

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA



NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE OFRECE EL PROGRAMA III CENTRO ADULTO MAYOR LA VICTORIA, ESSALUD, AREQUIPA - 2015

Presentada por la Bachiller:

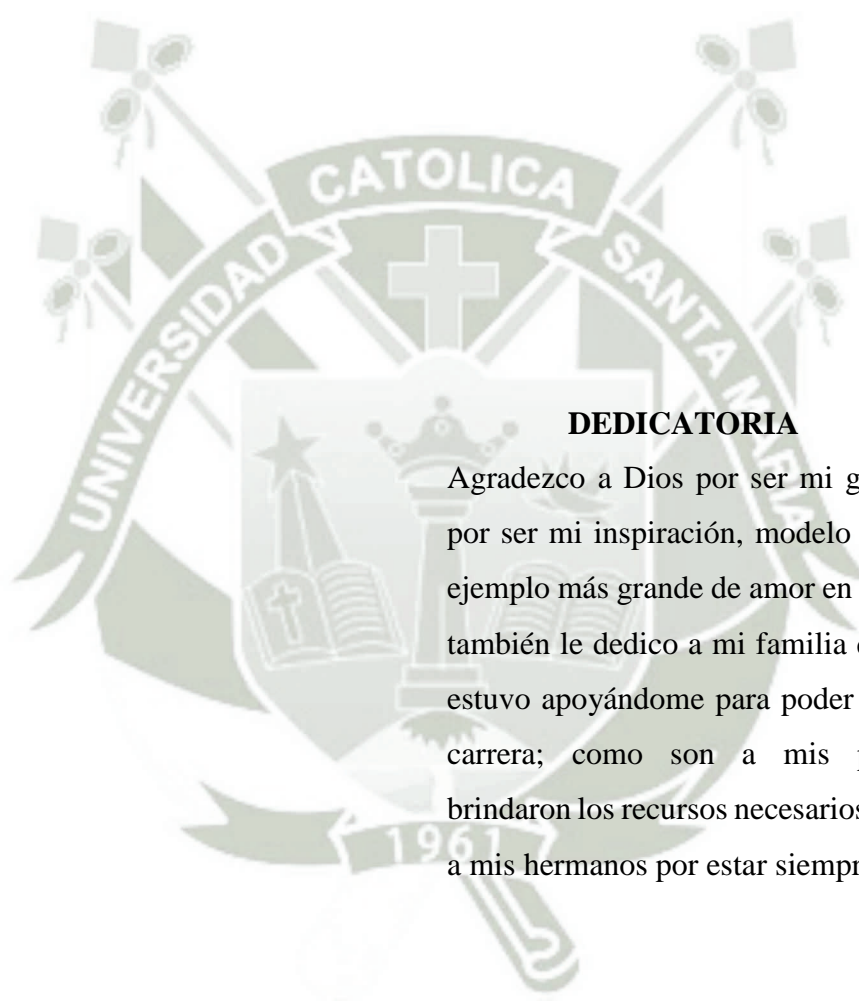
LUCÍA FERNANDA VALENCIA LLERENA

Para optar el Título Profesional de

LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA.

AREQUIPA-PERÚ

2016



DEDICATORIA

Agradezco a Dios por ser mi guía, a Jesús por ser mi inspiración, modelo y por ser el ejemplo más grande de amor en este mundo, también le dedico a mi familia que siempre estuvo apoyándome para poder concluir mi carrera; como son a mis padres que brindaron los recursos necesarios y consejos, a mis hermanos por estar siempre conmigo.

LUCIA



AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Católica de Santa María por haber aceptado ser parte de ella y abrirme sus puertas para poder estudiar mi Carrera Profesional de Turismo y Hotelería, así como también a diferentes docentes y su apoyo para seguir adelante.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INDICE	iv
RESUMEN	viii
SUMMARY	ix
INTRODUCCION	x

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. ENUNCIADO	12
2. DESCRIPCIÓN	12
2.1 Campo, Área y Línea	12
2.2 Nivel de Investigación	12
2.3 Tipo de Investigación	12
2.4 Variables	13
3. JUSTIFICACIÓN	14
4. MARCO TEÓRICO	15
4.1 Antecedentes	15
4.2 Definición de Satisfacción	16
4.2.1 Dimensiones del nivel de satisfacción en las actividades turísticas	18
4.3 Formas de lograr la satisfacción del cliente	22
4.4 Medición de Satisfacción del cliente	23
4.5 Evolución de la calidad	23
4.6 Teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente	24
4.7 Percepción y Satisfacción	24
4.7.1 Percepción	24
4.7.2 El adulto mayor	26
4.7.3 Definición de adulto mayor	29
4.7.4 Satisfacción en el adulto mayor	29

4.7.5 Elementos importantes en la calidad de vida de los adultos mayores	30
4.8 Panorama General del Adulto Mayor	32
4.9 Prevención y afrontamiento para una vejez activa y digna	35
5. OBJETIVOS	37
6. HIPÓTESIS	37

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. TÉCNICAS	38
2. INSTRUMENTOS	38
3. CAMPO DE VERIFICACIÓN	38
3.1 Ámbito	38
3.2 Temporalidad	38
3.3 Unidad de estudio	39
3.4 Población	39
4. ESTRATEGIAS	39

CAPÍTULO III

RESULTADOS

1. CENTRO ADULTO MAYOR	41
2. VARIABLES ÚNICA	
Satisfacción en los bienes materiales ofrecidos	46
Satisfacción en la fiabilidad del servicio	48
Satisfacción en la capacidad de respuesta	50
Satisfacción en la seguridad del servicio	52
Satisfacción en la empatía del servicio	54
Nivel de Satisfacción de los usuarios del Adulto Mayor a Nivel General	56

DISCUSIÓN	58
CONCLUSIONES	60
SUGERENCIAS	62
BIBLIOGRAFÍA	63

WEB GRAFÍA	64
ANEXOS	65
BASE DE DATOS	80



ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro de Variables	13
Cuadro de Programación anual de la cartera de servicios gerontológico-sociales en los CAM de Es salud 2015	44
Cuadro de Programación y presupuesto anual de turismo 2015 III CAM La Victoria.	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Satisfacción turística con los bienes materiales ofrecidos	46
Tabla 2: Satisfacción turística en la fiabilidad del servicio	48
Tabla 3: Satisfacción turística en la capacidad de respuesta	50
Tabla 4: Satisfacción turística en la seguridad del servicio	52
Tabla 5: Satisfacción turística en la empatía del servicio	54
Tabla 6: Satisfacción turística a nivel general	56

ÍNDICE DE GRAFICOS

Grafico 1: Satisfacción turística con los bienes materiales ofrecidos	46
Grafico 2: Satisfacción turística en la fiabilidad del servicio	48
Grafico 3: Satisfacción turística en la capacidad de respuesta	50
Grafico 4: Satisfacción turística en la seguridad del servicio	52
Grafico 5: Satisfacción turística en la empatía del servicio	54
Grafico 6: Satisfacción turística a nivel general	56

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Conceptualización de calidad de vida	31
Figura 2: Logo del centro del adulto mayor	41

RESUMEN

La presente investigación “NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE OFRECE EL PROGRAMA III CENTRO ADULTO MAYOR LA VICTORIA, ES SALUD, AREQUIPA 2015”, tiene como propósito determinar el nivel de satisfacción turística de los usuarios de los servicios III Centro del Adulto Mayor, donde se ofrecen actividades turísticas de bienestar, relación y salud al Adulto Mayor para poder identificar el nivel de satisfacción frente a dichas actividades que realizan.

Esta investigación es de un nivel descriptivo, no experimental, transversal, univariable con una población de 350 Adultos Mayores, a los cuales, se les aplicó la encuesta, donde se intenta obtener una imagen objetiva sobre el nivel de satisfacción de los usuarios que son los Adultos Mayores respecto la oferta turística que les brinda dicho programa.

Para la determinación de los resultados se utilizó la escala de Likert para tener resultados más homogéneos, durante el proceso de tabularlos y presentarlos en histogramas y tablas se vio por conveniente presentar los resultados por indicadores de manera que se tenga una mejor comprensión de estos, para obtener los resultados finales nos apoyamos en la estadística descriptiva utilizando la moda, que viene a ser la respuesta que más se repite en cada pregunta.

Los resultados de la investigación muestran que se tiene muy alta satisfacción en los bienes materiales, por otro lado la fiabilidad que se ofrece en este servicio también tiene una calificación muy alta, la capacidad de respuesta del personal fue percibida con una satisfacción muy alta de parte de los adultos mayores, así mismo, la seguridad y empatía de los servicios también tuvieron una satisfacción muy alta. Es necesario indicar que en todos los resultados existe la tendencia a bajar al nivel inferior inmediato.

Cabe destacar, que toda la investigación fue realizada bajo la rigurosidad del método científico que mediante procedimientos establecidos y pruebas estadísticas han guiado la realización de esta tesis

SUMMARY

This research "LEVEL OF SATISFACTION OF USERS IN TOURIST ACTIVITIES OFFERED BY THE PROGRAM III CENTER ELDERLY VICTORY, IS HEALTH, AREQUIPA 2015", it aims to determine the level of tourist satisfaction of users of services III Center Elderly, where they offer wellness tourism, health relationship and the Elderly to identify what is the level of satisfaction with those activities they perform.

This research is a non-experimental, cross-sectional, univariate descriptive level with a population of 350 older adults, which, we applied the survey, where you try to get an objective picture of the level of satisfaction of a population that are Seniors where tourist offer that gives them such a program.

To determine the results I use Likert scale to have more consistent results, during tabulate and present them in histograms and tables, was it convenient to present the results for indicators so as to have a better understanding of the results, to obtain final results we rely on statistics using descriptive fashion, which is to be the answer that is repeated in each question.

The research results show that it has very high satisfaction in material goods, on the other hand the reliability offered this service also have a very high rating, responsiveness of staff was perceived with a very high satisfaction from the elderly, likewise, security and empathy services also had a very high satisfaction. We must stress that exists in all results tend to go down to next lower level.

It is noteworthy that all research was conducted under the rigor of the scientific method through established procedures and statistical tests have guided the realization of this thesis

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema del Nivel de Satisfacción de los usuarios en las actividades turísticas que ofrece el programa III Centro Adulto Mayor, La Victoria-Es Salud.

El Centro del Programa Adulto Mayor, tiene el objetivo de ofrecer diversas alternativas de capacitación y desarrollo mediante la integración familiar, sociocultural, recreativa, productiva y el favorecimiento de un estilo de vida activo para facilitarles bienestar biológico y psicológico. En la institución se tiene la convicción de que la vida de los Adultos Mayores antes que volverse pasiva o carente de participación en distintos ámbitos de la sociedad, debe ser de preocupación de la sociedad y el estado debe proveer de medios económicos y humanos y materiales para que esto sea realidad.

Toda labor, tanto de las empresas privadas como de las particulares, debe responder antes que nada a un servicio de calidad. La investigación en este aspecto es de suma importancia, porque permite visualizar los niveles de logro, los desafíos pendientes y los ámbitos específicos de mayor y menor logro.

La presente investigación se realizó por el interés de evaluar el nivel de satisfacción turístico ofrecido por la entidad estatal en los ámbitos de bienes materiales, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Para satisfacer las referencias de la presente investigación, se ha desarrollado los siguientes capítulos:

En el Capítulo I: Se realizará el planteamiento teórico donde se habla sobre la satisfacción, las variables que se utiliza para desarrollar esta investigación, las formas para poder lograr un buen nivel de satisfacción; también sobre lo más importante que es la calidad de vida del Adulto Mayor; en cual el la visión y misión del centro adulto mayor, que servicios brinda y ofrece y por ultimo las normas para desarrollar las actividades para Los Adultos Mayores. Además explica cuál es la programación anual de los servicios que ofrece el CAM.

En el Capítulo II: Se observará lo que es el planteamiento operacional, donde muestra las técnicas e instrumentos, el número de población a la cual se dirigió para poder realizar mi investigación basándose a una encuesta en donde se tiene en cuenta las edades , sexo y destinos como son el turismo local, nacional e internacional a la vez también desarrollando mis variables que son el Bienes Material (Apariencia del servicio), Fiabilidad (cumplimiento y calidad del servicio); Capacidad de Respuestas (Servicio profesional); Seguridad (Requisitos de Seguridad); y Empatía (Atención rápida).

En el Capítulo III: Se presentará los resultados de la investigación, comenzando por los objetivos específicos y concluyendo en el objetivo general; mediante tablas y gráficos; se presenta acompañada de una interpretación, la cual incide en los elementos esenciales, con el propósito de resaltar las tendencias y valores representativos, para este objetivo son oportunos la frecuencia, los porcentajes, la media y la desviación estándar.

Por último, se ofrece las conclusiones que precisan el logro o rechazo de las hipótesis de investigación, y las recomendaciones para la Institución donde se realizó la investigación y para futuras investigaciones.



CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. ENUNCIADO

Nivel de satisfacción de los usuarios en las actividades turísticas que ofrece el programa III Centro Adulto Mayor La Victoria, Es Salud Arequipa 2015.

2. DESCRIPCIÓN

2.1 Campo, Área y Línea

Campo: Ciencias Sociales
Área: Turismo
Línea: Nivel de Satisfacción Turística

2.2 Nivel de Investigación

Es descriptiva ya que se desea describir y medir en todos sus componentes principales, una realidad. (Hernández, 2012)

2.3 Tipo de Investigación

Según Hernández, Fernández, Baptista, (2010) el tipo de investigación básica porque está orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos, por tanto recoge conocimientos por causa del conocimiento, es la fuente más importante de nuevas ideas, teorías y principios.

Es esencial la investigación básica porque no se puede negar, esto quiere decir, que es puramente investigación teórica destinada a aumentar el conocimiento sobre determinadas conductas o fenómenos.

2.4 Variables

Variable única: Nivel de satisfacción turística.

El nivel es la representación objetiva de los diversos pareceres frente a un servicio.

La satisfacción turística es una actitud afectiva, suma de sensaciones, ideas e intenciones de actuar de agrado o desagrado directamente relacionado con la toma de postura personal frente a la organización de espacios de ocio.

CUADRO DE VARIABLES

VARIABLE	INDICADORES	SUB-INDICADORES
1. NIVEL DE SATISFACCIÓN EN LAS ACTIVIDADES TURISTICAS	1.1 Bienes Materiales	1.1.1 Instalaciones
		1.1.2 Equipos
		1.1.3 Apariencia de los colaboradores
		1.1.4 Elementos de Comunicación y Promoción
	1.2 Fiabilidad	1.2.1 Cumplimiento de la Promesa
		1.2.2 Compromiso
		1.2.3 Grado de Confianza
	1.3 Capacidad de Respuesta	1.3.1 Comprensión del cliente
		1.3.2 Disposición de ayuda al cliente
		1.3.3 Atención a los reclamos
	1.4 Seguridad	1.4.1 Garantía
		1.4.2 Credibilidad
		1.4.3 Sentimiento de protección
	1.5 Empatía	1.5.1 Atención personalizada.
		1.5.2 Trato

3. JUSTIFICACIÓN

El Adulto Mayor del Programa III Centro Adulto Mayor del Seguro Social en la ciudad de Arequipa, tiene un departamento de bienestar social implementado para los adultos mayores, esta, les ofrece turismo local, nacional e internacional desde hace varios años, pero esta labor a pesar de sus limitaciones, no se evalúa debidamente. La presente investigación tendrá una notable significación práctica, ya que nos permitirá conocer el nivel de satisfacción que este servicio da a los adultos mayores.

En primer lugar en el ámbito económico los adultos mayores empiezan a pensar en realizarse como persona puesto que ya cumplieron la función de padres, entonces comienzan en programarse viajes para satisfacer sus necesidades emocionales y satisfacer su ego personal, por otro lado, en el ámbito social en vista que en el Seguro Social es un centro de salud donde acuden todo tipo de personas de diferentes edades, se crea un centro especial para el trato de adulto mayor y que sean atendidos de acuerdo a su estado físico y mental, lo cual se sientan identificados como un grupo especial “Adulto Mayor”.

En segundo lugar con lo que respecta al ámbito profesional se sabe que el adulto mayor es considerado como tal a partir de los 60 años, se puede formar grupo de acuerdo a edades cronológicas y situación económicas; a estos grupos se les programar diferentes viajes a lugares locales, nacionales e internacionales para que las personas se sienta satisfechas frente a la sociedad.

Finalmente como profesional me gustaría aportar una propuesta para cumplimiento de los programas de viaje y la satisfacción de los Adultos Mayores y mejorar las condiciones en que dicho servicio es prestado. Del mismo modo, plantear acciones de mejoramiento que cumplan con las expectativas de este importante grupo humano.

4. MARCO TEÓRICO

En la presente información previa tanto de investigaciones de campo como del aporte de expertos en el área. La información teórica se expone de la siguiente manera: la definición de satisfacción, características; conceptualización acerca del adulto mayor, conceptualización acerca de los factores socio-culturales, y por último, la conceptualización acerca del nivel de satisfacción de la actividad turística.

4.1 Antecedentes

Dentro de las tesis revisadas para tener una base y guía para la realización de esta investigación tenemos a las siguientes:

En primer lugar la tesis titulada “El turismo de la tercera edad en los destinos turísticos consolidados: El Caso de la Costa del Sol”; tiene como objetivo analizar las visitas de los turistas mayores retirados en un destino turístico consolidado para conocer la importancia de estas visitas, así como sus principales características, mediante un encuesta del observatorio turístico de Costa del Sol analizaron las pautas de consumo de ocio turístico de la tercera edad que ha visitado la Costa del Sol en 2006. Los resultados de estos análisis, plantea algunas consideraciones generales sobre el turismo de las personas mayores también denominadas de la tercer edad.

En segundo lugar, se encontró otra tesis titulada “Estudio Explorativo – Descriptivo del Segmento Adulto Mayor – Su oferta turística y diseño de estrategias de intervención en la ciudad de Quito”, su objetivo es caracterizar el perfil del Adulto Mayor de la ciudad de Quito y su oferta turística a través de un estudio explorativo de los principales lugares, lo cual aplica un encuesta de la población Ecuatoriana que asisten a estas principales sedes con la intención de establecer estrategias de intervención en actividades de turismo dentro y fuera de Ecuador.

Finalmente, Enrique Ortega Martínez & Beatriz Rodríguez Herráez, realizó un artículo titulado “La Satisfacción en el Turismo Social”; el objetivo es analizar la satisfacción de los usuarios del turismo social en España. Concretamente, los datos corresponden a una encuesta realizada sobre una muestra de 3.239 usuarios del principal programa de turismo social, donde se obtuvo como conclusión examinar la satisfacción de los usuarios del turismo social y analizar las variables que conducen a la elevada satisfacción principalmente en las características inherentes a los diferentes servicios disfrutados, que pueden traducirse como servicio de calidad.

4.2 Definición de satisfacción

La satisfacción del cliente es la sensación en donde una persona pueda experimentar el placer o decepción del producto o los resultados esperados, con las expectativas de beneficios previos. (Kotler, 2009)

Se puede decir que hay dos tipos de resultados como son los resultados inferiores a las expectativas donde el cliente queda insatisfecho y por otro lado tenemos los resultados que están a la altura de las expectativas donde el cliente queda satisfecho o encantado de dicho producto.

Según diferentes autores se encuentran definiciones acerca a la satisfacción del cliente; es el estado psicológico que tiene resultado de un proceso de compra y de consumo. (Nieto & Zorrilla, 2013)

Dicha satisfacción va unida a cada transacción específica hacia un producto o servicio que es general y puede existir sin que haya habido una experiencia personal de compra y de consumo concreto.

La satisfacción de las necesidades de los clientes es la clave de los intercambios entre empresas y mercado, y desde los orígenes del marketing la satisfacción ha sido considerada como el factor determinante del éxito. (Sánchez & González, 2005)

Es sabido que el aumento de la satisfacción y de la retención de consumidores lleva a un aumento en las ganancias, es decir, estamos a todas luces frente a un tema de gran relevancia para las empresas de servicio. (Reichheld, 1996)

Si bien esta variedad de definiciones ayuda a enriquecer su significado y elevan su conocimiento, también indica una cierta confusión en la investigación, tal vez explicada por el doble enfoque: proceso resultado que ha marcado los aportes en la literatura.

Según Parker & Mathews, (2001) a la hora de estudiar este constructo, el paradigma de desconfirmación de expectativas, incluido dentro de las definiciones centradas en el proceso, provee las bases para la gran mayoría de los estudios y abarca cuatro constructos: expectativas, desempeño, desconfirmación y satisfacción (Caruana, Money, & Berthon, 2000). La desconfirmación viene de las discrepancias entre las expectativas previas y el desempeño real. Hay tres resultados posibles: cero desconfirmación resultante de un servicio que se desempeña según lo esperado; desconfirmación positiva por un desempeño sobre lo esperado, generando satisfacción; y desconfirmación negativa por un desempeño bajo las expectativas, apareciendo la insatisfacción.

Como se mencionó antes, también existen autores que entregan definiciones de la satisfacción centradas en el resultado, viendo este constructo como una respuesta emocional a experiencias asociadas a la compra. Dentro de estas definiciones, existen dos puntos de vista al tema: transaccional y acumulativo. (Boulding, Kalra, Staelin, & Zeithaml, 1993)

En el primero de los puntos de vista, se entiende al satisfacción como una evaluación post compra de un acto de consumo específico mientras que en el segundo de estos puntos de vista se define la satisfacción como una evaluación global basada en la experiencia de consumo del servicio a lo largo del tiempo. (Fornell, 1992)

A la hora de hablar de los factores que determinan la satisfacción de un cliente, en base a lo mencionado por Zeithaml et al (2009) en su libro, se puede decir que “la satisfacción del cliente está influida por características específicas del producto o servicio, las percepciones de la calidad del producto y servicio, y el precio. Además, factores personales como el estado de ánimo o estado emocional del cliente y factores situacionales como las opiniones de los familiares también influirán en la satisfacción”.

Las empresas de servicio típicamente miden la satisfacción de manera regular usando escalas de tipo Likert que miden el nivel de satisfacción basándose en el último encuentro de servicio de los clientes. (Heskett, Sasser, & Schlesinger, 1997)

Lo que es muy importante no olvidar a la hora de medir niveles de satisfacción es que, al igual que lo que sucede con la calidad de servicio, la satisfacción es una de las características multidimensionales (Sureshchandar, Rajendran, & Anantharaman, 2002)

4.2.1. Dimensiones de Nivel de satisfacción en las actividades turísticas.

Las dimensiones de nivel de satisfacción según el modelo SERVQUAL son: bienes materiales, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. A continuación, se desarrollará cada dimensión con su respectiva subdimensión:

a. Elementos tangibles o Bienes Materiales.

Los elementos tangibles se refieren a la satisfacción del cliente que corresponde a las apariencias de las instalaciones, equipos, empleados y materiales.

Lo cual representan las características físicas y apariencia como son las instalaciones (recepción, restaurante, alojamiento, entre otros), equipos (equipo directivo, equipo de pisos, equipo receptivo, equipo de mantenimiento, entre otros), personal (persona personalizada) y otros elementos con los que el cliente está en contacto al contratar el servicio. (Zeithman, Parasuraman, Berry, 1982)

Apariencia de las instalaciones y apariencias del personal. Es el índice donde se presenta lo que es la apariencia de las instalaciones y del personal que vendría a ser la calidad como son los servicios de equipos de apariencia moderna; como son las instalaciones físicas que son modernas limpias, organizadas u aptas para ofrecer un buen servicio y por último los elementos materiales (folletos, bifoleados, trifoliados) son visualmente atractivos donde explica el servicio que se ofrece para dicho producto.

b. Fiabilidad.

La Fiabilidad es la práctica donde tiene el poder prestar el servicio como son la eficiencia y eficacia, consiguiendo el aprovechamiento de tiempo y materiales.

La fiabilidad mide la efectividad esto quiere decir que obtiene el servicio mediante un proceso correcto donde se cumplen las expectativas para el que fue diseñado.

(Zeithman, Parasuraman, Berry, 1982)

La fiabilidad se puede medir cuando la empresa de servicios promete hacer algo en cierto tiempo y cuando un cliente tiene un problema la empresa lo cual se muestra comprometida para solucionarlo (Reclamos y Soluciones ante el problema).

El subindicador compromiso consiste en el grado de adhesión de la organización a la promesa dada, esto genera en el cliente un cierto grado de confianza. El grado de confianza es la seguridad que el cliente tiene de una organización después de haber experimentado varios detalles de su servicio, estos son: la prontitud, la cantidad, la calidad y la interacción cliente-organización.

c. Capacidad de Respuesta.

La capacidad de respuesta es el deseo de ayudar y satisfacer las necesidades de los clientes de forma rápida y eficiente; lo cual representa la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos a un servicio rápido. (Zeithman, Parasuraman, Berry, 1982)

La capacidad de respuesta se mide en tres momentos bien definidos:

La comprensión del cliente. Se trata del establecimiento de una sintonía comunicativa con el cliente, con sus intereses y expectativas.

La disposición de ayuda al cliente. Es obvio que el servicio se realiza por una retribución económica, pero este también debe estar acompañado de una buena dosis axiológica de la organización hacia el cliente en dirección a satisfacer su requerimiento y aliviar la angustia.

Atención a los reclamos. El servicio no se acaba con la satisfacción del requerimiento y la cancelación del monto económico. Un servicio de calidad está atento a la atención razonable a los reclamos por las imperfecciones del servicio en cuanto a la calidad, fecha, lugar y modalidades pactadas previamente.

d. Seguridad.

La seguridad implica la calidad de la oferta de servicio, la certeza de que todos los detalles prometidos se van a cumplir y en el momento debido. Por ejemplo, en la oferta de turismo para adultos, seguridad es saber organizar detallada y completamente los requerimientos desde la salida hasta el retorno.

Según Kotler (2009), la seguridad se mide en las siguientes dimensiones: garantía, credibilidad y sentimiento de protección. La garantía se refiere a la fama de buen cumplidor que tiene la organización, por lo cual, adquiere mayor ascendencia y preferencia sobre las demás empresas.

La credibilidad tiene fundamento en el legado de cumplimiento que la empresa tiene en el subconsciente de los clientes. No basta con prometer muchos beneficios, hace falta testificarla con el testimonio de otros clientes satisfechos.

El sentimiento de protección es la capacidad de la empresa de dar resguardo y bienestar a las personas, sobre todo a aquellas que lo carecen debido a su edad, salud, posición social o posición económica.

e. Empatía.

La empatía es la conexión entre dos personas, lo cual vendría hacer un trato más personalizado directo al cliente, donde se hace más claro el mensaje por lo que se configura como la habilidad de inferir los pensamientos y deseos de otros; vendría hacer el grado de atención personalizada que ofrecen las empresas a los clientes. (Zeithman, Parasuraman, Berry, 1982)

La empatía se mide con la atención personalizada y el buen trato. La atención personalizada es un requerimiento muy sensible al mercado actual de los consumidores, consiste en la decisión organizacional de superar la masificación y en

atender y ofrecer servicios acordes a las necesidades particulares de los clientes, por ello, requiere de la organización una variada modalidad de servicio.

El buen trato es parte del respeto que la organización debe a toda persona. Este es un tema sensible, debido a que la persona natural puede ser maltratada por las organizaciones.

4.3. Formas de lograr la satisfacción del cliente

Son los siguientes:

- Ofrecer un producto de calidad que cuentan con insumos de primera, como es un diseño atractivo (durable en el tiempo, que satisfaga necesidades, gustos y preferencias); instalaciones (alojamiento); entre otros servicio como (transporte, alimentación).
- Cumplir con lo ofrecido debe contar con las características mencionadas como es la publicidad donde se debe hacer efectivas las promociones de ventas, respetar las condiciones pactadas y cumplir con todo lo prometido en dicho contrato.
- Brindar un buen servicio al cliente es ofrecer una buena atención, un trato amable, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, una rápida atención; eso quiere decir ser una persona pro activa.
- Ofrecer una atención personalizada; lo cual es brindar un producto el cual pueda satisfacer las necesidades particulares.
- Brindar una rápida atención es atender un pedido, un producto, al brindar un servicio debe atender como son los siguientes puntos como resolver los problemas, quejas y reclamos del cliente. (Arturo, 2011)

4.4. Medición de la Satisfacción del Cliente

Para ello se utilizan medios e instrumentos lo cuales permitan y animen a los clientes a que nos hagan llegar sus quejas o reclamos.

Debemos tener en cuenta que la mayoría de los clientes insatisfechos no suelen comunicar sus quejas o reclamos sino que simplemente dejan de comprarnos y terminan por pasarse a la competencia, se hace necesario contar con otras herramientas.

Estas herramientas o métodos de medición, podrían estar conformados por entrevistas informales que se les hace a los nuestros clientes en donde casualmente les pide su opinión sobre el producto que ha comprado o servicio que ha recibido.

También es posible realizarlo mediante una llamada telefónica en donde se les pregunta cómo les está yendo con el producto adquirido, por ejemplo, días después de haber empezado el servicio o por pequeñas encuestas que realicemos periódicamente en donde, les pedimos clasificar del uno al cinco el nivel de satisfacción que han experimentado sobre diversos aspectos del producto o servicio, como es, sobre la calidad del producto, la atención, etc.

4.5. Evolución de la Calidad

Al transcurrir los últimos años el tema de la calidad ha ido cambiando, donde el ser humano ha tratado de mejorar todas las actividades que se lleva a cabo, ya sean deportivas, económicas, sociales etc.

La calidad está asociada a diferentes organizaciones la cual han sufrido una importante evolución en las últimas décadas.

Desde este punto de vista es posible afirmar que la calidad de servicio “es el conjunto de actividades que ofrece un proveedor con el fin de que el cliente, obtenga el producto por el que paga en el momento y lugar adecuado, esto le da sentido a un buen servicio al cliente lo cual puede llegar a ser un elemento promocional más poderoso que los descuentos, la publicidad o la venta personal”. (Nieto, Zorrilla, 2013)

Posteriormente, el concepto de calidad se extendió a todas las fases de la vida de un producto o servicio, desde su concepción o diseño hasta su fabricación y posterior uso por parte del cliente, siendo el lema cero defectos.

El objetivo de satisfacer a los clientes desde el principio hasta el final, vendría a hacer la calidad donde se le conoce como calidad del servicio”.

4.6. La Teoría de los dos Factores en la Satisfacción del Cliente

La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente es el que sostiene que las dimensiones de los productos o servicios están unidas a lo que es la satisfacción del cliente, y entre otras muy diferentes están relacionadas con la insatisfacción del cliente.

4.7. La percepción y La Satisfacción

4.7.1 Percepción

La percepción ayuda a explicar por qué el ser humano se comporta en forma distinta en la misma situación.

Entonces podemos decir que la percepción se define como el proceso de pensamientos en el que las personas reciben información a través de los cinco sentidos, la selecciona, organiza e interpreta dándole un significado a la realidad.

Un producto podría no ser realmente de buena calidad, pero si la percepción del valor o del desempeño que un cliente tiene del producto es la de las mejores, entonces para dicho cliente si será un producto de buena calidad.

Lo mismo en el caso de las expectativas de un cliente no son muy altas, entonces un producto de una calidad regular, podría ser suficiente para lograr su plena satisfacción.

En el caso de la percepción del valor o desempeño que un cliente podría tener de un producto, esta podría estar basada en sus necesidades, sus preferencias, sus gustos, su estado de ánimo, las opiniones que reciba de otras personas, etc.

Mientras que en el caso de las expectativas, estas podrían estar basadas en lo ofrecido o prometido por las empresas, sus experiencias con compras similares, los productos o servicios de la competencia, las opiniones de otras personas, etc.

Elementos de la Percepción:

Recepción sensorial es la percepción que proviene de los sentidos a cualquier tipo de percepción.

La estructura simbólica está ligada a una representación sobre un concepto o a una significación; lo cual lleva a escuchar un sonido, por ejemplo, las experiencias vividas anteriormente.

Los elementos emocionales siempre están ligados a procesos emocionales, dando lugar en los sentimientos o a emociones agradables o desagradables que han podido experimentar los clientes.

4.7.2. El adulto mayor

Previo a definir al adulto mayor como unidad de análisis central del presente estudio, es importante conocer cuáles son algunas de las acepciones respecto a lo que tradicionalmente se ha utilizado para definir al niño, al joven, al adulto y al viejo. En ese sentido Arber y Ginn (1996) identifican tres distintos significados de la edad, siendo ellos: la edad cronológica, la edad social y la edad fisiológica. Su aporte establece la forma en que éstos significados se interrelacionan en un contexto social, político y cultural determinado, poniendo especial énfasis en la forma cómo se desarrolla la conexión entre edad y relaciones de género, lo cual brinda elementos de juicio importantes para su diferenciación.

La edad cronológica es definida desde criterios biológicos y se refiere al calendario de vida; es decir, al número de años que una persona ha cumplido. En cada fase resalta una serie de características físicas y metabólicas funcionales, lo que significa para el individuo una serie de cambios en su posición, inclusión y relacionamiento dentro de la sociedad ya que muchas de las normas que definen las responsabilidades y privilegios de un sujeto dependen de su edad cronológica: algunas de ellas están explícitas en la legislación de los diferentes países, en los códigos civiles, penales y laborales, como la edad de votar a partir de la adquisición de la ciudadanía política, la edad mínima y máxima para trabajar, casarse o jubilarse y postular a beneficios estatales y prestaciones sociales después de los aportes acumulativos respectivos.

La edad social se define como parte de un proceso de construcción social y se refiere a las actitudes, conductas y aptitudes adecuadas; a las percepciones subjetivas que permiten asumir responsabilidades, ser sujeto de derechos y adquirir ciudadanía; lo cual marca diferencia entre cuán mayor el sujeto se siente y a la edad atribuida o sea la edad que los otros atribuyen al sujeto, por su comportamiento social.

Algunos estigmas surgen cuando se percibe que a determinada edad las capacidades de aprendizaje, aumentan o disminuyen, lo cual es debatible con los nuevos enfoques que consideran a todos los individuos como sujetos de derecho y desde el ámbito de la teoría de las capacidades de Amartya Sen, pueden complementarse por las destrezas y habilidades que pueden adquirirse o que se han acumulado durante toda una vida. Según Arber y Ginn, el prejuicio de que el viejo ya no aprende, ha servido a varios sistemas sociales en el mundo para justificar la institución social de la jubilación, la cual es fundada en la edad cronológica, aunque socialmente se perciba que la sabiduría puede asumir o apoyar la productividad.

Según lo planteado por Arber y Ginn se infiere que el envejecimiento social está relacionado con las transiciones que se producen en el curso vital de cada individuo, el cual es marcado por un conjunto de condiciones de vida, de experiencias, de recursos, de valores, hábitos y autoestima entre otras cosas; pero el proceso de tales sucesiones difieren según se trate de mujeres u hombres, el envejecimiento social está claramente marcado por el género, a lo cual es importante agregar los factores socioeconómicos y el acceso a servicios básicos.

Las autoras diferencian la existencia de una cronología femenina específica (en el ámbito personal, familiar, el reproductivo y el laboral) que va en perjuicio de las mujeres, quienes afrontan antes que los hombres, la pérdida del atractivo respectivo como compañeras. Dicha situación se reproduce también en el ámbito laboral y profesional, donde se establece un techo cronológico que limita el desarrollo de las carreras de las mujeres a una edad anterior que la de los hombres.

Una historia laboral más reducida, su mayor inserción en el mercado informal y los menores ingresos medios definen mayor precariedad en la seguridad social y acceso a servicios básicos por parte de las mujeres. Por lo tanto, la edad social y la edad cronológica contribuyen a incrementar las desventajas estructurales, pero de forma diferente según se trate de mujeres o de hombres.

Algunos defienden la idea de que en las sociedades modernas, las pautas que rigen la edad social están siendo más fluidas y flexibles; de esa cuenta las normas referidas al trabajo y la educación, a la vestimenta y las actividades de ocio estarían menos ligadas a la edad cronológica que en el pasado; sin embargo, esta apreciación responde a un enfoque de la tercera edad como un tiempo dedicado al desarrollo personal, la autonomía, el consumo y estilos de vida juveniles. (Laslett, 1987)

Esos modos y estilos de vida manifiestan exclusión social, pues generalmente están fuera del alcance de quienes disponen de rentas bajas o padecen de mala salud. Como indica Bury (1996), este enfoque pasa por alto la desigualdad estructural y la influencia de los factores materiales y culturales sobre el sentido y la experiencia real de las transiciones en la vida.

El envejecimiento fisiológico, se relaciona con la capacidad funcional del cuerpo del individuo y con la gradual reducción de la densidad ósea, del tono muscular y de la fuerza, lo que estigmatiza la pérdida de capacidades en el adulto mayor.

Esas modificaciones destacan cambios o disminuciones en las capacidades sensoriales: alteraciones en la visión, la audición y el tacto; en los metabolismos y en la movilidad; lo que supone dificultades y modificaciones en la percepción del mundo, de sí mismos y de los demás, lo cual conlleva efectos en la interpretación de la realidad y del comportamiento. Con ello por los cambios motrices, aumenta la fatiga, problemas como la artrosis y la lentitud motriz, suponen una disminución de la autonomía funcional y mayor vulnerabilidad y pérdida de la independencia, necesitando ayuda para el desplazamiento y la paciencia de los familiares, demandando la existencia de servicios básicos.

Los cambios cerebrales inciden en la memoria, el aprendizaje y la cognición, aunque no afectan a todas las partes cerebrales y personas por igual. El papel hormonal de los

neurotransmisores y otros elementos fisiológicos en interacción son responsables de las modificaciones en el transcurso de los años. La velocidad y la distribución temporal de estos cambios fisiológicos varían según la posición de los sujetos en la estructura social sus condiciones de vida, según el género y la clase social.

4.7.3. Definición de Adulto mayor

A partir de los supuestos anteriores, se define al adulto mayor como la persona adulta en plenitud de su tercera edad; personas adultas mayores y ancianos son vocablos que se refieren a lo mismo, aunque el término ha evolucionado para dignificar a los ancianos superando referencias estigmatizadas y excluyentes, por lo que se considera adulto mayor a toda persona de 65 años o más de cualquier sexo, raza, religión, color, posición económica y social. Se considera que los adultos mayores se encuentran entre los grupos vulnerables de la sociedad, lo que difiere es el momento histórico político en que se han nombrado como viejos, ancianos, personas de edad avanzada, personas mayores o adultos mayores.

4.7.4 Satisfacción en el adulto mayor

El trabajo sistemático con personas mayores ha permitido en los últimos tiempos ampliar criterios de apreciación al momento de construir conceptos. Se puede definir la satisfacción del Adulto Mayor, en un plan de atención a las personas mayores, ya que servirá de evaluar de las acciones programadas. Actualmente, esta considero por múltiples variables como la economía, la educación, el medio ambiente, la legislación y los sistemas de salud, entre otros.

Según IMSERSO & Ministerio de Sanidad y Política Social (2010); es difícil tener una definición de las personas y como fue pasando el tiempo en cuento a la satisfacción de los mismos frente a determinadas condiciones.

Hoy en día su significado y conceptualización se discute frente determinadas características, de acuerdo a su entorno social, emocional, económico etc.

4.7.5 Elementos Importantes en la Calidad de Vida de los Adultos Mayores

Algunos elementos importantes que conforman el concepto calidad de vida en los adultos mayores:

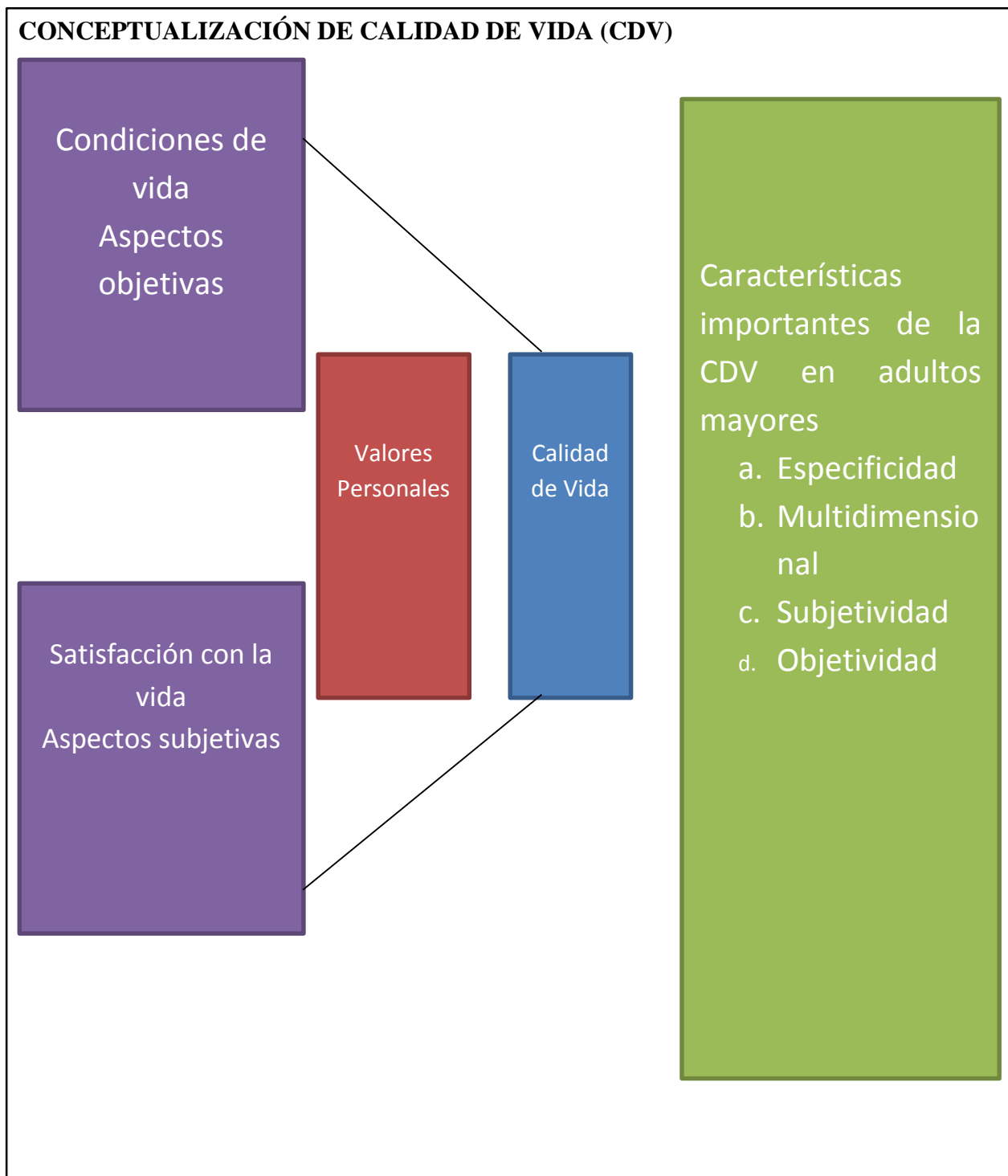
Especificidad. El Adulto Mayor tiene las características en las que no intervienen factores propios de otros grupos de edad, donde se puede nombrar lo siguiente; el retiro laboral, aumentó en la presencia de enfermedades crónicas, amenazas a la funcionalidad, cambio en las estructuras familiares, entre otros.

Multidimensional. El Adulto Mayor contempla múltiples factores, entre ellos la dimensión personal lo que vendría hacer la salud, la autonomía y la satisfacción en otro punto se encuentra lo que es la dimensión socio ambiental que está conformado por redes de apoyo y servicios sociales.

Entonces, se puede dividir en varios sectores como es el género, lo social y lo socioeconómico donde se puede determinar tanto las condiciones de vida de los individuos como sus expectativas y valoraciones.

Todas las personas mayores, puede aspirar a un grado de satisfacción y bienestar, lo cual genera una mejor calidad de vida, ya que los avances se han ido enfocando al tema que hoy se entiende que el Adulto Mayor; “es un ser complejo y multidimensional; en cuyo bienestar influyen distintos aspectos, no solo económicos, sino también su salud, el apoyo familiar y social, el nivel de funcionalidad, su grado de participación en la sociedad y su historia de vida, entre otros factores” (Fernandez, 2009)

FIGURA N°1



Fuente: Guía de Calidad de Vida

4.8. Panorama general del adulto mayor.

Según la Organización Mundial de la Salud, las personas de 60 a 74 años son consideradas de edad avanzada; de 75 a 90 viejas o ancianas, y las que sobrepasan los 90 se les denomina grandes viejos o grandes longevos. (OMS, 2002)

Aunque algunos psicólogos no estén absolutamente conformes, la presente categorización de edad coincide con el límite inicial del servicio social que ofrece Es Salud para los adultos mayores. En razón de lo dicho, en el presente estudio, a todo individuo mayor de 60 años se le llamará de forma indistinta persona de la tercera edad o edad madura.

El envejecimiento se puede reconocer uno primario y otro secundario El primario es algo gradual e inevitable, comienza con el deterioro corporal y el secundario viene como consecuencia de las enfermedades, el uso de sustancias dañinas y aún por la mala alimentación. (Papalia & Wendkos, 2005)

Se piensa que la vida útil de las personas mayores dependen del mayor conocimiento de lo que sucede al cuerpo humano con el paso del tiempo, lo cual vendría hacer las perdida física y mentales que apenas se advierten pero con el paso del tiempo se van incrementando; como son los cambios físicos y biológicos normales durante la vejez, según la persona, el lugar donde vive o se desarrolla, su economía, su cultura, su nutrición, su actividad y sus emociones. (INEI, 2015)

Un aspecto importante en esta etapa de la vida es el logro de la funcionalidad y la autonomía a pesar de la edad o de los padecimientos que se tengan; los cambios físicos son inevitables, entre muchos, aquí se presenta los cambios más comunes:

La piel más vieja tiende a palidecer, se llena de manchas y pierde elasticidad; a medida que se pierde la grasa y los músculos, la piel se arruga; aparecen las venas

varicosas, el cabello se emblanquece, los vellos son cada vez más escasos; se pierde estatura porque se atrofian los discos de entre las vértebras, comienza la osteoporosis que juntos traen como consecuencia la postura encorvada; aunque menos visibles, también decaen los órganos internos, el cerebro, el funcionamiento motor, sensorial y sexual. Si a estas situaciones se añade el estrés se deprime el funcionamiento inmunológico y llegan los resfriados, la neumonía y otras infecciones respiratorias; con la presencia de grasas, el sistema digestivo y el corazón disminuyen su ritmo y aumenta la presión sanguínea; disminuye la capacidad de reserva y la respuesta a demandas físicas adicionales.

En el sistema nervioso disminuye la presencia de neuronas, se da la pérdida del tejido conectivo (sinapsis), y como consecuencia se lentifica progresivamente la capacidad de respuesta, esto afecta significativamente a la coordinación física y la cognición. A causa de problemas visuales y auditivos, los adultos mayores se privan de relaciones sociales e independencia; los problemas de visión son cada vez más agudos y poco remediables, estos ocasionan accidentes y la pérdida de contacto con la lectura, la televisión y los quehaceres cotidianos. Por todos estos problemas, se requiere implementar tecnología y ajustes para la audición, la destreza manual, la movilidad, en la temperatura y otros.

Asimismo disminuye la actividad sexual por la falta de vitalidad, de capacidad eréctil y de lubricación. Por otra parte, es común la presencia de artritis reumatoide y de osteoartritis que producen dolores permanentes e inmovilizan las articulaciones.

Sucedan cambios en las habilidades del pensamiento porque el sistema nervioso central se vuelve lento, y se generan vacíos o lagunas mentales, aunque esto es un proceso lento y no generalizado, esto es porque el procesamiento de la información requiere de codificación, almacenamiento y recuperación, los ancianos tienden a ser menos eficientes y precisos en codificar la nueva información para facilitar su recuerdo, incluso las tareas de reconocimiento les lleva más tiempo. Pueden fallar los

procesos, pero la sabiduría es un aspecto del desarrollo de la personalidad en esta etapa de la vida.

Algunos problemas muy relacionados con el sistema nervioso y el conocimiento son el Alzheimer y el Parkinson. El Alzheimer es un trastorno cerebral degenerativo y progresivo, despoja al adulto mayor de su inteligencia, de la conciencia e incluso de la capacidad para controlar sus funciones corporales. La enfermedad del Parkinson es otro trastorno que involucra una degeneración neurológica progresiva, se caracteriza por temblores, rigidez, movimientos lentos y postura inestable.

Con respecto a la personalidad, se creía que esta se torna depresiva, pero los estudios encuentran que se vuelven más satisfechos con la vida porque tienden a buscar actividades y gente que les brinde gratificación emocional. Las personas extrovertidas (amistosas y orientadas hacia lo social) reportan niveles altos de emoción positiva; las personas introvertidas tienden al aislamiento, de aquí la importancia de ayudarlos a la participación en círculos sociales y en compañía de la familia ampliada. Además, surge la preocupación para enfrentar la muerte, de aquí la importancia del compromiso vital con la sociedad. Estas problemáticas de sentido requieren un afrontamiento metódico y duradero, médico y social.

La vejez tiene significados diferentes para cada grupo humano, según su historia, su cultura, su organización social. La vejez es una etapa de la vida, la última. Está relacionada con la edad, es decir, el tiempo que transcurre desde el nacimiento hasta el momento actual, y cómo se ha vivido durante ese tiempo.

La vejez es una categoría social que todavía puede aportar mucho a la marcha de la sociedad por su sabiduría de vida. El adulto mayor es etapa productiva terminada, con historias de vida para ser contadas como anécdotas, leyendas o conocimientos. Por otra parte, necesitan de los demás ya que dejaron de trabajar o ya son jubilados con un aporte mensual que no les alcanza, esta situación hace que las personas de la

tercera edad muchas veces sean discriminadas en la sociedad, consideradas como un estorbo por sus familias... para contrarrestar estas actitudes inhumanas se debe fomentar una cultura de la vejez y el envejecimiento, en la cual las personas adultas mayores se consideren y sean consideradas sujetos socialmente activos y en la que el envejecimiento sea vivido como un proceso normal, como parte del ciclo vital.

Hacen falta programas que los restituyan en su auténtico derecho, en un trato justo y agradecido por lo que aportaron. Debido a todo esto, los gobiernos y los municipios se han ocupado de crear políticas y centros especializados que se preocupan en forma especial de los adultos mayores, otorgándoles beneficios especiales en relación a los servicios sociales y de salud, contando además con actividades especiales creadas especialmente para mantener a esta población activa y partícipe de la sociedad.

4.9. Prevención y afrontamiento social para una vejez activa y digna.

Existen dos tipos de afrontamiento: el centrado en el problema, se dirige a buscar sentirse mejor, desviar la atención de la situación estresante, aliviar el impacto físico o psicológico, negar la existencia del problema y el afrontamiento centrado en la emoción, ayuda a manejar la condición estresante, ver la forma de cambiar de manera realista la situación.

Cualquiera sea el problema, se debe optar por una salida profesional, permanente y concisa, si la familia o la sociedad pretenden afrontar las dificultades de la tercera edad deben hacerlo evitando los parches momentáneos a la crisis, sino más bien generando auténticas condiciones de bienestar y superación.

A muchos adultos mayores, el apoyo social tiene una fuerte influencia para el bienestar aunque esto con lleva a una selectividad emocional, que consiste en seleccionar a las personas con quienes pasar el tiempo, esto depende de sus prioridades y de cómo se sienten con estas. (Papalia & Wendkos, 2005)

La interacción social ayuda a prolongar la vida en tener un referente o interlocutor es toda una oportunidad de terapia para el adulto mayor, por eso, las personas casadas son más saludables y viven más tiempo que las no casadas, estos mismos beneficios tienen las familias multigeneracionales, ya que promueven mayor campo de interacción, comunicación afectiva, servicio y atención.

Por otra parte, se ha demostrado que “el ejercicio intelectual, las oportunidades educativas y ambientales favorables, las actividades ocupacionales y sociales complejas e intelectualmente demandantes, el compromiso en actividades que desafían las habilidades cognitivas, predicen la retención o crecimiento de esas habilidades en la vida tardía”. (Papalia & Wendkos, 2005)

También la actividad física, la nutrición y otros factores de estilo de vida influyen en la salud y la enfermedad.

“Un estilo de vida saludable favorece un alto nivel de funcionamiento hasta la vejez”.

Un programa de ejercicio previene de muchos cambios dramáticos en la vejez, protege de la hipertensión, el endurecimiento de las arterias, la enfermedad cardiaca, la osteoporosis y la diabetes; ayuda a mantener la velocidad, el vigor, la fortaleza, la resistencia y las funciones básicas como circulación y respiración, ayuda a mejorar el estado mental de alerta, el desempeño cognoscitivo, a superar la ansiedad y la depresión. Entre los aportes, es necesario implementar programa social de asociaciones o de organismos no gubernamentales que atienden al Adulto Mayor.

5. OJETIVOS

5.1 Objetivo general:

- Determinar el nivel de satisfacción turística de los usuarios del servicio III Centro del Adulto Mayor, La Victoria, ESSALUD de Arequipa.

5.2 Objetivos específicos.

- Identificar el nivel de satisfacción que se ofrece con los bienes materiales en las actividades turísticas del Programa “III Centro del Adulto Mayor”.
- Identificar el nivel de fiabilidad y seguridad en las actividades turísticas que ofrece el Programa “III Centro Adulto Mayor”.
- Identificar el nivel de capacidad de respuesta y empatía en las actividades turísticas del Programa “III Centro Adulto Mayor”.

6. HIPÓTESIS

Dado que el Centro del Adulto Mayor (CAM) que pertenece a ESSALUD-La Victoria en su programa III ofrece actividades turísticas de bienestar, relación y salud al Adulto Mayor, es probable que los usuarios de este servicio de Es Salud de Arequipa tengan una satisfacción muy alta.

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. TÉCNICAS.

- La obtención de la información de campo.
- Se utiliza como técnica, la encuesta, es una técnica de investigación de campo que intenta obtener de manera más o menos masiva una imagen objetiva sobre una determinada situación humana para así describir, analizar, interpretar y realizar inferencias acerca de las características de una población. (Alarcón, 2008)

2. INSTRUMENTOS.

El cuestionario, es un documento donde podemos recoger en forma organizada de la variable, donde las preguntas están diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos de la investigación. En este caso se la aplico el cuestionario SERVQUAL, fue elaborado por Zeithalm, Parasuraman y Berry cuyo propósito es mejorar la calidad de servicio, mide el grado de satisfacción turística en sus dimensiones: bienes materiales, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. El modelo SERVQUAL mide lo que el cliente de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas.

3. CAMPO DE VERIFICACIÓN.

3.1. Ámbito de Localización

La investigación se efectuara en el centro de Adultos mayores afiliados a Es Salud, área de bienestar social – La Victoria - Arequipa.

3.2 Temporalidad

Mayo – Octubre 2015

3.3 Unidad de Estudio

Adultos Mayores que cuentan con lucidez mental que hicieron uso de los servicios turísticos, afiliados a Es Salud de Arequipa en el programa III Centro Adulto Mayor La Victoria.

3.4 Población

Actualmente, en Es Salud del Centro La Victoria de Arequipa se encuentran 243 adultos mayores, que hicieron uso de los servicios turísticos para responder una encuesta.

Dado que el universo es pequeño se ha tenido que estudiar el 100% de los adultos mayores o totalidad de la población.

4. ESTRATEGIAS

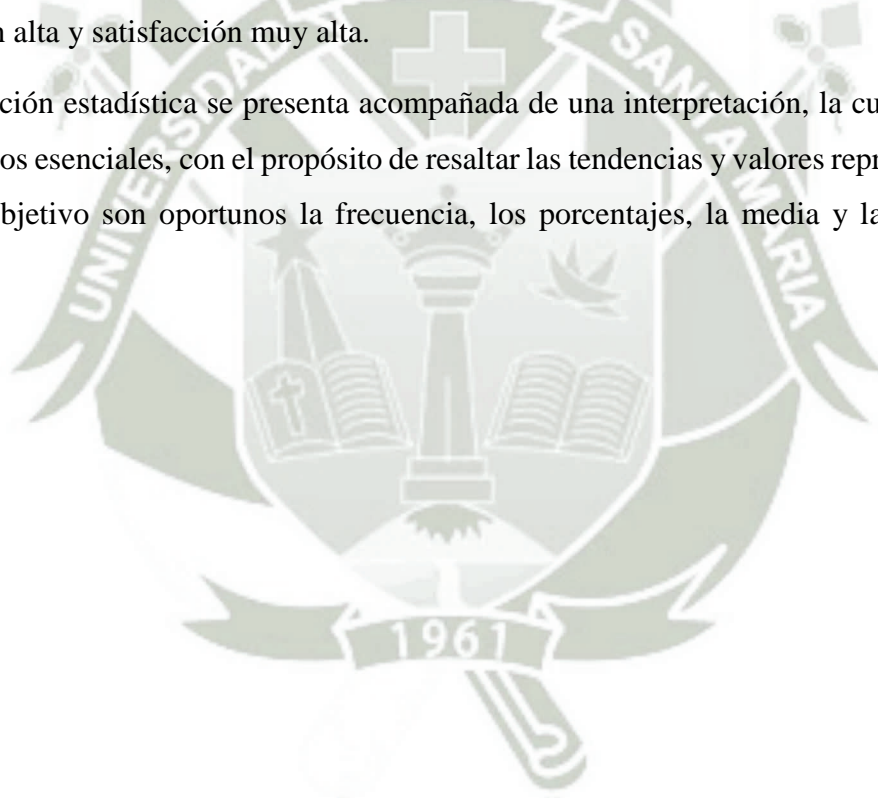
- Se creó el instrumento para la medición de las variables factores socioculturales y satisfacción con la propuesta turística. Para la validación se realizará una prueba piloto y validación de experto.
- Solicitud al Seguro Social de Salud área de asistencia social para la aplicación de las fichas de encuestas a la población de adultos mayores, el documento irá adjunto a la carta de presentación de la Universidad Católica Santa María. Coordinación de fechas horas y ambientes para la aplicación de los instrumentos.
- Selección de las fichas de encuesta, descarte del no contestados o dañados, y la codificación de los seleccionados.
- Procesamiento de la información recopilada mediante el paquete estadístico para ciencias sociales, tratamiento de la información (agrupaciones y categorizaciones), y obtención de los estadísticos de confiabilidad y los estadísticos solicitados por los objetivos.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

En este capítulo presentamos resultados de la investigación, comenzando por los objetivos específicos y concluyendo en el objetivo general. Se debe tener presente que la información se presenta en tablas de datos y en gráficos según la escala que ya se ha anticipado en la descripción del instrumento: satisfacción muy baja, satisfacción baja, satisfacción media, satisfacción alta y satisfacción muy alta.

La información estadística se presenta acompañada de una interpretación, la cual incide en los elementos esenciales, con el propósito de resaltar las tendencias y valores representativos, para este objetivo son oportunos la frecuencia, los porcentajes, la media y la desviación estándar.



1. EL CENTRO DEL ADULTO MAYOR

FIGURA 2: LOGO DEL CENTRO DEL ADULTO MAYOR



Fuente: ESSALUD 2015

Los Centros del Adulto Mayor (CAM), son unidades operativas de la Red Nacional de Prestaciones Sociales, concebidas como espacios de encuentro generacional de personas mayores, orientados a mejorar el proceso de envejecimiento mediante el desarrollo de programas de integración familiar, intergeneracional, socioculturales, recreativos, productivos y de estilos de vida para un envejecimiento activo (ESSALUD, 2014), sin discriminación por creencias ideológicas, políticas, religiosas, de raza, género o condiciones social , ni de otra índole.

Visión.

Liderar los servicios sociales especializados dirigidos a grupos vulnerables de la población asegurada en el ámbito nacional adecuados permanentemente a los cambios del entorno. (ESSALUD, 2013)

Misión.

Somos un sistema de reconocimiento prestigio que brinda servicios sociales especializados a la población adulto mayor y población con discapacidad promoviendo la mejora de su calidad de vida, enmarcados en los principios de la seguridad social y valores éticos y humanos.

Servicios que brinda CAM.

El CAM ofrece talleres de educación emocional, memoria, autocuidado, cultura física, talleres de autocuidado y turismo social.

Atención médica, prevención, mantenimiento y control de enfermedades; eventos deportivo-recreativos; eventos de integración intergeneracional con niños, adolescentes y jóvenes; comedor social; taller de huertos familiares y crianza de animales menores; campañas de sensibilización con respecto al adulto mayor mediante caminatas y pasacalles; servicios de podología, fisioterapia, sauna, gimnasio, juegos de mesa y de salón, cafetería, peluquería y otros.

Turismo social, este programa brinda la oportunidad de conocer y disfrutar las diferentes regiones del Perú, sus culturas, costumbres, en circuitos turísticos amicales y accesibles a la economía de los adultos mayores, otros Servicios que Ofrecen: Podología, Fisioterapia, Sauna, Gimnasio, Juegos de Mesa y Salón, Cafetería, Peluquería y otros.

Normas para desarrollar las actividades de turismo social de las personas adultas mayores de los centros del adulto mayor de Es Salud

El servicio de seguro de salud del Perú (ESSALUD), como toda organización de corte moderna, ha implementado sus criterios detallados de acción para ofrecer un servicio de calidad a la población asegurada, esto se encuentra en su proyecto estratégico de acción. (ESSALUD, 2013).

Objetivo

Establecer las normas, procedimientos técnicos metodológicos y niveles de responsabilidad para el desarrollo y conducción de la actividad de turismo social para personas adultas mayores, posibilitando su acceso a este tipo de recreación y disfrute de su tiempo libre.

Finalidad

Estandarizar los criterios técnicos y metodológicos para el desarrollo de la actividad de turismo social dirigido a las personas adultas mayores afiliadas a los centros del Adulto Mayor de Es Salud, en concordancia con la normativa institucional.

Base legal

Ley N°27056, Ley de creación del seguro social de Salud (ESSALUD), y su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 002-99-TR; modificado por Decretos Supremos Nros. 002-2004-TR y 025-2007-TR.

Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

Decreto Supremo N° 004-2013-PCM que aprueba la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública.

Decreto Supremo N° 109-2012-PCM, que aprueba la Estrategia de Modernización de la Gestión Pública 2012-2016.

Resolución de Gerencia General N° 1261GG-ESSALUD 2013, mediante la que se resuelve aprobar la Directiva N°013-GG-ESSALUD2013, normas para la formulación aprobación y actualización de Directivas en ESSALUD.

CUADRO DE PROGRAMACIÓN ANUAL DE LA CARTERA DE SERVICIOS GERONTOLÓGICO-SOCIALES EN LOS CAM DE ES SALUD 2015.

RED ASISTENCIAL: AREQUIPA		CAM: III VICTORIA									
		UNIDAD DE MEDIDA	EJECUCIÓN 2014	META ANUAL	TRIMESTRE				PRESUPUESTO		
					I	II	III	IV	BIENES	SERVICIOS	TOTAL
1. PROGRAMA DE DDHH Y CIUDADANIA											
1.1	Taller de Derechos Humanos de las PAM	Taller		2			1		1		
		Participantes		120			60		60		
1.2	Campaña de Educación para el Buen Trato	Campañas		2			1	1			
		Participantes		1200			400	800			
2. PROGRAMA DE ENVEJECIMIENTO ACTIVO											
2.1	Talleres de Destrezas Físicas	Taller	32	28	7	7	7	7			
		Participantes	2901	2388	588	600	600	600			
2.2	Taller de Habilidades Artísticas	Taller	32	32	8	8	8	8			
		Participantes	1319	1557	387	390	390	390			
2.3	Taller de Memoria	Taller	21	32	5	9	9	9			
		Participantes	457	640	100	180	180	180			
2.4	Taller de Inteligencia Emocional	Taller	21	12	3	3	3	3			
		Participantes	509	240	60	60	60	60			
2.5	Taller de Afecto y Sexualidad	Taller		4	1	1	1	1			
		Participantes		80	20	20	20	20			
2.6	Talleres de Mejora Educativa	Taller									
		Participantes									
2.7	Talleres de Ciberdiálogo	Taller	23	16	4	4	4	4			
		Participantes	1668	112	28	28	28	28			
2.8	Actividad Deportiva / Recreativa	Taller	17	11	3	3	3	2			
		Participantes	1483	660	210	150	150	150			
2.9	Taller Ocupacional	Taller	13	16	4	4	4	4			
		Participantes	1049	1020	210	270	270	270			
2.10	Taller de Micro emprendimiento	Taller		2			1	1			
		Participantes		30			20	10			
2.11	Taller de Biohuertos	Taller									
		Participantes									
2.12	Actividad de Turismo Social	Taller	11	13	2	3	5	2			
		Participantes	624	685	90	250	245	100			
2.13	Actividad de Socialización y Sensibilización	Taller	58	30	8	8	6	8			
		Participantes	80557	22500	3500	7000	6000	6000			
3. ACTIVIDADES INTERGENERACIONL CON FAMILIA E INSTITUCIONES EDUCATIVAS											
3.1	Encuentro Intergeneracional con familia	Encuentros		2	1			1			
		Participantes		80	40			40			
3.2	Encuentro Intergeneracional con Instituciones Educativas	Encuentros	7	2		1	1				
		Participantes	438	100		50	50				
3.3	Servicio de Apoyo Voluntario a la Familia	Grupo	2	1	1	1	1	1			
		Atenciones	40	40	10	10	10	10			
4. AUTOCUIDADO Y NUTRICIÓN											
4.1	Talleres de Autocuidado	Talleres	25	4	1	1	1	1			
		Participantes	1010	240	60	60	60	60			
4.2	Talleres de Nutrición	Talleres		4	1	1	1	1			
		Participantes		160	40	40	40	40			
4.3	Comedor	Atenciones	12160	11730	2730	3000	3000	3000			
5. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		Servicios	3	3	3	3	3	3			
		Atenciones	26700	19200	4800	4800	4800	4800			
POBLACIÓN ADULTA MAYOR		Inscritos Nuevos	79	84	21	21	21	21			
		Inscritos Total	1515	1571	1508	1529	1550	1571			

Fuente: ESSALUD (2014).

**CUADRO DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO ANUAL DE TURISMO 2015 III CAM
LA VICTORIA.**

MES	CÓDIGO DEL TOUR	ÁMBITO DEL TOUR (Marcar X)			COSTO			OBSERVACIONES
		LOCAL	INTER PROVINCIAL	NACIONAL	N° PARTICIPANTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
ENERO	Camana		X		45	S/.240.00	10,800.00	
FEBRERO	Camana		X		45	S/.240.00	10,800.00	
MARZO								
ABRIL	Yura	X			50	S/. 7.00	350.00	
MAYO	Chapi	X			150	S/. 16.00	2,400.00	
JUNIO	Yumina	X			50	S/. 8.00	400.00	
JULIO	La Joya	X			45	S/. 16.00	720.00	
AGOSTO	Iquitos			X	45	S/.1,688.23	75,970.35	Cofinanciado
SETIEMBRE	Pedregal	X			50	S/. 16.00	800.00	
	Majes	X			50	S/. 30.00	1,500.00	Cofinanciado
OCTUBRE	Quequeña	X			50	S/. 8.00	400.00	
	Yura	X			50	S/. 7.00	350.00	
NOVIEMBRE	Chihuata	X			50	S/. 10.00	500.00	
	Colca		X		50	S/. 250.00	12,500.00	
DICIEMBRE	Sogay	X			50	S/. 8.00	400.00	

Fuente: ESSALUD (2014).

2. SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN LOS BIENES MATERIALES OFRECIDOS.

TABLA 1

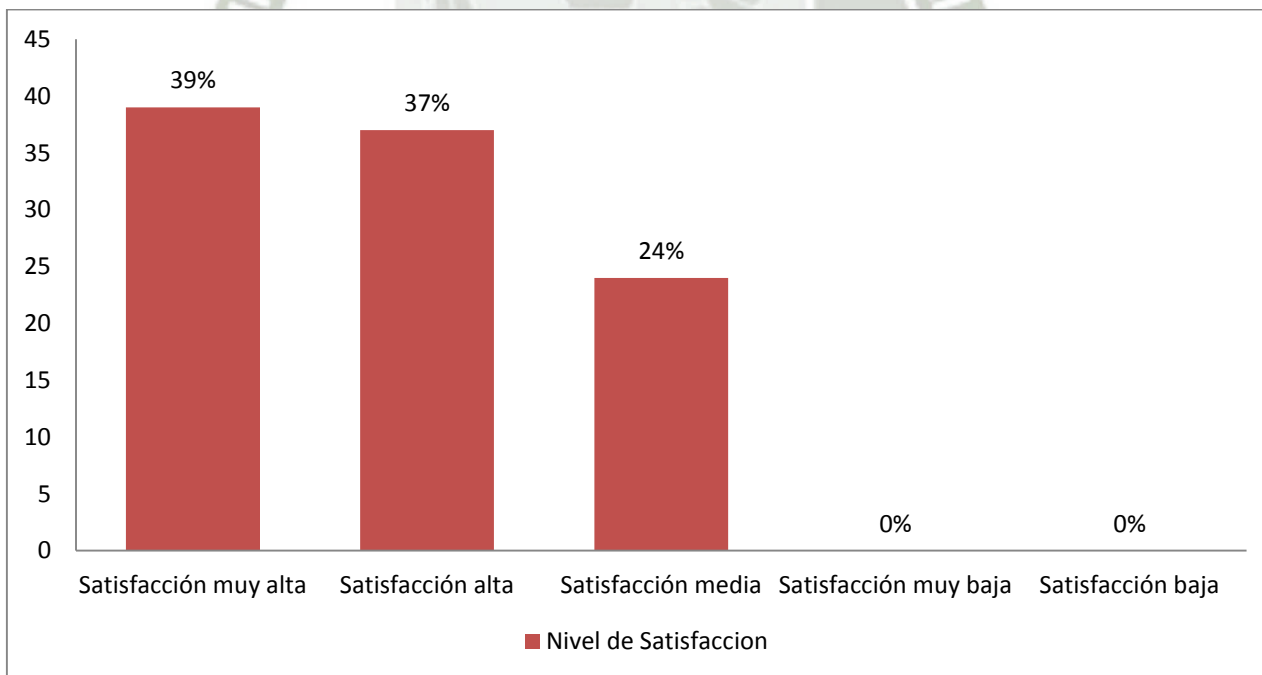
SATISFACCIÓN TURÍSTICA CON LOS BIENES MATERIALES OFRECIDOS.

NIVELES DE SATISFACCIÓN	N°	%
Satisfacción muy alta	95	39
Satisfacción alta	90	37
Satisfacción media	58	24
Satisfacción baja	0	0
Satisfacción muy baja	0	0
TOTAL	243	100

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO 1

SATISFACCIÓN TURÍSTICA CON LOS BIENES MATERIALES OFRECIDOS.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Se aprecia en la **Tabla 1 y Gráfico 1** que la satisfacción turística con los bienes materiales ofrecidos es muy alta (39%), satisfacción alta (37%) y una satisfacción media (24%).

Según los criterios de interpretación del instrumento corresponden a una satisfacción alta debido a los resultados enfocados a la apariencia de las instalaciones, equipos, cabe resaltar que la limpieza, la organización y el estado de estos elementos son óptimos para ofrecer un buen servicio, siendo visualmente atractivos, con lo cual se puede afirmar que a nivel global de la oferta de los bienes es bastante positiva.

Los adultos mayores en su mayoría se encuentran satisfechos con la apariencia visual o estructura que formaban parte del servicio.



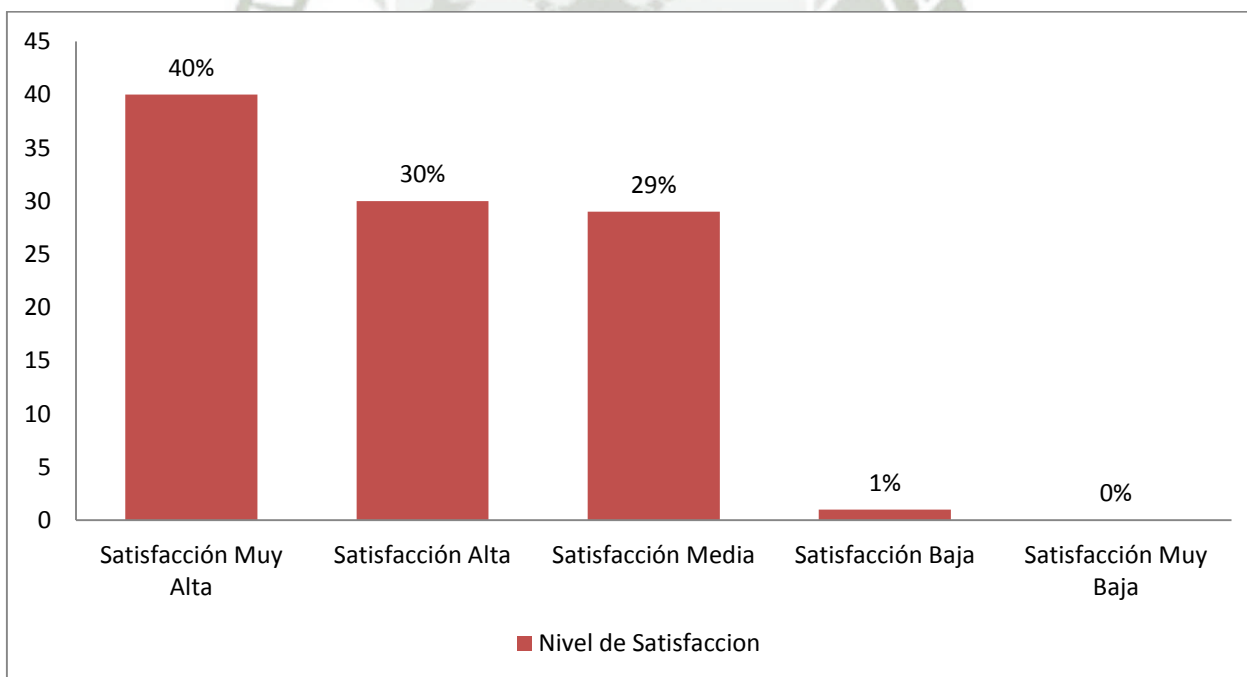
2. SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN LA FIABILIDAD DEL SERVICIO.

TABLA 2
SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN LA FIABILIDAD DEL SERVICIO.

NIVELES DE SATISFACCIÓN	N°	%
Satisfacción muy alta	96	40
Satisfacción alta	73	30
Satisfacción media	72	29
Satisfacción baja	2	1
Satisfacción muy baja	0	0
TOTAL	243	100

Fuente: Elaboración Propia.

GRÁFICO 2
SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN LA FIABILIDAD DEL SERVICIO.

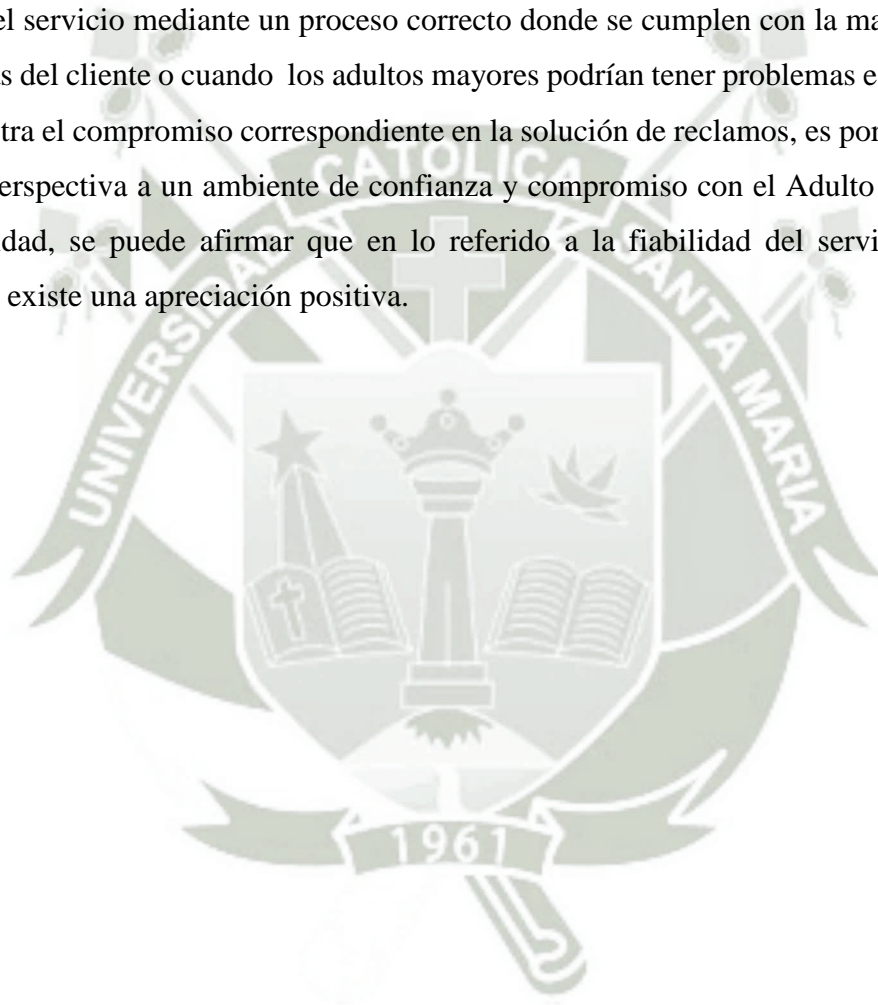


Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

En la satisfacción turística con respecto al indicador fiabilidad del servicio, se presenta en la **Tabla 2 y Gráfico 2**, en el cual la población manifiesta una satisfacción muy alta (40%), satisfacción alta (30%) y satisfacción media (30%).

Estas respuestas se basan en la eficacia y eficiencia que se tiene durante el servicio, es decir se obtiene el servicio mediante un proceso correcto donde se cumplen con la mayoría de las expectativas del cliente o cuando los adultos mayores podrían tener problemas es la empresa quien muestra el compromiso correspondiente en la solución de reclamos, es por ello, que se tiene una perspectiva a un ambiente de confianza y compromiso con el Adulto Mayor, con toda seguridad, se puede afirmar que en lo referido a la fiabilidad del servicio, aunque perfectible, existe una apreciación positiva.



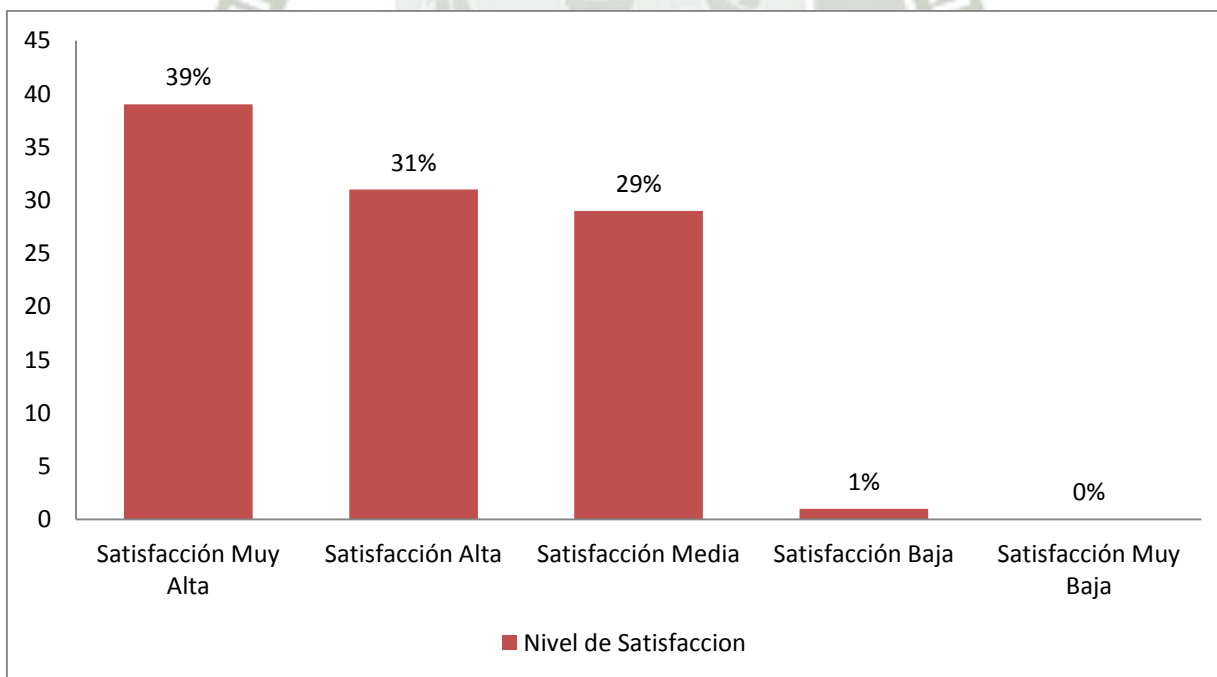
3. SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN LA CAPACIDAD DE RESPUESTA.

TABLA 3
SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN LA CAPACIDAD DE RESPUESTA.

NIVELES DE SATISFACCIÓN	N°	%
Satisfacción muy alta	95	39
Satisfacción alta	74	31
Satisfacción media	71	29
Satisfacción baja	3	1
Satisfacción muy baja	0	0
TOTAL	243	100

Fuente: Elaboración Propia.

GRÁFICO 3
SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN LA CAPACIDAD DE RESPUESTA



Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

Se aprecia en la **Tabla 3** y **Gráfico 3** se presenta la información correspondiente a la satisfacción turística con la capacidad de respuesta: el (39%) de la población manifiesta satisfacción muy alta, el (31%) manifiesta satisfacción alta, el (29%) manifiesta satisfacción media.

Todo este conjunto de datos indica que existe buena concentración que confiere fiabilidad; debido a que existe comprensión con el cliente tomando en cuenta sus intereses y expectativas, además de la predisposición para apoyar a los adultos mayores direccionados a satisfacer sus requerimientos y aliviar sus angustias.

Según los criterios de interpretación del instrumento corresponden a satisfacción alta, por tanto, a nivel global, la capacidad de respuesta es mejorable pero bastante positivo y satisface las expectativas de los usuarios Adultos Mayores.

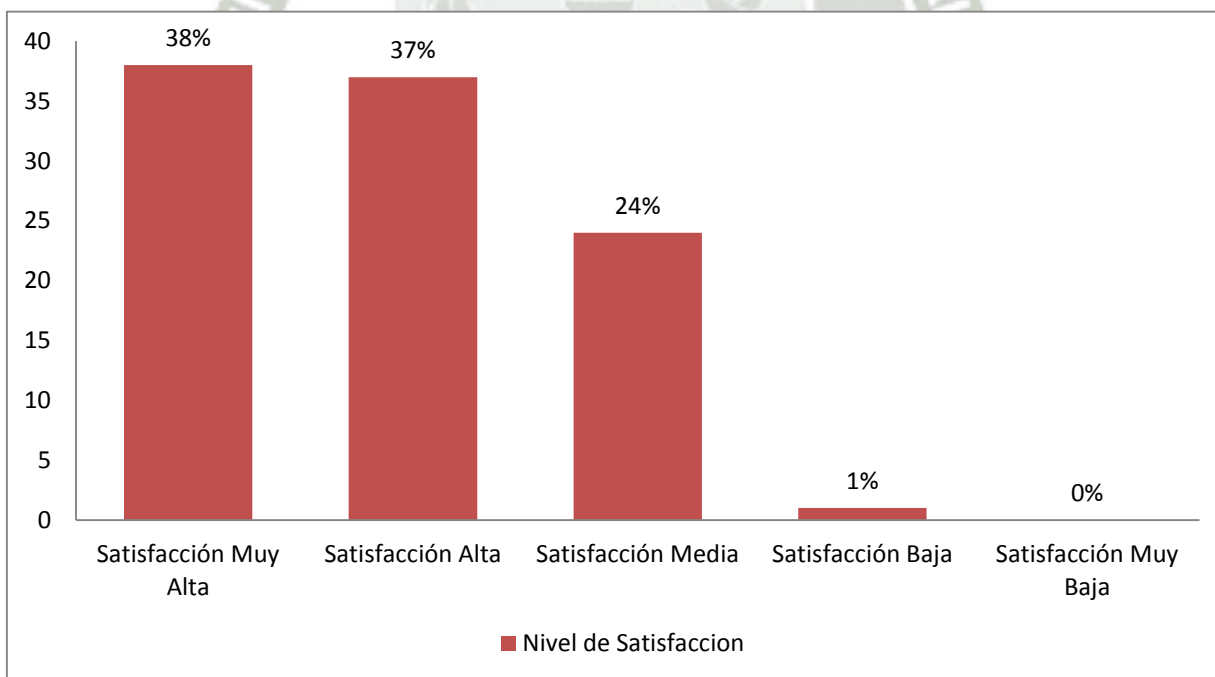
4. SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN LA SEGURIDAD DEL SERVICIO.

TABLA 4
SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN LA SEGURIDAD DEL SERVICIO.

NIVELES DE SATISFACCIÓN	N°	%
Satisfacción muy alta	93	38
Satisfacción alta	91	37
Satisfacción media	58	24
Satisfacción baja	1	1
Satisfacción muy baja	0	0
TOTAL	243	100

Fuente: Elaboración Propia.

GRÁFICO 4
SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN LA SEGURIDAD DEL SERVICIO.



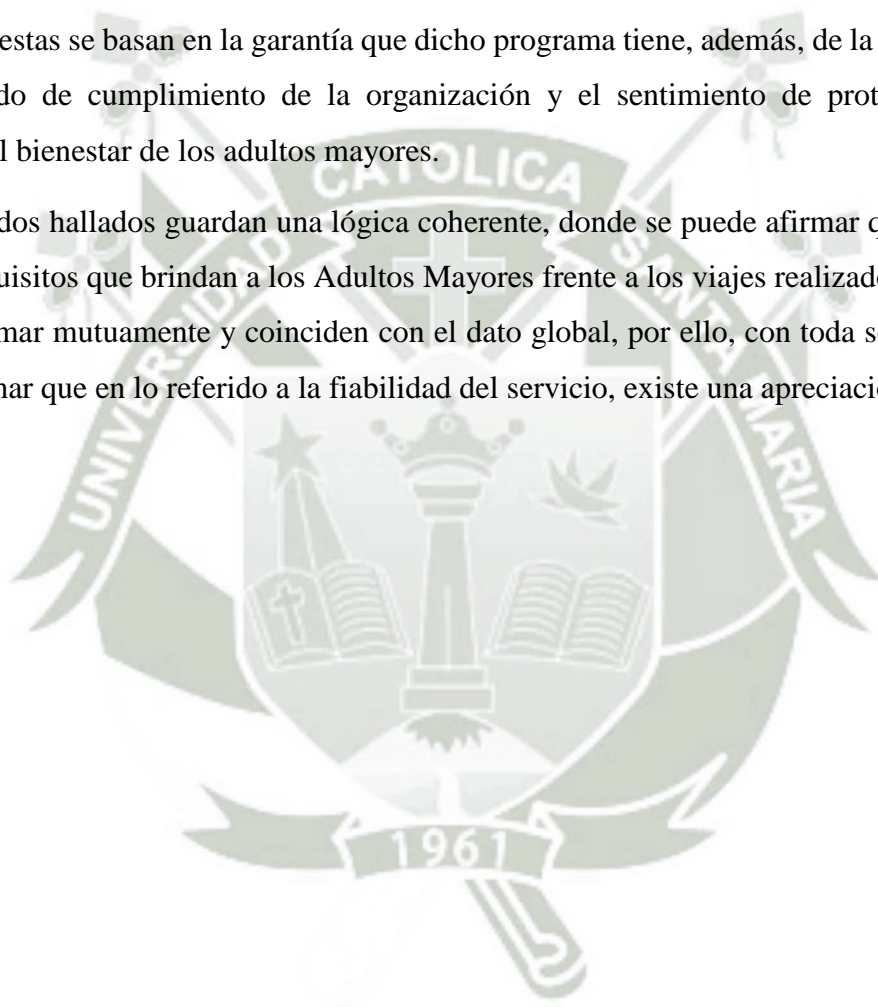
Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

En la satisfacción turística con respecto al indicador seguridad del servicio que se aprecia en la **Tabla 4 y Gráfico 4**, tenemos que los Adultos Mayores reportan a una satisfacción muy alta (38%); una satisfacción alta (37%) y una satisfacción media (24%).

Estas respuestas se basan en la garantía que dicho programa tiene, además, de la credibilidad como legado de cumplimiento de la organización y el sentimiento de protección para resguardar el bienestar de los adultos mayores.

Los resultados hallados guardan una lógica coherente, donde se puede afirmar que cumplen con los requisitos que brindan a los Adultos Mayores frente a los viajes realizados lo cual se da a confirmar mutuamente y coinciden con el dato global, por ello, con toda seguridad, se puede afirmar que en lo referido a la fiabilidad del servicio, existe una apreciación positiva.



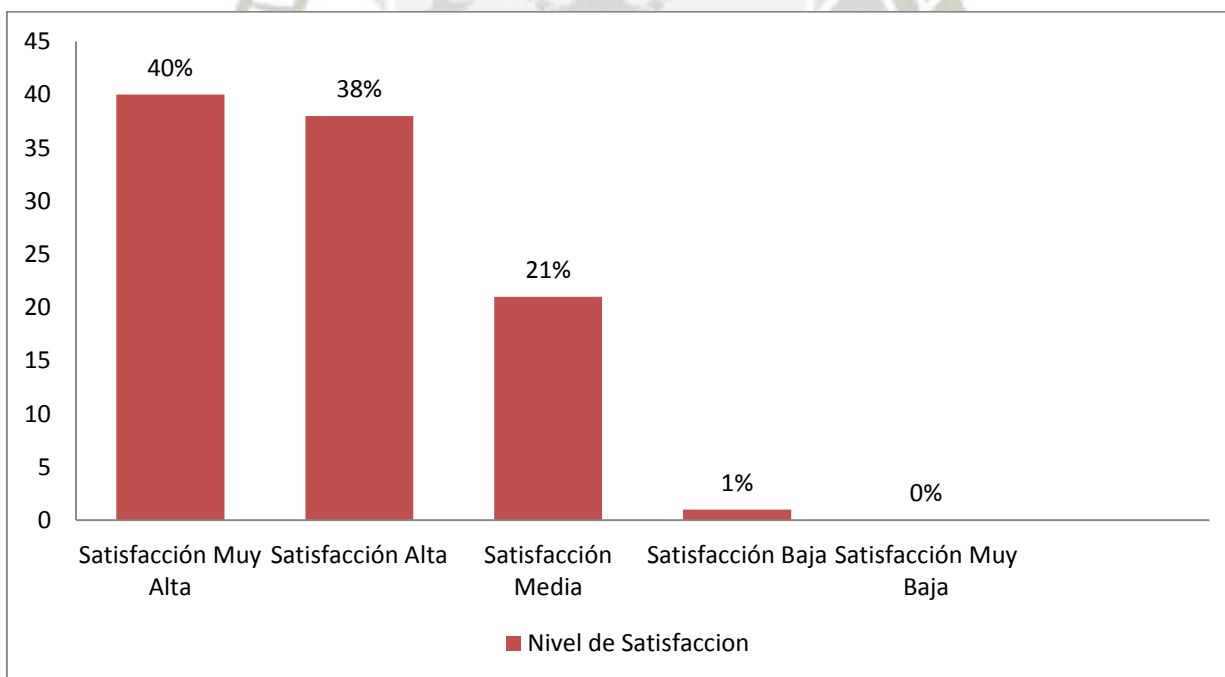
5. SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN LA EMPATÍA DEL SERVICIO.

TABLA 5
SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN LA EMPATÍA DEL SERVICIO.

NIVELES DE SATISFACCIÓN	N°	%
Satisfacción muy alta	96	40
Satisfacción alta	93	38
Satisfacción media	51	21
Satisfacción baja	3	1
Satisfacción muy baja	0	0
TOTAL	243	100

Fuente: Elaboración Propia.

GRÁFICO 5
SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN LA EMPATIA DEL SERVICIO.



Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

Con respecto a la dimensión empatía en el servicio **Tabla 5 y Gráfico 5**; se encontró satisfacción muy alta (40%); una satisfacción alta (38%), y satisfacción media (21%).

A pesar de una ligera variación, la empatía tiene una participación afectiva de una persona en una realidad ajena a ella; como es del personal con el cliente que vendría hacer el Adulto Mayor; lo cual existe una tendencia definida que es positiva; donde los adultos mayores que dada su edad biológica y psicológica requieren de una atención personalizada y buen trato, en otras palabras atender y ofrecer servicios acordes a las necesidades particulares de los adultos mayores, es por ello que se manifiesta una alta satisfacción con la empatía de quienes les prestan el servicio de turismo.



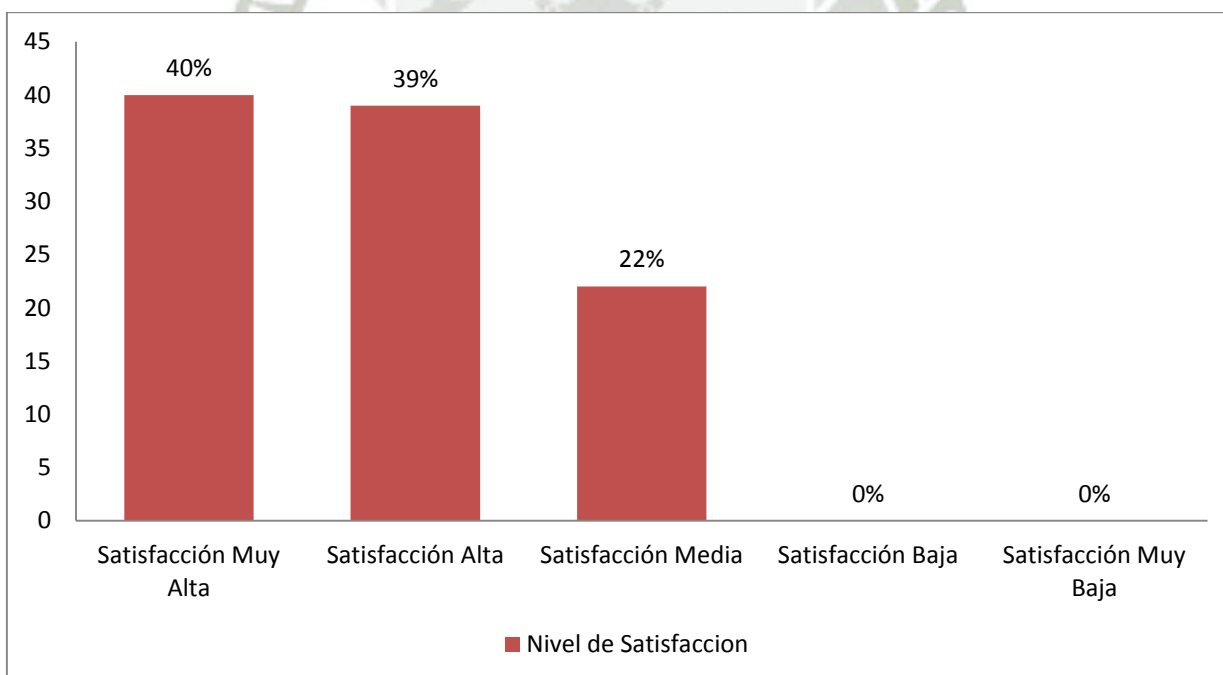
6. NIVEL DE SATISFACCIÓN TURÍSTICA DE LOS USUARIOS ADULTOS MAYORES, A NIVEL GENERAL.

TABLA 6
SATISFACCIÓN TURÍSTICA A NIVEL GENERAL.

NIVEL DE SATISFACCIÓN	N°	%
Satisfacción muy alta	96	40
Satisfacción alta	94	39
Satisfacción media	53	22
Satisfacción baja	0	0
Satisfacción muy baja	0	0
TOTAL	243	100

Fuente: Elaboración Propia.

GRÁFICO 6
SATISFACCIÓN TURÍSTICA A NIVEL GENERAL.



Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

Después de haber hallado la satisfacción turística de los adultos en cada una de las dimensiones, ahora, en la **Tabla 6 y Gráfico 6**, se aborda a nivel general.

El (40%) reporta satisfacción muy alta, el (39%) reporta satisfacción alta y el (22%) reporta satisfacción media.

Este resultado es coherente con los valores obtenidos en cada una de las dimensiones, por tanto, con toda seguridad se puede afirmar que aunque existe una apreciación positiva, el servicio es perfectible o mejorable tanto en sus dimensiones como a nivel global.

Dado un resultado, puede alcanzar un nivel óptimo de satisfacción turística, donde se considera que las mejoras deben darse a nivel general, es decir, en todas las dimensiones de la variable, deben ir encaminados a atender las posibilidades y requerimientos biológicos, económicos, psicológicos y sociales de los adultos inscritos en el programa de Es Salud.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados de la presente investigación son confiables pues el instrumento utilizado para la recolección de datos fue adaptado del método SERVQUAL, método que fue validado por especialistas debido a que se trata de una fuente internacional para la medición del nivel de satisfacción.

Por otro lado, las limitaciones que pudimos encontrar durante la investigación fue poder captar la atención de todos los adultos mayores, pues, por la edad y el cansancio que en todo momento parecían manifestar y el estado mental de algunos de ellos no era óptimo para poder responder la totalidad de las preguntas.

Sin embargo estas limitaciones no alteraron los resultados aquí presentados pues se regresó a preguntar en más de una ocasión para poder completar con las respuestas pendientes de algunos adultos mayores, por lo cual los resultados aquí presentados gozan de toda confiabilidad científica.

La satisfacción del cliente para obtener los resultados está influida por características específicas del producto o servicio, además, de las percepciones de la calidad del producto y servicio, y el precio. Además, también influyen los factores personales de los adultos mayores como el estado de ánimo o estado emocional y factores situacionales como las opiniones de los familiares también influirán en la satisfacción.

Dentro de los resultados encontrados aplicando la moda estadística podemos indicar que los adultos mayores inscritos en el programa de turismo de Es Salud – Arequipa tienen muy alta satisfacción.

En cuanto a la satisfacción con respecto con los bienes materiales ofrecidos que involucra las características físicas y apariencia como son las instalaciones (recepción, restaurante, alojamiento, entre otros), equipos (equipo directivo, equipo de pisos, equipo receptivo, equipo de mantenimiento, entre otros), personal (persona personalizada), los adultos mayores opinaron que estas les dieron una satisfacción muy alta, esta opinión involucra a la apariencia del alojamiento, apariencia del personal, de los elementos de comunicación y de la información.

En lo que respecta a la fiabilidad se percibe un ambiente de confianza y compromiso que involucra el grado de adhesión de la organización a la promesa dada y la generación del cliente un cierto grado de confianza el adulto mayor afirma que su satisfacción sobre el servicio evaluado es muy alta. Respecto a la seguridad se puede afirmar que el servicio ofrecido cumple con lo prometido en los viajes realizados donde existe una satisfacción muy alta.

En cuanto a la capacidad de respuesta este servicio profesional se da de manera inmediata frente a los reclamos que se presentan y solucionándolos eficiente y eficazmente correspondiendo a una satisfacción alta que satisface las expectativas del adulto mayor y la atención a sus reclamos. Con respecto a la empatía que el personal muestra, en la evaluación se indicó que existe una participación afectiva con el adulto mayor con cargas afectuosas en sus viajes, lo cual derivó en una alta satisfacción.

CONCLUSIONES

PRIMERA: En cuanto a la satisfacción a nivel general, existe una satisfacción muy alta. Este resultado, en coherencia con lo hallado en el análisis por dimensiones, da claros indicios de que el servicio en su conjunto ofrece buena satisfacción a los adultos mayores, es una respuesta oportuna a sus urgentes requerimientos culturales, cívicos, biológicos y afectivos propios de su edad.

SEGUNDA: En cuanto a los bienes materiales, existe una satisfacción muy alta, es decir, el grupo de adultos mayores encuentran satisfacción con los bienes materiales ofrecidos, como son las instalaciones, elementos de comunicación aunque esto llega al nivel óptimo en su totalidad.

TERCERA: En cuanto a la fiabilidad del servicio, existe satisfacción muy alta donde los adultos mayores confían bastante en el servicio que se les brinda, aun sabiendo que esto podría mejora algo más.

En cuanto a la seguridad del servicio, existe una satisfacción muy alta, esto quiere decir que las condiciones biológicas y psicológicas del adulto mayor exigen sumo cuidado con el servicio que se les ofrece, como por ejemplo en los viajes, la exposición a distintos climas y a distinta alimentación y otros. Al respecto consideran que la institución les ofrece buena seguridad, no sin antes mencionar que todavía el servicio es perfectible.

CUARTA: En cuanto a la capacidad de respuestas, existe una satisfacción muy alta, este resultado significa que los adultos mayores perciben que la institución tiene buena capacidad de respuesta a sus expectativas y necesidades aunque saben que se podría mejorar en este sentido.

En cuanto a la empatía del servicio, existe una satisfacción muy alta en los adultos mayores, necesitados de comprensión y atención a sus requerimientos, ven que la práctica de la empatía en la institución es buena, aunque un buen porcentaje cree que aún queda un pequeño margen para la mejora.



SUGERENCIAS

1. Se sugiere a los del Servicio Social del centro que atienden adultos mayores realizar convenios con instituciones que brinden servicios turísticos para tener más opciones de viaje, pues, los adultos mayores suelen gozar de una pensión la cual pueden invertir en viajes, método que ya se aplica en otros países europeos donde el turismo de tercer edad o adultos mayores está en auge.
2. Se recomienda a los propietarios de los hospedajes, habilitar facilidades en sus habitaciones para adultos mayores como barandas en las bañeras, duchas y en la habitación en general, debido a que estos requieren de ciertas comodidades propias de su edad, es necesario recordar que son los detalles en el servicio que generan la satisfacción de los clientes, aspecto que se debe considerar en la atención de adultos mayores.
3. Se sugiere al personal que atiende a los adultos mayores crear una relación de confianza y seguridad en los servicios ofrecidos para que estos se sientan confortados, adicionalmente se les pide que se capaciten en las necesidades y cuidados que un adulto mayor debe de tener durante un tour, pues estas son muy diferentes a los turistas convencionales de menor edad o de cualquier otro tipo.
4. Se sugiere a los operadores de viajes que intervienen en este servicio brindado por Es Salud capacitar al personal respecto a las necesidades de los adultos mayores para tener una capacidad de respuesta adecuada la edad de sus clientes teniendo empatía durante todo el servicio, además se les pide generar intercambio de experiencia entre operadores que atiende a este mercado para mejorar el servicio que ofrecen a este segmento a atender.

BIBLIOGRAFÍA

- ALARCON, R. (2008). *Métodos y Diseños de Investigación del Comportamiento*. Lima: Primera Edición: Universidad Ricardo Palma.
- ARGYLE, M. (1987). *The psychological causes of happiness*. Londres: Methuan.
- FERNANDEZ BALLESTEROS, R. (2009). *Envejecimiento Activo: Contribución a la Psicología*. Madrid: Piramide.
- HERNANDEZ, R., FERNANDEZ, C., & BAPTISTA, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill.
- KOTLER P, K. (2009). *Dirección de Marketing*. México: Duodécimo Edición; Editorial Pearson Educación S.A.
- LEON, D., ROJAS, M., & CAMPOS, F. (2011). *Guía de Calidad de Vida en la Vejez: Herramientas para vivir mas y mejor*. Chile: Primera Edición: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- NIETO VARGAS, M., & ZORILLA VILLALVA, P. (2013). *Percepción de la calidad del servicio educativo que brinda pro avance y nivel de satisfacción de su usuario*. Arequipa: Universidad Católica de Santa María.
- OMS. (2002). *El turismo en las era de las alianzas, fusiones y adquisiciones*. Madrid: Chaire de Tourisme UQUAM Y OMT.
- PAPALIA, D., & WENDKOS, S. (2005). *Desarrollo Humano*. México: Novena Edición: McGraw-Hill Interamericana.
- PETERSON, C., & LEE, F. (2003). *Assement of optimisn and hope*. London: Sage Publications.
- SEGURO SOCIAL DE SALUD DEL PERÚ (ESSALUD) (2013). *Proyecto estratégico del seguro social*. Lineamientos por áreas. Lima: ElComercio. P. 10.
- ZEITHMAN, V., PARASURAMAN, A., & BERRY, L. (1982). *Calidad Total en la gestión de servicios para lograr el equilibrio entre la percepción y las expectativas de los consumidores*. Madrid: Editorial Díaz de Santos

WEBGRAFÍA

- ARTURO, K. (24 de Mayo de 2011). *Crece Negocion - Marketing del Servicio al Cliente*. Recuperado el 22 de Junio de 2015, de Crece Negocios - Marketing del Servicio al Cliente: <http://crecenegocios.com/la-satisfacción-del-cliente>
- ESSALUD (2014). *EsSalud*. Obtenido de Seguro Social del Perú. Adulto Mayor. Recuperado el 08 de Mayo de 2015, de EsSalud. Obtenido de Seguro Social del Perú. Adulto Mayor: <http://essalud.gob.pe>
- HERNÁNDEZ, M. (12 de Diciembre de 2012). *Tipos y Niveles de Investigación*. Recuperado el 06 de julio de 2015, de Tipos y Niveles de Investigación: <http://metodologiadeinvestigaciónmarisol.blogspot.com/tipo-y-niveles-de-investigación.html>
- INEI. (26 de Febrero de 2015). *Esperanza de Vida en el Perú*. Recuperado el 8 de Mayo de 2015, de Esperanza de Vida en el Perú: http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0015/Cap-59.htm
- SEEHORN, A. (01 de Enero de 1999). *Metodos Investigación Transversal*. Recuperado el 06 de julio de 2015, de Metodos Investigación Transversal: <http://ehowenespanol.com/metodos-investigación-transversal-info>
- SOCIAL, I. &. (01 de agosto de 2010). *Documentos de trabajo para el libro blanco de envejecimiento activo:Temas para Debate*. Recuperado el 08 de Mayo de 2015, de Documentos de trabajo para el libro blanco de envejecimiento activo:Temas para Debate: http://www.imserso.es/inmerso_01/envejecimiento_activo/libro_blanco/index.htm

ANEXO 1: FICHA DE OBSERVACION DOCUMENTAL

N°	EDAD	GENERO	DOMICILIO	TIEMPO/GRUPO DE ADULTO MAYOR	VIAJES REALIZADOS	DESTINOS			OBSERVACIONES
						LOCAL	NACIONAL	INTERNACIONAL	
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									
21									
22									
23									
24									
25									

ANEXO 2: ENCUESTA

SATISFACCIÓN DEL ADULTO MAYOR: BIENES MATERIALES				
1. Cuál es su nivel de satisfacción en relación al servicio de alojamiento:				
	Muy Satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	Muy insatisfecho
a. Apariencia del Alojamiento				
b. Apariencia del personal				
c. Apariencia elementos de la Comunicación				
d. Apariencia de la Información				
SATISFACCIÓN DEL ADULTO MAYOR: FIABILIDAD				
2. Cuál es su nivel de satisfacción en relación a la Fiabilidad:				
	Muy Satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	Muy insatisfecho
a. Cumplimiento de los servicios ofrecidos				
b. Calidad en los servicios ofrecidos				
c. Compromiso con todo lo ofrecido				
d. Ambiente de confianza				
SATISFACCIÓN DEL ADULTO MAYOR: CAPACIDAD DE RESPUESTA				
3. Cuál es su nivel de satisfacción en relación a la Capacidad de Respuestas:				
	Muy Satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	Muy insatisfecho
a. Servicio profesional				
b. Respuestas sinceras				
c. Sus reclamos fueron resueltos inmediatamente				
d. Quedo satisfecho con la solución dada				
SATISFACCIÓN DEL ADULTO MAYOR: SEGURIDAD				
4. Cuál es su nivel de satisfacción en relación a la Seguridad:				
	Muy Satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	Muy insatisfecho
a. Se garantizó el servicio recibido				
b. Se sintió seguro con el servicio				
c. Contaba con los requisitos de seguridad				
d. Intereses por el servicio				
SATISFACCIÓN DEL ADULTO MAYOR: EMPATÍA				
5. Cuál es su nivel de satisfacción en relación a la Empatía:				
	Muy Satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	Muy insatisfecho
a. Atención del personal				
b. Personal Competente				
c. Asesoramiento oportuna				
d. Se sintió satisfecho al trato a Ud.				



ANEXO N°3: PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO ANUAL DE TURISMO
CAM.....

MES	CODIGO DEL TOURS	AMBITO DEL TOUR (Marcar X)			COSTO			OBS
		LOCAL	INTER PROV.	NACIONAL	Nº PARTICIP.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
ENERO								
FEBRERO								
MARZO								
ABRIL								
MAYO								
JUNIO								
JULIO								
AGOSTO								
SETIEMBRE								
OCTUBRE								
NOVIEMBRE								
DICIEMBRE								

APROBACION

FIRMA Y SELLO DEL PROFESIONAL
RESPONSABLE DEL CAM

JEFE DE UNIDAD
DE PRESTACIONES SOCIALES

*Fuente. Gerencia Central de Prestaciones Económicas y Sociales. Gerencia central de Prestaciones. Sub Gerencia de Protección del Adulto Mayor.

ANEXO N°4: FICHA DEL VIAJERO.

Nota importante: Consignar todos los datos solicitados. Este formato constituye parte de la documentación que el Profesional Responsable del CAM debe llevar durante el viaje o excursión; siendo imprescindible por la información que contiene sobre cada afiliado participante.

Fecha de elaboración: CAM: ...

I. DATOS DEL VIAJERO

- 1. Apellidos y Nombres: N°
DNI:.....
- 2. Domicilio..... Distrito:
Estado Civil: Teléfono:..... N° Afiliado:.....
- 3. Persona de contacto en caso de emergencia:
.....
Domicilio: Teléfono:
- 4. Seguro Médico disponible: (marcar con una X)
(1) Es Salud (2) Particular (3) Seguro
de Viaje
Indicar nombre del Seguro Indicar
nombre del seguro

II. INFORMACION MEDICA (en caso de viaje interprovincial o nacional, de uso exclusivo del Médico)

- 1. Evaluación médica: consignar patologías, enfermedades crónicas que se deben tener presente durante el viaje a)
b)
c)
d)
...
- 2. Apto para el viaje? Marcar con una X: SI () NO ()
- 3. Observaciones: (indicar si es acompañante u otra información relevante):
.....

Firma v Sello del Médico

III. DEL VIAJE

Lugar:	Fecha	Hora
Salida:		
Retorno:		

1. Costo total asumido por el usuario: S/.....

*Fuente. Gerencia Central de Prestaciones Económicas y Sociales. Gerencia central de Prestaciones. Sub Gerencia de Protección del Adulto Mayor.



ANEXO N° 5: MANIFIESTO DE PASAJEROS.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	N° DNI	N° DE INSCRIPCIÓN DEL CAM	SITUACIÓN DEL PAX / 1	OBSERVACIONES
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					

Nota: Indicar: (1) Afiliado, (2) Acompañante de..., (3) Liberado, (4) Profesional responsable del CAM, (5) Responsable del Grupo. (6) Médico O Enfermera, (7) Otros. Utilizar los códigos necesarios.

CAM

EMPRESA DE TRANSPORTE: N° de Placa:

FECHAS DE: Salida..... Retorno.....

Firma del Profesional Responsable del CAM

Nombre:

DNI.:

Teléfono:

Firma del Responsable del Grupo

Nombre:

DNI.:

Teléfono:

****Fuente.** Gerencia Central de Prestaciones Económicas y SocialesGerencia central de Prestaciones.Sub Gerencia de Protección del Adulto Mayor.

ANEXO N° 6: DETALLES DEL GASTO

GERENCIA DE RED ASISTENCIAL CAM

DESTINO: FECHA: DEL AL

Debe ser firmado y sellado por el Profesional Responsable del CAM. Si Es Salud asume el costo del servicio de transporte, se informa en observaciones y no se adiciona al total del gasto que desembolsa el afiliado.

DETALLE	COSTO POR DIA DE VIAJE					TOTAL S/.
	1	2	3	4	5	
I. ALIMENTACIÓN						
1.1 Desayuno						
1.2 Almuerzo						
1.3 Cena						
II. ALOJAMIENTO (Consignar nombre)						
2.1 Hotel:						
2.2 Hotel:						
2.3 Hotel						
III. INGRESO A LUGARES TURISTICOS						
3.1						
3.2						
3.3						
3.4						
IV. OTROS						
Diferencia del Transporte						
4.2 Imprevistos						
4.3 Otros (especificar)						
TOTAL GENERAL						

Asignación Presupuestal _____

Observaciones: _____

(*) Con cargo a devolución de no utilizarse

Firma del Profesional Responsable del CAM

*Fuente. Gerencia Central de Prestaciones Económicas y Sociales. Gerencia central de Prestaciones. Sub Gerencia de Protección del Adulto Mayor.

ANEXO N°7: REGLAMENTO DE VIAJERO.

1. El afiliado, debe observar y sujetarse estrictamente al presente reglamento en todas sus partes, con la finalidad de garantizar su seguridad y la del grupo.
2. El afiliado debe portar los documentos de identificación, medicamentos de uso habitual y la última boleta de pago, carné de seguro particular y/o seguro médico particular contratado para el tour.
3. El afiliado debe consignar los datos personales verídicos que se soliciten en los documentos de viaje y en la Ficha del Viajero (Anexo N° 2)
4. Leer detenidamente el presente reglamento y firmar la Declaración Jurada de compromiso y respeto de las disposiciones establecidas en el presente reglamento, establecido en el Anexo N° 7.
5. Salvo razones que comprometan la seguridad y/o salud de los participantes deberán respetar el itinerario del viaje establecido en el Manual de Destinos aprobado por la Gerencia de Prestaciones Sociales.
6. El afiliado debe asistir a todos los lugares y actividades programadas en el itinerario, salvo razones de seguridad o enfermedad comprobada por el Doctor o enfermera que acompaña al grupo.
7. El afiliado debe comunicar al médico y al Responsable del CAM, cualquier malestar desde que se inicie la molestia.
8. Si en la ciudad visitada el afiliado tiene un familiar y desea reunirse con él, es el familiar quien recaba la autorización expresa del Responsable del CAM, indicando dirección de su domicilio, teléfono, comprometiéndose a retornarlo en la hora acordada; siempre que no interfiera con la participación del pasajero en las actividades programadas.
9. Los horarios establecidos en el itinerario deben ser respetados escrupulosamente, desde la partida hasta el retorno del viaje, sin opción a reclamo alguno ni devolución de dinero.
10. Las prendas y efectos personales deben ser solamente las necesarias, evitando equipajes excesivos y prendas de valor, en caso de omitir esta recomendación el pasajero infractor asumirá el costo del flete y, en el segundo caso, la pérdida de sus bienes de valor.
11. El afiliado se debe abstener de ingerir bebidas alcohólicas y debe respetar las disposiciones existentes en los lugares de hospedaje y de reunión, demostrando buen comportamiento y respeto hacia los profesionales que conducen la actividad, sus compañeros de viaje y personas en general.
12. Todo participante, sin excepción, está obligado a asistir a las reuniones previas de coordinación del viaje, en caso de inasistencia deberá aceptar los acuerdos tomados por mayoría.
13. Para asegurar el éxito del viaje el afiliado debe guardar compostura y respeto en todo momento.
14. En caso de incumplimiento del presente reglamento parcial o total por primera vez, será amonestado por escrito.
15. En caso de reincidir se le suspenderá de tres (03) actividades del programa de turismo.
16. De persistir en dicho comportamiento será derivado a atención médica.

*Fuente. Gerencia Central de Prestaciones Económicas y Sociales. Gerencia central de Prestaciones. Sub Gerencia de Protección del Adulto Mayor

ANEXO N° 8: DECLARACIÓN JURADA.

Quienes suscribimos la presente declaración jurada manifestamos haber leído y conocer las disposiciones contenidas en el Reglamento del Viajero y el itinerario establecido para el viaje a realizarse del..... al....., comprometiéndonos a respetarlas y cumplirlas en su totalidad durante todo el viaje, exonerando a Es Salud de toda responsabilidad por los hechos que sucedieran durante el viaje como consecuencia de su inobservancia hasta el retorno al CAM.

NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	FIRMA
1.-		
2.-		
3.-		
4.-		
5.-		
6.-		
7.-		
8.-		
9.-		
10.-		
11.-		
12.-		
13.-		
14.-		
15.-		
16.-		
17.-		
18.-		
19.-		
20.-		

Firma y Sello del Profesional Responsable del CAM

*Fuente. Gerencia Central de Prestaciones Económicas y Sociales. Gerencia central de Prestaciones. Sub Gerencia de Protección del Adulto Mayor

ANEXO N°9: ESPECIFICACIONES TÉCNICAS PARA CONTRATAR EL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE.

1. Póliza de seguro del transporte debe estar vigente, con cobertura integral para todos y cada una de los pasajeros que viajan en la unidad de transporte. Observar que cuente con el número de póliza, placa de rodaje y capacidad.
2. La Empresa Transportista presente la póliza vigente de Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito, que debe cubrir a todas las personas que viajen en el vehículo, conforme está indicado en el artículo 30 del Título V Responsabilidad Civil y Seguros Obligatorios de la Ley General de Transporte y Tránsito. La póliza tiene vigencia hasta un mes después del término del servicio objeto del contrato; el mismo, cubre los siguientes riesgos por persona con sus correspondientes montos mínimos:

a. Indemnización por incapacidad permanente	US \$5.000
b. Indemnización por muerte	US \$5,000
c. Gastos de curación	US \$2,000
d. Sepelio	US \$2,000

En caso de siniestro, la póliza de seguros se endosa a favor del damnificado o su familiar directo declarado, pudiendo los asegurados, atenderse en las clínicas contratadas en la póliza.
3. De utilizar permiso eventual de circulación solicitar al transportista el endoso de la Póliza de Seguro del vehículo (Documento con el cual la Compañía de Seguro reconoce la variación del ámbito de cobertura, en la fecha e itinerario elegido).
4. Los vehículos asignados por la Empresa transportista para la ejecución del servicio deben contar (cada uno de ellos) con la póliza vigente de Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito, certificado de gravamen y tarjeta de circulación vehicular vigente para la ruta prevista.
5. Las unidades de transporte asignadas por el Transportista, deben tener las características técnicas adecuadas de embarque para esta población, que facilite el acceso de las personas adultos mayores sin ningún riesgo de accidente o incomodidad.
6. La antigüedad del transporte no debe ser mayor a 10 años, si el vehículo supera este periodo, se debe presentar un Certificado de Operatividad vigente, otorgado por el organismo competente y no debe ser mayor a 20 años.
7. Copia de la tarjeta de Circulación Vehicular del transporte a utilizar, verificar que el número de la Tarjeta de Circulación Vehicular sea el mismo en ambos lados de la tarjeta, vigencia, placa de rodaje (igual al indicado en la Póliza de Seguro), de ámbito nacional o con autorización para transitar por la ruta elegida.
8. En las actividades locales, el servicio de transporte está a disposición del CAM, durante las horas que dure la actividad.
9. Para las actividades turísticas interprovinciales y nacionales, el servicio del transporte contratado está en función del destino elegido y las actividades a realizar.
10. Cada una de las unidades debe contar obligatoriamente con asientos acolchados y amplios
11. El contratista debe contar con el auxilio de un equipo de radio o celular para prever el reemplazo de la unidad en caso de desperfecto. La unidad de transporte de reemplazo debe reunir las mismas condiciones exigidas al contratar el servicio de transporte. Para

- sustituir la unidad con desperfecto. se concederá una tolerancia de cuatro (04) horas para los viajes interprovinciales y/o nacionales, y de una (01) hora para las excursiones locales.
12. En caso de no llegar la unidad de reemplazo dentro de la tolerancia indicada, la empresa transportista asume los gastos de los pasajeros ocasionados por el percance (alimentación, alojamiento y/o contratación de otra unidad de transporte).
 13. Cada una de las unidades de transporte asignadas a prestar el servicio por la Empresa Transportista debe contar con los equipos y accesorios siguientes:
 - Botiquín de primeros auxilios.
 - Luces de señales de emergencia.
 - Extintor multipropósito de 5 kg. como mínimo.
 - Equipo de radio transmisor y receptor.
 - Llantas de repuesto en buen estado.
 - Gata, llave de ruedas y herramientas, etc.
 - Los equipos y accesorios exigidos por el Reglamento de Servicio Público de Transporte de Pasajeros.
 14. La Empresa Transportista debe mantener los vehículos asignados al servicio, permanentemente limpios y bien presentados, en especial el área de los servicios higiénicos.
 15. El personal a cargo de la unidad de transporte debe estar uniformados y aseados durante el tiempo de prestación del servicio. Deben poseer y mostrar cuando se requiera su record de manejo, expedido por el organismo competente.
 16. La ejecución del servicio se sujeta al horario y/o período que señale Es Salud, considerando una tolerancia máxima de quince (15) minutos para su inicio.
 17. La Empresa Transportadora está obligada a reemplazar al personal que evidencia negligencia en la conducción, haya acumulado infracciones de tránsito, muestre desaseo o trato descortés.
 18. La Empresa Transportista es responsable por el pago del combustible, peaje, seguro y todo gasto necesario para su buen desempeño y buen viaje.
 19. La Empresa Transportista asume administrativa y económicamente las gestiones y costos por las infracciones de tránsito que ocasione su personal. Como se señala en el Art. 24° incisos 24.1, 24.2 y 24.3, Título IV de la Ley General de Transporte y Tránsito, Ley N° 27181.
 20. Cada unidad de transporte debe contar con el servicio de una Guía Oficial de Turismo debidamente acreditado, cuyo servicio puede ser brindado desde la ciudad de origen o en la ciudad de destino.
 21. Los gastos ocasionados a los pasajeros por algún accidente no incluido en la póliza de seguros, deben ser cubiertos por la Empresa Transportista, incluyendo la indemnización.
 22. La Empresa Transportista, está obligada a supervisar a sus trabajadores durante la prestación del servicio y es responsable del pago de remuneraciones, costos por accidentes de cualquier naturaleza, beneficios sociales y laborales de su personal.

Personal asignado por la empresa de transportes para la prestación del servicio.

Requisitos:

- a. Tener licencia de conducir profesional, con buen record de manejo y más de dos (02) años de experiencia en la categoría exigida por la Compañía' de Seguro o entidad competente.
 - b. Con conocimiento previo de la ruta a cubrir.
 - c. Pleno conocimiento y aplicación de las reglas de tránsito al reglamento vigente emitido por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, o entidad competente.
 - d. Buenas condiciones de salud física.
 - e. Honradez, respeto, cortesía, puntualidad, orden, limpieza personal y del vehículo durante la prestación del servicio.
 - f. Conocimiento y experiencia en los aspectos técnicos del servicio.
- Cumplimiento de los horarios e itinerario establecido para el tour.

*Fuente. Gerencia Central de Prestaciones Económicas y Sociales. Gerencia central de Prestaciones. Sub Gerencia de Protección del Adulto Mayor



ANEXO N° 10: ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL PARTICIPANTE.

NOMBRE DEL CAM	NOMBRE PAX:	Fecha/Viaje
----------------	-------------	-------------

Para mejorar el Programa de Turismo Social, se solicita su colaboración para conocer el nivel de satisfacción alcanzado en el presente tour. Agradeceremos marcar con X el recuadro correspondiente a su respuesta.

1.- Califique usted los siguientes aspectos de la organización del tour:

ASPECTOS	Excelente	Bueno	Regular	Malo
1.- Información de los tour programado (Itinerario, servicios, fechas, etc.)				
2.- Cumplimiento de la Información recibida				
3.- Facilidad para cumplir con requerimientos para participar del tour				
4.- Califique la organización general del tour				

2.- Califique usted los servicios turísticos recibidos que a continuación se detallan

SERVICIOS / CALIFICACIÓN	Excelente	Bueno	Regular	Malo
2.1 Del responsable del grupo por el CAM				
2.2 Del servicio de transporte para llegar al destino				
2.3 Del servicio de traslados internos				
2.4 Servicio de hospedaje				
2.5 Servicio de Alimentación				
2.6 Guías de Turismo				
2.7 Cumplimiento del itinerario				
2.8 Cumplimiento de los horarios				
2.9 Actividades complementarias realizadas				
2.10 Del servicio Médico I Enfermería				
2.11 De la seguridad recibida durante el tour				

3.- ¿En qué aspectos percibe usted que ha mejorado después del viaje?

ASPECTOS / CALIFICACIÓN	Ampliamente	Medianamente	Poco	Nada
A. Estado de ánimo				
B. Integración con los usuarios participantes				
C. Estado Físico				
D. Amplió conocimientos sobre atractivos turísticos				

4.- Califique usted la presente actividad turística en su conjunto

CALIFICACIÓN	Ampliamente	Medianamente	Poco	Nada
1.- Del viaje en general				

*Fuente. Gerencia Central de Prestaciones Económicas y Sociales. Gerencia central de Prestaciones. Sub Gerencia de Protección del Adulto Mayor

ANEXO 12: BASE DE DATOS DEL ESTUDIO DE CAMPO.

ID	EDAD	SEXO	TIEMPO	VIAJES	ÍTEM DE SATISFACCIÓN TURÍSTICA																				DIMENSIONES CATEGORIZADAS					NIV. SAT. TUR.	EDADCAT.			
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	SUMA	1	2	3	4			5		
1	75	2	20	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	60	3	4	3	3	3	3	3	2	
2	80	2	20	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	3	4	3	3	3	3	3	2	
3	76	2	5	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	53	4	3	4	3	3	3	3	2	
4	82	2	10	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2	2	
5	85	2	6	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	49	3	3	4	4	3	4	2	2	
6	73	2	20	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	60	3	4	3	3	3	3	3	2	
7	72	2	20	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	53	3	3	3	4	3	3	3	2	
8	66	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	50	4	3	3	4	3	4	2	2	
9	72	2	20	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57	3	3	3	3	3	3	3	2	
10	75	2	20	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	4	3	3	3	3	3	3	2	
11	86	1	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68	2	5	3	3	3	2	2	2	
12	68	2	16	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	54	3	3	3	4	3	3	3	2	
13	66	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	52	4	3	3	4	3	3	3	2	
14	70	2	16	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	3	4	3	3	3	3	3	2	
15	60	1	5	2	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	53	2	3	4	3	4	3	1	1	
16	68	1	12	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2	2	
17	73	2	12	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	50	4	3	4	3	3	4	2	2	
18	82	2	14	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	60	3	4	3	3	3	3	3	2	
19	60	2	14	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	51	4	3	4	3	3	3	1	1
20	73	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2	2	
21	80	2	10	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	53	3	3	3	4	3	3	3	2	
22	83	2	15	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	60	3	4	3	3	3	3	3	2	
23	85	2	15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	60	3	4	3	3	3	3	3	2	
24	60	2	15	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2	1	
25	82	2	12	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2	2	
26	72	2	7	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2	2	
27	68	2	6	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2	2	
28	73	2	15	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	53	3	3	3	4	3	3	3	2	
29	80	2	9	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57	3	3	3	3	3	3	3	2	
30	81	2	20	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	53	4	4	4	3	3	3	3	2	
31	68	2	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	60	3	4	3	3	3	3	3	2	
32	80	1	20	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	54	3	3	4	3	3	3	3	2	
33	83	2	12	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2	2	
34	73	2	15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	60	3	4	3	3	3	3	3	2	
35	80	2	5	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	66	3	5	2	3	4	2	2	2	
36	68	2	10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	60	3	4	3	3	3	3	3	2	
37	80	2	15	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	56	3	3	4	3	3	3	3	2	
38	64	2	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	60	3	4	3	3	3	3	1	1	
39	68	1	7	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	55	3	3	4	3	3	3	3	2	
40	77	2	10	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	48	4	3	4	3	3	4	2	2	

87	66	2	8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	55	3	4	4	4	3	3	2
88	69	2	6	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2
89	81	2	16	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	78	2	5	2	2	2	2	2
90	76	1	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	70	2	5	2	2	2	2	2	
91	79	1	12	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	70	2	5	2	2	2	2	2	
92	62	2	2	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	70	2	5	2	2	2	2	1	
93	66	2	4	1	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	70	2	5	2	2	2	2	2	
94	60	2	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	70	2	5	2	2	2	2	1	
95	62	2	2	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	70	2	5	2	2	2	2	1	
96	64	2	6	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	70	2	5	2	2	2	2	1	
97	71	1	12	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	50	4	3	4	4	4	4	2	
98	78	1	14	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	50	4	3	4	4	4	4	2	
99	81	2	20	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	50	4	3	4	4	4	4	2	
100	70	1	8	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	50	4	3	4	4	4	4	2	
101	67	2	12	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	50	4	3	4	4	4	4	2	
102	71	2	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	60	3	4	3	3	3	3	2	
103	74	2	14	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	60	3	4	3	3	3	3	2	
104	77	2	16	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	55	3	4	3	3	3	3	2	
105	76	1	12	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	55	3	4	3	3	3	3	2	
106	63	1	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	70	2	5	2	2	2	2	1	
107	76	1	6	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	75	2	5	2	2	2	2	2	
108	63	2	6	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	75	2	5	2	2	2	2	1	
109	81	2	16	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	45	4	3	4	4	4	4	2	
110	74	2	16	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	75	2	5	2	2	2	2	2	
111	76	1	12	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	78	2	5	2	2	2	2	2	
112	67	1	10	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	50	4	3	4	4	4	4	2	
113	63	1	12	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	75	2	5	2	2	2	2	1	
114	61	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40	4	3	4	4	4	4	1	
115	63	2	6	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	70	2	5	2	2	2	2	1	
116	72	2	10	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	55	3	4	3	3	3	3	2	
117	71	1	11	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	40	4	3	4	4	5	4	2	
118	78	2	15	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	55	3	4	3	3	3	3	2	
119	66	1	14	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	40	4	3	4	4	5	4	2	
120	61	2	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	75	2	5	2	2	2	2	1	
121	64	2	6	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	75	2	5	2	2	2	2	1	
122	60	2	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	70	2	5	2	2	2	2	1	
123	78	2	15	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	50	4	3	4	4	4	4	2	
124	78	1	14	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2	
125	66	2	8	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	3	4	3	3	3	3	2	
126	60	2	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	75	2	5	2	2	2	2	1	
127	65	2	10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	60	3	4	3	3	3	3	1	
128	70	2	8	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	75	2	5	2	2	2	2	2	
129	77	2	14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	60	3	4	3	3	3	3	2	
130	61	2	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	70	2	5	2	2	2	2	1	

13 1	70	2	11	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	50	4	3	4	4	4	4	2
13 2	72	2	11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	60	3	4	3	3	3	3	2
13 3	78	2	14	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	50	4	3	4	4	4	4	2
13 4	70	1	12	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	62	3	4	3	3	2	3	2
13 5	72	1	11	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2	
13 6	61	2	5	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	1	
13 7	69	1	8	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	55	3	4	3	3	3	3	2	
13 8	61	2	4	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	55	3	4	3	3	3	3	1	
13 9	77	2	8	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	55	3	4	3	3	3	3	2	
14 0	78	1	15	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	55	3	4	3	3	3	3	2	
14 1	78	2	15	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	55	3	4	3	3	3	3	2	
14 2	64	2	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	58	3	4	3	3	4	3	1	
14 3	61	2	6	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	62	3	4	2	3	3	3	1	
14 4	76	1	8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	60	3	4	3	3	3	3	2	
14 5	79	1	10	1	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	75	2	5	2	2	2	2	2	
14 6	76	2	6	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	55	3	4	3	3	3	3	2	
14 7	74	1	8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	60	3	4	3	4	2	3	2	
14 8	76	1	12	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	55	3	4	3	3	3	3	2	
14 9	68	2	8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	60	3	4	3	3	3	3	2	
15 0	66	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2	
15 1	72	2	10	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	52	4	3	4	3	3	3	2	
15 2	78	2	16	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	3	4	3	3	3	3	2	
15 3	66	2	6	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	40	4	3	4	4	5	4	2	
15 4	72	2	10	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2	
15 5	78	1	8	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	50	4	3	4	4	4	4	2	
15 6	69	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2	
15 7	72	2	8	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	55	3	4	3	3	3	3	2	
15 8	71	2	6	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	2	
15 9	69	2	8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	38	4	3	5	4	4	4	2	
16 0	73	2	6	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	77	2	5	3	2	2	2	2	
16 1	63	2	6	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	50	4	3	4	4	4	4	1	
16 2	66	2	8	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	42	4	3	4	4	4	4	2	
16 3	64	2	6	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	1	
16 4	71	2	8	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	50	4	3	4	4	4	4	2	
16 5	65	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	78	2	5	2	2	2	2	1	
16 6	73	2	10	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	55	3	4	3	3	3	3	2		
16 7	66	2	6	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	60	3	4	3	3	3	3	2	
16 8	69	1	8	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	3	4	3	3	3	3	2	
16 9	71	1	6	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	50	4	3	4	4	4	4	2	
17 0	71	1	8	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	55	3	4	3	3	3	3	2	
17 1	69	1	8	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	50	4	3	4	4	4	4	2	
17 2	65	1	6	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	60	3	4	3	3	3	3	1	
17 3	65	1	6	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	61	3	4	3	3	3	3	1	

