



MOTIVACIÓN DEL TURISTA EN LA ELECCION DE UN HOTEL EN LA CIUDAD
DE BUGA

CHRISTIAN DAVID TABORDA APARICIO

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO

PROGRAMA DE PSICOLOGIA

BUGA – VALLE

NOVIEMBRE 2020



Motivación del turista en la elección de un hotel en la ciudad de Buga

En cumplimiento de los requisitos para optar el título de Psicólogo

Christian David Taborda Aparicio

Adriana María Colorado Vidal

Asesora

Universidad Antonio Nariño

Programa de Psicología

Buga – Valle

Noviembre 2020



Agradecimiento

Primeramente, le agradezco a Dios por el regalo de la vida por su amor, guía y protección divina para cumplir con esta meta. Especialmente a mi familia por su ayuda y confianza en mis proyectos de vida, su comprensión y apoyo en todo momento. El seguimiento arduo de las asesoras, Lady Castillo Arciniegas y Adriana María Colorado Vidal, por su humildad, brindándome sus conocimientos, dedicación, calidad humana y entrega en este proyecto tan importante para mí; de igual manera a la profesora Laura María Castro González, por brindarme su orientación en todo momento para resolver mis inquietudes. Finalmente, a mis compañeros de estudio, por su escucha, complicitad y darme animo en los momentos difíciles.



Tabla de Contenido

Introducción.....	8
Justificación.....	11
Generalidades.....	16
Planteamiento del Problema.....	16
Problema de Investigación.....	20
Objetivos.....	20
Objetivo General.....	20
Objetivo Especifico.....	20
Marco Teórico.....	21
Diseño Metodológico.....	34
Tipo de Investigación.....	34
Tipo de Estudio.....	34
Método.....	35
Técnica de Recolección de Información.....	36
Fuentes Primarias y Secundarias.....	36
Resultados.....	37
Análisis de Resultados.....	39
Discusión de los Resultados.....	48
Conclusiones.....	51



Recomendaciones.....	53
Referencia.....	54
Consideraciones Éticas.....	56

Lista de Apéndice

<i>Apéndice 1 Consentimiento informado.....</i>	<i>58</i>
<i>Apéndice 2 Encuesta Unipersonal.....</i>	<i>59</i>
<i>Apéndice 3 Acuerdo de Voluntades.....</i>	<i>60</i>
<i>Apéndice 4 conferencia con la encuestada por la plataforma Google Meet.....</i>	<i>65</i>



Abstract

En este trabajo cuyo objetivo es para reconocer y estudiar motivaciones psicológicas de un turista para elegir un hotel en la ciudad de Guadalajara de Buga. Se enfatiza en la teoría de Fernando Toro para el análisis de las motivaciones particulares de un turista en la selección de hoteles y sus motivaciones turísticas. El método de investigación es cualitativo en el cual se describe a través de la observación y por medio de un instrumento que permite el análisis que es necesario para reconocer las motivaciones intrínsecas y extrínsecas para un hotel en Guadalajara de Buga.

De tal manera, se identifica con el estudio distintas motivaciones en el turista con intenciones en su mayoría orientadas a la sensación de bienestar, hacia la satisfacción de las necesidades propias, y hacia sus expectativas de seguridad.

Palabras clave: Turismo, Hospedaje, Motivación, Intrínseca, Extrínseca.



Abstract

In this work whose objective is to recognize and study the intrinsic and extrinsic psychological motivations of a tourist when choosing a hotel in the city of Guadalajara de Buga. It is emphasized in the theory of Fernando Toro for the analysis of the particular motivations of a tourist in the selection of hotels and his tourist motivations. The research method is qualitative, in which it is described through observation and through an instrument that allows the analysis that is necessary to recognize the intrinsic and extrinsic motivations for a hotel in Guadalajara de Buga.

In this way, the study identifies different motivations in the tourist with intentions mostly oriented to the feeling of well-being, towards the satisfaction of their own needs, and towards their expectations of safety.

Keywords: Tourism, Accommodation, Motivation, Intrinsic, Extrinsic



Introducción

El aporte hacia la psicología que se plantea es que por medio de ella se identifiquen y estudien las motivaciones de un turista al elegir un hotel en la ciudad de Buga. Desde la psicología permite entender las dinámicas mentales que presentan las personas en un espacio/tiempo para consumir un producto. Por ello, se conoce las actitudes, motivaciones, creencias y valores que los llevan a tomar decisiones.

Es necesario hacer este estudio en el territorio de la Ciudad Señora para entender a los turistas y cuáles son sus motivaciones para elegir un hotel en la ciudad de Buga. Por ello, se necesita identificar las motivaciones extrínsecas e intrínsecas expuestas por Fernando Toro aplicadas en el turismo bugueño. Se realiza una encuesta de 14 preguntas como instrumento que permite el desarrollo de un análisis de las respuestas para así entender que estimula su viaje.

La Economía en la ciudad de Buga según Cámara y Comercio de Buga: Las empresas aumentó 2,9% en el tercer trimestre de 2020. Mié, 10/21/2020.

- De acuerdo con cifras del Registro Mercantil de las Cámaras de Comercio, la dinámica de creación de empresas en Colombia volvió a terreno positivo en el tercer trimestre del año.
- Se trata de un importante repunte luego de la fuerte afectación que tuvo la dinámica de creación de empresas en el país durante los dos primeros trimestres de 2020 producto de la pandemia.
- La creación de empresas empleadoras creció 73% con relación al trimestre anterior.



En el año 2018, se encontró que el 15,91% de los visitantes que llegaron a la ciudad de Guadalajara de Buga fueron turistas, el 84,09% restante resultaron ser excursionistas.

Debido a la gran demanda en la ciudad de Buga, se encuentra el Hotel Chrisban, ubicado en la calle 4 # 11-53 en el centro histórico de la ciudad uno de los Hoteles más frecuentados en la ciudad señora. Conserva su arquitectura a 73 kilómetros de Cali y a 119 kilómetros del puerto de Buenaventura. En el nivel económico es un hotel de los más competitivos, se manejan unos precios módicos y también se brinda la posibilidad de que el turista visite la reserva natural Chimbilaco, donde el hotel posibilita la guía turística para que puedan tener información del lugar propiamente maravilloso, también de otra manera puede visitar de la fábrica de Dulces del Valle, donde se encuentra gran variedad de exquisitos productos de exportación. Estas son una de las motivaciones más tentadoras por el cual una turista puede escoger de manera prioritaria el Hotel Chrisban, además que tiene un seguro hotelero que permite cubrir cualquier inconveniente que presente un huésped dentro de las instalaciones del hotel, se cuenta con una sala de desinfección con todos los protocolos de bioseguridad, un registro de las personas que se quedan en el hotel, para su tranquilidad siendo garantes de la seguridad. Lo que también permite la estimulación de pasadía son actividades de entretenimiento como un baile típico, presentación de un artista entre otras, al irse el huésped se le da como motivación o incentivo un obsequio como un dulce o artesanía típica de la región para asegurar su pronto regreso.

El Hotel es un mediador para que el descanso del turista sea satisfactorio, sin embargo, hay que entender que las particularidades de cada persona nos arrojan un patrón de comportamientos al estar de visita en la ciudad de Buga. Con mucha frecuencia se



observa que un medio de captar la atención de los turistas en la antigua ciudad es la *Basílica del Señor de los Milagros*, lo que hace llamativo es la intención de encontrar en su devoción religiosa, paz y espiritualidad.

La psicología permite comprender el comportamiento turístico, pues el turismo es un sistema integrado por personas muy diversas, con diferentes características y realidades. Debe entenderse el comportamiento de los turistas, cómo usan el tiempo de ocio, las motivaciones que influyen para la elección o no de un destino, gustos, criterios y características personales, socioculturales y económicas. Al enfocarnos en las conductas se podrá identificar cuáles son las motivaciones, las preocupaciones, las necesidades y expectativas que podrán potencializar destinos turísticos existentes o dando lugar al desarrollo de nuevos destinos.



Justificación

Con la Psicología, es aquí donde se analizan los comportamientos y la llegada de viajeros extranjeros y turistas a la ciudad de Buga. Los intereses son diferentes para los turistas, gran parte considera que las actividades más populares son recorrer áreas antiguas, observar la naturaleza, las aves y otros animales, fotografiar la naturaleza, escalar o visitar zonas montañosas, explorar nacimientos de ríos, entre otras modalidades con toda clase de combinaciones de actividades.

El turismo es un sector económico de gran relevancia ya que múltiples subsectores se posesionan como importante motor de desarrollo y crecimiento económico en el país. La psicología del turismo se centra en el análisis y la interpretación del fenómeno turístico desde una dimensión social, en la que se generan interacciones entre los diferentes actores (turistas, comunidad, empresas turísticas, etc.). Por ello, es pertinente reconocer la importancia del motivo turístico en la ciudad de Buga, y un espacio relevante es *La Basílica del Señor de los Milagros* ubicada en el centro de la ciudad, es un sitio turístico religioso que en muchos casos predomina el sentimiento de fe católica resolviéndose como motivación intrínseca, es pertinente entender que las personas visitan estos lugares con fuertes intenciones religiosas, en la cual hacen grandes ofrendas, y cumplir penitencias.

Lo que ha generado durante años mucha visita de peregrinos que han hecho un avance económico y estructural de la ciudad para así ser llamativo y visitado con más frecuencia por su arquitectura y solemnidad. De esta manera el turista, así como también la



gran variedad de alojamientos que se podrán encontrar en la ciudad, caracterizando el tipo de motivación de un turista al elegir un alojamiento.

Sin duda, la planificación turística es la piedra angular del desarrollo sostenible del turismo. No es posible pensar en un turismo respetuoso del medio ambiente, de la cultura y que genere beneficios económicos a los inversionistas y a las comunidades si este no se desarrolla de manera planificada. (2015, pag. 131).

En tanto el turismo tiene motivación sobre el conocimiento de la naturaleza y la vida rural. Por tanto, esta investigación pretende conectar aspectos motivacionales con los atractivos turísticos que juegan un papel fundamental en la escogencia de un hotel. Este trabajo representa una oportunidad para visionar sobre lo motivacional y los principales puntos que se tienen en cuenta al elegir un lugar, este trabajo puede ser aporte al manejo de las motivaciones en mejoramiento del servicio hotelero, que pueden proporcionarle a la ciudad, un desarrollo y crecimiento económico alto. Así como también esto genera un análisis y un conjunto de categorías que el turista o extranjero tiene en cuenta en relación con su hotel, en la que juegan un papel importante los reajustes internos que lo llevan a tomar la decisión de cambiar su entorno, siempre teniendo como mecanismo de activación una motivación.

El crecimiento de la ciudad de Guadalajara de Buga, (Año 2017. Este fue 0.234% de la total población en Colombia). Si la tasa de crecimiento de la población sería igual que en el periodo 2015-2017 (-0.19%/Año), Guadalajara de Buga la población en 2020 sería: 114147*.



Alcaldía de Guadalajara de Buga, Plan municipal de ordenamiento territorial: Consideración del turismo como estrategia comercial de posicionamiento de Guadalajara de Buga. Volumen 6 capítulo 33 de la ley 338 de 1997 Junio 8-2000. 198 p.

Pág. 67

El POT, (Plan de Ordenamiento Territorial), significó el reconocimiento de la potencialidad del turismo como motor de desarrollo para el Municipio de Buga, en cuanto hace parte integral de las políticas y estrategias de desarrollo planteadas para el periodo comprendido entre los años 2000 – 2012. De esta manera, la Visión de futuro planteada se soporta en tres aspectos claves a saber: El soporte al Comercio Exterior, La productividad y Sustentabilidad de la Zona Rural y el desarrollo del potencial turístico.

Pág. 69

Con esta síntesis del POT propuesto para Buga, podemos concluir que el sector turístico de la Ciudad pasa a ser de carácter prioritario para los planes del Gobierno municipal, dado que en los informes proporcionados por la Cámara de Comercio el sector turístico es el sector, además de la construcción que eslabona otros sectores tan importantes como el comercio, generador de empleo y crecimiento económico.

Pág. 71

También podemos observar el número total del año de visitantes a la Basílica, por ejemplo si miramos el año 2016 el total de visitas se ubicó en 3.065.227 turistas, para el año 2017 en 3.234.115 y para el año 2018 en 3.360.225 visitantes Buga según datos aportados por la Administración de la Basílica del Señor de los Milagros. (Secretaría de turismo, Buga)

Aspectos positivos de la ciudad. Significativa participación del sector turístico en la economía local. Afluencia Turística de toda Colombia y de países extranjeros alrededor de 3 millones de turistas. Clima Cálido y atractivos eco turísticos e históricos. Cercanía al



puerto de Buenaventura y cuenca del Pacífico. Buena calidad de Vida. Zonas no muy afectadas por la violencia del país

DEBILIDADES DE LA CIUDAD: Invasión del espacio público por parte de comerciantes ilegales. Comercio Informal, proveniente de la China. Competencia desleal. Deficiente sistema de comercialización. Bajo costo de los locales comerciales. Son escasos los escenarios deportivos y parques. No existen rampas especiales para personas con limitaciones. Falta de arborización y de zonas verdes. Falta de información sobre otros atractivos turísticos y alternativas de diversión, esparcimiento y recreación se constituye una de las falencias más acentuadas al desaprovechar un mercado muy diverso que se encuentra insatisfecho. Pocos hoteles de gran reconocimiento

Pág. 115

La psicología puede ser entendida como una forma de analizar e interpretar la conducta humana, estudiando al hombre como un animal social que interacciona frecuentemente con otros seres humanos y vive en grupos desde la familia hasta la sociedad. Estudia el efecto de los grupos en el individuo y viceversa. Pero también está interesado en las preferencias interpersonales, el desarrollo, y el mantenimiento de prejuicios, discriminaciones, formación de actitudes, el efecto de los grupos en la toma de decisiones.

La psicología estudia las relaciones entre individuo y sociedad, entre lo individual y social, entre la realidad social y proceso personal.

Comportamiento Interpersonal: Relación que establece el individuo con otra u otras personas. Los individuos se integran en grupos y forma parte de sistemas sociales más amplios.

Interacción Social: La acción recíproca es el objeto de la psicología social, estudio de la psicología como interacción.

Influencia Social: Es la influencia que tienen las personas sobre las conductas de otros, sobre sus creencias, opiniones, sentimientos e intenciones.



De acuerdo con la justificación de esta investigación se cuenta con la participación de un turista, hospedado en el hotel Chrisban, buscando reconocer las motivaciones del turista al momento de elegir un hotel en la ciudad de Buga.



Generalidades

Planteamiento del problema

El problema se plantea en la búsqueda de las motivaciones psicológicas intrínsecas y extrínsecas, que permite sostener un patrón de diferentes turistas que tiene la particularidad de la Turista entrevistada en el Hotel Chrisban. Y son estas motivaciones que se analizan con la psicología, resaltando las conductas mentales que impulsan escoger destinos turísticos según sus necesidades a satisfacer. La motivación puede ser entendida como aquella fuerza que nos acerca a situaciones para dar cumplimiento a nuestras metas. De acuerdo con Toro (1998), la motivación es la fuerza que nos lleva a cumplir nuestros logros y objetivos, considera además que las personas son motivadas por una serie de factores internos y externos. De acuerdo con esto se presume que la conducta motivada es consecuencia de estructuras internas complejas, conformadas por aspectos cognitivos, afectivos y conductuales de la persona.

En cuanto a la motivación interna se refiere a las Condiciones personales internas de carácter afectivo o cognitivo, que permiten al individuo derivar sentimientos de agrado o desagrado de su experiencia con personas o eventos específicos (Toro, 1998). El autor reconoce este tipo de motivación como motivación intrínseca que es aquella que impulsa al sujeto a hacer cosas por generar internamente gozo.

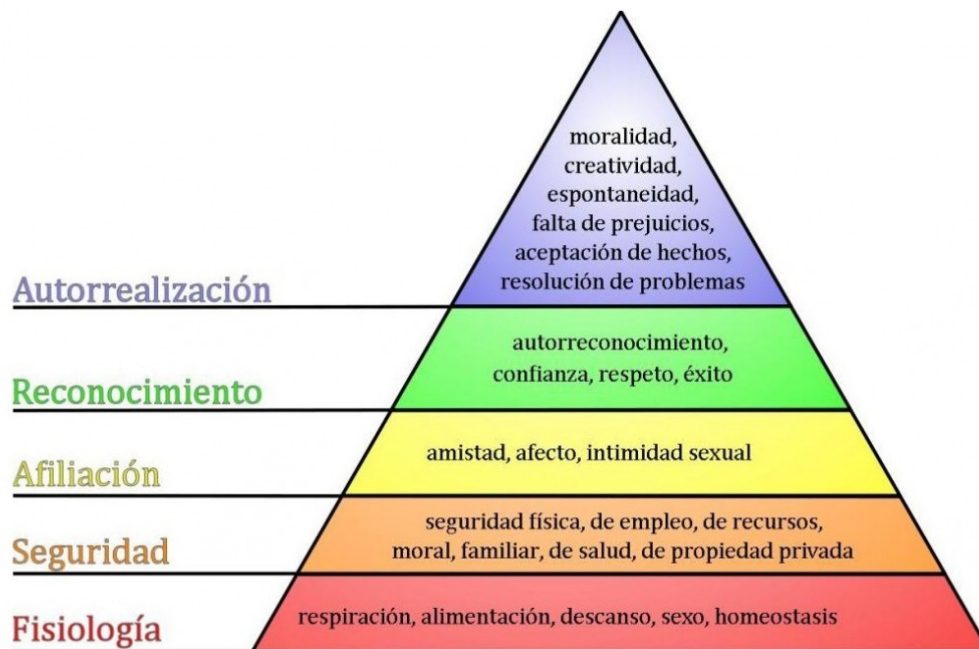


Por otra parte, se encuentra la motivación externa o extrínseca, la cual puede definirse como los estímulos que vienen de fuera del individuo, es decir aquellos que no dependen de los aspectos cognitivos del sujeto y que generan en este bienestar, mejorando así la calidad de las acciones o situaciones que enfrente. Es decir, la motivación extrínseca, está orientada a recibir beneficios externos como dinero, recompensas etc., mientras que la intrínseca nace en el propio sujeto.

Las motivaciones son de gran influencia en cuanto a influir en los turistas que cotidianamente visitan la ciudad de los milagros porque a pesar de no ser las únicas variables que influyen en el comportamiento, son las acciones que se pueden presentar desde dos ámbitos mencionados, es decir, desde los factores intrínsecos y extrínsecos. Por otra parte, dentro de esta investigación, se hace necesario relacionar la importancia que tiene el turista que llega a la ciudad de Buga, conocida como el destino espiritual de América, pueblo patrimonio de Colombia, ciudad certificada en desarrollo, turismo y sostenibilidad.

Muchas de las teorías sobre la motivación de los turistas están basadas en la naturaleza jerárquica o evolutiva de las motivaciones de cada persona. Un modelo jerárquico de necesidades es la teoría de Maslow quien propone una secuencia de necesidades que empieza por los deseos básicos de la supervivencia llegando hasta un proceso de autoconocimiento y aprovechamiento máximo de su potencial (Rodríguez, 2018).

Figura 1

Pirámide de Maslow

Fuente: <https://economipedia.com/definiciones/piramide-de-maslow.html>

Desde hace aproximadamente una década, los turistas son más informados, más exigentes y más influyentes a través de las redes sociales a la hora de aprovechar el mercado e impulsar el desarrollo hotelero, esto ha hecho que el turista consumidor evolucionara rápidamente, pero no siempre existiría un mayor esfuerzo para comprender y analizar a fondo el comportamiento que hace decidir a los turistas sobre qué lugar elegir



para quedarse, si hotel, hostel, u otro. Y así mismo entender hoy las motivaciones del turista consumidor representando un mayor desafío para investigadores.

Teniendo en cuenta lo anterior se hace evidente reconocer la importancia de los aspectos motivacionales presente, por tal razón y teniendo en cuenta que la motivación rige las acciones que determina el comportamiento del ser humano surge la siguiente pregunta de investigación.



Problema de investigación.

¿Cuáles son las motivaciones de un turista para elegir un hotel en la ciudad de Buga?

Objetivos

Objetivo general:

Reconocer las motivaciones del turista en el momento de elegir un hotel en la ciudad de Buga.

Objetivos específicos:

- Identificar las motivaciones intrínsecas y extrínsecas del turista en la ciudad de Buga para elegir un hotel.
- Describir el tipo de motivación del turista en el momento de elegir un hotel en la ciudad de Buga.



Marco Teórico

Para la recolección de información de los antecedentes, se utilizó el formato RAE (*Resumen Analítico Especializado*) ajustado, a partir del cual se realizó la recopilación de la información (*artículos*), el tema de interés fue reconocer las motivaciones del turista al momento de elegir un hotel en la ciudad de Buga; siendo su atracción principal, La Basílica del Señor de los Milagros, su esencia es religiosa la cual reside en su centro histórico y arquitectónico, siendo esto el mayor atractivo de la ciudad. La Basílica tardó 15 años en ser construida, fue inaugurada en 1907, cuenta con un museo que se ha convertido en un verdadero centro de peregrinación, teniendo una profunda expresión simbólica y de encuentro con la fe. Abordando de tal manera, la Psicología con las motivaciones intrínsecas y extrínsecas que definen aspectos necesarios del turismo bugueño, acompañada de otras motivaciones. Las predominantes son las intrínsecas por ser un destino de fe, Buga es icono a nivel nacional al conmemorar la semana santa. De ello hacen parte procesiones y otros eventos religiosos que reúnen a más de medio millón de visitantes cada año. La devoción por el Señor de los Milagros siguió creciendo con los años y esa pequeña capilla llegó a ser el centro de peregrinación de visitantes de todos los rincones del país.



Buga reconocida como *La Ciudad Señora* a nivel nacional, es un municipio del cual todos quieren conocer un poco más, porque su arquitectura, y su principal fuente de turismo *La Basílica del Señor de los Milagros*, para conocer más su historia existen diferentes investigaciones que abordan la temática de la motivación en el sector turístico; donde el objetivo consiste en identificar y buscar conocer las experiencias de los turistas u personas que han conocido la ciudad de Buga.

Para ello ha sido necesario indagar en referentes en el campo motivacional como la autora Carrión (2017), en su investigación “*Motivaciones intrínsecas y extrínsecas de los vacacionistas nacionales que visitan el camposanto de Yungay como destino de turismo oscuro*”. La investigación fue “determinar las motivaciones de visita de los turistas nacionales, hacia el camposanto de Yungay como destino de turismo oscuro”, para llevarlo a cabo se utilizó el carácter descriptivo cuantitativo, con un diseño un diseño no experimental, la población la conformaron 3,520 vacacionistas.

En cuanto a la visita del Camposanto de Yungay, se encontró como resultado de la investigación la motivación de la curiosidad, y continúa la exhibición de piezas y vestigios. También se expuso una lista con diferentes tipos de motivaciones como: la curiosidad, educación, mostrar respeto y empatía, encontrando los siguientes hallazgos en cada una.



Según Carrión Cáceres (2016) la curiosidad es una motivación interna importante por lo tanto el motivo tiende a incrementar. (Tarlow, 2005) señala que los visitantes acuden a sitios de turismo oscuro por curiosidad. También corresponde al argumento presentado por (Ashworth y Hartmann, 2005) señala sobre lo único o inusual es interesante para las personas; con respecto a un fenómeno natural se mantiene por el motivo de la curiosidad (págs. 13-14).

Según Carrión Cáceres (2016) la educación es una motivación significativa interna despertando el interés en los vacacionistas de visitar el Camposanto de Yungay. Teniendo en cuenta que casi la totalidad de encuestados tiene un grado de instrucción superior, por lo que se esperaría mayor interés por parte del público en contar con más información de lo acontecido en el destino (pág. 14).

Según Carrión Cáceres (2016) mostrar respeto y empatía, cumple el papel y la relación que podría tener con otros factores como la educación, es resaltante. La mayoría de los visitantes saben el acontecimiento en Yungay.

Fue el sismo más destructivo de la historia del Perú, no solo por la magnitud sino también por la cantidad de pérdidas humanas que afectó la región ancashina y varias provincias de los departamentos de Huánuco, el norte de Lima y La Libertad, dañando una extensa área de aproximadamente 450 km de longitud y 200 km de



ancho de la costa y sierra peruana. (Noguera, 2018, Antónov An-22, El avión soviético que asistió a Perú tras el terremoto de Ancash de 1970, Russia Beyond)

Cabe resaltar la investigación de Chacola (2017) “La motivación como factor de retención, desarrollo y crecimiento profesional en hoteles de 5 estrellas”, proyecto investigativo que tiene como tema de estudio la identificación de las motivaciones psicológicas de turismo hacia el Campo Santo de Yungay. En el estudio se aborda perspectivas de las motivaciones y su relación con la actividad turística.

De acuerdo con esto en la investigación “Ocio del Viajero”, Kory Alexander & Collazos Villarte (2018), tienen como propósito poner en discusión la relación existente entre el ocio y el viaje, a partir del análisis de la literatura que trabaja estos conceptos.

El estudio busca reflexionar frente al viaje y cómo éste obedece a una cadena de sucesos (desplazamientos, aventuras, proezas) que cambian al sujeto, lo cual le permite pensarse, reconocer o identificar realidades a través de su relación con los lugares y las personas que lo habitan, para así mismo comprender de qué manera el ocio hace parte de esos sucesos o vivencias para el viajero.

Este libro hace reflexionar acerca de las necesidades de Maslow ya que se explica el viaje desde la necesidad de *autorrealización*, que es el nivel más alto en la pirámide de la motivación, encontrándose inmersa en la necesidad de autorrealización, el desarrollo de las necesidades internas, el desarrollo espiritual, moral, la búsqueda de una misión en la vida,



la ayuda desinteresada hacia los demás, etc. El estudio tiene en cuenta que muchas veces los viajes se hacen para encontrar una motivación personal de superarse como ser humano por una situación o momento que haya vivido.

Las motivaciones de las personas guardarán relación con el trabajo, diferentes actividades, y motivaciones compartidas, es decir sus motivaciones extra-laborales. De otro lado se analiza el estudio “Diseño de un producto turístico para potencializar el avistamiento de aves en Guadalajara de Buga - valle del cauca” (Bravo, 2016) La iniciativa de este proyecto surge a partir de la revisión de los diferentes diagnósticos encontrados en el Valle del Cauca, en los cuales se ha identificado el gran potencial que tiene el sector de los servicios turístico en el PIB del departamento.

Así mismo es un plan de mercadeo aplicado que busca por medio de diferentes herramientas posicionar al Valle del Cauca y a su vez el municipio de Guadalajara de Buga como un lugar para realizar avistamiento de aves. La oferta se enfoca en los visitantes de Guadalajara de Buga, pero se espera que se proyecte hacia los grupos internacionales aficionados del avistamiento de aves. Los productos turísticos propuestos son: “Buga de Colores” diseñado para grupos con destino único, el cual será una pasadía y “Buga de Colores Aumentado” donde se extiende la visita a zonas aledañas, incluyendo la posibilidad de que el turista pernocte.



Por otra parte, se encuentra investigación realizada por Emeri (2011) La publicidad turística como agente mediador entre los procesos motivacionales y perceptuales. Su objetivo es analizar e investigar la influencia que ejerce la publicidad turística en la formación de los procesos motivacionales y perceptuales, tanto en los turistas como en los residentes locales. Para que así lograr una imagen mediante la difusión publicitaria de atractivos culturales, naturales o inmateriales.

La metodología utilizada es cualitativa, desde una revisión documental, de esta investigación se obtuvo como resultado que, en el caso de los viajes y el turismo, las actividades se encuentran estrechamente vinculadas con la publicidad de servicios y atractivos, puede ocurrir que dicha difusión constantemente percibida active a los sujetos hacia la realización de un determinado tipo de turismo: cultural, ecoturismo, de sol y playa, de salud, etc. Se entiende que la actividad turística requiere de la publicidad para la difusión de sus servicios y atractivos, con el fin último de seducir a la demanda potencial y generar ingresos económicos para las comunidades receptoras.

El estudio menciona que a la publicidad se le debe dar un manejo conciso de lo que se quiere sacar a mostrar, ya que aquí juegan un papel importante los profesionales encargados de las campañas publicitarias, influenciados por las nuevas tendencias tecnológicas de digitalización.



Igualmente podemos citar a Araujo (2017) quien realizó su investigación en “Estudios y Perspectivas en Turismo”, principalmente en su capítulo “los viajeros y sus motivaciones”. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar, menciona los elementos que motivan a estos amantes de los viajes, resultantes de experiencias, creencias y percepciones acerca de los beneficios de viajar.

De esta manera, con el objetivo de identificar los principales factores que motivan a esos apasionados por viajar, este estudio adopta un abordaje exploratorio cualitativo utilizando la Grounded Theory y entrevistas en profundidad y semi estructuradas a viajeros brasileños. Se realizó un proceso interactivo de análisis de los datos, donde surgieron siete categorías para responder a los objetivos de la investigación.

Los resultados mostraron siete motivos recurrentes; búsqueda de autoconocimiento y crecimiento personal, interés de vivir la diversidad cultural, romper con la rutina y escapar de la realidad, búsqueda de novedades, búsqueda de aventuras y desafíos, búsqueda de autenticidad y libertad, así como la búsqueda de historias para contar. También se puede citar el texto *“Motivación turística en adultos emergentes y adultos tempranos”*, Rojas & García (2013) donde se expone que En el ámbito del turismo hay una dinámica de mercados compleja dadas las características cada vez más amplias de la oferta y más exigentes en términos de la demanda; en este sentido, existe una necesidad evidente de investigar desde diferentes disciplinas para conocer mejor al consumidor turístico y aproximarse a la comprensión de cómo toma decisiones.



También fue posible agrupar las motivaciones en tres niveles de recurrencia entre los encuestados: alta recurrencia (motivación 1 y 2), recurrencia media (motivación 3, 4 y 6) y baja recurrencia (motivación 5 y 7). Es importante destacar la dificultad de generalizar los resultados encontrados a toda la población de personas que aman viajar, ya que se trata de un estudio realizado en un grupo restringido usando sólo una técnica de investigación. Se puede resaltar que este estudio amplía el debate sobre el perfil del consumidor contemporáneo de turismo y aunque varias de las motivaciones identificadas ya han sido mostradas por otros estudios, esta investigación permitió tener un enfoque en las motivaciones clave de una categoría especial de turistas: los amantes de los viajes.

Igualmente podemos mencionar el “*Análisis del sector turístico del municipio de Guadalajara Buga*”, realizado por Gina Lorena Santana Zuleta - Vanessa Katherine Sánchez Zapata (2010) Desde el punto de vista de la importancia nacional de la industria turística para cualquier país interesado en su desarrollo y desde el punto de vista del papel que juega en la vida económica, social y política ningún gobierno debe olvidar el control y dirección de su tráfico turístico, la formulación de una política turística claramente definida orientada hacia el desarrollo del tráfico turístico procedente de regiones cercanas y países extranjeros y la promoción de relaciones comerciales.



Ya que la actividad turística se ha constituido en uno de los fenómenos que presentan mayor dinámica económica y social en el mundo contemporáneo. Los avances tecnológicos, las vacaciones remuneradas y el acercamiento experimentado entre las culturas y las naciones, entre otros factores, que explican la gran dinámica y el permanente crecimiento que la caracterizan.

En el sector de turismo en Buga, es la carencia de planes de desarrollo turísticos que promuevan la permanencia constante del turista en el municipio, ya sea por motivos de visitas, negocios, vacaciones, etc. Como se sabe el sector turismo es pequeño y su participación en la economía no es comparable con la industria y el comercio, toda vez que, no ha logrado posicionarse en el mercado internacional, con una imagen y unos productos definidos que permitan su desarrollo.

Reserva Natural de Chimbilaco

En la Reserva Natural Chimbilaco, se encuentra la casa antigua de la Hacienda Chimbilaco, construida en el siglo XIX por la familia Rengifo Ospina, estirpe de una de las familias fundadoras en Guadalajara de Buga y Yotoco, descendientes de conquistadores españoles y miembros de la campaña libertadora de Colombia. La hacienda se encuentra inmersa en el ecosistema de bosque seco tropical del valle del Cauca, con una parte en el valle geográfico del río Cauca y otra parte en el Piedemonte de la cordillera occidental. Caminando sobre un sendero de aproximada 2 km de longitud, se llega a los Pailones, un cañón de formación rocosa con dos piscinas naturales de aproximadamente 5 m de



profundidad, donde se puede practicar apnea, escalada, saltos de altura entre cascadas, canyoning y nadar tranquilamente. La Reserva Natural Chimbilaco, brindan experiencias con la navegación y avistamiento de aves.

Fábrica de Dulces del Valle

Es una compañía Colombiana, fundada en 1.926, por la señora CECILIA PAYÁN en la ciudad de Buga (Valle del Cauca), pionera en la elaboración de manjar blanco con su principal materia prima la leche, diferenciándose en su procesamiento y delicada elaboración de su receta original, obteniendo altos estándares de eficiencia y calidad; innovando en productos a base de frutas, como la guayaba (bocadillos, jalea, mermelada) naranja, des amargados (cascos de limón, pimentón, breva) entre otras, ampliando así su portafolio, desarrollando procesos de secado, manufactura y empaques, estableciendo canales de distribución a nivel nacional e internacional conservando puntos propios en su canal de ventas, siguiendo las tendencias mundiales, desarrollando día a día nuevos y novedosos productos para satisfacer los más exquisitos paladares.

Lago Calima

El Embalse Calima fue construido por la empresa Perini e inaugurado en 1966, tras cinco años de construcción. La dimensión del embalse es de 13 km. de largo por 1,5 km. de ancho. Para poder cubrir la superficie, se tuvieron que inundar 1934 hectáreas.



El volumen del embalse para su nivel máximo es de 529 millones de metros cúbicos y el nivel mínimo es de 118 millones de metros cúbicos. Se calcula que en este ecosistema existen 4.260 especies de flora y 313 de fauna. Esto es una muestra de la gran biodiversidad de la zona y el grado de conservación en el que se encuentra. El embalse abastece a los ríos Calima y Bravo, que nacen en la Cordillera Occidental de los Andes.

De este embalse depende gran parte de la energía del departamento del Valle del Cauca, por ello tiene mucha importancia. Desde la inauguración del embalse se ha desarrollado una oferta turística muy fuerte que atrae a cientos de turistas todos los años. Además, existe un complejo turístico alrededor del lago. Aquí se pueden encontrar chalets, fincas, cabañas, restaurantes, zonas de camping, y escuelas de deportes náuticos.

Definitivamente, el agua es el principal atractivo del embalse. Todas las actividades giran en torno a él. El embalse de Calima suele ser sede de campeonatos Nacionales e Internacionales de Wisurf, Vela y Regatas. Los vientos provenientes del Pacífico son constantes todo el año y esa es una gran ventaja. También se alquila jet skis, cuatrimotos y otras embarcaciones para vivir experiencias de aventura. Además de esto, se pueden realizar paseos en lancha, ferri, banana acuática y pontón.

Esta última es una de las actividades preferidas por las familias provenientes de Cali que llegan a pasar el fin de semana. Por otro lado, se puede tomar un vuelo en



parapente y así tener una vista privilegiada de la región. Por último, en los alrededores del embalse se pueden realizar caminatas ecológicas y visitar la cascada María Luisa o La Gringa.

Hacienda el Paraíso

La Hacienda El Paraíso, fue construida entre 1816 y 1819. Se llama Casa de la Sierra y fue propiedad del ganadero Bugueño Víctor Cabal. Este era un empresario importante en la región y llegó a ser alcalde de la ciudad de Cali.

El 20 de junio de 1854 la propiedad fue vendida a Jorge Enrique Isaacs, padre del escritor Jorge Isaacs. Sus patios, corredores y espacios inspiraron al joven Isaacs para, posteriormente, crear la que sería su obra cumbre, y una de las más importantes obras del romanticismo latinoamericano.

En abril de 1953 la propiedad fue adquirida por el departamento del Valle del Cauca y se iniciaron procesos de remodelación en la misma. Debido a la importancia de este lugar para la cultura vallecaucana fue declarada monumento nacional el 30 de diciembre de 1959.



Actualmente es una propiedad protegida por el Instituto para la Investigación y la Preservación del Patrimonio Cultural y Natural del Valle del Cauca.

La Hacienda el Paraíso cuenta con 120 hectáreas, donde se aloja, además del museo, un hostel. Este hostel, que se llama Piedemonte, cuenta con 26 chalets, piscina de agua natural, restaurante y zona para eventos. También funcionan lagos de piscicultura, árboles frutales y forestales (típicos del paisaje del Valle).

El museo presta el servicio de visita guiada. En la guía se incluyen fragmentos de la novela, se pueden apreciar objetos pertenecientes a María y a Efraím.

Hay en su interior una tienda de recuerdos y se los visitantes se pueden tomar un estudio fotográfico con vestimentas de la época.



Diseño Metodológico

El instrumento utilizado para identificar las motivaciones intrínsecas y extrínsecas del Hotel Chrisban, ha sido la encuesta y arroja unos resultados para reconocer las motivaciones de un turista al momento de elegir un hotel en la ciudad de Buga.

Tipo de investigación

El presente estudio es cualitativo, pretende reconocer las motivaciones de un turista al momento de elegir un hotel en la ciudad de Buga a través de un estudio de caso único, para esto se contó con la participación voluntaria de un huésped del hotel, estudiando sus motivaciones intrínsecas y extrínsecas en la selección del Hotel Chrisban, ubicado en la ciudad de Buga, Departamento del Valle del Cauca.

Tipo de estudio

El presente estudio es descriptivo de corte transversal; se recolectan datos en un solo momento: en un tiempo único, es como tomar una fotografía de algo que sucede para describir el tipo de motivación del turista en el momento de elegir un hotel en la ciudad de Buga, Departamento del Valle del Cauca.



Método

El método utilizado es analítico; descriptivo que parte de las premisas generales de las motivaciones intrínsecas y extrínsecas de un turista para hospedarse en un hotel de la Ciudad de Buga, permite hacer el análisis específico y de las propiedades importantes que presentan las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a estudio.

La encuesta de 14 preguntas, el cual fue el instrumento para la investigación descriptiva en la cual el encuestado recopila datos sobre el tema específico. La encuesta se realizó a una turista femenina mayor de edad que es muy frecuente y turista activa del Hotel Chrisban. La encuesta se construyó con unas preguntas de selección múltiple y abiertas, formuladas desde el inicio con intención de tal manera que arrojen resultados que permitan el objetivo general que es identificar las motivaciones de la turista. Por consiguiente, entender las dinámicas que la Psicología nos brinda el análisis de los deseos y actitudes de las personas que más frecuentan los espacios con objetivos religiosos.

El estudio de caso se hizo la encuesta vía virtual por la contingencia sanitaria que no permite el contacto con más personas, además que en el municipio se generaron restricciones de la apertura de distintos establecimientos, de tal manera se hizo por vía correo electrónico y se tuvo una conferencia con la encuestada por la plataforma Google



Meet. La particularidad del espacio/tiempo no permitió que se lograran llegar a más turistas por el hecho de que los peregrinos no podían visitar el sitio turístico.

Técnica de recolección de Información

Para recolectar la información que se utilizó en esta investigación, se realizó encuesta a un huésped del hotel Chrisban, la cual fue analizada de acuerdo con el objeto de estudio y triangulada con la observación y el análisis documental que se llevó a cabo.

Fuentes primarias y secundarias

Como fuentes primarias, se contó con la información proporcionada por el huésped encuestado, además de la doctrina actual vigente con relación a los tipos de motivación fundamentada en las publicaciones del teórico, Fernando Toro (citado por García Sánchez ,2012).

Como fuentes secundarias, están las publicaciones y monografías, tesis de grado de estudios científicos, en torno a los autores de las fuentes primarias, y de todos aquellos que se relacionan con el objeto de estudio citados en esta investigación.



Resultados

Motivación del turista en la elección de un hotel en la ciudad de Buga

El resultado de esta investigación brinda información respecto a las motivaciones de los viajeros.

Se identifica las motivaciones principales de los turistas y se clasifica como intrínsecas; que son las que nacen de uno mismo sin necesidad de tener que recibir estímulos externos, es la que nace del ser, la que motiva a hacerlo por gusto y deseo, a comparación de la motivación extrínseca que se puede definir como los estímulos que vienen de fuera del individuo, por ejemplo en el ámbito de trabajo, se visualiza para lograr objetivos empresariales y mejores niveles de calidad y eficacia.

De acuerdo con esto y con base en el estudio podemos concluir que los viajeros visitantes de la ciudad de Buga son motivados desde el ser.

Aunque las motivaciones extrínsecas son muy relevantes, la principal que motiva a los turistas que llegan a Buga es la religiosidad que genera sentimientos de fe y tranquilidad en la persona cuando hace ofrendas.



Las motivaciones intrínsecas son las que definen el tipo de hotel que el turista selecciona con base a:

- Motivación Religiosa
- Compartir en pareja (placer)
- Realizar Ofrenda (espiritual)
- Placer al disfrutar zonas naturales y espacios tranquilos; sensación de relajación
- Búsqueda de bienestar en misa de sanación; sensación de tranquilidad

Las motivaciones extrínsecas se manejan de forma incipiente aun en Buga como son:

- Convenios para desarrollar ecoturismo
- Recorrido por zonas históricas
- Senderismo
- Avistamiento de aves

Aun los hoteles no cuentan con estos servicios estructurados. Por tal razón a la hora de elegir, los turistas se basan en motivaciones intrínsecas



Análisis de los Resultados

Motivación del turista en la elección de un hotel en la ciudad de Buga

En el presente estudio se aplicó la siguiente encuesta, instrumento que consta de catorce preguntas, que pretendieron identificar las motivaciones de un turista al elegir un hotel en la ciudad de Buga Departamento del Valle del Cauca, se eligió una persona entre los 50 y 53 años de edad de sexo femenino, clasificada como un turista frecuente.

Para el presente estudio se hizo el siguiente análisis:

Encuesta

1. ¿En qué tipo de turismo desea incursionar?

Cual: Porque creo en Dios.	
Ecoturismo	
De aventura	
Científico	
Cultural	



Histórico	
Religioso	X
Pareja	X
Gastronómico	

En estas respuestas se logra reconocer las motivaciones intrínsecas que tuvo el turista, debido a que el motivo en que el turista desea incursionar es religioso y de pareja, manifestó que la persona tiene mucha devoción por el señor de los milagros, siempre le ha cumplido antes sus peticiones, donde ella siente el compromiso de visitarlo y hacer una ofrenda por las bendiciones recibidas. Expresó que asiste con su pareja porque ya se encuentran solos los dos, él hijo ya tiene su hogar aparte.

2. ¿Cuál es el motivo por el cual desea realizar el viaje?

Descanso	X
Trabajo	
Placer	X
Educación	
Recreación	X



Visita	X
Cual: Pagar promesa y divertirnos.	

En estas respuestas se logra reconocer las motivaciones extrínsecas que tuvo el turista, debido a que el motivo en que el turista desea realizar su viaje es por visita al Señor de los milagros y divertirse en pareja debido que ambos son muy creyentes de la religión católica y les gusta sentirse bien atendidos en un hotel que sea tranquilo, familiar y donde brinden diferentes servicios para su descanso.

3. ¿Qué tipo de actividades desea realizar?

Bicicleta de montaña	
Rutas a caballo	
Senderismo	
Visitas	X
Excursión arqueológica	
Avistamientos de vida silvestre	X
Motocross	
Cual: Visita Basílica Señor de los Milagros e iglesias cercanas. Lago calima, Hacienda el Paraíso	



Elaboración Propia

En estas respuestas se logra reconocer las motivaciones intrínsecas y extrínsecas que tuvo el turista, debido a que las actividades que se motivó a realizar fueron por sus creencias religiosas comprando detalles como escapularios, rosarios, oraciones a sus seres queridos que ellos hacen bendecir para su protección. Y el deseo de estar en contacto con la naturaleza, en el Lago Calima se puede realizar paseos en lancha, ferri, banana acuática y además en La Hacienda El Paraíso se presta el servicio de visita guiada al museo donde se pueden apreciar pertenencias de Efraím y María, ofreciendo fotografías con vestimenta de la época. Estos planes lo hicieron por medio del hotel, para así garantizar un buen servicio.

4. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar en su tour?

Lago calima o Hacienda el Paraíso: \$250.000/ Pareja (incluido, transporte, almuerzo y entrada)

En estas respuestas se logra reconocer las motivaciones extrínsecas que tuvo el turista, debido a que se motiva a pagar ese valor ajustándose a su presupuesto.

5. ¿Le gustaría conocer de otros paquetes turísticos que ofrece el hotel?

A. SI X

A. NO



En estas respuestas se logra reconocer las motivaciones extrínsecas que tuvo el turista, debido a que manifiesta que si le gustaría disfrutar de otros paquetes turísticos cuando vuelva a la Ciudad de Buga en compañía de su nieta en temporada de vacaciones.

6. Especifique el período y fecha de su viaje:

Desde septiembre 13 hasta septiembre 15 de 2020.

En estas respuestas se logra reconocer las motivaciones intrínsecas que tuvo el turista, debido a que al turista lo motivo hospedarse esos días ya que consideró asistir a la misa de sanación.

7. ¿Requiere la asistencia de un guía turístico responsable de la recepción, asistencia, conducción, información y animación durante su viaje?

A. SI X

B. NO



En estas respuestas se logra reconocer las motivaciones extrínsecas que tuvo el turista, debido a que se vio motivado a tener asistencia de un guía turístico para estar bien atendidos, conocer los lugares más importantes de los alrededores de la ciudad y que les cuenten todas las historias, manifiesta el huésped que a su esposo le encanta estar aprendiendo en todo momento.

8. Su forma de pago es:

- A. Efectivo
- B. Visa
- C. Master Card
- D. Transferencia X

En estas respuestas se logra reconocer las motivaciones extrínsecas que tuvo el turista, debido a que manifestó que es más práctico para ellos de esta forma, además que tienen menos contacto y ahora con lo del Covid 19 les parece mucho mejor.



9. **¿Qué otros motivos encuentran para hospedarse en el hotel Chrisban?**

Utilización de la zona húmeda y el servicio de spa.

En estas respuestas se logra reconocer las motivaciones intrínsecas que tuvo el turista, debido a que la motivó la utilización de la zona húmeda para descansar manifestando que quiere llegar a su casa lo más relajados posibles para continuar con la rutina, expresan llevar niveles altos de stress ya que viven en la capital donde están hasta expuestos a mucha contaminación.

10. **¿Cuáles son los servicios de preferencia ofrecidos por el hotel?**

Atención personalizada, desayuno saludable, buen aseo en la habitación y sus zonas comunes.

En estas respuestas se logra reconocer las motivaciones extrínsecas que tuvo el turista, debido a que la turista manifestó mucha gratitud por parte del personal del hotel porque ya saben cuáles son sus gustos y siempre se sienten como en casa.



11. ¿Qué opinión tiene sobre el sector hotelero de la ciudad de Buga?

Hoteles que conservan su estructura colonial, su principal atracción es la Basílica del Señor de los milagros, predomina la tranquilidad.

En estas respuestas se logra reconocer las motivaciones extrínsecas que tuvo el turista, debido a que siente atracción por estar hospedada en la zona histórica y centro de la ciudad de Buga, debido a que a ellos les gusta salir a caminar y encontrar a sus alrededores fácilmente lo que necesiten.

12. ¿Es acorde la tarifa con los servicios brindados?

A. Sí

B. No

Por qué: Esta incluido el hospedaje, el desayuno, utilización de la zona húmeda, wi fi y parqueadero.

En estas respuestas se logra reconocer las motivaciones extrínsecas que tuvo el turista, debido a que manifiesta que está satisfecha con los servicios brindados por parte del hotel y que están acorde a su presupuesto.

13. ¿Volvería a hospedarse en el Hotel Chrisban?

A. Sí

B. No



Por qué: Es un hotel familiar, tranquilo, bonito, se encuentra ubicado a tan solo dos cuadras de la Basílica del Señor de los Milagros, consta de una buena atención

En estas respuestas se logra reconocer las motivaciones intrínsecas que tuvo el turista, debido a que es un cliente satisfecho con los servicios que ofrece el hotel.

14. Que información nos puede brindar para mejorar los servicios en el hotel

Chrisban?

Zona de fumadores

En estas respuestas se logra reconocer las motivaciones extrínsecas que tuvo el turista, debido a que comenta esto porque ha observado que las personas fumadoras deben hacer fuera de las instalaciones y sería más cómodo si tuvieran una zona exclusiva para ellos dentro del hotel.

De antemano agradecemos por su participación y colaboración en el desarrollo de esta encuesta que será de gran utilidad en el análisis de las motivaciones de un turista al momento de elegir un hotel en la ciudad de Buga.



Discusión de Resultados

Motivación del turista en la elección de un hotel en la ciudad de Buga

Teniendo en cuenta el análisis de los objetivos propuestos en esta investigación, se pudo evidenciar tal como se observa en investigación realizada por Chacola, (2017), donde las personas que acuden al turismo religioso están buscando un lugar que cumpla con unas determinadas condiciones, por lo tanto se vincula con lo planteado por García, (2012), que dice que la motivación intrínseca del sujeto tiene que ver con las condiciones internas que lo relaciona con la protección, la sensación de bienestar, estar en pareja, creencias religioso, peticiones, ofrendas, bendiciones, estar en contacto con la naturaleza entre otras.

Anteriormente, se tiene en la encuesta el análisis de cada una de las respuestas por la turista se orienta a las motivaciones intrínsecas que hace de su religiosidad, lo que genera que ella deba escoger en su comodidad económica y un espacio de hospedaje que le facilite un descanso satisfactorio. Desde cada una de las necesidades de la turista se revelan motivaciones que dejan entrevisto cuáles son sus objetivos del viaje, en qué condiciones



viaja, cuáles son sus gustos y de qué manera los hoteles y en especial el Hotel Chrisban puede desarrollar en ella un atractivo regreso.

De tal manera estas motivaciones desde el ser que tienen los turistas y la turista encuestada que son en un gran porcentaje compatibles, traen implicaciones económicas de crecimiento en el Municipio y genera una economía sostenible por medio de Turismo. Es tan significativo las ofrendas y el proceso de la peregrinación que envuelven a las personas en busca de una sanación o peticiones en la *Basílica del Señor de los Milagros*.

Sensorialmente el turista frecuentemente establece la conexión espiritual de bienestar al visitar el lugar consagrado que se convierte en un ritual anual o en su efecto con más repetitivo.

Según el rastreo bibliográfico realizado y en contraste con la teoría de Toro se puede decir lo que motiva a un turista al elegir un hotel en la ciudad de Buga, son las condiciones intrínsecas, las cuales son condiciones internas del sujeto que van orientadas hacia la sensación de bienestar, hacia la satisfacción de las necesidades propias, hacia sus expectativas; teniendo en cuenta lo anteriormente descrito se da respuesta al problema de investigación planteado.

En la pirámide de Maslow, uno de los objetivos a resaltar son la *Autorrealización* que se encuentra en lo más alto. Lo que genera un sentimiento de crecimiento estableciendo que, aunque son las necesidades que se toman por última mirada el turista busca de ellas. La pirámide representa en la turista un cumplimiento en su totalidad de los niveles. Fisiología, Seguridad, Afiliación, Reconocimiento y Autorrealización. Se observa, en medio de su necesidad católica, de fe busca alimentar su espiritualidad. La



Autorrealización es la necesidad psicológica más elevada del ser humano, es a través de su satisfacción que se encuentra una justificación o un sentido válido a la vida mediante el desarrollo potencial de una actividad. Sobre la satisfacción de las necesidades y estas necesidades que presenta el turista más que vacacionales se enfatizan en un proceso de creencias religiosas que puede ser tomada de la mano con un descanso de sanación y reposo, quiere decir que una necesidad desencadena otras necesidades y generan motivaciones.



Conclusiones

Podemos concluir que si se cumplió con el objetivo principal que es reconocer las motivaciones del turista al momento de elegir un hotel en la ciudad de Buga, se puede observar tal como se evidenció que la mayoría de las motivaciones que mueve a un turista a elegir un hotel en la ciudad de Buga es la motivación intrínseca con la espiritualidad, que es que predomina en el turista, debido a que busca satisfacer sus necesidades; teniendo en cuenta una comodidad, un buen servicio al cliente, una infraestructura donde la persona se sienta seguro.

Las motivaciones que se estudiaron bajo la Teoría de Toro y por otro lado las necesidades del ser humano con la Pirámide de Maslow, arroja posibles resultados de un perfil de turista adulto y que su aproximación y atracción turística es motivada por la fe católica. Siendo *la Basílica del Señor de la Milagros* una fuente de sanación de las necesidades del ser y de interiorizar espiritualmente su creencia fortaleciéndola con su visita.

Las motivaciones intrínsecas encontradas fueron:

- Motivación Religiosa
- Compartir en pareja (placer)
- Realizar Ofrenda (espiritual)



- Placer al disfrutar zonas naturales y espacios tranquilos; sensación de relajación
- Búsqueda de bienestar en misa de sanación; sensación de tranquilidad

Las motivaciones extrínsecas encontradas fueron:

- Cerca de la Basílica y a zonas naturales
- Posibilidad de realizar otras actividades, avistamiento de aves (otros paquetes turísticos)
- Costo de la estadía



Recomendaciones

Como recomendación a la Secretaría de Turismo, desde un ámbito de la psicología que analiza las motivaciones, se invita a que tengan en cuenta las motivaciones intrínsecas y extrínsecas que tiene un turista orientado a temas del turismo religioso, en la adecuación de ambientes tranquilos, seguros e inclusivos, teniendo en cuenta esas motivaciones intrínsecas y extrínsecas relacionadas para alojar al turista.

Tener en cuenta las motivaciones intrínsecas y extrínsecas halladas en este estudio, para diseñar planes acordes a las necesidades de los turistas que visitan la ciudad de Guadalajara de Buga.

En un próximo estudio se recomienda profundizar en el análisis de las motivaciones intrínsecas y extrínsecas que podrían hacer que los turistas se queden en la ciudad más de dos días, teniendo en cuenta que el promedio de estadía de los visitantes en Buga es 1.7 días por persona (dato suministrado por el hotel Chrisban).



Referencias

- Álvarez C., Maroto J.L., 2012., *La elección del estudio de caso en investigación educativa*, *Gaceta de antropología*, Recuperado de http://www.ugr.es/~pwlac/G28_14Carmen_Alvarez-JoseLuis_SanFabian
- Araujo, Sevilha (2017) *Los viajeros y sus motivaciones*. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. Universidad federal de Mina. Belo Horizonte, Brasil.
- Carrión (2016) *Motivaciones intrínsecas y extrínsecas de los vacacionistas nacionales que visitan el campo santo de Yungay como destino de turismo oscuro*. Tesina para optar el título de profesional en Administración de en Turismo.
- Cadavid (2018) *Identificar los perfiles de os turistas que visitan a la ciudad de Cali para proponer estrategias de mercado y productos*. Universidad Autónoma de Occidente.
- Cohen, E. & Manion, L. (1990). *Métodos de investigación educativa*. Madrid: Muralla, 1990.
- Díaz (2017) *La motivación como factor de retención, desarrollo y crecimiento profesional en hoteles 5 estrellas en Lima Metropolitana*. Facultad de Administración hotelera.



Hernández, R., Fernández, CC. & Baptista, P. (2006) *Metodología de la investigación*.

España: McGraw-Hill. Recuperado de

https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Rojas, García (2013) *Motivación turística en adultos emergentes y adultos tempranos*.

Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de psicología

Guadalajara de Buga. Población. Population.cit. Recuperado de

http://poblacion.population.city/colombia/guadalajarabuga/#~:text=Este%20fue%200.234%25%20del%20total%202020%20ser%3ADA%3A%20114%20147*

Cámara de Comercio Buga, Economía Recuperado de

https://cbuga.org.co/cat_economia



Consideraciones Éticas

Teniendo como referente la Ley 1090 de 2006, por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de psicología, se hace necesario aclarar que la persona participante firmará un consentimiento informado previo conocimiento del estudio, su objetivo y solución a cualquier duda. Así mismo, según lo establecido en el artículo II se aclara que esta investigación se encuentra regida por los principios de:

Responsabilidad: Actuar con profesionalismo y rigor científico en el proceso investigativo, esto es: concepción, diseño, evaluación, ejecución y divulgación de los resultados de los proyectos de investigación.

Imparcialidad: Ejercer la actividad de impulsor de los proyectos de investigación sin conflictos de interés.

Respeto: Promover el cuidado por las diferentes formas de vida, reconocer la propiedad intelectual y la información privilegiada, sin detrimento de quienes participan en la investigación, ni de los que sean depositarios de los resultados de la investigación.



Honestidad: Desarrollar de manera transparente el proceso investigativo, evitando cualquier situación que pueda ser considerada como una falta a las buenas prácticas investigativas y a la Norma Constitucional.

Compromiso institucional: Cumplir con los objetivos propuestos y entregar los productos acordados (IFI). Velar por mantener el buen nombre de la Universidad Antonio Nariño de Buga, en todas las actividades asociadas con el proceso investigativo.



Apéndices

Apéndice 1 Acuerdo de Voluntades



Un Lugar confortable para Ti.

NIT: 900704169-7
Calle 4 # 11-53 Teléfono: 2365858

Señores
Universidad Antonio Naríño
L.C

ASUNTO: AUTORIZACION PARA QUE EL ESTUDIANTE CHRISTIAN DAVID TABORDA DESARROLLE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES QUE REQUIERA PARA SU TRABAJO DE GRADO EN EL HOTEL.

Yo, PATRICIA APARICIO RAMIREZ con C.C No. 66.709.146 de Tutuá, en calidad de Administradora de CHRISBAN HOTEL BOUTIQUE S.A.S con NIT 900.704.469-7, autorizo al estudiante CHRISTIAN DAVID TABORDA APARICIO, con C.C No 1.115.084.742 de Buga, para que realice aplicación de encuesta a un huésped del hotel con su previo consentimiento y realice diferente estudios y análisis que requiera en su trabajo de grado.

Para constancia de lo anterior, se firma en Guadalajara de Buga, a los veintiún (21) días del mes de febrero de 2020.

CHRISBAN HOTEL
BOUTIQUE S.A.S.
NIT 900 704 469-7
CALLE 4 # 11-53 Buga - V.
Teléfono 23658 218 481 7458
PATRICIA APARICIO RAMIREZ
C.C No. 66.709.146
ADMINISTRADORA



+57 316 481 74 56



chrisbanhotelboutique



chrisban_hotel

www.Chrisbanhotelboutique.com





Apéndice 2 Consentimiento informado

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de este consentimiento es proveer al participante de esta encuesta, una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participante.

La presente encuesta es conducida por el Psicólogo en formación Christian David Taborda Aparicio, de la Universidad Antonio Nariño Sede Buga. El objetivo de este estudio es: Reconocer las motivaciones de un turista a la hora de escoger un hotel en la ciudad de Buga.

Si usted accede a participar, se le pedirá responder una Encuesta, que le tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo.

La participación en esta encuesta es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta actividad.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta encuesta, conducida por el psicólogo en formación. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es: Reconocer las motivaciones de un turista a la hora de escoger un hotel en la ciudad de Buga.

Hago constar que he leído y entendido en su totalidad este documento, por lo que en constancia firmo y acepto su contenido.

Nombre del Participante: Damaris Urdinola Rodriguez
C.C No. 38.864.168

Firma del Participante: *Damaris Urdinola R.*

Fecha: Buga, septiembre 30 de 2020



Apéndice 3 Encuesta Unipersonal



El objetivo de esta encuesta es lograr identificar cuáles son las motivaciones de un turista de la ciudad de Buga para elegir un hotel.

1. ¿En qué tipo de turismo desea incursionar?

- A. Científico
- B. Ecoturismo
- C. De aventura
- D. Cultural
- E. Histórico
- F. Religioso
- G. Gastronómico
- H. Pareja
- I. Cual:



2. ¿Cuál es el motivo por el cual desea realizar el viaje?

- A. Descanso
- B. Trabajo
- C. Placer
- D. Educación
- E. Recreación
- F. Visita
- G. Cual:

3. ¿Qué tipo de actividades desea realizar?

- A. Bicicleta de montaña
- B. Rutas a caballo
- C. Senderismo
- D. Visitas guiadas
- E. Excursión arqueológica
- F. Avistamientos de vida silvestre
- G. Motocross
- H. Cual:



4. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar en su tour?
5. ¿Le gustaría conocer de otros paquetes turísticos que ofrece el hotel?
 - A. SI
 - B. NO
6. Especifique el período y fecha de su viaje:
7. ¿Requiere la asistencia de un guía turístico responsable de la recepción, asistencia, conducción, información y animación durante su viaje?
 - A. SI
 - B. NO
 - C.
8. Su forma de pago es:
 - A. Efectivo
 - B. Visa
 - C. Master Card
 - D. Transferencia



9. ¿Qué otros motivos encuentra para hospedarse en el hotel Christban?

10. ¿Cuáles son los servicios de preferencia ofrecidos por el hotel?

11. ¿Qué opinión tiene sobre el sector hotelero de la ciudad de Buga?

12. ¿Es acorde la tarifa con los servicios brindados?

- A. Sí
- B. No

Por qué:

13. ¿Volvería a hospedarse en el Hotel Christban?

- A. Sí
- B. No

Por qué:



14. Que información nos puede brindar para mejorar los servicios en el hotel Chrisban?.

De antemano agradecemos por su participación y colaboración en el desarrollo de esta encuesta que será de gran utilidad en el análisis de las motivaciones de un turista al momento de elegir un hotel en la ciudad de Buga.

A handwritten signature in red ink, appearing to read 'Patricia', is written over a horizontal line.

Aprobado
Patricia Aparicio Ramirez
Administradora
Chrisban Hotel Boutique S.A.S





Apéndice 4 conferencia con la encuesta por la plataforma Google Meet.

