodología empleada en este estudio se basa en un enfoque cualitativo. Se llevaron a cabo entrevistas a turistas tanto internacionales como nacionales, abordándolas desde la perspectiva narrativa, con énfasis en las historias de vida. Este método se eligió debido a las oportunidades que brinda en términos de aceptación por parte de los informantes.

Los supuestos de la investigación sostienen que los turistas mayores que visitan Cozumel están motivados por factores como la belleza natural del lugar, la seguridad, la calidad de los servicios turísticos, y la posibilidad de participar en actividades recreativas y culturales. Además, se espera que la política del turismo gerontológico en México y Quintana Roo tenga un impacto significativo en la decisión de estos turistas de visitar Cozumel.

Los resultados obtenidos de los relatos de los entrevistados confirman estos supuestos, destacando la importancia de estos factores para impulsar la decisión de viajar a Cozumel. Asimismo, se identifica la relevancia de la política del turismo gerontológico en México y Quintana Roo, demostrando cómo los principales factores impulsores del turismo se relacionan con los elementos de esta política como lo son el descanso, el ambiente, la gastronomía, seguridad, entre otros.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La sociedad se encuentra en una etapa en la que está experimentando un proceso de envejecimiento sin precedentes. Los seniors son cada vez más numerosos y muestran gran interés por las nuevas oportunidades que brinda nuestra industria turística. El conocimiento del porqué una persona mayor viaja o no, así como sus necesidades, preferencias y deseos son elementos clave para posibilitar el acceso al consumo turístico. Esta información es crucial sobre todo en aquellos segmentos de mercado nuevos y que probablemente aumentarán (Esichaikul, 2012).

El estudio de las motivaciones es uno de los temas centrales en las investigaciones realizadas en el ámbito turístico. Los estudios sobre motivación son importantes para el marketing, la planificación y la evaluación de servicios. Se entiende por motivaciones del turismo senior, aquellas razones por las que el turista se decide viajar (Medeiros, Silva, Furtado, & Santos, 2020).

La literatura existente sobre el turismo senior se ha centrado en los cambios físicos, psicológicos y sociales, pasando por alto la exploración de la naturaleza de las limitaciones y los facilitadores intrapersonales e interpersonales que se aplican al turismo de personas mayores. Esto es particularmente importante para desarrollar estrategias que reduzcan los efectos negativos y reforzar los efectos positivos sobre la participación y las actividades turísticas de las personas mayores (Mary, Winky Kong, & Penny Wan, 2019).

## ANTECEDENTES

### *Factores impulsores del turismo senior*

Los factores impulsores son conjuntos de deseos y necesidades que hacen actuar a una persona para lograr el objetivo de viajar a un destino o realizar algunas actividades placenteras (Paris & Teye,2010; Pearce y Lee,2005; Tangeland, Vennesland y Nybakk,2013). Una vez satisfecha una necesidad, se reduce el impulso de continuar en una búsqueda psicológica y el turista vuelve a su rutina o entorno normal.

Por otro lado, el término senior proviene del latín y básicamente significa “anciano”. No existe una definición oficial de seniors, y la literatura muestra una gran variación en el uso de este término (Paterson, 2006).

El envejecimiento de la población en muchos países desarrollados ha atraído la atención de la industria del turismo, principalmente debido a su gran tamaño, su creciente poder adquisitivo y el tiempo disponible para viajar después de la jubilación (Esichaikul, 2012).

La vida de los adultos mayores está acompañada de alteraciones en su entorno social con transiciones asociadas en el curso de la vida debido a la jubilación o al aumento de la mortalidad de pares y cónyuges. Es por ello que la tercera edad puede ser percibida como un período de la vida asociado con el crecimiento y las oportunidades (Liechty, Yarnal y Kerstetter, 2012).

Es así que el turismo senior tiene factores impulsores y restricciones intrapersonales que influyen en sus preferencias de ocio y determinan la probabilidad de tomar decisiones que influyan en el consumo de un determinado producto turístico (Medeiros, Silva, Furtado, & Santos, 2020).

Comprender las motivaciones de viaje y los comportamientos de los adultos mayores es esencial para que los operadores de viajes compitan en este mercado potencialmente creciente (Crompton, 1979; Jang y Wu, 2006).

Dado que el mercado de viajes para personas mayores es un segmento en rápida evolución, las motivaciones pueden cambiar con el tiempo (Paris & Teye, 2010; Pearce y Lee, 2005) y en diferentes ámbitos geográficos.

### *Objetivos de estos factores impulsores*

El hecho de que los turistas senior dispongan de tiempo, y puedan viajar sin restricciones estacionales o laborales, permite al sector turístico superar la estacionalidad, muy común en los destinos de sol y mar, haciendo que la economía del turismo senior sea muy atractiva económicamente y merezca la atención de gobiernos y políticas de turismo. Las personas mayores contribuyen a promover el desarrollo de la economía local (Medeiros, Silva, Furtado, & Santos, 2020).

En este contexto, la transformación del uso del tiempo libre en los adultos mayores en un tiempo de ocio activo, a través de la práctica de ciertas actividades como el turismo o la intervención de activación en forma de viajes; supone diversos beneficios biológicos, psicológicos y sociales que generen satisfacciones personales y les den razones para vivir (Mecohisa, 2011:33; Villa, 2012: 110; Hrnjié, Suta & Pilav, 2016: 5).

Es así que la revelación de los factores impulsores entre los turistas mayores puede proporcionar a los destinos, los países emisores de turistas y los investigadores de mercado el conocimiento para desarrollar medidas apropiadas con el fin de promover los atributos importantes del atractivo de un destino, también permitirá a la industria y a los investigadores prestar atención e implementar métodos prácticos para promover el bienestar de las personas mayores a través de los viajes de placer (Elvis Otoo & Kim, 2018).

Conocer los factores también ayuda a mejorar las instalaciones y servicios turísticos para satisfacer la creciente demanda del mercado de personas mayores. Por tanto, el atractivo y la sostenibilidad de estas instalaciones turísticas se pueden mejorar y utilizar en general (Mary, Winky Kong, & Penny Wan, 2019).

Comprender los requisitos de viaje de los viajeros mayores ayuda a los planificadores y comercializadores de turismo a diseñar estrategias de mercado específicas y adaptar los productos turísticos a las necesidades potenciales de los viajeros mayores (Esichaikul, 2012). Si lo hace, aumentará su nivel de satisfacción (Gómez Aguilera & Cardiff, 2020).

Desde una perspectiva de gestión, una mejor comprensión de las limitaciones y los facilitadores del turismo de la tercera edad puede ayudar a las empresas a desarrollar estrategias para reducir los efectos negativos y reforzar los efectos positivos sobre la participación y las actividades turísticas. El desarrollo de productos y servicios turísticos que anticipen las limitaciones para viajar puede facilitar la continuación de los viajes hasta la vejez (Huber, Milne & Hyde, 2018).

La motivación de los turistas mayores ayuda, entre otras cosas, a identificar y comprender los atributos preferidos de los destinos, y proporciona un medio para hacer coincidir los segmentos correctos con los productos turísticos de un destino. Al mejorar nuestro conocimiento sobre el turismo para adultos mayores, la industria del turismo, los destinos y los formuladores de políticas estarán mejor preparados para los próximos desafíos demográficos (Huber, Milne & Hyde, 2018).

Así mismo al conocer los impulsores también conocemos las barreras, una de las barreras que muchas veces pasamos por alto es “el personal”, pues este en ocasiones no tiene las actitudes correctas para comunicarse con los turistas mayores, es por lo que al conocer esto las empresas deben ofrecer a su personal una capacitación adecuada para ofrecer un servicio de calidad a las personas mayores.

### *Cambios en el turismo*

El turismo senior, como una economía de nicho en crecimiento, requiere la adopción de políticas turísticas en un contexto de desarrollo sostenible, incluyendo medidas ambientales, de accesibilidad, de salud y de seguridad (Medeiros, Silva, Furtado, & Santos, 2020).

Los adultos de mediana edad y las personas mayores de clase media y alta buscan cada vez más conocer y experimentar el presente y el momento del “aquí y ahora”. Es así que las personas mayores pueden afectar el crecimiento del turismo económico, ya que se espera que la población que envejece acumule más ingresos disponibles totales en los últimos años, lo que significa que más personas mayores viajarán por placer en los próximos años. La frecuencia de vuelos y la tendencia de estadías más largas aumentan las expectativas para este mercado (Elvis Otoo & Kim, 2018).

En el mercado se ha implementado el turismo accesible, el cual trata de construir la igualdad de derechos para todos los destinos, productos y servicios a través del diseño inclusivo (Darcy & Dixon, 2009; Pale, 2015). Así lo afirma la Red Europea de Turismo de Concienciación [ENAT] (2011).

El turismo accesible es una necesidad del desarrollo sostenible porque se adapta a futuros desarrollos. La accesibilidad no sólo es necesaria para las personas con discapacidad, sino también para personas mayores con problemas físicos a corto o largo plazo e incluso con niños pequeños (Leedner, 2006).

Es por ello que la implementación de instalaciones accesibles es esencial para que muchas personas mayores accedan a los sitios turísticos. Desde una perspectiva socio personal, viajar contribuye a

la mejora de la calidad de vida y favorece el envejecimiento activo ( Mary, Winky Kong, & Penny Wan, 2019).

## JUSTIFICACIÓN

La vejez es la etapa de la vida en donde se establece disfrutar de los beneficios alcanzados en el ámbito laboral, económico, familiar y social. Por lo antes expuesto, el tema del envejecimiento se debería considerar como una prioridad de salud pública, y sería recomendable que se realizaran acciones pertinentes para que las personas adultas mayores tengan la mejor atención y calidad de vida posible (Rivera Silva et al., 2018).

En todo el mundo, las personas viven más tiempo que antes. Hoy la mayor parte de la población tiene una esperanza de vida igual o superior a los 60 años. Todos los países del mundo están experimentando un incremento tanto de la cantidad como de la proporción de personas mayores en la población. En 2019, la cantidad de personas mayores de 65 años superó los 700 millones. Ese mismo año, también primera vez en la historia, los adultos mayores superaron en cantidad a los niños menores de cinco años (Konrad-Adenauer-Stiftung, 2021).

Las Proyecciones de Población de las Naciones Unidas (2010) indican que el envejecimiento de la población mundial es el cambio demográfico más profundo de la historia. Se proyecta que el sector de adultos mayores crezca hasta el 2080, alcanzando un máximo de 241 millones. La creciente participación de las personas mayores en las actividades turísticas, combinada con el progreso demográfico, ha llevado a los gobiernos y proveedores de actividades a priorizar el mercado de las personas mayores (Osuna Soler, 2021).

En México, las personas mayores pronto serán uno de los segmentos de mercado prospectivos más grandes para las industrias de la hospitalidad y los viajes, debido al creciente número de personas que envejecen en la sociedad moderna. El crecimiento del turismo senior favorece y promueve las

oportunidades de negocio y empleo en las poblaciones visitadas, mejorando la infraestructura y la accesibilidad hacia este grupo poblacional, y a su vez ayuda al desarrollo de las comunidades y el bienestar de sus habitantes a través de la economía que estas generan, coadyuvando al progreso de los diferentes municipios en el país (Secretaría General Iberoamericana et al., 2021).

Desde los inicios del siglo XXI las personas que tenían una edad mayor de 65 años no sobrepasaban los 5'000,000 de habitantes, mientras que la Encuesta Intercensal 2015 reportó que en el 2015 había 12.4 millones de personas mayores de 65 años. Asimismo, según estimaciones del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), se prevé que para el año 2030, la población mayor de 60 años será de más de 20 millones de individuos y para el 2050 se estima que esta población de adultos mayores constituirá el 27.7% de la población mexicana (Rivera Silva et al., 2018).

El envejecimiento de la población en muchos países desarrollados ha atraído la atención de la industria del turismo, principalmente debido a su gran tamaño, su creciente poder adquisitivo y el tiempo disponible para viajar después de la jubilación (Esichaikul, 2012).

La vida de los adultos mayores está acompañada de alteraciones en su entorno social con transiciones asociadas en el curso de la vida debido a la jubilación o al aumento de la mortalidad de pares y cónyuges. Es por ello que la tercera edad puede ser percibida como un período de la vida asociado con el crecimiento y las oportunidades (Liechty, Yarnal y Kerstetter, 2012).

Es así que el turismo senior tiene factores impulsores y restricciones intrapersonales que influyen en sus preferencias de ocio y determinan la probabilidad de tomar decisiones que influyan en el consumo de un determinado producto turístico (Medeiros, Silva, Furtado, & Santos, 2020).

El entender los factores motivacionales es el primer paso integral en la exploración de las perspectivas del segmento de turismo senior. Numerosos factores incluyen una mejor provisión de atención médica, mejores planes de bienestar social y una mejor comprensión del ocio para el bienestar físico y mental de los adultos mayores. El evidente crecimiento de la importancia del bienestar de la población mayor se refleja en el establecimiento de ofertas turísticas nacionales e internacionales, es por lo que se necesita una mayor conciencia en el desarrollo de las necesidades específicas de las personas mayores de hoy en día (Elvis Otoo & Kim, 2018).

Los beneficios que se espera obtener del mercado del turismo senior también tendrán un impacto en el sector hotelero, donde los turistas de la tercera edad pronto constituirán uno de los segmentos de mercado prospectivos más grandes para las industrias hotelera, de restaurantes y de tiendas departamentales (Elvis Otoo & Kim, 2018).

Reunir una comprensión profunda de los factores impulsores emergentes entre las personas mayores es una dirección importante para el desarrollo de campañas de promoción y marketing, la implementación de seguros de viaje y la adecuación de actividades para el segmento turístico senior. Así mismo se obtendrá una mayor profundidad en los trabajos de investigación existentes sobre los motivos de viaje entre las personas mayores. Los resultados son valiosos para formular marcos innovadores y de mayor especificidad con respecto a la promoción del ocio como un optimizador de la calidad de vida entre las personas mayores (Elvis Otoo & Kim, 2018).

El Estado de Quintana Roo, en México, se destaca como uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional e internacional, gracias a su rica historia y sus impresionantes paisajes naturales. Desde la época de la civilización maya hasta la actualidad, Quintana Roo ha cautivado a visitantes con sus playas de arena blanca, selvas exuberantes y aguas cristalinas del Caribe Mexicano (Carballo Sandoval, 2005).

Destinos emblemáticos como Cancún, Cozumel, Tulum y Playa del Carmen atraen anualmente a millones de turistas de todo el mundo, quienes buscan explorar los tesoros naturales que la región tiene para ofrecer (Pérez Villegas & Carrascal, 2017).

A pesar de los desafíos, Quintana Roo ha demostrado resiliencia en su industria turística, con una notable recuperación en 2021 luego de experimentar una disminución del 47% en la actividad turística en 2020 debido a la pandemia. Actualmente, la región muestra signos prometedores de recuperación, con un aumento significativo en la afluencia de turistas y una ocupación hotelera que refleja la vitalidad de su industria turística (DataTur, s. f.).

Cozumel es una de las islas más grandes y pobladas de México (500 km<sup>2</sup>). Hoy en día Cozumel despierta un gran interés turístico con los arrecifes más asombrosos para snorklear, practicar ecoturismo y jugar golf donde también se une tradición, sabor y alegría, esto hace que sea una de las más visitadas. La mayor parte del territorio virgen al centro de la isla de Cozumel se encuentra cubierto por selva y lagunas cenagosas que son el hogar de pequeños mamíferos y aves endémicas (SEDETUR, 2018).

Según el Programa Destinos México (2021) Cozumel cuenta con una gran variedad de hoteles de todas las categorías, restaurantes y bares para todos los paladares y diversas tiendas que va desde las más sencillas artesanías hasta las más lujosas joyerías. En Cozumel el segmento de edad predominante es de 40 a 49 años y destaca que los amigos y visitas anteriores son las principales razones para haber escogido Cozumel. Debido a esto, las principales actividades e infraestructura turística de la Isla de Cozumel se han centrado en satisfacer las necesidades de ocio de personas jóvenes y adultas, es por lo que el objetivo de este estudio es identificar los factores impulsores de los turistas senior que visitan Cozumel y presentar la información para la implementación de estrategias en el turismo.

## **PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

Es por lo que para esta presente investigación se ha planteado la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los factores impulsores del turista senior en Cozumel, Quintana Roo?

Esto con la finalidad de perfeccionar las estrategias de innovación de los destinos turísticos dirigidos al turista senior que puedan influir en el consumo de un determinado producto turístico y viajar a un destino (Elvis Otoo & Kim, 2018).

## **SUPUESTO DE INVESTIGACIÓN**

Los factores que impulsan al turista senior se encuentran relacionados con la salud, seguridad e infraestructura.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Analizar los factores impulsores que los turistas senior identifican y encuentran en su experiencia de viaje en el destino turístico Cozumel.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar los factores impulsores del turista senior que arriba a Cozumel con respecto a la actividad turística.
- Describir las motivaciones y preferencias de los turistas senior que seleccionan Cozumel como destino turístico, mediante la recopilación y análisis de historias de vida.
- Comprender la influencia de los factores impulsores en la experiencia de turistas senior.

## **BASES CONCEPTUALES**

### *Investigaciones del turismo senior*

El segmento del turismo senior es un sector cada vez más emergente en la actualidad. El aumento de la esperanza de vida asociado a una mayor calidad de vida, que contiene experiencias de bienestar y felicidad, dan lugar al turismo senior en todo el mundo.

Para conocer más sobre lo que ya se conoce del turismo senior, se han seleccionado artículos de investigación de diversas categorías como: El concepto y desarrollo del turismo senior, el perfil del turista senior, elementos que intervienen en sus motivaciones de viaje como lo son sus expectativas, experiencias y compromisos, las características distintivas del gasto turístico de los mayores, las limitaciones y los facilitadores que se aplican, las consecuencias para la salud de los viajes, entre otras (Huber, Milne & Hyde, 2018; Bakucz, Cserhádi Keresztély & Michalkó, 2021; Rodríguez, Cano & Priego, 2021).

Estos artículos contribuyen a comprender las preferencias de las personas mayores al examinar sus comportamientos de consumo, las barreras que encuentran y sus preocupaciones con respecto al viaje ( Mary, Winky Kong, & Penny Wan, 2019).

Por otro lado los artículos literarios se han enfocado a identificar las publicaciones relevantes sobre las motivaciones de viaje de los turistas senior, ha conocer los enfoques metodológicos aplicados en el estudio de las motivaciones de viaje de los turistas mayores, ha identificar variables que son importantes en los esquemas de motivación de viajes para personas mayor, ha comparar las motivaciones de viaje de los turistas mayores y otros esquemas de viaje y a

proporcionar una clasificación conceptual de las motivaciones de viaje para los turistas mayores (Elvis Otoo & Kim, 2018).

*Autores que aportaron al turismo senior*

Para llevar a cabo este estudio fue necesario la recopilación de 12 artículos relacionados con el turismo senior. Se analizaron revistas, libros y diarios de diversos países y en diferentes idiomas. Cada uno con un enfoque, perspectiva y objetivo diferente propiciado por el autor.

Los diversos artículos seleccionados fueron escritos por: María Lyssette Mazo Quevedo, Trinidad Cortés Puya, Raquel Adriana Rodríguez Santos, Luz Alejandra Cano Collado, Heberto Romeo Priego Álvarez, María-José Gómez-Aguilellaa, John Cardiff, Eddy-U Mary, Tong I Winky Kong, Yim King Penny Wan, Teresa Medeiros, Osvaldo Silva, Sheila Furtado, Carlos Santos, Félix Elvis Otoo, Seongseop (Sam) Kim, Fereshteh Pezeshkia, Saeid Saeida Ardekania, Masood Khodadadi, Seyed Mahdi Alhosseini Almodarresia, Faride Sadat Hosseini, Dominik Huber, Simón Milne, Kenneth F Hyde, Marta Dr. Bakucz, Tibor Keresztély, Ilona Cserháti, Gábor Michalkó, María Helena Pestana, Wan-Chen Wangy Artur Parreira, Olga Nikitina, Galina Vorontsova, Philippa Hunter-Jones y Adele Blackburn.

### *Identificación de vacíos*

La revisión de los artículos destaca una serie de lagunas en la investigación que deben abordarse. Dado que las personas mayores son un segmento de mercado grande y en crecimiento, las investigaciones no logran cubrir todos los apartados de investigación, es ahí cuando surgen los vacíos.

El primer vacío que se identificó fue que los operadores desconocen las circunstancias en las que las personas mayores visitan ocasionando la falta de identificación de las áreas de mejora. Otro vacío es la falta de conocimiento en términos cuantitativos sobre el impacto real del turismo senior, ya que no existen indicadores que permitan su medición (Mazo & Puya 2020).

El siguiente vacío parte de la falta de establecimiento de un margen oficial de edad para referirse a los turistas senior, ya que muchos artículos manejaron diversas edades para dirigirse a los turistas senior, puesto que algunos contenían información de personas desde los 50 años, otros desde los 60 años y 75 en adelante, La justificación más común mencionada para el predominio del criterio mínimo de 55 años citado en la literatura se relaciona con los 55 años establecidos como la edad mínima de jubilación en muchos países (Elvis Otoo & Kim, 2018).

Así mismo existe la necesidad de investigar parte de la población senior que viaja sin acompañante, es decir, muchos de ellos viajan solos por lo que éste presenta un gran riesgo el viajar debido a las discapacidades físicas, la vista debilitada y la disminución de la movilidad, el deterioro cognitivo puede causar olvidos, procesamiento de información más lento y más dificultad para comprender el lenguaje (Mary, Winky Kong, & Penny Wan, 2019; Mazo & Puya 2020).

Existe una escasez de investigaciones que hayan explorado en qué medida los eventos históricos y contextuales de la vida inciden en los patrones de viaje de la población mayor (Huber, Milne & Hyde, 2018).

Un gran vacío presente en la investigación es que las personas mayores de otros países pueden tener diferentes preferencias o experiencias, por lo que se deben realizar estudios similares en diferentes contextos para investigar si las actitudes hacia las visitas de los países analizados y las barreras identificadas se experimentan en otros lugares (Mary, Winky Kong, & Penny Wan, 2019).

*Avances en el turismo senior*

Si bien los resultados de esta investigación no pueden generalizarse debido a la cobertura geográfica limitada tanto con respecto al origen como al destino y debido a la baja tasa de respuesta, este sugiere que conocer el conjunto de inquietudes y conocimientos recogidos previamente sobre los viajes de los turistas senior supone una importante contribución al enriquecimiento de la investigación turística senior y a la mejora y/o desarrollo de productos turísticos adaptados al envejecimiento de la población (Gómez Aguilera & Cardiff, 2020).

Durante la investigación se ha logrado identificar los principales dominios de motivación de los turistas mayores fueron, en orden de rango: atractivo del destino, socialización, conocimiento, la diversidad de los recursos naturales y culturales, el acceso sin barreras a las atracciones turísticas y recreativas, la provisión de instalaciones y servicios relacionados con las personas mayores, la calidad de las operaciones turísticas exclusivas para personas mayores, seguridad, los seguros, la novedad y el escape, el descanso y la comodidad. Es importante comprender que estas motivaciones son dinámicas y evolucionan (Pezeshki, Ardekani, Khodadadi, Alhosseini Almodarresi & Hosseini, 2019; Mazo & Puya 2020).

Así mismo gracias a la información que se ha publicado en los últimos 37 años sobre el turismo senior, se han logrado grandes cambios que impulsan este tipo de turismo. Algunos logros son:

- El Instituto de Mayores y Servicios Sociales [IMSERSO] en España y el Instituto Nacional para el Aprovechamiento del Tiempo Libre de los Trabajadores [INATEL] en Portugal, promueven políticas para el envejecimiento activo a través de las

prácticas turísticas en este grupo etario; las cuales han permitido el incremento de la demanda turística en destinos nacionales.

- En los Estados Unidos se han establecido departamentos intraestatales para abordar el bienestar de las personas mayores. Ejemplos de estos incluyen la Comisión de Tennessee sobre el Envejecimiento y la Discapacidad, los Servicios para Adultos y Envejecimiento de Utah, la Administración de Apoyo a Largo Plazo y Envejecimiento de Washington y el Departamento para el Envejecimiento de Nueva York. Se puede observar una tendencia similar en otros países, como la Secretaría Nacional de Ancianos de Sri Lanka, el Consejo Nacional de Ancianos de Canadá y el Instituto de Desarrollo de la Fuerza Laboral para Ancianos de Corea. Estos departamentos son independientes o se fusionan con otras divisiones de bienestar social, en particular, servicios para discapacitados, servicios para adultos, servicios de atención médica, servicios de atención comunitaria, servicios de atención a largo plazo o servicios de vida independiente.
- Alrededor de 5 millones de hogares en los Estados Unidos tienen miembros de tres generaciones: los hijos y los nietos suelen ir de vacaciones con los abuelos. Los complejos hoteleros y turísticos desarrollan un apartamento de invitados multifuncional para la "familia extendida" debido a sus viajes más largos (hasta 30-60 días) y los intereses de una variedad de generaciones (Nikitina, & Vorontsova, 2015).
- En países americanos se han comenzado a establecer una serie de programas de turismo senior vinculados a las políticas de turismo social.

- Ecuador, en el año 2010, dio a conocer el Plan de Turismo [PLANDETUR], diseñado por el Ministerio de Turismo, el cual promueve el derecho del adulto mayor al turismo interno del país, ofertándose esencialmente en los destinos de sol y playa, además de los Andes, Amazonía y Galápagos.
- En Uruguay, el Sistema Nacional de Turismo Social presentó en el año 2006 una serie de instrumentos para otorgar beneficios a su población, entre ellos se encuentra el Turismo para Tercera Edad; su mercado meta se integra de jubilados y pensionados con el objetivo de subvencionar sus vacaciones.
- Brasil puso en marcha acciones que inscribieron el derecho a la práctica turística en los ciudadanos de edad avanzada, ordenado legalmente dentro de la Política de Estado.
- En el año 2005 el gobierno inició la difusión del programa Viaja Mais Melhor Idade, proyecto incluido en el Plan Nacional de Turismo 2007-2010, que fomentó los viajes entre las personas mayores de 60 años y jubilados pensionados, procurando que se realicen durante las temporadas bajas a fin de potenciar la cadena productiva del turismo nacional.
- El tema del turismo senior en Chile fue incorporado en el año 2001 mediante el establecimiento de programas relacionados con el turismo social, mediante acciones encaminadas a promover el derecho al turismo, especialmente con el programa de Vacaciones de Tercera Edad, el cual propone la vinculación de empresas turísticas y el otorgamiento de un subsidio parcial y diferenciado al costo del paquete turístico.

- En México, el derecho al turismo en los adultos mayores, desde un enfoque social, está garantizado a través de la Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores de México la cual indica en su artículo 23; que corresponde a la Secretaría de Turismo [SECTUR] impulsar la práctica del turismo en los adultos mayores a través de la promoción con tarifas preferentes en coordinación con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Secretaría de Educación Pública.
- El Programa Nacional Gerontológico 2016 2018, en su objetivo 4.1.2 exhorta al Consejo Nacional de Cultura [CONACULTA], a la SECTUR y al Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores [INAPAM] a colaborar en el desarrollo de actividades referidas al segmento del turismo social a fin de contribuir al esparcimiento de los adultos mayores.
- En años recientes, el INAPAM y la SECTUR, en conjunto, promovieron la idea de la recreación del adulto mayor mediante principios del turismo social, de la cual se desprendieron dos programas: Tarjeta INAPAM y el Programa de Turismo Gerontológico, Distintivo G. El programa de Distintivo G fue presentado al Consejo Ciudadano en el año 2010 como un sistema de certificación dirigido a empresas turísticas para promover y garantizar a los adultos mayores el equipamiento y la infraestructura adecuada para su accesibilidad y seguridad en las instalaciones y servicios recreativos. Los objetivos específicos de este programa estuvieron encaminados a la capacitación y sensibilización de los recursos humanos en materia gerontológica, así como en la verificación de aquellos elementos físicos que pudieran representar obstáculos para la seguridad y accesibilidad del turista senior. Además de la planificación de programas ocio turísticos apropiadas a las demandas naturales de

este segmento y finalmente, la certificación de las empresas turísticas que cumplieran con las características señaladas anteriormente.

- La idea del proyecto de certificación del turismo senior se gestó en el 2009 por el Centro de Especialización de Desarrollo Humano, con sede en Tabasco, el cual hasta hoy se establece como el consultor o gestor de calidad del Distintivo G. El proyecto se fundamentó con base en la Ley de las Personas Adultas Mayores, así como en la NMX-TT-06 sobre los requisitos mínimos de calidad en el servicio de las instalaciones de hospedaje, la NOM-001-STPS-2008 y la NOM-002-STPS-2000 sobre condiciones de seguridad en los centros de trabajo; así como en la NOM-003 SEGOB-2002 de protección civil.

Estos representan una parte de los avances que se han generado en el mercado del turismo senior. Sin embargo, es importante seguir investigando ya que año con año surgen nuevas oportunidades de mejora las cuales se pueden implementar para ofrecer productos y servicios adecuados para el turista mayor.

### *Dimensión de variables en la investigación*

Con la finalidad de conocer las dimensiones que se han aplicado durante las investigaciones en los artículos, se identificó las dos maneras de análisis documental las cuales son: Entrevistas a turistas mayores y Análisis de artículos literarios del turismo senior.

En las variables de las entrevistas se obtuvieron respuestas de adultos mayores de edad promedio en un rango menor de 50 y el mayor de 88 años. Dos razones guían esta delimitación. En primer lugar, los síntomas más evidentes del envejecimiento, como el envejecimiento del cabello, la fragilidad, las arrugas y otras pérdidas de capacidades funcionales, son más notables entre las personas de 50 años o más. En segundo lugar, aunque algunos investigadores utilizan el envejecimiento cognitivo y social para definir a las personas mayores, estos se consideran menos objetivos y difíciles de medir (Elvis Otoo & Kim, 2018).

Así mismo la procedencia de los turistas seniors entrevistados se concentró en diversas ciudades y países como: Tabasco, Alemania, Reino Unido, Portugal, Irlanda, Asia, Hong Kong, Hungría, Azores, entre otros.

También se entrevistaron empresas turísticas como: hoteles, restaurantes, transportadoras turísticas, agencias de viaje, embarcaciones recreativas; en las que se entrevistaron preferentemente a gerentes o, en su ausencia, al personal de contacto u otro con mayor rango jerárquico (Mary, Winky Kong, & Penny Wan, 2019).

Las entrevistas duraron entre 15 y 32 minutos y se realizaron en cantonés, mandarín o inglés, según las preferencias de los encuestados. Cada entrevista se inició con una breve introducción. Se informó a los entrevistados de los propósitos de la entrevista y se permitió

a los investigadores grabar las conversaciones. Algunos de los datos obtenidos contienen variables agregadas por grupo de edad, sexo, estado de salud, año de viaje, actividad económica, nivel educativo, lugar de residencia, modo de transporte, tipo de alojamiento, duración de estadía y el destino de viaje. Las entrevistas se transcribieron al inglés en base a grabaciones de audio (Mary, Winky Kong, & Penny Wan, 2019; Pezeshki, Ardekani, Khodadadi, Alhosseini Almodarresi & Hosseini, 2019; Bakucz, Cserhádi Keresztély & Michalkó 2021).

Para algunas encuestas a los participantes se les presentó un conjunto de preguntas relacionadas con cada una de las variables analizadas. Se analizaron categorías como: contexto turístico, competitividad turística, gasto turístico y motivaciones de viaje. Se pidió a los participantes que expresaran sus opiniones indicando su posición sobre cada pregunta en una escala anclada en 1 (completamente en desacuerdo) a 5 (completamente de acuerdo) y en algunas encuestas se utilizaron preguntas abiertas (Mazo & Puya 2020; Bakucz, Cserhádi Keresztély & Michalkó 2021).

Para realizar el análisis de artículos literarios del turismo senior se recolectaron datos de manera electrónica en las bases Web-of-Science, ScienceDirect, Redalyc, ReseachGate, Google Scholar ([www.erudito.google.com](http://www.erudito.google.com)), Web of Science [WoS] ([www.webofknowledge.com](http://www.webofknowledge.com)), y Scopus ([www.scopus.com](http://www.scopus.com)). Utilizando el campo 'Título del artículo/Resumen/Palabras clave/Autores' del motor de búsqueda Scopus y el filtro 'Autor/Título/Fuente/Resumen' del filtro WoS. Los términos de búsqueda incluyeron 'turistas mayores', 'turistas maduros', 'turistas grises', 'turistas plateados', 'pájaros de la nieve' y 'viajes mayores'. Los términos se refinaron según corresponda agregando los apéndices 'motivación' y 'motivos' a cada uno de los términos de búsqueda. Los artículos seleccionados debían ser

publicados entre los años 1980 y 2020 (Elvis Otoo & Kim, 2018; Pestana, Wang & Parreira, 2020; Rodríguez, Cano & Priego 2021).

Se analizaron revistas citadas y autores citados; análisis de concitación de referencias citadas, análisis de coautoría de países e instituciones; análisis de coocurrencia de palabras clave y revistas de turismo (incluyendo ocio y hospitalidad); eliminación de publicaciones repetidas; y la inclusión de solo documentos que trataran parcial o totalmente las motivaciones de viaje de los turistas mayores. La selección de revistas se limitó a las revistas de turismo, ocio y hotelería identificadas y se excluyó artículos conceptuales, artículos de revisión, disertaciones, notas de investigación, artículos de conferencias, entre otros. Se seleccionaron trabajos publicados en idioma inglés (Elvis Otoo & Kim, 2018; Pestana, Wang & Parreira, 2020; Rodríguez, Cano & Priego 2021).

Gracias a esta información se pudo conocer la información relevante y los vacíos en el turismo senior de años anteriores.

### *Insuficiencia de información*

En el mercado del turismo senior existe mucha falta de información importante. En primer lugar, los diversos ítems utilizados para medir las motivaciones de los turistas mayores no son claros por lo que para abordar esta brecha, existe la necesidad de investigar críticamente qué constructos se aplican con mayor frecuencia en la investigación de las motivaciones de los turistas mayores (Mazo & Puya 2020).

También se reveló que la búsqueda de conocimiento como motivo perteneciente al segmento de viajes de la tercera edad rara vez se ha abordado como un factor independiente, aunque una revisión de la literatura sobre turismo educativo establece algunos trabajos realizados en este sentido. Sin embargo, gran parte de esto se ha tratado en términos de gestión de exhibiciones en museos y estudios/gestión de visitantes en general. Es por lo que es necesario que se realicen estudios únicamente relacionados al turismo senior (Elvis Otoo & Kim, 2018).

En las respuestas obtenidas en las entrevistas se indicó que pese a la variedad de oferta, el turismo senior no se ha desarrollado exitosamente a causa de la falta de instalaciones básicas para atender a las características y necesidades de los adultos mayores. Los gestores refieren que existe una carencia de infraestructura en la industria turística. Asimismo, sugieren que la falta de higiene en las instalaciones públicas es un factor sumamente negativo en la actividad turística y refieren que, en ocasiones, el clima extremadamente caluroso y húmedo en ciertas épocas del año, puede generar cierta incomodidad en los visitantes que provienen de zonas frías. También resaltaron la necesidad de consolidar sitios turísticos específicos para este segmento, o bien, llevar a cabo actividades como festivales gastronómicos y culturales (Mazo & Puya 2020).

De igual manera se señaló la falta de acceso a medios de comunicación o sitios específicos que brinden información sobre la ubicación de los destinos. Se sabe que su fuente de información principal es mediante la familia, amigos, conocidos y vecinos; que tienden a leer periódicos y escuchar la radio y que la mayoría de los representantes del turismo senior utiliza canales de comercialización tradicionales como turoperadores, agencias de viajes, organismos públicos, entre otros. No obstante, cada vez más, emplea canales asociados a las tecnologías de la información y las comunicaciones, incluyendo Internet y las redes sociales. Esto supone una oportunidad para implementar el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en el enriquecimiento de las experiencias de los turistas senior (Rodríguez, Cano & Priego 2021).

Gracias a los estudios se identificaron cinco barreras físicas principales que las instalaciones turísticas han pasado por alto y que estas afectan directamente al turista senior. Estas barreras son: señalización confusa/poco clara, idioma, personal poco servicial, escaleras mecánicas rápidas, iluminación insuficiente y pisos de mármol resbaladizos. Además, por el bien de las personas mayores y otras personas con movilidad reducida, se deben crear áreas de descanso con asientos y carteles que den prioridad a las personas mayores y otras personas que necesitan instalaciones accesibles. Tener estos espacios de descanso puede brindarles a las personas mayores una sensación de seguridad y alentarlos a permanecer más tiempo en el entorno (Mary, Winky Kong, & Penny Wan, 2019).

De igual manera, no hay que olvidar que impartir una buena capacitación al personal que trata con el turista ayuda a brindar un servicio amigable para las personas mayores, así como también supervisar la calidad del servicio del personal durante la operación diaria. Puesto que en muchos estudios se encontró que los visitantes con discapacidad experimentaron que el personal pasara sus problemas a otro personal para que los manejara o hablara con los acompañantes sin discapacidad

de los visitantes en lugar de hablar directamente con las personas discapacitadas, lo que los hizo sentir excluidos y decepcionados. Los consumidores mayores también pueden experimentar actitudes negativas o discriminación (Mary, Winky Kong, & Penny Wan, 2019).

Si bien para el turista mayor es importante la salud, es por lo que al momento de viajar la mayoría contrata un seguro de viaje. Sin embargo, se pudo identificar que las compañías de seguros normalmente cobran más a los viajeros mayores porque representan un mayor riesgo durante las vacaciones, especialmente por reclamos médicos. Es por lo que se recomienda que en los paquetes de viajes se ofrezcan seguros de acuerdo a una evaluación individual de salud del turista para evitar cobros innecesarios (Hunter & Blackburn, 2007).

Como se cuenta hasta el momento, son varios los aspectos faltantes por abordar, el turismo todavía está poco explorado, específicamente en lo que respecta al turismo de personas mayores. Por lo que será oportuno en futuros estudios fijarse en los aspectos que los turistas mayores tienen en cuenta a la hora de planificar un viaje de ocio, que pueden influir en su decisión de viajar y, en última instancia, en la elección de su destino.

## MARCO TEÓRICO

La presente investigación se basa en demostrar cuales son los factores que impulsan al turista senior a que se vayan de vacaciones, así como su interacción e influencia en el turismo y sus variables de mercado, tanto las necesidades como las motivaciones son los engranajes que dan movimiento a la actividad turística, sin estos elementos la misma ira en declive. Esta constituye una novedad no sólo en cuanto a su objeto de estudio se refiere, sino en cuanto a la perspectiva psicosocial que se adopta para el análisis en el cual se involucra la parte emocional que hacen que las personas.

El turismo antes que ser considerado como un fenómeno que debe ser estudiado de forma científica, decide enfocarse en la parte psicológica ya que los impulsos generan necesidades y estas basadas en experiencias ya sean pasadas, presentes o futuras dan satisfacción.

Actualmente el turismo representa una parte muy importante de la economía de los países, siendo una actividad que ha sabido adaptarse a los cambios sociales y económicos producidos a lo largo del tiempo, ejemplo de ello es el turismo senior. En este sentido, es importante indicar que el cambio demográfico ha provocado que el turismo de adultos mayores sea uno de los mercados en mayor crecimiento dentro de la industria turística.

Es en este contexto las diversas motivaciones que los potenciales turistas generan tienen una influencia directa sobre el tipo de vacaciones. Aunque la gama de motivos de viaje es tan amplia como el número de personas vacacionando, en este trabajo se utilizarán trece grupos principales basados en los elementos de socialización, escape, hedonismo, descanso y comodidad, calidad,

atractivo del destino, oportunidad de viaje, ego, actualización, novedad, bienestar, nostalgia y conocimiento.

## **TURISMO**

La OMT (2011) sostiene que *“el turismo son las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”*

La OMT calcula que para el año 2050 la población de 60 y más años llegará a representar más de 2.000 millones de viajes internacionales, frente a los 593 millones que supuso en 1999 (Patterson, 2006). Por lo tanto, para poder atender a las necesidades en materia de turismo de este mercado, es preciso un conocimiento minucioso del mismo.

Según Sulvaran (2010) los motivos por los que las personas viajan, son cuestiones psicológicas las que permiten satisfacer un deseo; *“es decir que la satisfacción de ese deseo es lo que nos moverá, nos impulsará para transformarnos en turistas; para viajar”*.

La OMT establece tres grupos principales de motivaciones, que a su vez se dividen en diferentes necesidades:

Motivaciones personales: El ser humano necesita estar en relación con el medio ambiente para estar en equilibrio (cuerpo, mente y espíritu) por lo que no hay nada mejor que desplazarse a un sitio natural, para desintoxicarse de lo negativo como también para salir de la rutina. Lo vemos claramente en las personas jubiladas, quienes ya no quieren estar en la ciudad y buscan un lugar apartado donde puedan encontrar y satisfacer esta necesidad. Así mismo al viajar se adquieren conocimientos que jamás encontrarás en los libros o en

la escuela; esta actividad te aporta valor en todos los aspectos, puesto que te permite estar en contacto con la realidad del mundo.

Motivaciones familiares: En la actualidad es difícil convivir con la familia, por lo que viajar con ellos es una buena opción para compartir tiempo de calidad y establecer una relación más fuerte. El objetivo es crear experiencias únicas para fortalecer los lazos familiares mientras estamos apartados de la rutina diaria.

Motivaciones sociales: Muchas personas realizan desplazamientos de su lugar de origen a otro, porque para ellas es importante encajar en la sociedad y estar a la altura de todos, aunque se endeuden. Para ellos, lo importante es pertenecer al grupo social, imitando a los demás. Es por lo que todas las personas cuando llegan de algún viaje, hablarán de las experiencias vividas a personas cercanas a ellos, haciéndose distinguir contándoles únicamente "lo bueno", aunque en realidad, hayan tenido sucesos negativos (OMT, 2008, párr. 3.10).

## **TURISMO SENIOR**

Ser considerado adulto mayor está asociado a la cantidad de años que tiene una persona. Por este motivo, la edad cronológica es la variable que se emplea para segmentar al turismo senior (INDEC, 2003).

Es notoria la disparidad entre diferentes autores para delimitar la edad de este tipo de turista.

Murello D. (2014) a modo de síntesis se presentan cuatro grupos de estudios:

- Más de 50 años (Cleaver, 2000; Kim, Wei y Ruys, 2003; Littrell, Paige y Song, 2004; Sellick, 2004; Wang, 2006).
- Más de 55 años (Fleischer y Pizam, 2002; Hossain, Bailey y Lubulwa, 2003; Huang y Tsai, 2003; Reece, 2004; Shim, Gehrt y Siek, 2005)
- Más de 60 años (Horneman, Carter, Wey y Ruys, 2002; Jang y Wu, 2006; Lee y Tideswell, 2005).
- Más de 65 años (Zimmer, Brayley y Searle, 1995).

Así mismo, se encuentran diferencias en la forma de denominar al adulto mayor como turista. Tal es el caso de Zoom Mercats (2011) que llama turista senior al turista de más de 65 años, como el de Holloway (1997) que sostiene que el turismo de tercera edad es aquel segmento compuesto por personas mayores de 65 años, entre otros.

El turista senior está representado por el segmento de los que tienen mayor tiempo libre, ya que presta sus servicios a gente de cierta edad en la que se encuentra jubilada y no debe cumplir un horario laboral; lo que implica que puedan convertirse en un grupo mucho más activo dado su tiempo disponible, con relación a los seniors que aún no se jubilan (Aguilar Palacio, 2017).

Cada vez, resulta más común, que determinados grupos de turistas senior busquen nuevas experiencias y nuevas formas de vida más intensas, al menos que las cotidianas. La mayoría de los viajes que realizan son por motivo de vacaciones, ya que es una forma de mantenerse vitales y activos, realizando diferentes actividades. No obstante, también es característico acceder a paquetes de todo incluido, por estadías más largas a diferencia de las demás personas, ya que cuentan con mayor tiempo libre y mayormente vacacionan en temporada baja (Aguilar Palacio, 2017).

El mercado de adultos mayores es un grupo muy importante, para el desarrollo del turismo a nivel mundial, siendo uno de los nuevos grupos de consumidores con mayor cantidad de ventas. Este auge se debe a diferentes factores (Font Aranda y Rivas Prado, 2018):

- Aumento de la demografía y de la esperanza de vida en el mundo.
- Tiempo libre y nido vacío, es decir que como ya se jubilaron cuentan con mayor disponibilidad horaria para viajar; y en muchos casos sus hijos ya se emanciparon, por lo que estas dos situaciones provocan que los adultos se sientan solos y poco útiles
- Nivel de renta.
- Condiciones de salud: Este se debe a los avances médicos y medicamentos que hace que los adultos de hoy en día, gocen de buena salud y en el caso contrario muchos establecimientos hoteleros e infraestructuras son accesibles para personas con discapacidad o movilidad reducida.

- Cambios de mentalidad: en la antigüedad las personas mayores veían el viajar como un gasto innecesario, en la actualidad lo ven como una manera de esparcimiento, una necesidad para salir de la rutina y sociabilizarse con personas diferentes a las cotidianas (Duro García, 2016).

Cada vez, resulta más común, que determinados grupos de turistas senior busquen nuevas experiencias y nuevas formas de vida más intensas, al menos que las cotidianas. La mayoría de los viajes que realizan son por motivo de vacaciones, ya que es una forma de mantenerse vitales y activos, realizando diferentes actividades. No obstante, también es característico acceder a paquetes de todo incluido, por estadías más largas a diferencia de las demás personas, ya que cuentan con mayor tiempo libre y mayormente vacacionan en temporada baja (Aguilar Palacio, 2017).

## **FACTORES IMPULSORES**

Según Kim y otros (2003) los impulsores son las razones que explican el comportamiento de un turista, esenciales para comprender el proceso de toma de decisiones para realizar un viaje y fundamentales para evaluar la satisfacción de la experiencia turística. En definitiva, para lograr la satisfacción de un turista, se deben identificar sus necesidades, descubrir sus motivaciones y a partir de ellas estudiar el comportamiento del mismo.

Montaner Montejano (2002) agrupa y clasifica los factores impulsores de la siguiente manera:

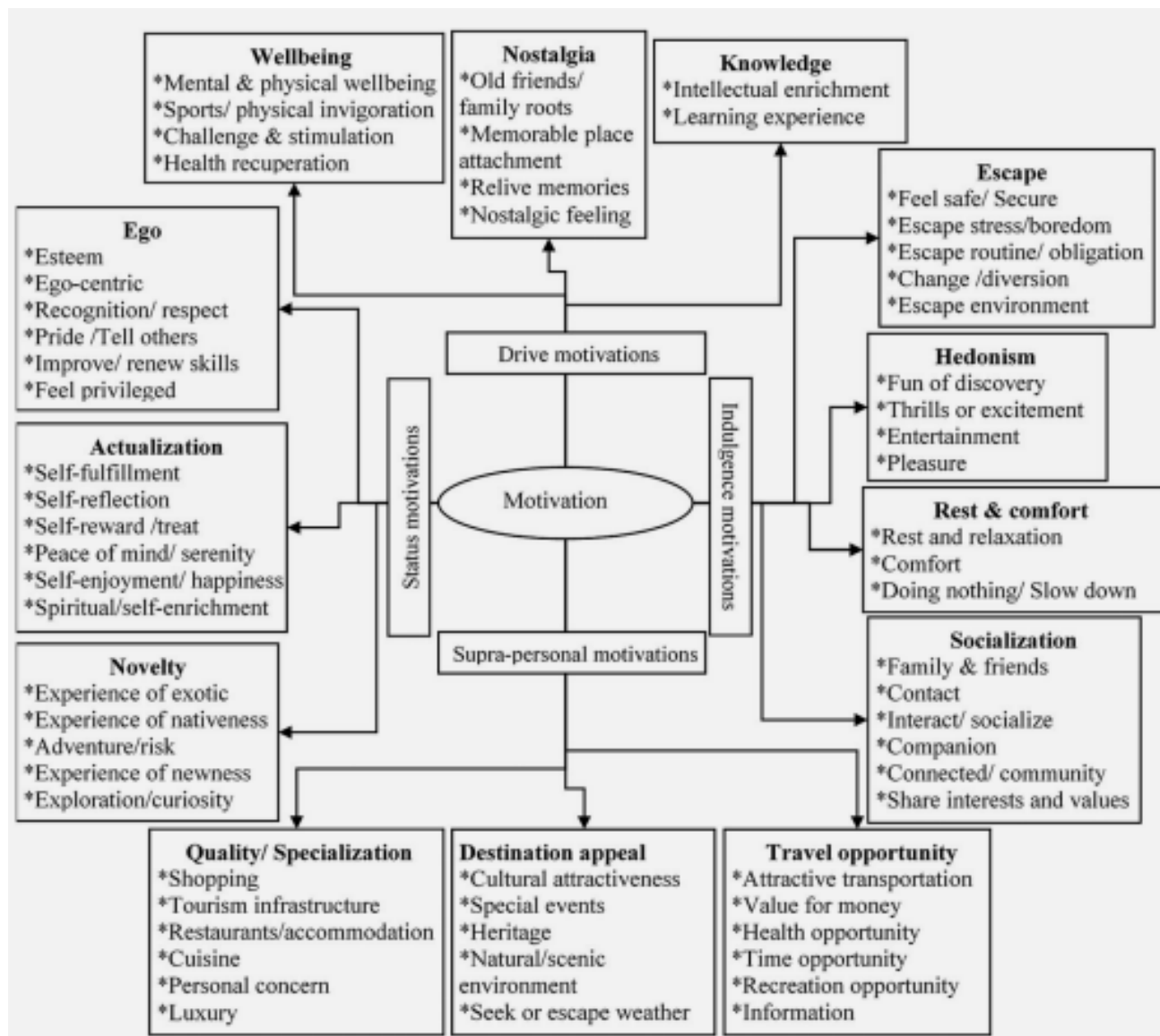
- a) Físicas y psíquicas: descansar, reducir la tensión, acudir a centros de salud, etc.
- b) Culturales: conocer otros países, otras costumbres, otros puntos de vista históricos, etc.
- c) Sociales y de comunicación: visitar familiares y amigos, conocer gente, etc.
- d) Cambio de actividad y de lugar geográfico: romper con la rutina, salir del lugar de residencia, etc.
- e) Status y prestigio: ser reconocidos, buscar atención, ser distinguidos, etc.
- f) Diversión y esparcimiento: realizar actividades que impliquen movimiento como baile, deporte, paseos, excursiones, etc.
- g) Seguridad: evitar los destinos con alto riesgo de criminalidad, inestabilidad política, falta de asistencia hospitalaria, etc.

En relación al comportamiento del turista, deben considerarse factores tales como: frecuencia de compra, beneficios esperados, usos esperados, lealtad de la marca, disponibilidad para la compra, actitud hacia el producto, etc.

Desde la óptica de los motivos que impulsan a los adultos mayores a viajar, numerosos estudiosos sostienen que el abanico de posibilidades es muy variado (Murello, 2014). El mercado de turistas mayores no es homogéneo y en la elección de la actividad turística pueden influir diferentes motivaciones. Por esta razón es necesario conocer y comprender los factores que impulsan al adulto de tercera edad a viajar para contribuir a la práctica y el conocimiento en el mercado del turismo.

## LA MOTIVACIÓN DEL TURISTA SENIOR

**Figura 1.** Marco conceptual para la motivación del turista senior.



Nota: Marco conceptual para la motivación del turista senior (p.17), por F. Elvis Otoo & S. Kim, 2018, *Analysis of studies on the travel motivations of senior tourists from 1980 to 2017: progress and future directions*, *Current Issues in Tourism*.

## **MOTIVACIONES DE FLEXIBILIDAD**

Se refiere a la motivación que requiere que un individuo se comprometa con un comportamiento de búsqueda de placer. Incluye la socialización, el descanso y la comodidad, el hedonismo y los motivos de escape.

La socialización se describe como la necesidad de participar en interacciones relacionadas con lo social, así como la necesidad de vincularse con los demás. Esto incluye pasar tiempo con amigos y familiares y la socialización misma, así como un enfoque en la familia, los lazos familiares, el parentesco, las relaciones y la camaradería. Esta motivación apareció 90 veces en todas las publicaciones seleccionadas revisadas. Además, la motivación 'escape' se abordó 52 veces (Otoo & Kim, 2018, p. 18).

El escape implica la necesidad de encontrar seguridad y protección en otro lugar, alivio del estrés o el aburrimiento, un cambio o desviación de lo mundano, una necesidad de salir del entorno o el escape arquetípico de la rutina u obligación diaria. Un hallazgo interesante y quizás marginalmente abordado en la literatura es que estas variables implican cosas diferentes para diferentes investigadores. La motivación del hedonismo se relaciona con el deseo entre las personas mayores de buscar sensaciones, placer y diversión durante sus viajes de placer. El descanso y la relajación es la motivación para buscar el ocio en aras de reducir la tensión física y mental (Otoo & Kim, 2018, p. 18).

## **MOTIVACIONES SUPRAPERSONALES**

Mientras que todas las demás motivaciones de los turistas mayores se aplican a motivaciones de flexibilidad, existen factores, como la presencia de instalaciones o servicios de calidad, oportunidades de viaje u otros atributos del destino, a esto se les conoce como motivaciones suprapersonales. Es razonable no referirse a estas motivaciones como 'atracción' porque no se relacionan del todo directamente con el destino en cuestión.

Las motivaciones suprapersonales incluyen los aspectos atractivos de un destino, como la búsqueda del patrimonio, atracciones culturales en los destinos, naturaleza y paisajes agradables, eventos y festivales especiales. La calidad y la especialización sugieren requisitos únicos y personalizados para el segmento de turistas senior. Por lo tanto, a diferencia de sus contrapartes más jóvenes que tienen demandas de servicios más flexibles, se encontró que las personas mayores tienen una motivación sustancial para viajar y visitar lugares que brindan calidad y demandas específicas. Por implicación, los especialistas en marketing pueden beneficiarse de sus demandas únicas, que a menudo, mientras tanto, se traducen en comportamientos de gasto más predecibles. Si bien los dominios subsiguientes están hasta cierto punto fundamentados teóricamente, la "oportunidad de viajar" como dominio de motivación se refiere al deseo de viajar, en espera de la disponibilidad de condiciones adecuadas, como tiempo, valor por dinero, servicio de transporte confiable u otras condiciones que no sean el destino o la actividad de viaje en sí (Otoo & Kim, 2018, p. 18).

## **MOTIVACIONES DE ESTATUS**

Las motivaciones de estatus reflejan el deseo de viajar por logros o por razones egoístas. Las motivaciones de estatus incluyen el ego o la estima, la actualización y la novedad.

La motivación del ego refleja el deseo de viajar por autodesarrollo y realización a través de actividades que satisfacen una necesidad intrínseca de reconocimiento, orgullo o incluso el deseo de sentirse privilegiado. El ego como motivación para viajar significa ascenso social, conformismo y éxito. Más importante es el hecho de que se predice que las personas mayores dominarán un mayor lujo de riqueza. También hay una sensación de orgullo relacionada con contarles a otros sobre sus experiencias de viaje. Estrechamente relacionada con el ego está la necesidad de actualización. La cohorte de edad avanzada es el grupo de edad más ejemplificado en lo que respecta a los viajes por este tipo de motivación. Años pasados de servicio, riqueza y aspiraciones de cumplir sueños juveniles, así como la necesidad de celebrar el éxito o los logros de la vida, todo culmina en la búsqueda de viajes de placer. La cohorte senior también tiene una gran cantidad de tiempo discrecional después de la edad de jubilación para lograr sus objetivos de viaje juveniles. La novedad implica buscar la singularidad, la novedad o algo diferente de lo ordinario. El logro de la novedad entre los turistas senior se manifiesta en: el deseo de aventura o riesgo, el deseo de experimentar lo exótico y la experiencia de la cultura nativa. Otros incluyen la novedad y exploración y curiosidad (Otoo & Kim, 2018, p. 18).

## **IMPULSAR MOTIVACIONES**

Las motivaciones de los impulsos se basan en necesidades psicológicas que pueden satisfacerse en una experiencia de viaje única o sucesiva. Una vez satisfecha una necesidad, se reduce el impulso de continuar en una búsqueda psicológica y el turista vuelve a su rutina o entorno normal. Las motivaciones de impulso incluyen motivaciones de bienestar físico y mental. Esto implica viajar con el propósito de aumentar o preservar la salud mental o física de uno. El conocimiento o la motivación de aprendizaje se refiere a viajar para obtener nuevos aprendizajes, habilidades o información sobre un destino o actividad fuera de lo que comúnmente están acostumbrados los turistas mayores. La nostalgia fue la motivación de viaje menos registrada y se relaciona con el viaje realizado para revivir o reconectarse con el pasado o los lugares del pasado. Sin embargo, hay un creciente cuerpo de literatura que identifica la tendencia de la nostalgia entre los turistas

Las motivaciones deben entenderse como un conjunto de impulsores complejo, dinámico y en evolución. La motivación de los turistas mayores ayuda, entre otras cosas, a identificar y comprender los atributos preferidos de los destinos, y proporciona un medio para hacer coincidir los segmentos correctos con los productos turísticos de un destino (Otoo & Kim, 2018, p. 18).

El presente modelo plantea diversas implicaciones para la investigación de factores impulsores del turismo senior (ver figura 1). Para abordar esta brecha, existe la necesidad de investigar críticamente qué constructos se aplican con mayor frecuencia en la investigación de las motivaciones de los turistas mayores. Una forma de hacer esto, como lo sugieren los hallazgos presentados en el marco conceptual, es considerar construcciones relacionadas con el atractivo del destino, la búsqueda de conocimiento, la socialización, la novedad, el descanso y la comodidad, y el escape en futuras investigaciones. Este modelo también proporciona más información sobre la naturaleza multifacética de las motivaciones de viaje de las personas mayores. Es importante comprender que estas motivaciones son dinámicas y evolucionan. Se anticipa que en estudios futuros surgirán elementos de medición más nuevos para las motivaciones de viaje de las personas mayores, aunque es probable que se encuentren dentro de los dominios establecidos en este estudio.

Finalmente, esta información puede ser útil para realizar una investigación comparativa empíricamente para identificar si las motivaciones de viaje de las personas mayores en varias poblaciones producen o respaldan el marco conceptual propuesto en este estudio. Dado que el mercado de viajes para personas mayores es un segmento en rápida evolución, las motivaciones pueden cambiar con el tiempo y en diferentes ámbitos geográficos.

## **METODOLOGÍA**

### **MÉTODO**

La metodología en este estudio adopta un enfoque cualitativo apoyado en elementos metodológicos de historias de vida. El método de historias de vida consiste en el análisis y transcripción que efectúa un investigador del relato que realiza una persona sobre los acontecimientos y vivencias más destacados de su propia vida. Busca descubrir la relación dialéctica, la negociación cotidiana entre aspiración y posibilidad, entre utopía y realidad, entre creación y aceptación (Martín,2001).

Este enfoque metodológico permite a los investigadores proporcionar una visión más completa y matizada de las experiencias, percepciones y comportamientos de un individuo en contextos específicos.

### **MUESTRA**

En esta investigación, tres individuos accedieron a participar activamente. La primera persona es una mujer de 68 años, procedente de Estados Unidos, jubilada y dedicada a trabajar en línea para una empresa con sede en Texas. Actualmente, reside en Cozumel desde hace seis años y medio. El segundo participante es un hombre de 64 años, originario de Colima, retirado y dedicado a la venta mayorista de artesanías en la isla de Cozumel. Al igual que la primera participante, lleva seis

años y medio residiendo en Cozumel. Por último, la tercera participante es una mujer de 68 años de Florida, jubilada desde hace dos años y con dos visitas previas a Cozumel.

La selección de estos participantes se llevó a cabo en octubre de 2023, mediante consultas a profesores académicos y amigos, buscando individuos mayores que hayan experimentado viajes a Cozumel mediante cruceros. Además, se llevó a cabo un contacto directo en la página de cruceros Carnival a través de Facebook, dirigiéndose a participantes que cumplieran con el perfil de turistas senior. A estos individuos se les presentó el propósito de la investigación y se les solicitó su participación mediante mensajes de texto. En todo momento, estas tres personas se mostraron dispuestas a compartir sus experiencias, inclusive proporcionando algunas de sus fotografías personales.

## Tabla 1

### *Características de los Participantes*

		Tipo de método
Entrevistado nacional	Persona jubilada de origen mexicano de 64 años	Relato de vida
Entrevista internacional 1	Persona pensionada de origen estadounidense de 68 años	Relato de vida
Entrevista internacional 2	Persona jubilada de origen estadounidense de 68 años	Relato de vida

Fuente: Elaboración propia

Para las historias de vida se aplicaron entrevistas personales que fueron grabadas y tuvieron una duración que osciló entre diecisiete y veinticinco minutos, con una media de 21 minutos. Todas las entrevistas fueron posteriormente transcritas en el transcurso de una semana, con el propósito de facilitar su posterior análisis.

## **INSTRUMENTO**

A partir del marco conceptual sobre la motivación del turista senior de Otoo & Kim (2018), se han identificado cuatro categorías con sus respectivas subcategorías:

- Motivaciones de flexibilidad: abarcan la socialización, el descanso y la comodidad, el hedonismo y los motivos de escape.
- Motivaciones suprapersonales: incluyen los aspectos atractivos de un destino, la oportunidad del viaje, la calidad y la especialización.
- Motivaciones de estatus: comprenden el ego o la estima, la actualización y la novedad.
- Impulsar motivaciones: engloban el bienestar, la nostalgia y el conocimiento.

Con base en estas categorías, se desarrolló una guía de entrevista que permitió a la entrevistadora plantear diversos temas durante la interacción. Aunque se proporcionan temas específicos, la entrevistadora tuvo la libertad para decidir el orden y la presentación de las preguntas al entrevistado. Esto se debió a que los participantes desviaban el curso de las preguntas al compartir otras perspectivas o experiencias personales pasadas, relatar vivencias en otros destinos o hablar extensamente sobre su familia. A pesar de esto, resultó beneficioso, ya que contribuyó a que el

entrevistado se sintiera más seguro, escuchado y proporcionó una mayor comprensión del mismo. El objetivo fue identificar los factores que motivan a los adultos mayores a viajar fuera de su entorno habitual y evaluar los aspectos percibidos durante sus expediciones, con el fin de comprender el interés de promover el turismo senior como una alternativa turística en Cozumel (Ver en el Anexo 1).

La entrevista aborda los siguientes puntos, tomando en consideración los elementos previamente planteados:

- Tiempo de residencia en Cozumel.
- Número de visitas.
- Motivo del viaje.
- Experiencia en Cozumel.
- Experiencia de viaje en crucero.
- Medio de información y actitud como consumidor de turismo.
- Impacto personal y aprendizajes.
- Satisfacción de viaje.

Por otro lado, para llevar a cabo las entrevistas, se optó por contactar a personas mayores a través de la red social Facebook. Se identificaron posibles participantes a partir de comentarios en la página oficial de Facebook del Carnival Cruise Line, que cuenta con más de 5 mil miembros y fue creada el 13 de noviembre de 2007 por Carnival Corp.

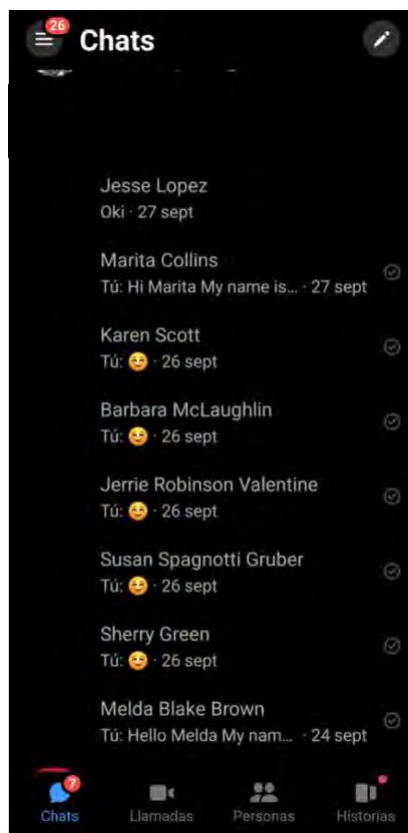
Una vez identificados los potenciales participantes, se les escribió en el apartado de comentarios en la comunidad y se les envió mensajes de manera personal en Messenger. Sin embargo, debido a medidas de seguridad, la página de Facebook clasificó los mensajes como spam, lo que dificultó que las personas respondieran. Hubo una excepción, ya que una persona respondió 20 días después por Messenger para confirmar su participación.

Figura 2. Identificando posibles participantes en la página Carnival Cruise Line



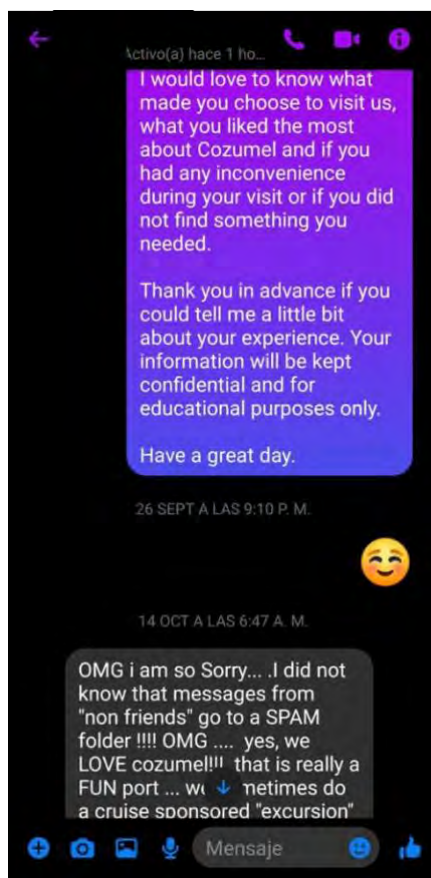
Nota: Captura de pantalla de comentarios en la página de Facebook del Carnival Cruise Line.

Figura 3. Estableciendo contacto con participantes a través de Messenger sin que los mensajes sean leídos.



Nota: Captura de chats enviados a través de Messenger a los posibles participantes.

Figura 4. Obtención de respuesta por parte de la participante



Nota: Captura de chat de Messenger con la participante presentada en la investigación.

## PROCEDIMIENTO

Después de obtener los resultados provenientes de las entrevistas transcritas y el contenido online producido por el informante, se realizó un análisis utilizando una matriz de relaciones entre categorías de análisis. Esta herramienta fue empleada para identificar patrones, tendencias y relaciones entre las diversas categorías, contribuyendo así a la generación de nuevas ideas,

hipótesis o teorías, según lo indicado por Rivas (2015). Las categorías consideradas para dicho análisis fueron:

- Información personal.
- Familiares/Amigos en Cozumel.
- Recuerdos en Cozumel.
- Perspectiva y recomendaciones de Cozumel.
- Actividades realizadas.
- Gastronomía.
- Atractivos culturales/naturales.
- Medio por el cual obtuvo información sobre el crucero.
- Seguridad en el crucero.
- Comodidad durante su viaje.
- Relación precio-calidad del crucero.
- Beneficios experimentados durante el viaje.
- Nuevos aprendizajes.

Adicionalmente, se incorporó una columna que incluyó el código y la información proporcionada. Asimismo, se incluyó otra columna que exhibía la evidencia digital compartida por los entrevistados (Ver en el Anexo 2).

El análisis llevado a cabo ha brindado datos significativos para la identificación de las motivaciones del turista senior en Cozumel Este análisis fue respaldado y validado posteriormente por las motivaciones propuestas por Otoo y Kim (2018), permitiendo contrastar tanto el supuesto como los objetivos mediante la triangulación de la información con dicho modelo como referencia teórica, tal como sugiere Cisterna (2005) como triangulación reflexiva con el marco teórico.

## RESULTADOS Y ANÁLISIS

Como se ha mencionado anteriormente, las historias de vida incluyen el testimonio de las experiencias atravesadas por una o varias personas. La relación que el entrevistado establece entre el pasado, presente y futuro se expresa en el rol del tiempo como categoría fundamental de análisis cualitativo (Muñoz Reyes, 2016). El punto de partida es el testimonio de turistas senior internacionales y nacionales que han visitado Cozumel a través de los cruceros.

El enfoque principal de las entrevistas se centró en extraer de las narraciones las experiencias, significados y recuerdos relacionados con las visitas a Cozumel. Los recuerdos, memorias, inquietudes y eventos destacados en las historias personales y familiares compartidas por los entrevistados permiten la reconstrucción de sus trayectorias de vida a través de una variedad de fuentes documentales compartidas.

En este segmento se examinan los resultados derivados de las entrevistas efectuadas, las cuales abarcan a una mujer turista internacional de 68 años, jubilada y residente solitaria en Cozumel. Actualmente, ella se dedica a laborar en línea con el propósito de generar ingresos, contribuyendo así a apoyar a otras personas y animales necesitados.

Asimismo, se incluye un hombre turista nacional de 64 años, jubilado y habitante solitario de Cozumel, cuya actividad actual consiste en la venta de artesanías al por mayor. Por último, se presenta la experiencia de una turista internacional de 68 años, de quien obtuvimos información de manera virtual. Esta mujer, jubilada, comparte su afición por viajar de manera constante en compañía de su esposo.

Las historias de vida de estos turistas senior que han visitado Cozumel revelan motivaciones estrechamente vinculadas a políticas gerontológicas para fomentar su participación en la industria turística. Las motivaciones incluyen la conexión con la naturaleza y la cultura local, la relajación y el descanso, así como la socialización y la conexión con otros turistas y locales. Para apoyar estas motivaciones, se sugiere la implementación de políticas gerontológicas que promuevan la accesibilidad y seguridad en los destinos turísticos, ofrezcan actividades adaptadas a sus necesidades, opciones de alojamiento accesibles y seguras, así como la inclusión social activa en la vida turística y cultural del destino.

### *Relato 1 Internacional*

El siguiente testimonio se contextualiza en el período correspondiente entre la década de 1995 hasta el presente, en el marco de entrevistas realizadas a una turista internacional de 68 años originaria de Texas, Estados Unidos quien participa activamente en proporcionar ayuda a las personas que lo requieren así como en auxiliar a los animales callejeros sin esperar ningún tipo de recompensa ni nada a cambio de hacerlo, la cual presenta un amplio conocimiento de los factores que la impulsaron a visitar Cozumel y la convencieron de residir en la isla.

En 1968, llegó el primer crucero el SS Ariane el cual comenzó a realizar visitas esporádicas a Cozumel, estableciendo una conexión inicial con la isla. Posteriormente, en 1974, el crucero Bolero incorporó a Cozumel en sus rutas regulares, ampliando su itinerario desde el Caribe hasta el Mar Mediterráneo (Santander & Ramos Díaz, 2011). La presencia constante del Bolero atrajo la atención de otros cruceros hacia la isla. A partir de 1980, 1996 y 1998, se utilizaron tres muelles diferentes para recibir cruceros, cada uno con al menos dos posiciones de atraque (Romano, 2008).

En una reflexión sobre su primera visita la entrevistada compartió que:

*“...it was in 1995 because I just had my baby and my husband won a cruise and I was like, I don't want to leave my baby. She was two months old. But we went on the cruise and she stopped in Cozumel. That was the first time and then... we adopted another girl, when they were... eight and five years old, I started taking them on cruises and coming to Cozumel”* menciona entrevistada internacional pensionada de 68 años.

La entrevistada destacó que la atracción principal para visitar la isla con frecuencia fue el buceo como menciona: *“We would go on a cruise two times a year and we would stop in Cozumel and then we started diving and we loved it, so we stopped going on cruises and we would fly and spend on entire vacations on diving and it comes like 3 or 4 a year”* *“...although already I don’t do it, because it is also expensive”*. En esta sección, destacan las motivaciones de estatus en relación con la novedad y las experiencias, así como las motivaciones suprapersonales vinculadas al atractivo del lugar.

El buceo en Cozumel destaca por la claridad de sus aguas y la diversidad marina, que incluye cuevas de roca caliza, acantilados submarinos, cavernas estrechas, arrecifes poco profundos y bosques de coral negro. Con más de 30 arrecifes, estos albergan una variedad de especies marinas, como morenas, tortugas, tiburones y el Pez Sapo de Cozumel, endémico de la región (Consejo De Promoción Turística De Quintana Roo, s. f.).

La entrevistada realizó entre 25 y 30 visitas en crucero a Cozumel, reservando toda la información en línea y mencionando la asequibilidad de los precios:

*“...it was very cheap, it was like, you know, 200 something dollars for everything back then”*. Estos viajes generaron sentimientos de alegría, seguridad y bienestar *“...I fell in love with Cozumel, so yeah, I was always happy and I felt better and I felt healthier when I came”*. menciona entrevistada internacional pensionada de 68 años.

En este contexto, resaltan las motivaciones personales en relación con el valor económico, específicamente en lo referente a la accesibilidad de precios en cruceros en el pasado.

A pesar de que sus primeras visitas se limitaron a las áreas turísticas cercanas al muelle: “...we usually just took a taxi and went to Mr. Sanchos or Paradise Beach and then came back and got on the boat. So I didn't get to know Cozumel much on the cruises” pero tras residir seis años y medio en Cozumel, ha experimentado un enriquecimiento significativo “I learned to cook Mexican food, it is different in Texas...I learned more about the culture and I am learning to speak Spanish” menciona entrevistada internacional pensionada de 68 años.

Se observa el impulso motivacional en aspectos cognitivos, como el enriquecimiento intelectual y la adquisición de experiencias de aprendizaje.

La elección continua de Cozumel como destino se fundamenta en la apreciación de “*Its culture, the people, the beauty is beautiful, the food and the music*”. Durante su estancia ha ido creando recuerdos con sus amigos de Cozumel tanto mexicanos como americanos, fomentando las motivaciones de indulgencia para socializar y establecer conexiones con la comunidad.

La entrevistada ha participado activamente en eventos locales, desde competiciones deportivas hasta festividades culturales, contribuyendo a la riqueza de sus experiencias en la isla como carreras de Ironman, el Carnaval, el Día de Muertos, el Día de la Independencia, conciertos y fiestas. Cozumel se destaca como un destino turístico que ofrece actividades durante todo el año y es reconocido por la organización de eventos de alto nivel como IronMan, la Copa Mundial ITU, el Gran Fondo NY Cozumel, el Carnaval y la Fiesta del Cedral, entre otros (Consejo De Promoción Turística De Quintana Roo, s. f.).

Figura 5. Convivencia en el hogar con los niños

Cozumel, Quintana Roo



Nota: Fotografía proporcionada por la entrevistado en 2023 en su casa en Cozumel.

Figura 6. Reunión de amistades locales e internacionales

Cozumel, Quintana Roo



Nota: Fotografía proporcionada por la entrevistado en 2023 disfrutando de una cena con sus amigos.

Figura 7. Encuentro de amigos en las playas de Cozumel

Cozumel, Quintana Roo



Nota: Fotografía proporcionada por la entrevistado en 2023 disfrutando de las maravillosas playas de Cozumel.

Las anécdotas compartidas por la entrevistada a lo largo de sus visitas se presentan como valiosas fuentes de información para enriquecer esta investigación con experiencias auténticas y perspectivas significativas entre los factores motivacionales flexibles, suprapersonales, impulsores y relacionados con el estatus.

### *Relato 2 nacional*

Es esencial tener presente que en el caso de la isla de Cozumel, el turismo de cruceros ha sido promovido a lo largo de décadas, y su crecimiento ha sido gradual (Fernández et al., 2018). La narración que a continuación se presenta se basa en las vivencias compartidas por un turista nacional de 64 años, jubilado y originario de Colima, quien también se dedica actualmente a la venta mayorista de artesanías. Este turista aporta información significativa acerca de sus viajes en crucero con destino a Cozumel y otros lugares como Miami, Mérida, Mazatlán, Manzanillo, Ixtapa Zihuatanejo, Utah.

Figura 8. Explorando la historia

*Monumento a la Patria en Mérida, Yucatán.*



Nota: Fotografía proporcionada por el entrevistado en 2023 de una de sus diversas visitas en Mérida.

Figura 9. Capturando la bienvenida en Park City

Park City en Utah, EE.UU.



Nota: Fotografía proporcionada por el entrevistado en 2023 de una de sus diversas visitas a Estados Unidos.

Dado que ha residido en Cozumel durante 6 años y medio, es posible apreciar la importancia y la percepción que tuvo en su primera visita. En sus comentarios, resalta: “...*me hice la promesa de regresar porque fue un lugar que me gustó muchísimo...*” y sostiene que vivir en Cozumel es grandioso puesto que “*lo que más me ha gustado de Cozumel es su tranquilidad, se vive bien a gusto... yo puedo decir, sin temor a equivocarme, que es uno de los lugares más seguros del país*” menciona entrevistado nacional jubilado de 64 años. A través de esta referencia, se destacan las motivaciones relacionadas con la flexibilidad, enfocadas en el sentimiento de seguridad y protección, así como las motivaciones asociadas con el estatus, centradas en la tranquilidad y serenidad.

Con respecto al tiempo que ha pasado en Cozumel, se desprenden ciertos aspectos que lo han motivado a permanecer y disfrutar de esta hermosa isla, ya sea en estancias cortas o prolongadas.

Los aspectos más sobresalientes que han cautivado a este turista menciono:

*“...a mí me encanta los restaurantes me encantan las comidas que es este muy tradicional de aquí de los isleños como el poc chuc, ...el salbute, el panucho, ese tipo de comidas a mí me encantan la verdad, yo soy muy tragón. Y lugares para divertirse, pues como lo bonito que tiene la isla está dentro del mar. Entonces pues la gente que ha venido le recomiendo lo que es el cielo, ...lo que son los arrecifes de coral natural. Porque venir a Cozumel y no conocer lo maravilloso que tiene dentro del mar es como ir a Monterrey y no probar el cabrito, entonces Cozumel pues la verdad es hermosa, es muy bonito, tiene una mar muy, muy cristalino...”* menciona entrevistado nacional jubilado de 64 años.

En esta sección, se reconocen las motivaciones suprapersonales, las cuales abarcan el atractivo natural del destino y la oferta de restaurantes.

Según Destinos México (2021) las tradiciones culinarias de Cozumel están fundamentadas en lo más típico de la cocina yucateca, aunque también derivan del intenso intercambio cultural que se ha presentado en esta región desde hace siglos. Los panuchos son mencionados como uno de los antojitos más sabrosos de la Península de Yucatán, que consisten en tortillas de maíz rellenas de frijoles negros cocidos al estilo yucateco, fritas tradicionalmente en manteca de cerdo y adornadas con lechuga en juliana, pollo desmenuzado, rodajas de jitomate, aguacate, cebolla morada encurtida y chile habanero. Además del pollo, se pueden encontrar panuchos rellenos de cochinita

pibil, pavo guisado o en escabeche, y relleno negro, entre otros. Por su parte el Poc Chuc en maya yucateco, poc significa «tostar» y chuc, «carbón». Y eso es, básicamente, carne de cerdo, normalmente se utiliza lomo fileteada y asada al carbón (Barceló, 2021).

Cozumel también cuenta con un hermoso arrecife de poca profundidad que se extiende de manera paralela a la costa y numerosas playas ideales para una variedad de actividades. Algunas de las mejores playas incluyen Playa el Cielo, Playa San Francisco, Playa de San Juan, Playa Mía y el Parque Faro Celarain. Además, se pueden explorar los manglares (Destinos, 2021).

En cuanto a la percepción del entrevistado sobre los aspectos más notables en términos gastronómicos y naturales, Cozumel también ofrece atractivos culturales que son apreciados tanto por los habitantes locales como por los visitantes de la cual se mencionan:

*“De los atractivos culturales que tiene aquí, pues he ido a ver el Museo de la isla que hay, pues está ahí, encierra toda la historia de lo que viene siendo la isla, como se ha desarrollado, cómo ha evolucionado y con respecto a la cultura, pues recuerdo que venimos también en la época del carnaval y me di me di cuenta que pues sí hay un Carnaval. En aquel entonces había un carnaval muy distinto al que hay en Veracruz y al que hay en Mazatlán al que hay en aquella zona. Acá yo lo vi un poquito más recatado, no era tan exhibicionista como en Mazatlán, (...) allá había más degenere aquí yo lo vi un poquito más recatado y me gustó. También me gustó la participación de la gente, la gente aquí se me hizo muy participativa en el Carnaval y me refiero a*

*la gente muy participativa, me refiero tanto a niños como adultos”* mencionó entrevistado nacional jubilado de 64 años.

En este contexto, observamos que las motivaciones suprapersonales destacan particularmente en el atractivo del destino, especialmente en su aspecto cultural. Este es un ejemplo de cuáles son los atractivos de Cozumel para los turistas senior que ya residen aquí. Sin embargo al llegar a través de los cruceros no obliga a los turistas a bajar en los puertos de atraque, simplemente es una opción ya que los cruceros cuentan con un itinerario determinado con anticipación así lo declaró el presidente de la empresa Carnival quien afirma “Los países y puertos en el Caribe no importan, el barco es la auténtica atracción y no los puertos de escala” (Dikison, 1993).

Por lo tanto, el entrevistado menciona que viajó en crucero a Cozumel por primera vez con la madre de sus hijos a través de una agencia de viajes en Los Ángeles, California. Recuerda que el precio fue bastante elevado, pero al final del viaje, sintieron que valió la pena. Destaca la diversión constante a bordo del crucero y cómo conoció a más mexicanos que estadounidenses durante su viaje. Además, afirma que el buceo que practicó en ese viaje fue lo que más le impresionó y lo motivó a vivir en Cozumel. Asimismo afirma: “...viajar te abre las expectativas y la seguridad y te ayuda para desenvolvarte en cualquier ámbito de tu vida profesional y personal”.

Figura 10. Primera incursión en Cozumel durante un viaje en crucero

Cozumel, Quintana Roo



Nota: Fotografía proporcionada por el entrevistado en 2023 de su primera visita a Cozumel.

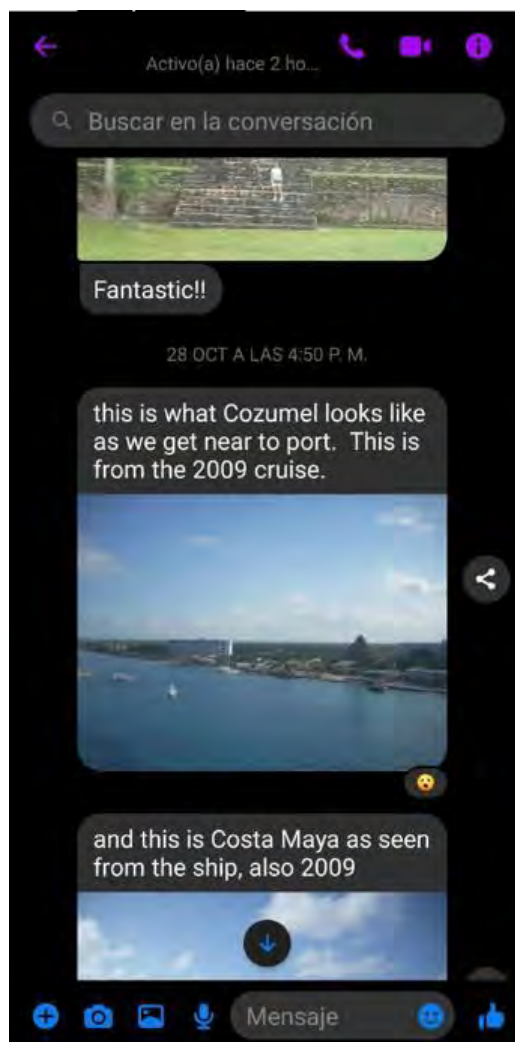
De esta manera, se puede observar que en la industria de cruceros surgen diversas posibilidades e interrogantes respecto a la influencia de factores motivacionales, como la flexibilidad, las motivaciones suprapersonales y las relacionadas con el estatus, que impulsan al turista senior a visitar un destino, en este caso, a desembarcar en Cozumel.

### *Relato 3 Internacional*

Esta sección se presentarán las experiencias atravesadas por una turista senior de 84 años de Tampa, Florida jubilada desde hace 2 años. La persona reflexiona acerca de sus vivencias desde el año 2009, época en la que llegó por primera vez a Cozumel, hasta su segunda visita en el año 2012. Con respecto a los acontecimientos expresados, es posible identificar en su narración, su pasión por realizar viajes ya que comenzó a realizar sus viajes en crucero desde hace 20 años.

En el contexto inicial de la demanda turística global, se registra que Latinoamérica y el Caribe atraen aproximadamente el 4.9% del total, equivalente a 49.3 millones de turistas según los datos proporcionados por la Organización Mundial del Turismo en el año 2009 (Palafox Muñoz, 2010). En este escenario, resulta factible examinar la significativa influencia turística que la región ha ejercido a lo largo de los años como destino turístico. En este sentido, las turistas senior expresan que:

Figura 11. Primera visita a Cozumel



Nota: Captura del chat de Messenger con la turista el 28 de Octubre de 2023 (evidencia virtual en entrevista con informante).

Figura 12. Segunda visita a Cozumel

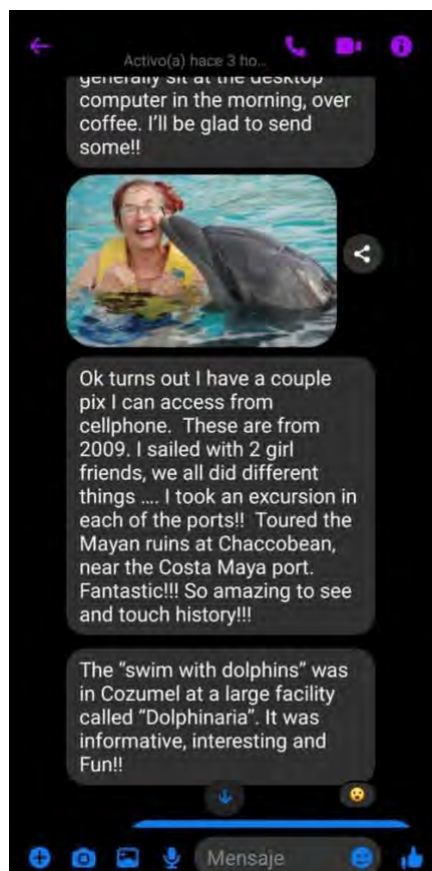


Nota: Captura del chat de Messenger con la turista el 29 de Octubre de 2023 (evidencia virtual en entrevista con informante).

En su narración, la entrevistada hace referencia a su primera experiencia en Cozumel en el año 2009, ocasión en la que viajó acompañada de su novia y una amiga. No obstante, su segunda visita, acontecida en 2012, fue en compañía de su esposo. A pesar de su propio entusiasmo por viajar, contrasta con la falta de interés de su esposo en esta actividad, lo que llevó varios años persuadiéndolo hasta lograr que finalmente accediera a visitar el destino. En virtud de ello, la

entrevistada proporciona una serie de fotografías que documentan las diversas actividades realizadas durante su estancia:

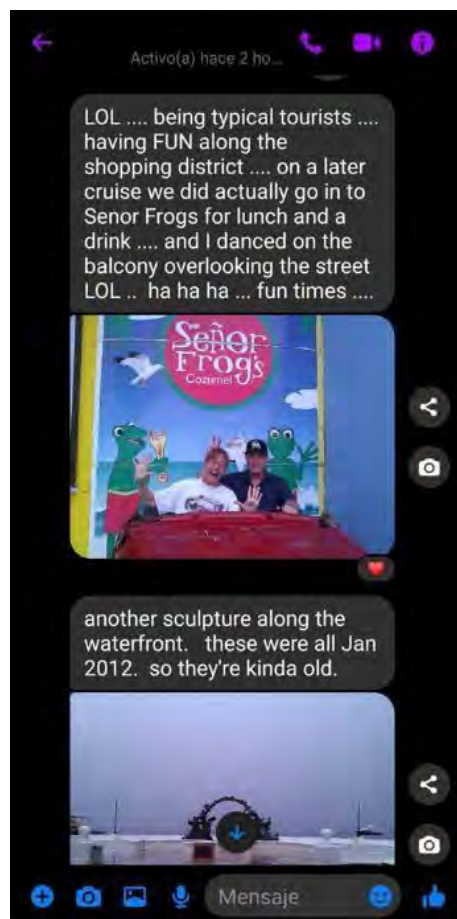
Figura 13. Primera experiencia en Dolphinaris



Nota: Captura del chat de Messenger con la turista el 28 de Octubre de 2023 (evidencia virtual en entrevista con informante).

Figura 14. Primera ocasión de visita al establecimiento gastronómico y de entretenimiento

"Señor Frogs"



Nota: Captura del chat de Messenger con la turista el 29 de Octubre de 2023 (evidencia virtual en entrevista con informante).

Figura 15. Exploración de Puerta Maya



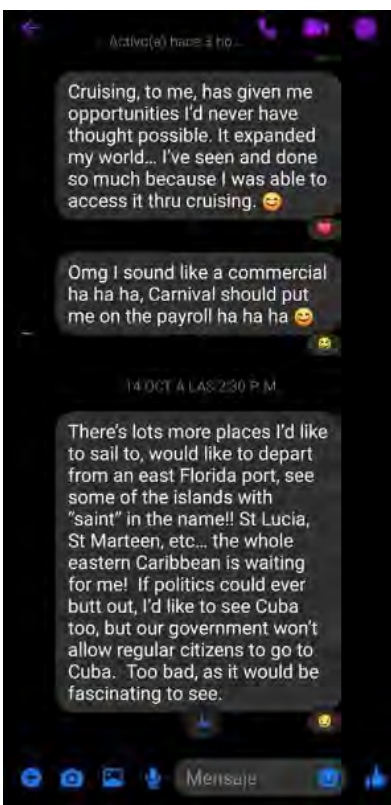
Nota: Captura del chat de Messenger con la turista el 29 de Octubre de 2023.

En el relato proporcionado, se destaca la relevancia que adquiere el recuerdo de eventos y experiencias notables, como la visita a Dolphinaris. Este establecimiento se distingue por su posición destacada entre los complejos líderes que posibilitan la experiencia única de nadar con delfines. Además, se hace referencia al establecimiento de restaurante-bar conocido como Señor

Frog's, situado en la entrada del embarcadero de cruceros, que ofrece una vista panorámica al mar y un ambiente excepcional, constituyendo así una experiencia inigualable. De esta manera, se puede vincular con las motivaciones de estatus en las vivencias de novedad experimentadas y las motivaciones suprapersonales relacionadas con el atractivo del destino y los establecimientos gastronómicos.

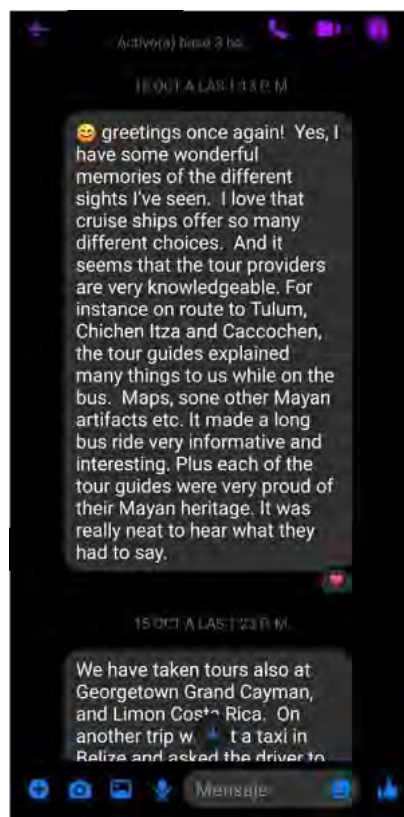
A pesar de la información proporcionada anteriormente, la entrevistada relata en su testimonio sus vivencias relacionadas con los viajes en crucero, no limitándose únicamente a destinos como Cozumel, sino extendiéndose hacia otras ubicaciones. Como se mencionó anteriormente, hace dos décadas inició su interés por los cruceros, ya que su exnovia le obsequió su primer viaje de este tipo. En este contexto, la entrevistada comparte la siguiente información:

Figura 16. El placer de viajar



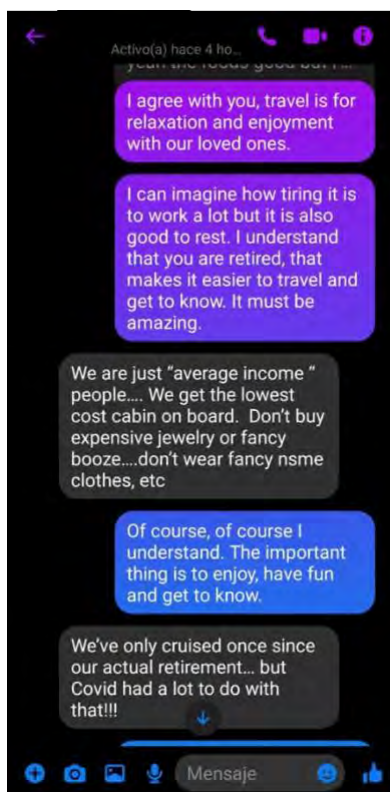
Nota: Captura del chat de Messenger con la turista el 14 de Octubre de 2023 (evidencia virtual en entrevista con informante).

Figura 17. Otros lugares visitados



Nota: Captura del chat de Messenger con la turista el 15 de Octubre de 2023 (evidencia virtual en entrevista con informante).

Figura 18. Nivel económico



Nota: Captura del chat de Messenger con la turista el 14 de Octubre de 2023 (evidencia virtual en entrevista con informante).

Considerando estos aspectos, la turista experimenta satisfacción al participar en travesías en cruceros, ya que a través de estas travesías tiene la oportunidad de explorar diversos destinos, mejorar su bienestar mental y experimentar un descanso adecuado tras largas jornadas laborales. Es importante destacar que, aunque ha realizado numerosos viajes, su condición económica se caracteriza por ingresos medios. No obstante, al emprender estos viajes, prioriza la búsqueda de opciones económicas, fundamentando esta elección en la convicción de que las personas, en su

opinión, no pasan la mayor parte del tiempo en sus habitaciones, sino que participan en las diversas actividades del itinerario proporcionado por los cruceros. En este contexto, destacan los impulsores motivacionales relacionados con el bienestar físico y mental, así como las motivaciones de indulgencia en el entretenimiento y las motivaciones suprapersonales en la percepción del valor por dinero.

La entrevistada, que se describe como una persona reservada, no persigue la formación de amistades durante sus travesías; en cambio, su objetivo principal es relajarse y disfrutar en compañía de su esposo. Asimismo, expresan su interés en nuevamente visitar la maravillosa isla de Cozumel, destacando su deseo de explorar las ruinas mayas de San Gervasio y el Parque Chankanaab.

Considerando los eventos expuestos, se puede identificar que Cozumel destaca como el puerto de mayor popularidad entre las embarcaciones de cruceros que transitan por la región del Caribe.

## CONCLUSIONES

Este documento presenta una visión integral de los factores impulsores del turismo senior en Cozumel, Quintana Roo, subrayando la importancia de comprender las motivaciones de los turistas senior para ajustarse a sus necesidades y mejorar su experiencia derivado de la obtención de historias de vida.

El modelo conceptual del marco teórico delineado en este trabajo identifica motivaciones tales como la socialización, el descanso y la comodidad, el hedonismo y las razones de escape como elementos impulsores del turismo senior en Cozumel. Adicionalmente, se resalta la relevancia de examinar de manera crítica qué constructos se emplean con mayor frecuencia en la investigación de las motivaciones de los turistas mayores y proporcionar una comprensión más detallada de la naturaleza multifacética de dichas motivaciones de viaje para este destino.

Al considerar los objetivos generales y específicos de esta investigación sobre el turismo senior en Cozumel, se puede concluir que las motivaciones expuestas en los tres relatos (internacional y nacional) están intrínsecamente vinculadas con los factores impulsores identificados en el curso de la investigación.

En primer lugar, el propósito general de este estudio radica en analizar los factores impulsores que los turistas senior identifican y experimentan durante su viaje al destino turístico Cozumel. Para

alcanzar dicho propósito, se han establecido tres objetivos específicos: Identificar los factores impulsores del turista senior que arriba a Cozumel con respecto a la actividad turística, describir las motivaciones y preferencias de los turistas senior que seleccionan Cozumel como destino turístico, mediante la recopilación y análisis de historias de vida; y comprender la influencia de los factores impulsores en la experiencia de turistas senior.

En el contexto del primer objetivo específico, se logró una identificación clara de los impulsores que llevan a los turistas senior a elegir Cozumel como destino turístico. Se subrayó la relevancia de la relajación, el descanso, el disfrute de la naturaleza y la cultura local, así como la evaluación de la seguridad y accesibilidad del destino. Estos descubrimientos establecen una base sólida para ajustar las ofertas turísticas y mejorar la experiencia de los turistas mayores en Cozumel.

Respecto al segundo objetivo específico, se logró una descripción minuciosa de las motivaciones y preferencias que orientan la elección de Cozumel como destino turístico por parte de los adultos mayores. Se destacaron elementos como la socialización, el descanso, la comodidad, el hedonismo y las razones de escape como impulsores. Estos conocimientos son esenciales para adaptar las ofertas turísticas y proporcionar experiencias memorables a los turistas senior.

En relación al tercer objetivo específico, al examinar la relación entre los impulsores identificados y la experiencia de los turistas senior en Cozumel, se obtuvo una comprensión de cómo estos elementos afectan la percepción y satisfacción de este grupo de mercado. La seguridad, comodidad, accesibilidad y flexibilidad surgieron como aspectos clave que influyen positivamente

en la experiencia de viaje de los turistas mayores. Estos hallazgos son cruciales para diseñar estrategias de marketing y promoción efectivas dirigidas a este segmento específico del mercado turístico.

Una vez formulado el problema y abordando el asunto desde una perspectiva local en relación con la política gerontológica de México, se había asumido inicialmente que uno de los factores críticos estaría vinculado a la salud de los adultos mayores y la demanda de una infraestructura más adecuada a sus necesidades. No obstante, los hallazgos indicaron que este no es el aspecto central; más bien, las personas de la tercera edad se embarcan en estos viajes motivadas por otros impulsos, los cuales se detallarán a continuación.

En los relatos presentados en este estudio destacan diversas motivaciones de los turistas senior. En el primer relato, la turista internacional resalta la importancia de la socialización y la interacción con otras personas, así como el deseo de contribuir positivamente a la vida de los demás y los animales callejeros. Esta turista se siente motivada por la oportunidad de conocer gente nueva, hacer amigos y realizar un impacto positivo en la comunidad.

En el segundo relato, el turista nacional enfatiza la importancia de la seguridad, la comodidad y la accesibilidad para los turistas senior. Este turista se motiva por la posibilidad de disfrutar de un entorno tranquilo y seguro, así como por la facilidad de acceso a los servicios turísticos.

En el tercer relato, la turista internacional subraya la importancia de la comodidad y la flexibilidad en su experiencia de viaje. Esta turista se siente motivada por la posibilidad de disfrutar de un ambiente cómodo y relajante, así como por la flexibilidad de adaptar su itinerario de viaje según sus necesidades y preferencias individuales.

En términos generales, se puede afirmar que las motivaciones de los turistas senior son multifacéticas y varían según las experiencias y necesidades individuales de cada turista. No obstante, en los tres relatos presentados, se evidencia que la comodidad y la seguridad son motivaciones de gran relevancia para los turistas senior. Asimismo, se destaca la relevancia de la socialización y la interacción con otras personas, señalando que Cozumel se posiciona como un destino turístico caracterizado por un ambiente agradable y acogedor para este segmento demográfico.

La recopilación de esta información subraya la importancia del turismo senior en Cozumel y resalta la necesidad de seguir desarrollando estrategias y políticas que fomenten su participación en la industria turística como por ejemplo: Colaborar con empresas turísticas para incentivar la creación de experiencias específicas diseñadas para el disfrute de los turistas senior, respaldadas por incentivos fiscales o apoyo gubernamental; lanzar campañas de marketing que destaquen los atractivos de Cozumel para los turistas senior, haciendo hincapié en la belleza natural, la seguridad y la hospitalidad local; implementar descuentos especiales para turistas senior en servicios turísticos, atracciones y transporte; organizar eventos culturales, recreativos y de entretenimiento diseñados específicamente para turistas senior; fomentar la participación de turistas senior en

proyectos comunitarios y actividades locales para una experiencia más enriquecedora; buscar certificaciones reconocidas que designen a Cozumel como un destino turístico amigable para los mayores, entre otros.

Los factores impulsores identificados en la investigación están estrechamente relacionados con las motivaciones presentadas en los tres relatos, lo que confirma la pertinencia y validez de los resultados obtenidos.

En síntesis, este estudio ofrece información valiosa para la formulación de políticas y estrategias destinadas a promover el turismo senior en Cozumel y otros destinos turísticos en México, así como a nivel global.

## **LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN Y RECOMENDACIONES PARA FUTUROS TRABAJOS**

En esta investigación, se identifica como limitación principal el hecho de que las historias de vida proporcionadas por los informantes carecen de contextualización actual, a pesar de que los entrevistados cumplen con los criterios de edad para ser considerados turistas senior.

Además, las historias de vida pueden estar sujetas a la memoria selectiva y a la influencia del contexto social, cultural y personal en el que se desarrollaron las experiencias narradas. Los participantes pueden recordar eventos de manera inexacta o filtrar sus experiencias a través de sus propias interpretaciones y perspectivas, lo que puede comprometer la fiabilidad y validez de los datos recopilados (Acevedo Tarazona, 2013).

Otra limitación importante es que el proceso de recopilación y análisis de historias de vida puede ser intensivo en términos de tiempo y recursos. Requiere una inversión significativa de tiempo para entrevistar a los participantes, transcribir las entrevistas y analizar los datos de manera detallada (Chárriez Cordero, 2012).

Para investigaciones futuras, se sugiere abordar con mayor profundidad y exhaustividad la caracterización del turista senior. Es esencial que, al emplear la metodología de entrevistas, el individuo entrevistado se autoidentifique como un turista senior, lo cual asegurará la precisión y pertinencia de los datos recopilados.

Asimismo, se recomienda llevar a cabo un seguimiento a lo largo del tiempo para analizar la evolución de los factores impulsores del turismo senior en diversas etapas de la vida. Esta perspectiva longitudinal posibilitará una comprensión más completa de las tendencias y modelos de comportamiento del turista senior, así como la identificación de posibles modificaciones en sus preferencias y requerimientos conforme envejecen.

Estas sugerencias podrían ser objeto de exploración y desarrollo en futuras disertaciones de posgrado, contribuyendo así al progreso del entendimiento en el ámbito del turismo senior y proporcionando valiosos conocimientos para la industria turística y la sociedad en su conjunto.

## REFERENCIAS

- Acevedo Tarazona, Á., (2013). Tradición y palabra: el santo oficio de la memoria (la historia de vida y el método biográfico). *Revista Guillermo de Ockham*, 11 (2), 137-148.
- Aguilar Palacio, R. (2017). Turismo Senior: motivaciones y expectativas (Tesis de grado. Universidad de Jaén, España.
- Armijo De Vega, C., Puma Chávez, A., & Ojeda Benítez, S. (2012). El conocimiento de los habitantes de una ciudad mexicana sobre el problema de la basura. *Revista Internacional de Contaminación Ambiental*, 28(1), 27-35.
- Barceló Hotel Group. (2021, 7 junio). Comida típica de Riviera Maya. platos imprescindibles. Barceló Experiences. [https://doi.org/10.15196/RS110208](https://www.barcelo.com/guia-turismo/es/mexico/riviera-maya/que-ver/comida-tipica-riviera-maya/#:~:text=El%20Poc%20Chuc%3A%20para%20carn%3%ADvoros,ideal%20para%20los%20m%C3%A1s%20carn%3%ADvoros.Bakucz, Márta, Cserhádi, Ilona, Keresztély, Tibor and Michalkó, Gábor (2021) An analysis of the major factors shaping the tourism-related spending of senior citizens in Hungary. Regional Statistics, 11 (2). pp. 183-201. DOI <a href=)
- Carballo Sandoval, A. (2005). Análisis de un modelo de desarrollo ecoturístico en Quintana Roo, México. *Teoría y Praxis*, Núm. 1, E-ISSN: 1870-1582. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145114003>

Chárriez Cordero, M. (2012). Historias de vida: Una metodología de investigación cualitativa. *Revista Griot*, 5(1), 50–67. Recuperado a partir de <https://revistas.upr.edu/index.php/griot/article/view/1775>

Cisterna, F., (2005). Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa. *Theoria*, 14 (1), 61-71.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE QUINTANA ROO. (s. f.). ISLA COZUMEL. Recuperado 13 de noviembre de 2023, de [https://consulmex.sre.gob.mx/guangzhou/images/PDFpromocion/QROO\\_Cozumel.pdf](https://consulmex.sre.gob.mx/guangzhou/images/PDFpromocion/QROO_Cozumel.pdf)

DataTur. (s. f.). Quintana Roo. Recuperado 15 de noviembre de 2022, de [https://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF\\_QROO.aspx](https://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF_QROO.aspx)

DESTINOS MÉXICO. (2021). ISLA COZUMEL GUÍA TURÍSTICA. <https://programadestinosmexico.com/guias-turisticas-de-mexico/cozumel-guia/Guia-Turistica-de-Cozumel1.pdf>

Duro García, L. (2016). Turismo senior. Concepto, perfil y oportunidades de mejora. (Trabajo fin de grado). Universidad de Jaén, España.

Eddy-U Mary, Tong I Winky Kong & Yim King Penny Wan (2019): Senior Travelers to Integrated Resorts: Preferences, Consuming Behaviors and Barriers, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, DOI: 10.1080/1528008X.2019.1659209

Felix Elvis Otoo & Seongseop (Sam) Kim (2018): Analysis of studies on the travel motivations of senior tourists from 1980 to 2017: progress and future directions, *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2018.1540560

Fernández Rodríguez, Anastacio Gustavo, Rivera Villagrán, Isaac Emmanuel, & Pacheco Cocom, Mirna Yasmin. (2018). Turismo de cruceros en Cozumel: un enfoque derivado de sus impactos asociados a la sostenibilidad. *Tla-melaua*, 12(45), 152-172. Recuperado en 28 de noviembre de 2023, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-69162018000200152&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-69162018000200152&lng=es&tlng=es).

Font Aranda, M. y Rivas Prado, M. A. (Julio de 2018) En torno al segmento turismo sénior, una aproximación sobre el comportamiento en Manta, Ecuador. XII Congreso Virtual Internacional Turismo y desarrollo. Sinópico llevado a cabo en Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Mantra, Ecuador.

Gala, V. (2018). Turismo para personas mayores. El caso de Victoria, Entre Ríos, Argentina. *Divulgatio: Perfiles académicos de posgrado*, 2 (6), 16-33.

Gómez Aguilera, MJ.; Cardiff, J. (2020). Destination Satisfaction in Senior Tourism: A Case Study. *Editorial Universidad Politécnica de València*. 399-408. <https://doi.org/10.4995/INN2019.2019.10269>

Huber, D., Milne, S., & Hyde, K. F. (2018). Constraints and facilitators for senior tourism. *Tourism Management Perspectives*, 27, 55–67. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.04.003>

- Hunter-Jones, P., & Blackburn, A. (2007). Understanding the relationship between holiday taking and self-assessed health: An exploratory study of senior tourism. *International Journal of Consumer Studies*, 31(5), 509–516. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2007.00607.x>
- Kim, J., Wei, S. y Ruys, H. 2003 Segmenting the market of west australian senior tourist using an artificial neural network. *Tourist Management*24: 25-34.
- Konrad-Adenauer-Stiftung. (2021). EL ENVEJECIMIENTO GLOBAL Y LOS DERECHOS HUMANOS: EN UN MUNDO FRAGMENTADO. [https://www.kas.de/documents/287460/4262432/envejecimiento\\_global\\_22-12.pdf/b26764a1-f4f5-c381-87e8-84ce82715ed0?t=1640699519103](https://www.kas.de/documents/287460/4262432/envejecimiento_global_22-12.pdf/b26764a1-f4f5-c381-87e8-84ce82715ed0?t=1640699519103)
- Martín García, A. V. (2001). Fundamentación teórica y uso de las historias y relatos de vida como técnicas de investigación en Pedagogía Social. *Aula*, 7, 41-60. Recuperado de [https://gredos.usal.es/bitstream/10366/69201/1/Fundamentacion\\_teorica\\_y\\_uso\\_de\\_las\\_hist.pdf](https://gredos.usal.es/bitstream/10366/69201/1/Fundamentacion_teorica_y_uso_de_las_hist.pdf)
- Mazo Quevedo, M. L., & Puya, T. C. (2020). Propuesta de modelo de desarrollo del turismo senior, a partir de la percepción de los actores sociales involucrados. El caso de Tabasco, México. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 18(1), 83–99. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.005>
- Medeiros, T., Silva, O., Furtado, S., Santos, C. (2021). Senior Tourism: Concerns and Satisfaction with the Trip. In: de Carvalho, J.V., Rocha, Á., Liberato, P., Peña, A. (eds) *Advances in Tourism, Technology and Systems. ICOTTS 2020. Smart*

Innovation, Systems and Technologies, vol 208. Springer, Singapore.

[https://doi.org/10.1007/978-981-33-4256-9\\_29](https://doi.org/10.1007/978-981-33-4256-9_29)

Montaner Montejano, J. 2002 Psicología del turismo. Síntesis, Madrid

Murello, D. (2014). Los adultos mayores como consumidores de turismo. Caso de estudio:

Ciudad de Bahía Blanca. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Quilmes,

Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de

Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes

<http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/290>

Nikitina, O., & Vorontsova, G. (2015). Aging Population and Tourism: Socially Determined

Model of Consumer Behavior in the “Senior Tourism” Segment. *Procedia - Social*

*and Behavioral Sciences*, 214, 845–851.

<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.736>

Organización Mundial de Turismo (2011). Introducción al turismo. Recuperado de

<http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL->

[TURISMOOMT.pdf](http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMOOMT.pdf)

Osuna Soler, R. S. (2021). El turismo sénior con la perspectiva de la mercadotecnia sostenible

en Mazatlán y Los Cabos. Universidad Nacional Autónoma de México, 11(23).

[https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/wp-](https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/wp-content/uploads/2021/08/RUDICSv11n23p43_61.pdf)

[content/uploads/2021/08/RUDICSv11n23p43\\_61.pdf](https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/wp-content/uploads/2021/08/RUDICSv11n23p43_61.pdf)

PALAFIX MUÑOZ, A. (2010). Treinta años de transformaciones en Cozumel: el turismo

como eje de acumulación [PALAFIX MUÑOZ]. Revista de economía, sociedad,

turismo y medio ambiente.

- Patterson, I. 2006 *Growing Older. Tourism and Leisure Behaviour of Older Adults*. Cambridge, Cabi.
- Pérez Villegas, G. & Carrascal, E. (2017). El desarrollo turístico en Cancún, Quintana Roo y sus consecuencias sobre la cubierta vegetal. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía UNAM*.  
<https://www.scielo.org.mx/pdf/igeo/n43/n43a10.pdf>
- Pestana, M.H., Wang, W.-C. and Parreira, A. (2020), “Senior tourism – a scientometric review (1998-2017)”, *Tourism Review*, Vol. 75 No. 4, pp. 699-715.  
<https://doi.org/10.1108/TR-01-2019-0032>
- Pezeshki, F., Ardekani, S. S., Khodadadi, M., Alhosseini Almodarresi, S. M., & Hosseini, F. S. (2019). Cognitive structures of Iranian senior tourists towards domestic tourism destinations: A means-end chain approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 9–19. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.01.008>
- Programa Destinos México. (2021). ISLA DE COZUMEL GUÍA TURÍSTICA.  
<https://programadestinosmexico.com/guias-turisticas-de-mexico/cozumel-guia/Guia-Turistica-de-Cozumel1.pdf>
- Pujadas Muñoz, J. J. (1992). El método biográfico el uso de las historias de vida en ciencias sociales [Dialnet]. Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).  
[https://gredos.usal.es/bitstream/10366/69201/1/Fundamentacion\\_teorica\\_y\\_uso\\_de\\_las\\_hist.pdf](https://gredos.usal.es/bitstream/10366/69201/1/Fundamentacion_teorica_y_uso_de_las_hist.pdf)
- Rivas Tovar, L. A. (2015). Capítulo 6. La definición de variables o categorías de análisis. En *Metodología de la Investigación* (p. 23-33). Recuperado de

[https://www.researchgate.net/publication/286288002\\_Capitulo\\_6\\_La\\_definicion\\_de\\_variables\\_o\\_categorias\\_de\\_analisis](https://www.researchgate.net/publication/286288002_Capitulo_6_La_definicion_de_variables_o_categorias_de_analisis)

Rivera Silva, G., Rodríguez-Reyes, L. & Treviño Alanís, M. (2018). El envejecimiento de la población mexicana. *Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social*.  
[http://revistamedica.imss.gob.mx/editorial/index.php/revista\\_medica/article/view/2290/2682](http://revistamedica.imss.gob.mx/editorial/index.php/revista_medica/article/view/2290/2682)

Rodríguez Santos, R. A., Cano Collado, L. A., & Priego Álvarez, H. R. (2021). TURISMO SENIOR, PERFIL DEL TURISTA Y SUS MOTIVACIONES DE VIAJE: UNA REVISIÓN SISTEMATIZADA. *Societas*, 23(2), 211–235. Recuperado a partir de <https://revistas.up.ac.pa/index.php/societas/article/view/2310>

Romano, Alejandro, et al. (2008), “Medición de la capacidad de carga turística de Cozumel”, en *El Periplo sustentable*, núm. 13.

Sánchez González, D. (2008). Adultos mayores en la planeación del espacio turístico rural en Tamaulipas. *Papeles de población*, 14(55), 59-94. Recuperado en 01 de diciembre de 2023, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-74252008000100004&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-74252008000100004&lng=es&tlng=es).

Santander, L. C., & Ramos Díaz, M. (2011). El nacimiento de un destino turístico en el Caribe Mexicano. Cozumel, de isla abandonada a puerto de cruceros. *Dialnet*. Recuperado 1 de diciembre de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4046146.pdf>

Secretaría General Iberoamericana, OISS & PROGRAMA IBEROAMERICANO DE COOPERACIÓN SOBRE ADULTOS MAYORES. (2021). TURISMO Y PERSONAS ADULTAS MAYORES EN IBEROAMÉRICA. En *BOLETÍN DEL*

PROGRAMA IBEROAMERICANO DE COOPERACIÓN SOBRE ADULTOS  
MAYORES (Vol. 17). [https://oiss.org/wp-  
content/uploads/2000/01/BOLETIN\\_17.pdf](https://oiss.org/wp-content/uploads/2000/01/BOLETIN_17.pdf)

SEDETUR. (2018). PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA COZUMEL.  
[http://sedeturqroo.gob.mx/ARCHIVOS/pturistas/2018/TURISTA%20COZUMEL%  
20ENE-MZO%202018.pdf](http://sedeturqroo.gob.mx/ARCHIVOS/pturistas/2018/TURISTA%20COZUMEL%20ENE-MZO%202018.pdf)

Sulvaran, E. (2010). Motivación del turista. (Monografía). Universidad Nacional  
Experimental de Guayana, Bolívar, Venezuela.

Zoom Mercats (2011) Cómo son y qué hacen los turistas séniores. Programa mercats del  
Consorci per a la Millora de la Competitivitat del Turisme i l'Oci de les Comarques  
de Tarragona (CMCTUR)

## ANEXOS

### Anexo I

#### Guía de Entrevista Semiestructurada a Turistas Senior

Hola mi nombre es Areli Abigail Castillo Matú soy estudiante de la Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo y en este momento estoy cursando la Licenciatura en Gestión de Servicios Turísticos

El objetivo de esta entrevista es identificar los factores que impulsan a los adultos mayores a hacer una parada para visitar la Isla de Cozumel mientras viajan en crucero.

En este sentido, siéntase libre de compartir sus ideas en este espacio. Aquí no hay respuestas correctas o incorrectas, lo que importa es justamente su opinión sincera.

Cabe aclarar que la información recabada será utilizada únicamente para este trabajo de investigación de la Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo sus respuestas serán unidas a otras opiniones de manera anónima y en ningún momento se identificará qué dijo cada participante.

Para agilizar la toma de la información, resulta de mucha utilidad grabar la conversación.

Tomar notas a mano demora mucho tiempo y se pueden perder cuestiones importantes.

¿Existe algún inconveniente en que grabemos la conversación? El uso de la grabación es sólo a los fines de análisis.

¡Desde ya muchas gracias por su tiempo!

**Fecha:**

**Lugar:**

<b>Edad:</b>	<b>País de procedencia:</b>
<b>Situación laboral:</b>	<b>Frecuencia de viaje:</b>
<b>Número de visitas a Cozumel:</b>	<b>Número de días de visita:</b>
<b>Número de personas con las que viaja:</b>	<b>5 aspectos por el cual eligió Cozumel:</b>
<b>1. Familiares/Amigos en Cozumel</b>	
<b>2. Recuerdos en Cozumel</b>	
<b>3. Perspectiva y recomendaciones de Cozumel</b>	
<b>4. Actividades realizadas</b>	
<b>5. Gastronomía</b>	
<b>6. Atractivos culturales/naturales</b>	
<b>7. Medio por el que obtuvo información sobre el crucero</b>	
<b>8. Seguridad en la infraestructura del crucero</b>	
<b>9. Comodidad durante su viaje</b>	
<b>10. Precio-calidad del crucero</b>	
<b>11. Que beneficios obtuvo durante su viaje.</b>	
<b>12. Nuevos aprendizajes</b>	

Fuente: Elaboración propia


Finalmente, desea comentar algo adicional o fortalecer algún punto relacionado a la entrevista.


Muchas gracias por su amable colaboración



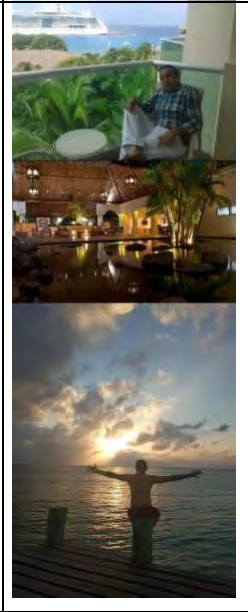
## Anexo II

Matriz de Relaciones entre Categorías de Análisis

CATEGORÍA	CÓDIGO	ENTREVISTA 1 SHERRY	EVIDENCIA DIGITAL	CATEGORÍA	CÓDIGO	ENTREVISTA 2 MIGUEL	EVIDENCIA DIGITAL
Información personal	Edad	68		Información personal	Edad	Tengo 64 años.	
Información personal	Origen	Estados Unidos		Información personal	Origen	Colima, Colima	
Información personal	Situación laboral	Pensionada		Información personal	Situación laboral	Jubilado.	
Información personal	Trabajo	Trabajo en línea para una empresa de Texas.		Información personal	Trabajo	Vendo artesanía a mayoreo	

<p>Información personal</p>	<p>Visitas anteriores</p>	<p>Oh Dios mío. La primera vez fue en 1995 porque acabo de tener a mi bebé y mi esposo ganó un crucero y yo estaba como, no quiero dejar a mi bebé. Ella tenía dos meses. Pero fuimos al crucero y se detuvo en Cozumel. Esa fue la primera vez y luego, después de que no realizamos más cruceros, mi esposo y yo, pero mi hija, cuando ella tuvo la edad suficiente y adoptamos a otra niña, cuando eran como, ya sabes, de ocho y cinco años, comencé a llevarlos en cruceros y venir a Cozumel. Así que llegamos muchas veces, quiero decir que iríamos en crucero 2 veces al año y nos detendríamos en Cozumel y luego comenzamos a bucear y nos encantó, así que dejamos de ir a cruceros y volaríamos y gastaríamos en vacaciones enteras en buceo y viene como 3 o 4 al año.</p>		<p>Información personal</p>	<p>Visitas anteriores</p>	<p>Sí la primera vez que visité en Cozumel. Fue hace como unos 20 años más o menos 20 a 22 años, no lo recuerdo bien. Pero ya hace rato. Y, pues me hice la promesa de regresar porque fue un lugar que me gustó muchísimo.</p>	
-----------------------------	---------------------------	--	--	-----------------------------	---------------------------	---	---


<p>Información personal</p>	<p>Destinos visitados</p>	<p>También fueron a otros lugares, pero Cozumel en su mayoría. Quiero decir, fui a las Islas Vírgenes, fui a Roatán, pero la mayoría de los cruceros que tomamos fueron Cozumel, Jamaica y las Islas Caimán. Se fueron de Galveston, Texas y se fueron a las Islas Caimán, Cozumel, Jamaica y de regreso.</p>		<p>Información personal</p>	<p>Destinos visitados</p>	<p>Mérida. Mazatlán, Manzanillo, Ixtapa Zihuatanejo, esos son los lugares que más he visita. Y en Miami, bueno, bueno, se puede decir que no, no se cuenta tanto porque viajamos muy poquito.</p>	
-----------------------------	---------------------------	---	--	-----------------------------	---------------------------	---	--

							
<p>Información personal</p>	<p>Tiempo de vivir en Cozumel</p>	<p>He estado aquí un poco más de seis años. El 14 de junio fue mi aniversario de seis años.</p>		<p>Información personal</p>	<p>Tiempo de vivir en Cozumel</p>	<p>Tengo apenas 6 años y medio viviendo aquí.</p>	

							
<p>Familiares/Amigos en Cozumel</p>	<p>Familia</p>	<p>Sí, tengo dos hijas en Texas.</p>		<p>Familiares/Amigos en Cozumel</p>	<p>Familia</p>	<p>Aquí ya vive uno de mis hijos ya. Ya se casó el día, ya vive aparte por ahí, este ya vive uno de mis hijos acá. Vino, le gustó y decidió quedarse aquí.</p>	
<p>Familiares/Amigos en Cozumel</p>	<p>Amigos</p>	<p>Sí, amigos, sí.</p>		<p>Familiares/Amigos en Cozumel</p>	<p>Amigos</p>	<p>Pues sí tengo bastantes amigos, se puede decir que tengo fácilmente estos amigos, amigos, amigos, unos 6.</p>	



							
<p>Recuerdos en Cozumel</p>	<p>Recuerdos</p>	<p>No en realidad no. Estoy haciendo recuerdos ahora que vivo aquí, pero no, viví toda mi vida en los Estados Unidos, Texas. Entonces eso es lo que trae recuerdos. Pero aquí, los estoy viviendo ahora, así que está bien.</p>		<p>Recuerdos en Cozumel</p>	<p>Recuerdos</p>	<p>El buceo que practiqué en aquel entonces, me encantó.</p>	

<p>Perspectiva y recomendaciones de Cozumel</p>	<p>Lugares recomendados</p>	<p>El mejor lugar. Eso es algo que depende de lo que quiera, pero principalmente voy con un amigo, un amigo mayor a Paradise Beach. Debido a que le gusta la piscina donde puedes sentarte en la silla en el agua y ya sabes, le teme al océano. Entonces sí, su papá se ahogó en agua y por eso le teme a la playa. Pero la piscina está bien.</p>		<p>Perspectiva y recomendaciones de Cozumel</p>	<p>Lugares recomendados</p>	<p>Bueno, amigos que han venido de otros lugares de Guadalajara, Colima, de Estados Unidos. Yo los he llevado a probar la comida tradicional de aquí de Cozumel, a mí me encanta los restaurantes me encantan las comidas que es este muy tradicional de aquí de los isleños. Y lugares para divertirse, pues como lo bonito que tiene la isla está dentro del mar. Entonces pues la gente que ha venido le recomiendo lo que es el cielo, lo que es Bacalar, lo que viene siendo este Colombia, lo que son los arrecifes de coral natural. Porque venir a Cozumel y no conocer lo maravilloso que tiene dentro del mar es como ir a Monterrey y no probar el cabrito, entonces Cozumel pues la verdad es hermosa, es muy bonito, tiene una mar muy, muy cristalino. Muy este propio para explorar.</p>	
<p>Perspectiva y recomendaciones de Cozumel</p>	<p>Lugares recomendados</p>	<p>En los lugares al aire libre donde tienen bandas en vivo, eso siempre es bueno en el parque Benito Juárez los domingos por la noche creo que es cuando tienen mucho entretenimiento. Luego, por supuesto, ya sabes durante la Navidad, tienen</p>		<p>Perspectiva y recomendaciones de Cozumel</p>	<p>Infraestructura</p>	<p>Pues la arquitectura, pues es muy normal, como en todos los lugares. No hay una arquitectura que la diferencie con otra región, no este, la arquitectura es moderna, es actual. No hay esta diferencia de un lugar a otro, aquí en México. Cozumel en sí, no le veo que haya una inclinación por un tipo de arquitectura definida.</p>	

		todas las posadas y tienen carnaval.				
Perspectiva y recomendaciones de Cozumel	Infraestructura	No es muy bueno.		Perspectiva y recomendaciones de Cozumel	Clima	Pues a mí me encanta el calor, me encanta, me encanta mucho calor, me gusta y la verdad, sí, el calor que hay aquí en Cozumel el clima es cálido, es agradable para mí, es agradable. Soy de las personas que no me gusta el frío.
Perspectiva y recomendaciones de Cozumel	Clima	Esa fue mi mayor sorpresa al visitar aquí todo el tiempo y luego, cuando me mudé aquí, no sabía que como diciembre, enero, febrero, marzo y abril el clima era tan hermosos. El invierno es encantador, ya sabes, porque es lo suficientemente genial. No es tan caliente y húmedo.		Actividades realizadas	Compras	Cuando vine para acá. La primera vez a Cozumel pues lo que compramos, pues no, no, no había en aquel entonces esta tanta artesanía como ahorita en cada esquina, en cada lugar, pues no venden otra cosa más que más que souvenirs. Antes no había tanto nos llevamos unas playeritas
Actividades realizadas	Compras	Oh, las camisetas o algo así, sí. Luego continuamos viajando en el crucero y luego compré esta casa.		Gastronomía	Comida	A mí me encanta los restaurantes me encantan las comidas que es este muy tradicional de aquí de los isleños como el poc chuc, el este ¿cómo se llaman las tostaditas estas? El salbute, el panucho, ese tipo de comidas a mí me encantan la verdad, yo soy muy tragón.

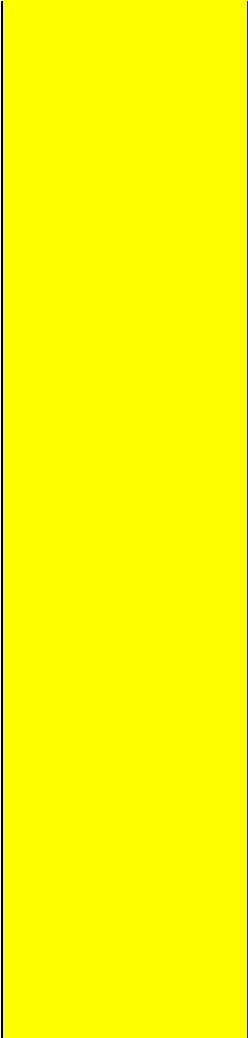
Gastronomía	Restaurante	Si, hay algunos restaurantes realmente buenos. Voy a tener que decir Guido's.		Atractivos culturales/naturales	Culturales	De los atractivos culturales que tiene aquí, pues he ido a ver el Museo de la isla que hay, pues está ahí, encierra toda la historia. Toda la historia de lo que viene siendo la isla, como se ha desarrollado, cómo ha evolucionado y con respecto a la cultura, pues recuerdo que venimos también en la época del carnaval y me di me di cuenta que pues sí hay un Carnaval. En aquel entonces había un carnaval muy distinto al que hay en Veracruz y al que hay en Mazatlán al que hay en aquella zona. Acá yo lo vi un poquito más recatado, no era tan exhibicionista como en Mazatlán, como ya por aquel lado, allá había más degeneré, aquí yo lo vi un poquito más recatado y me gustó. También me gustó la participación de la gente la gente, la gente aquí se me hizo muy participativa en el Carnaval y me refiero a la gente muy participativa, me refiero tanto a niños como adultos. La verdad sí se me hizo como que es una carta de presentación de ustedes.
Atractivos culturales/naturales	Culturales	Sí, Carnaval, pero supongo que, porque no puedo pensar en ningún otro, ¿sabes? Oh sí. Independencia. Eso es gracias por recordarme que eso		Atractivos culturales/naturales	Naturales	Y lugares para divertirse, pues como lo bonito que tiene la isla está dentro del mar. Entonces pues la gente que ha venido le recomiendo lo que es el cielo, lo que es Bacalar, lo

		es cierto, pero acabamos de tener eso. Oh el día de los muertos 2 de noviembre de noviembre.				que viene siendo este Colombia, lo que son los arrecifes de coral natural.	
Atractivos culturales/naturales	Eventos	Las carreras de Ironman, los rodeos a los que asisto, cosas para la sociedad humana cuando lo han hecho. Ya sabes, fiestas y recaudadores de fondos.			Medio por el que obtuvo información sobre el crucero	Agencia de viajes	Era una agencia.
Medio por el que obtuvo información sobre el crucero	En línea	En línea. Solo lo investigué en línea y reservé en línea y todo bien			Seguridad crucero	Seguridad	Sí, la verdad, sí. Muy seguro, es un viaje. Pues, como era la primera vez, era, pues era así que más la emoción que otra cosa.
Seguridad crucero	Seguridad	Sí. Siempre dicen que no salgas del área de cruceros. Al final había hombres con armas y todo fuera de la cerca y pensé, no, está bien, nos sentaremos aquí mismo. No era como Cozumel, donde te dicen que no salgas de Puerto Maya o el área de Punta Langosta porque quieren que compres allí, pero no es peligroso.			Comodidad durante su viaje	Comodidad	Pues para serte honesto, no soy muy muy esperado a cruceros. Como que no me llama mucho la atención, como que no me gusta tanto.
Comodidad durante su viaje	Comodidad	En un 0 a 10. Un 10.			Precio-calidad del crucero	Caro	Pues en aquel entonces se nos hizo este no recuerdo la verdad que tanto se apagó en aquel entonces, pero tengo el sentimiento de que sí pagamos bastante. De que sí fue un poquito caro,



Nuevos aprendizajes	Descubrimiento	Diremos que buceo entonces.	
Nuevos aprendizajes	Descubrimiento	Bueno, hubo tantas visitas que siempre aprendí algo nuevo, sí, por ejemplo, aprendí a cocinar comida mexicana. Es diferente en Texas. Entonces aprendí a cocinar algunas cosas. Aprendí más sobre la cultura. Estoy aprendiendo a hablar español.	





Oh, the Panama Canal? Yeah it was completed in the early 1900's. Connects the Atlantic to the Pacific oceans so cargo ships don't have to sail all the way down to the very tip of South America... saves Thousands of travel miles, tons of time saved, fuel etc.... But it was an engineering marvel of the time, since it cut through a mountainous region of Panama.

The Atlantic and pacific are each, obviously, at "sea level". However the lake that the ships must go through is up in the mountains!!

So the ships need to be raised from sea level UP to the lake level, then lowered again when they exit on the other side. They built "locks" on both sides of the lake.

The cruise goes from Tampa on the Atlantic side, enters the canal and is raised in 3 locks, 3 chambers that fill with water and literally lift the entire ship to the next lock/chamber. It takes 3 lifts to go from sea level to lake level. Very cool to see it happening, very cool to realize this is 100 years old!! And still functioning

Then we stay in the lake about 2 hours during which time a retired gentleman who worked at the locks came on board and held a question & answer session which was fascinating. Then we got to go back down thru the 3 locks, back to sea level and sailed out to the Atlantic (Caribbean) again!!! A wonderful experience!!

Truly a dream come true!! It was so amazing to see!!

Just like seeing Tulum, and Chichen Itza were dream come true trips, too!! To actually see, and touch, stonework buildings that people built in ancient times!! Incredible!

Cruising, to me, has given me opportunities I'd never have thought possible, it expanded my world... I've seen and done so much because I was able to access it thru cruising.

Omg I sound like a commercial ha hi ha. Carnival should put me on the payroll ha hi ha

greetings once again! Yes, I have some wonderful memories of the different sights I've seen. I love that cruise ships offer so many different choices. And it seems that the tour providers are very knowledgeable. For instance on route to Tulum, Chichen Itza and Caccoben, the tour guides explained many things to us while on the bus. Maps, some other Mayan artifacts etc. It made a long bus ride very informative and interesting. Plus each of the tour guides were very proud of their Mayan heritage. It was really neat to hear what they had to say.

We have taken tours also at Georgetown Grand Cayman, and Limon Costa Rica. On another trip we got a taxi in Belize and asked the driver to just "drive us around, show us where the regular people live". That was really a great taxi ride!! The driver took us past his church and the local school, past a downtown business district, showed us a bridge the Chinese government helped them build, etc. It was a really good, informative trip!!

One thing we noticed was how happy the children were... They were outdoors playing on bikes or others were playing ball, but they were all active and playing—unlike so many American children who have their heads buried in their cell phones and tablets... These children were active and socializing. That's a lasting impression on me.

this is what Cozumel looks like as we get near to port. This is from the 2009 cruise.

Ok turns out I have a couple pix I can access from cellphone. These are from 2009, I sailed with 2 girl friends, we all did different things ... I took an excursion in each of the ports!! Toured the Mayan ruins at Chaccoben, near the Costa Maya port. Fantastic!!! So amazing to see and touch history!!!

The "swim with dolphins" was in Cozumel at a large facility called "Dolphinarium", it was informative, interesting and Fun!!

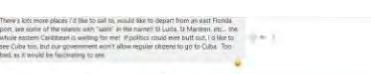
There's not much else I'd like to tell to socialize to depart from all east Florida ports, see some of the islands with "taxis" in the name! St Lucia, St Martin, etc. the whole eastern Caribbean is waiting for me! If politics could ever shut out, I'd like to see Cuba too, but our government won't allow regular citizens to go to Cuba. So bad, so it would be fascinating to see.

So sorry about that!

Oh, the water's super warm this! I'm loving swimming again. What if I remember all the details and tell you about that experience, but maybe then you have to wait a month or more being "open" to the Caribbean. I'm sure you'll have a great time and wonderful things to tell me. And you know, you can see that they're really happy when they're in the water. I'm really glad to hear about all your experiences and the great that happened to you.

Ok turns out I have a couple pix I can access from cellphone. These are from 2009, I sailed with 2 girl friends, we all did different things ... I took an excursion in each of the ports!! Toured the Mayan ruins at Chaccoben, near the Costa Maya port. Fantastic!!! So amazing to see and touch history!!!

The "swim with dolphins" was in Cozumel at a large facility called "Dolphinarium", it was informative, interesting and Fun!!



Ok turns out I have a couple pix I can access from cellphone. These are from 2009, I sailed with 2 girl friends, we all did different things ... I took an excursion in each of the ports!! Toured the Mayan ruins at Chaccoben, near the Costa Maya port. Fantastic!!! So amazing to see and touch history!!!

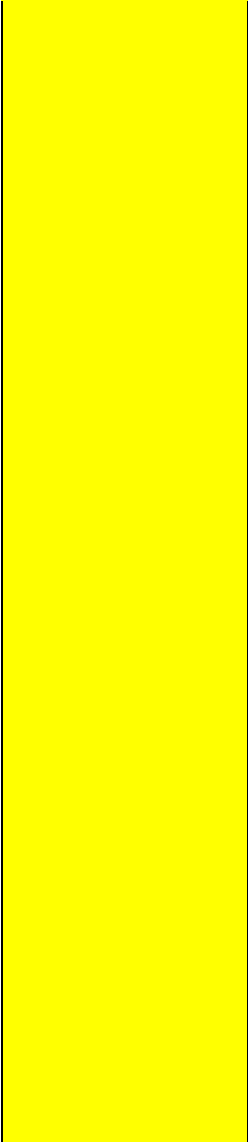
The "swim with dolphins" was in Cozumel at a large facility called "Dolphinarium", it was informative, interesting and Fun!!



Ok turns out I have a couple pix I can access from cellphone. These are from 2009, I sailed with 2 girl friends, we all did different things ... I took an excursion in each of the ports!! Toured the Mayan ruins at Chaccoben, near the Costa Maya port. Fantastic!!! So amazing to see and touch history!!!

The "swim with dolphins" was in Cozumel at a large facility called "Dolphinarium", it was informative, interesting and Fun!!





next up ... 2012 pix ....

one of the plaza's near to the ship port, a street or two back from the main waterfront shopping district

a wider view of the same plaza

standing by one of the statues of the Mexican Eagle, along the waterfront by the shopping district

LOL ... being typical tourists ... having FUN along the shopping district ... on a later cruise we did actually go in to Señor Frogs for lunch and a drink ... and I danced on the balcony overlooking the street LOL ... ha ha ha ... fun times ...

another sculpture along the waterfront. these were all Jan 2012. so they're kinda old.

Men!!!! ha ha ha ha ... my other cruises before 2012 were with my girlfriend Eva, and one was Eva and Pam and I, and one was just Pam and I. and each time I'd come back and say Jim Jim you GOTTA get a passport... you gotta come on a cruise, you and I... you'll love it... trust me... "No" always it was "no, its too formal, its too rigid its too planned"

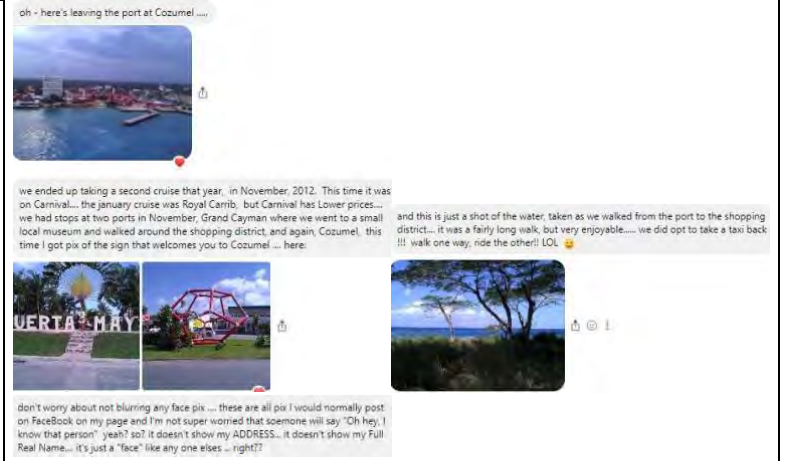
and this is going back to the ship, ours is the smaller one, to the right .... This was Jim's FIRST ever cruise, we didn't do any excursion, just took a taxi to the shopping district and walked around... then went back to the ship. He enjoyed it so much he said "When Can We Go Again?!" !!!! LOL... now keep in mind it took me FIVE years to pestering him, for him to agree to even GO on a cruise!!!


so I made him a promise, we will NOT step foot into the main dining room... ok well yeah, between meals when its empty, I wanna go IN, see it, and see where our table "Would Have Been" but we will NOT eat in main, will NOT dress up for "Formal Night" will not wear suit or tie or "office type clothes" ... and finally he gave in ... I think to just shut me up ha ha ha


Información personal

Destinos visitados

Cozumel, Gran Caimán, Costa Maya, Belice, Las esclusas del lago Gatún, Limón Costa Rica, Tulum y Chichén Itzá



			
Familiares/Amigos en Cozumel	Amigos	No es una persona demasiado social por lo que no hizo amigos a bordo.	
Actividades realizadas	Compras	No compro joyas caras ni bebidas elegantes.	
Gastronomía	Comida	Tuvo buffet en el crucero, la comida fue buena, pero ella no estaba ahí por la comida.	

Gastronomía	Restaurante	Menciona al Señor Frogs	
Atractivos culturales/naturales	Culturales	No visito, pero en su próxima visita quiere visitar San Gervasio y Chankanabb	
Seguridad crucero	Seguridad	Contaban con un área restringida entre el barco y las calles principales, pero les gustaba salir a la ciudad.	
Precio-calidad del crucero	Barato	Son personas con ingresos promedio por lo que consiguieron la cabina de menor costo sin ventana con las comidas incluidas.!	
Beneficios durante su viaje.	Salud	Aunque trabajaba siempre le era necesario unas vacaciones para su descanso mental.	
Beneficios durante su viaje.	Crecimiento personal	Viajar le ha brindado oportunidades que nunca hubiera creído posibles. Amplió su mundo, ha visto y hecho mucho.	
Beneficios durante su viaje.	Entretenimiento	Viajo para relajarse y sobre todo para conocer nuevos lugares.	

Fuente: Elaboración propia