

**UNIVERSIDAD DE BARCELONA  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA  
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA SOCIAL**

**ACTIVIDAD DE OCIO-TURÍSTICO Y PERSONAS  
MAYORES: ANÁLISIS DE DIFERENCIAS  
PSICOSOCIALES ENTRE “VIAJEROS” Y “NO  
VIAJEROS”**

Tesis doctoral presentada por:  
**Immaculada Armadans Tremolosa**

Dirigida por:  
**Dr. Enric Pol i Urrutia**  
**Dr. José M<sup>a</sup> Sopena**

Barcelona, Marzo 2002

## **ÍNDICE:**

<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS GENERALES.....</b>	<b>3</b>
<b><u>PARTE I: MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL.....</u></b>	<b>9</b>
<b>1. LA ACTIVIDAD DE OCIO-TURÍSTICO COMO UN FENÓMENO</b>	
<b>“COMPLEJO” EN LAS SOCIEDADES INDUSTRIALES AVANZADAS.....</b>	<b>10</b>
1.1. Antecedentes históricos.....	10
1.2. El concepto de turismo-turista.....	12
1.3. El concepto de ocio y tiempo libre.....	18
1.4. El turismo como una forma de ocio y tiempo libre.....	33
1.5. El turismo y su análisis: hacia un enfoque psicosocial.....	36
1.6. El ocio-turístico y el paradigma de las teorías de la complejidad.....	39
1.7. El ocio-turístico como actividad de consumo.....	45
1.8. El ocio-turístico como consumo simbólico.....	46
1.9. El ocio-turístico, el bienestar y la calidad de vida.....	48
1.10. Los productos turísticos.....	52
1.11. El comportamiento del consumidor-turista.....	55
1.11.1. Factores y oportunidades del entorno.....	57
1.11.2. Factores y condiciones personales.....	62
1.12. El proceso de la experiencia de consumo del turista.....	65
1.12.1. Creación de la pre-imagen.....	66
1.12.2. La participación.....	67
1.12.3. La evaluación.....	72
1.13. Reflexión final sobre el ocio-turístico de la sociedad actual.....	74
<b>2. LA PERSONA MAYOR Y EL ENVEJECIMIENTO.....</b>	<b>76</b>
2.1. Que entendemos por gente mayor.....	76
2.2. Aspectos generales del envejecer. ....	80
2.2.1. El efecto generacional.....	82

2.2.2. La jubilación y el tiempo libre.....	84
2.2.3. La calidad de vida y el bienestar en la vejez.....	90
2.2.4. La socialización en la vejez.....	96
2.3. Algunas teorías explicativas de la vejez.....	103
2.3.1. Teoría psicosocial del desarrollo de Erik Erikson.....	104
2.3.2. Teoría de la desvinculación y/o del retraimiento.....	105
2.3.3. Teoría de la actividad.....	106
2.3.4. Teoría del contexto social o del medio social.....	107
2.3.5. Teoría de los roles.....	107
2.3.6. Teorías de la continuidad.....	108
2.3.7. El factor cultural: la vejez como subcultura y grupo minoritario.....	109
2.3.8. Teorías derivadas del envejecimiento demográfico.....	109
2.3.9. Teoría de la estratificación social. ....	111
2.3.10. Perspectivas interaccionistas.....	111
2.3.11. Una nueva perspectiva: envejecer en el país de “Ulises”.....	114
2.4. Últimos apuntes sobre las características de las personas mayores y el envejecimiento.....	116
<b>3. OCIO-TURÍSTICO DE LA PERSONA MAYOR.....</b>	<b>118</b>
3.1. Aspectos generales del tiempo libre, ocio y viaje turístico.....	118
3.2. Comportamiento, consumo y gestión del ocio-turístico.....	125
3.2.1. El proceso de consumo de la persona mayor.....	128
3.2.2. Turismo social y de tercera edad.....	136
3.2.3. Elección turística y participación: limitaciones.....	142
3.3. Diferencias psicosociales entre “viajeros” y “no viajeros”.....	147
3.3.1. Cambios propios del envejecimiento.....	148
3.3.2. Ocupación del tiempo libre.....	156
3.3.3. Experiencia y relación con el viaje turístico.. ....	159
3.4. Reflexión final sobre el ocio-turístico de las personas mayores.....	162
<b>4. LA ACTIVIDAD DE OCIO-TURÍSTICO DE LAS PERSONAS MAYORES COMO OBJETO DE ESTUDIO.....</b>	<b>167</b>

<b>PARTE II: MARCO EMPÍRICO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>173</b>
<b>5. ¿PERSONAS MAYORES: “VIAJAR” O “NO VIAJAR” DE QUE DEPENDE?</b>	<b>174</b>
5.1. Planteamiento del estudio empírico.....	175
5.2. Objetivos.....	182
<b>6. METODOLOGÍA Y PROCEDIMIENTOS.....</b>	<b>185</b>
6.1. Estrategia de investigación.....	185
6.2. Descripción de las estrategias utilizadas.....	188
6.2.1. Características de la muestra estudiada.....	188
6.2.2. Diseño, elaboración y formato del cuestionario.....	191
6.2.3. Procesamiento de los datos.....	199
6.2.4. Análisis de función discriminante: Fisher y Redes neuronales...	199
<b>7. RESULTADOS.....</b>	<b>206</b>
7.1. Determinación de las principales características distintivas entre “viajeros” y “no viajeros”.....	206
7.1.1. Características sociodemográficas.....	207
7.1.2. Actividades realizadas en el tiempo libre.....	213
7.1.3. Experiencia y relación con el viaje turístico.....	218
7.2. Identificación de las principales variables que permiten clasificar al “viajero” del “no viajero”.....	233
<b>8. DISCUSIÓN.</b>	
8.1. Principales características que favorecen o limitan el viaje turístico de las personas mayores en nuestra sociedad actual.....	247
8.1.1. Características sociodemográficas.....	249
8.1.2. Actividades realizadas en el tiempo libre.....	269
8.1.3. Experiencia y relación con el viaje turístico.....	279
8.2. Principales aspectos que distinguen a los viajeros de los “no viajeros” ..	289
<b>9. CONCLUSIONES.....</b>	<b>292</b>

<b>10. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>298</b>
------------------------------	------------

**ÍNDICE DE FIGURAS, DIAGRAMAS, ESQUEMAS Y TABLAS:**

<i>Figura 1.</i> Dimensiones y variables analíticas del ocio.....	26
<i>Figura 2.</i> Apropiación y ciclo de vida.....	47
<i>Esquema resumen</i> del apartado I.....	75
<i>Figura 3.</i> Multidimensionalidad de la calidad de vida: Factores personales y socio-ambientales.....	91
<i>Figura 4.</i> Elementos objetivos y subjetivos de la calidad de vida.....	92
<i>Esquema resumen</i> del apartado II.....	117
<i>Tabla 1.</i> El significado del ocio para las personas mayores.....	122
<i>Figura 5.</i> Un modelo Jerárquico de limitaciones del ocio.....	143
<i>Tabla 2.</i> Personas mayores viajeras según, edad, sexo y estudios.....	155
<i>Tabla 3.</i> Personas mayores viajeras según edad y lugares visitados.....	155
<i>Esquema resumen</i> del apartado III. ....	166
<i>Diagrama 1.</i> Principales variables implicadas en viajar y no viajar.....	181
<i>Histograma 1.</i> La edad de la muestra.....	189
<i>Tabla 4.</i> Viajar o no viajar según la edad, el sexo, el lugar de residencia y el tipo de situación laboral.....	208
<i>Tabla 5.</i> Viajar o no viajar según el tipo de profesión.....	209
<i>Tabla 6.</i> Viajar o no viajar según la salud subjetiva.....	210
<i>Tabla 7.</i> Viajar o no viajar según el nivel de estudios.....	211
<i>Tabla 8.</i> Viajar o no viajar según el estado civil y la convivencia.....	212
<i>Tabla 9.</i> Viajar o no viajar según la realización de deporte.....	215
<i>Tabla 10.</i> Viajar o no viajar según la realización de salidas de ocio.....	216
<i>Tabla 11.</i> Viajar o no viajar según la realización de compras y paseos.....	216
<i>Tabla 12.</i> Viajar o no viajar según la participación social, ver TV y otras actividades.....	217
<i>Tabla 13.</i> Viajar o no viajar según los viajes de hijos y amigos.....	219

<i>Tabla 14.</i> Viajar o no viajar según la importancia del viaje.....	220
<i>Tabla 15.</i> Viajar o no viajar según si se recomienda viajar y los motivos aludidos.	221
<i>Tabla 16.</i> Viajar o no viajar según el dinero gastado en viajes.....	222
<i>Tabla 17.</i> Viajar o no viajar según la experiencia habitual en excursiones.....	223
<i>Tabla 18.</i> Viajar o no viajar según la experiencia habitual en viajes de ocio.....	224
<i>Tabla 19.</i> Viajar o no viajar según la experiencia pasada en viajar.....	225
<i>Tabla 20.</i> Viajar o no viajar según el último viaje realizado.....	226
<i>Tabla 21.</i> Viajar o no viajar según si existía otro lugar deseado.....	226
<i>Tabla 22.</i> Viajar o no viajar según el factor elección “precio”.....	227
<i>Tabla 23.</i> Viajar o no viajar según el factor elección “lugar”.....	228
<i>Tabla 24.</i> Viajar o no viajar según el factor elección “agencia”.....	229
<i>Tabla 25.</i> Viajar o no viajar según el factor elección “actividades”.....	230
<i>Tabla 26.</i> Viajar o no viajar según el factor elección “servicio”.....	230
<i>Tabla 27.</i> Viajar o no viajar según el factor elección “amigos”.....	231
<i>Tabla 28.</i> Coeficientes de la función de clasificación lineal de Fisher.....	236
<i>Tabla 29.</i> Resultados de la clasificación y de la validación cruzada.....	237
<i>Tabla 30.</i> Principales variables seleccionadas por el discriminante de Fisher.....	238
<i>Tabla 31.</i> Principales variables seleccionadas por el discriminante de Fisher y datos descriptivos de la variable.....	239
<i>Tabla 32.</i> Principales variables seleccionadas por las redes neuronales.....	242
<i>Tabla 33.</i> Principales variables seleccionadas por las redes neuronales y datos descriptivos de la variable.....	243

## **AGRADECIMIENTOS**

Antes de iniciarnos en la temàtica de esta tesis hemos de reconocer la valiosa ayuda que hemos recibido por parte de académicos, familiares, instituciones, empresas, amigos y a todos los que han participado a lo largo del proceso.

Así, en primer lugar agradezco especialmente a mis directores de Tesi, el Dr. Enric Pol y Josep M<sup>a</sup>. Sopena, la entrega, paciencia y apoyo que me han demostrado en todo momento. Asimismo, a todos mis colegas del Departamento de Psicología Social con los que he compartido en muchas ocasiones las experiencias psicosociales de mi tesi doctoral.

También, a todas las personas mayores que han sido entrevistadas y otras que también han participado, ya que sin ellas no habria sido posible realizar esta tesis.

A todas las personas de las instituciones y empresas que trabajan para las personas mayores, y en especial a las agencias de viaje “viajes montesol” y “yaya-express” y a la asociación Sport-3, las cuales me proporcionaron muchos contactos y materiales para esta tesis.

Al Laboratorio de Psicología Social, concretamente al Doctor Manuel Cornejo, el cual me brindó apoyo en algunos recursos de programación para el tratamiento de datos de esta tesis.

Al Departamento de Estadística de la Universidad de Barcelona, que a través de la Dra. Conchita Arenas y la Profesora Amparo Casanova llevaron a cabo los análisis y tratamientos de los datos de esta tesis, con absoluta profesionalidad. También, a la Universidad Politecnica a través del Profesor Enrique Romero, el cual realizó la aplicación de las Redes neuronales con mucho rigor y seriedad.

Por último, agradezco tanto amigos y familiares, en especial a mi marido Alberto y mis dos hijos Dídac y Ignasi, por su comprensión, ya que sin ella no hubiera sido posible la realización de esta tesis. También, a mis padres y hermana.

## **INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS GENERALES**

El fenómeno del ocio-turístico es propio y característico de las llamadas sociedades avanzadas (Sousa, 1994), en las que multitud de “viajeros” consumen significados, programan, imaginan y practican repetidamente sus vacaciones y excursiones año tras año. Así, desde mi punto de vista viajar es algo que debería interesar a cualquier persona de nuestra sociedad, ya que nos permite entrar en contacto con otras formas de vida, experimentar “placer”, alimentar el espíritu, crecer personalmente y culturalmente.

El turismo como forma de ocio, se ha convertido en un componente fundamental de las personas en su vida cotidiana, a lo largo de todo el ciclo vital, por su relevancia social e individual (Aguiló, 1996). ¿Que otra actividad social e individual puede reportar más placer, que el hecho de poder viajar y conocer otros lugares?

Viajar, satisface necesidades psicosociales de toda índole, de comunicación, de descubrimiento, de conocimiento y experimentación que pueden llenar, complementar o ayudar a escapar de la cotidianidad al consumidor del siglo XXI. Concretamente, a las personas mayores les puede enriquecer los últimos días de su vida, dotándola de sentido e incidiendo en la manera de envejecer. Pero, también hay que tener en cuenta que deben existir determinadas condiciones sociales y personales para que las personas pueden satisfacer estas necesidades psicosociales.

El tema objeto de esta tesis se centra en ***el estudio del comportamiento y la actividad de ocio-turístico que realizan las personas mayores***. Específicamente, los objetivos que queremos alcanzar son los siguientes:

- Explorar los principales *aspectos psicosociales* que intervienen en el uso y consumo del ocio-turístico, del colectivo de personas mayores, en nuestras sociedades industriales avanzadas, teniendo en cuenta variables sociodemográficas, de ocupación del tiempo libre y de experiencia turística .
- Determinar cuales son los factores que distinguen a las personas mayores que viajan de las que no viajan.

Este trabajo, pretende ser una pequeña aportación a la falta de conocimiento existente sobre el colectivo de personas mayores con respecto a los diferentes aspectos que pueden estar incidiendo en el acceso al viaje turístico. En relación a esto, planificadores del viaje turístico, agentes de viajes, investigadores de este potencial mercado turístico, entre otros, saben que puede depender de muchísimos factores el que una persona mayor viaje o no viaje, ya que es poco probable que solo por tener una condición (ej. económica, edad, vivir en la ciudad, etc.) se pueda llegar a determinar las probabilidades de que esta persona viaje o no viaje. Independientemente de esto, y de una manera muchas veces inconsciente, se suele dar más importancia a una variable que otra, como sucede por ejemplo al pensar que una mujer por el hecho de ser viuda, tener estudios y/o ser relativamente joven probablemente se dedique a viajar en su tiempo libre. De hecho, cuando hacemos predicciones sobre el comportamiento nos guiamos por las comparaciones que hacemos con comportamientos que hemos observado, a través de nuestras propias experiencias como les pasa a diario a los agentes de viajes en su tarea de ayudar a decidir el tipo de viaje que se puede adaptar mejor a un tipo de cliente. Lo que ocurre, es que a pesar de que se hacen predicciones, estas nunca son exactas, el problema que se nos plantea es el que precisamente nos hemos planteado nosotros en este trabajo, concretamente el de *llegar a determinar cuales son los factores que nos pueden ayudar a discriminar mejor el que viaja y el que no viaja*. Para este tipo de problemas prácticos y aplicados las **redes neuronales** como herramienta que ayuda a discriminar y/o clasificar entre los que tienen un determinado comportamiento (ej. viajar) y los que no lo tienen (ej. no viajar) nos pueden situar en

una prometedora perspectiva futura para el estudio de estos comportamientos turísticos y otros similares.

Por otra parte, el interés por esta temática descansa en un interés personal por explorar de manera sistemática este tipo de turismo, por su importancia como **fenómeno social**, además de querer contribuir a que el tiempo dedicado al ocio-turístico sea fuente de **bienestar, salud y enriquecimiento** para las personas mayores más que mero consumo. Por otro lado, también mi interés profesional, al haber estado en contacto a lo largo de mi trayectoria laboral y lúdica con las necesidades y posibilidades que forman parte del sector turístico me ha llevado a plantearme hasta que punto el negocio turístico puede aprovechar las oportunidades que le brinda el mercado y al mismo tiempo ser de especial relevancia al final del trayecto vital de las personas.

En las sociedades avanzadas el poder viajar, o “desplazarse”, se ha extendido a las masas y a todos los sectores de población, adquiriendo una importancia social, económica y cultural, además de provocar el interés científico. Nosotros creemos que la actividad de ocio-turístico presenta múltiples dimensiones en que puede ser analizada e interpretada (temporal, económica, social, cultural, etc.), además de considerar que estamos ante un fenómeno “complejo” de las sociedades avanzadas. Por estas razones, también consideramos que es necesario no perder de vista la **dimensionalidad** del comportamiento turístico en relación a los factores que pueden estar incidiendo en que una personas viajen y otras no viajen.

Por todo ello, al plantearnos el itinerario de nuestro viaje a través de esta investigación pensamos que en primer lugar debíamos caracterizar el fenómeno tal como se da en nuestras sociedades, es decir, las múltiples relaciones entre los diferentes componentes que existen en la experiencia psicosocial del turismo (el destino, el consumo, el proceso, etc.) por tanto hemos dedicado la parte I al **marco conceptual-teórico** a la *actividad del ocio-turístico* tal como se da en las sociedades industriales avanzadas, el cual recoge una revisión de las diferentes

conceptualizaciones, matices, significados y encuadres de esta actividad.

En segundo lugar, creemos, además, que la realización de la actividad de ocio-turístico por parte de las personas mayores, contribuye a alargar la esfera vital en contra del proceso de envejecimiento. Por ello, y dado que algunos autores destacan su importancia para adquirir y/o mantener funciones sociales y envejecer con una mejor calidad de vida, hemos dedicado el segundo capítulo a presentar algunos conceptos relativos al envejecimiento, así como teorías explicativas de cómo se adaptan las personas al proceso de envejecimiento visto desde diferentes perspectivas de análisis, haciendo especial mención a las principales teorías que aportan elementos de análisis psicosociales.

Además, actualmente las personas mayores representan un colectivo que esta experimentando un crecimiento demográfico importante, disponen de tiempo, de posibilidades de efectuar sus viajes con características propias (fuera de temporada, días de estancia, etc.). El turismo de la tercera edad/”seniors”, etc... es un tipo de turismo que esta experimentando un fuerte crecimiento, iniciativas de índole social, como la del Imsero (en el caso de España), contribuye a la “culturización” del viaje a riesgo de provocar una excesiva “homogeneización” de este colectivo. En este sentido, pensamos que se tiene bastante desconocimiento del tipo de características y/o perfil psicosocial de la persona mayor que utiliza la actividad de ocio-turístico frente a la que no lo utiliza y de las variables más significativas que los definen. Por todo ello, hemos dedicado el tercer apartado a aquellos aspectos generales y otros más específicos de como es la realidad del ocio-turístico de nuestros mayores, cómo ha sido estudiada y cuales son aquellos elementos que podrían o deberían ser tenidos en cuenta para poder comprender el porque las personas mayores deciden viajar. Además, para finalizar y concluir la parte conceptual-teórica hemos querido destacar un apartado en el que resaltamos los conceptos e ideas más importantes consideradas de la actividad de ocio-turístico como objeto de estudio, el cual nos ha servido para plantearnos un determinado **estudio empírico**, a través del cual utilizando análisis de función discriminante

(discriminante de Fisher y redes neuronales) para analizar los resultados, además de utilizar pruebas de comparación estadística y/o distinguir la persona mayor que viaja de la que no lo hace. Esto, corresponde a lo que vamos a encontrar ya en la segunda parte de esta tesis, que es coherente con las diferentes interrelaciones que se producen entre actividad de ocio-turístico y personas mayores, y, nos permitirá caracterizar los *principales aspectos que pueden incidir en el acceso a viajar por parte de las personas mayores desde una perspectiva psicosocial*.

Así, el intento de estudiar el fenómeno del turismo aplicado a las personas mayores nos ha llevado a tener que considerar un amplio abanico de variables que caracterizan su *situación sociodemográfica*, una determinada *ocupación del tiempo libre*, así como la *relación y experiencia* que pueda estar condicionando el acceso al *viaje*. Por ello, hemos tenido que recurrir a determinadas metodologías y procedimientos que fueran coherentes con el planteamiento del estudio y nos permitieran estudiar la diferente combinación de características que poseen nuestros “mayores”, y en concreto las que permiten clasificar mejor el que viaja del que no lo hace. Todo ello, lo hemos descrito en la parte II que corresponde al **marco empírico** de esta tesis.

En cuanto a los **resultados** expuestos podremos ver que obtenemos datos que nos sustentan la idea de la existencia de múltiples variables que están incidiendo en el hecho de viajar. Asimismo, nuestros datos van a poder reflejar el papel que juega la *edad* y los procesos de envejecimiento, la *situación familiar y los modos de convivencia*, el *tipo de actividades realizadas en el tiempo libre*, así como la *experiencia* en viajar junto con las diferentes *actitudes, percepciones y preferencias* hacia el viaje.

En la parte II, vamos a exponer la **discusión**, a través de la cual hemos tratado de poner en relación los conceptos y teorías del marco teórico con los resultados obtenidos, así como comentar también cuales pueden ser las aplicaciones prácticas. Y por último, llegamos a las **conclusiones** de esta

investigación, las cuales destacan el papel que juegan los aspectos psicosociales en el uso y consumo del ocio-turístico en las personas mayores, los condicionantes tanto estructurales, interpersonales como intrapersonales, los principales factores que distinguen a los “viajeros” y los “no viajeros”, junto con los criterios de diseño y planificación turística que hemos podido deducir, así como indicar algunas sugerencias para futuras investigaciones.

Es por todo ello, que pensamos que vamos a poder contribuir a un mejor conocimiento de las razones por las cuales se pueden diferenciar y así poder clasificar las personas mayores que viajan y las que no viajan, tanto a un nivel conceptual como por la aportación que hacemos con datos reales estudiados en una muestra de nuestra población catalana. De este modo, auguramos una evolución de la actividad del ocio-turístico como un *hecho psicosocial de desplazamiento* con valores añadidos, tales como *bienestar, salud, calidad de vida...* Una manifestación de ocio que permita seguir vivo y dotar de significado un consumo que por otra parte podría ser gestionado y planificado deficitariamente. Creemos que tenemos que caminar hacia la obtención de criterios significativos para diseñar productos turísticos que respondan a las necesidades reales psicosociales de nuestros mayores, asumiendo a la par que la actividad de ocio-turístico tiene un carácter dinámico, cambiante y capaz de producir efectos de naturaleza de toda índole (ambiental, social, económica, etc.), además, puede ser interpretado desde múltiples perspectivas y en la que la nuestra aporta en primer lugar, una nueva sensibilidad social al tema estudiado. En segundo lugar, proporciona una nueva manera de estudiar y analizar las variables del problema expresado en la pregunta **¿viajar o no viajar, las personas mayores, de que depende?**, y en la que los análisis realizados en esta tesis nos han aportado resultados especialmente útiles para caminar en la dirección señalada.

## **1. LA ACTIVIDAD DE OCIO-TURÍSTICO COMO UN FENÓMENO “COMPLEJO” EN LAS SOCIEDADES INDUSTRIALES AVANZADAS.**

Este primer capítulo inicial tiene como finalidad introducirnos en los conceptos desarrollados en torno a la actividad de ocio-turístico. Por su naturaleza multidimensional y compleja, se hace necesario delimitar algunos aspectos generales asociados. Por ello, señalamos, su evolución como actividad, su naturaleza psicosocial y sus correlatos con la existencia vital del individuo en su bienestar, salud y calidad de vida. Además, entendemos que el ocio-turístico es una práctica eminentemente social, experimentada por el individuo y/o los grupos, situados en un contexto espacio-temporal que al mismo tiempo le dota de toda su significación cultural y social. Con ello, también, reflejamos y aportamos una de las posibles miradas al fenómeno del ocio-turístico asumiendo que pueden existir muchas otras perspectivas de análisis del mismo.

### **1.1. Antecedentes históricos.**

La actividad de ocio-turístico evoca hoy en día la imagen de muchedumbres viajando de aquí para allá, hacia lugares más o menos lejanos, para escapar de la cotidianidad y satisfacer las necesidades sociales que pueden estar en la base del impulso viajero. Aspecto muy característico de nuestra sociedad de consumo (Alvarez Sousa, 1994) y de incidencia a nivel de comportamiento transpersonal, interpersonal e intrapersonal (Munné, 1989) por los cambios culturales, sociales y psicológicos que se han producido a lo largo de la historia del viaje turístico hasta las connotaciones actuales.

La historia del viaje turístico se sitúa de forma general en sus antecedentes históricos en los primeros desplazamientos turísticos realizados en los siglos XVII y

XVIII por parte de clases sociales privilegiadas económicamente y exenta de imperativos de trabajo (Alvarez Sousa, 1994). Estos viajes se establecieron como una práctica basada en un *hecho social de desplazamiento* que reunía principalmente finalidades políticas, culturales y de diversión (el “grand tour” y el “petit tour” y el “tourism” reservado para la práctica del viaje por placer). Con ello, también se empezaron a sentar las bases etimológicas de lo que sería el concepto moderno del turismo y la denominación turística actual.

La práctica social del turismo la contextualizamos en las incidencias que ha provocado el surgimiento de las sociedades del tiempo libre (Dumazedier, 2000) desde hace cerca de 2 siglos. Estas incidencias se refieren específicamente a las transformaciones laborales, a la progresión del tiempo liberado, además de todos los impactos surgidos a raíz de la ciencia, la salud y la medicina.

Como actividad, como un fenómeno social de impacto, es reciente ya que es partir de la segunda guerra mundial que deja de estar limitado a un pequeño grupo social para convertirse en una práctica de masas y con ello también surge la importancia del tema a nivel científico. Ya desde la revolución francesa (1789) y posteriormente al producirse las primeras transformaciones en el siglo XIX en la sociedad debidas a los efectos que produjo la revolución industrial (políticos, económicos, sociales...), se extendió esta practica a todos los estratos sociales. Se paso de una práctica reservada a una elite, a una práctica masiva. Así, los turistas rentistas fueron imitados, se difundieron las modas, y también el poder simbólico y cultural. El turismo se empezó a practicar de forma masiva por el desarrollo de una clase media que podía disponer de *tiempo libre y vacaciones pagadas*, así como por el desarrollo paralelo de todo un sistema de transportes y comunicaciones, ayudado por la aparición del ferrocarril y la organización de desplazamientos en grupo cuyo pionero fue Thomas Cook en 1841. Con la consecución de las vacaciones pagadas se consiguió *tiempo libre y dinero*, sumándose importantes repercusiones sociales que van a seguir protagonizando las transformaciones de la actividad del turismo a lo largo de la historia.

Con la aparición del turismo de masas el fenómeno adquiere importancia de una parte por su contribución en la creación de empleos e ingresos económicos (Montaner, 1991), por los numerosos efectos colaterales que conlleva su desarrollo, como es el impacto socioambiental y por los efectos que se producen al interaccionar dos mundos diferentes: el del turista y el del residente.

Además, gracias a los progresos de la salud y la medicina las condiciones de vida de las personas permiten llegar a un final de la vida con una presencia de tiempo “sin trabajo” como consecuencia de las progresivas reducciones de la jubilación. Todo ello, transforma incluso de forma radical la propia noción de vejez (Dumazedier, 2000) y las posibilidades de ocupación del tiempo libre mediante el turismo.

El turismo se está consolidando, cada vez más, en los inicios del siglo XXI, como la industria más importante, y como una de las grandes oportunidades económicas para Cataluña (Generalitat de Cataluña, setembre 1997- maig 1998). Asimismo, destaca su relevancia para el individuo y la sociedad (Aguiló, 1996).

## **1.2. El concepto de turismo y turista.**

El turismo ante todo es una actividad, una práctica social tal como destaca Alvarez Sousa (1994). También es una actividad compleja, dinámica y cambiante, capaz de generar multitud de efectos de naturaleza tanto económica, cultural, ambiental, social y psicológica, en un sentido tanto positivo como negativo. Tal como señalaron Cesar y Arnaiz (1998) en la actualidad el turismo es vanguardia de una nueva relación actividad humana-riqueza, la era de los servicios, la realidad de la era post-industrial.

El turismo adolece de un exceso de definiciones y todos sus intentos por ser definido no dejan de ser parciales haciendo cada una de ellas hincapié en el marco de referencia que las sustenta (San Martín, 1997; Montaner, 1996).

Entre las diversas definiciones nos encontramos con diferentes marcos:

1) **Técnico** (aceptado por el ámbito de estudios sobre turismo): en sentido estricto se sigue a la Real Academia Española de la Lengua y en donde según Agüí (1994) coincide la Academia Internacional de Turismo de Montecarlo señalando que “*el turismo se distingue del viaje porque implica -en el hecho de viajar- de una parte, la elección deliberada de un fin, y de otra, la preocupación exclusiva de satisfacer su placer*” y el vocablo **turista** se refiere a “*toda persona que visita, durante un período superior a 24 horas, una localidad o país distinto a aquel en que reside*. Aunque siguiendo con esta base se contemplan también la definición de los términos: Residente/ Visitante/Turista/ Excursionista y sus diversas matizaciones diferenciando entre turismo internacional e interno (véase cuadro....) y considerando el tiempo de viaje como criterio de los términos referidos y también los motivos principales de realización de viaje (recreativos, profesionales, otros....). De todos modos diversos organismos se ven obligados a replantear y adoptar recomendaciones para mantener una base común dada la importancia para la adopción de métodos normalizados que evalúen con precisión el impacto estadístico tanto a nivel económico como social del turismo (Montaner, 1996).

2) **Etimológico-historiográfico-historiológico**, el cual es comentado en Alvarez Sousa (1994) y se hace referencia al origen del término junto al análisis del hecho del turismo como desplazamiento y descanso a lo largo de la historia.

3) **Científico**. Su importancia a nivel científico es reciente al igual que su delimitación como concepto (Alvarez Sousa, 1994; San Martín, 1999). El turismo se caracteriza por ser un fenómeno multidimensional que puede ser observado desde

numerosos puntos de vista (Alvarez Sousa, 1994). Puede ser contemplado desde muchas ciencias sociales (sociología, antropología, psicología, economía, derecho, geografía, etc.), tal como ha sido destacado por varios autores (Alvarez Sousa, 1994; San Martín, 1997; Montaner, 1996). De ahí, que cada perspectiva enfatice en su definición del turismo los aspectos característicos de su disciplina (véase San Martín, 1997). El turismo como ámbito de estudio presenta un marcado carácter de interdisciplinariedad y a una ausencia de una propia investigación científica (Van Doren, Koh and McCahill, 1994). Autores como Przeclawki (1993) han planteado la necesidad de un enfoque integral del turismo por la existencia de diferentes visiones (económica, psicológica, social y cultural) ya que la mera suma de todas nos proporcionaría una visión global y holística. De ahí, también que algunos autores asuman un enfoque claramente multidisciplinar, en el que se tenga en cuenta las aportaciones de otras disciplinas como la economía, sociología, antropología y geografía y en el que nosotros nos sumamos.

Entre las numerosas definiciones ofrecidas cada perspectiva resalta y contempla de manera parcial unos cuantos componentes y/o aspectos del turismo (véase San Martín, 1997). Por otra parte, San Martín (1997) propone en lugar de definir al turismo, identificar sus componentes o dimensiones principales, los cuales permiten obtener una visión más global y completa de los aspectos que pueden estar incidiendo en el fenómeno, así como acceder a una mejor comprensión del mismo. Estos, se refieren a:

**\*El turismo como movimiento/desplazamiento:** esto significa que el turista se *desplaza* desde el entorno que reside el sujeto, hasta el lugar visitado. Aunque con el mero hecho de realizar el desplazamiento o viaje no se sobreentiende que se deba pasar cualquier tipo de límite o frontera. De esta forma, y tal como comenta Pearce (1982) una persona, en determinados momentos, puede ser un turista, y sentirse como tal, sin necesidad de salir de su propia ciudad.

**\*El turismo como una actividad de ocio:** de esta forma no puede considerarse

cualquier actividad diferente de la motivada por fines recreativos. Con ello, se excluyen los viajeros con finalidad laboral o remunerada, los deportistas, estudiantes, conferenciantes, etc...

**\*El turismo como una actividad de descubrimiento:** el descubrimiento implica interaccionar con un contexto diferente al que el sujeto desarrolla en su vida diaria. Por lo cual, según San Martín (1997) no podría considerarse turista a una persona que se desplace sistemáticamente a un mismo lugar que ya se ha convertido en habitual o familiar y que no le supone nada nuevo, aún cuando sus motivos sean recreativos.

**\*El turismo como interacción con el ambiente:** así, el ambiente cumple un papel esencial que el turista explora, percibe, almacena en su memoria y el cual tratará de conocer.

**\*El turismo como una experiencia:** implica la experiencia psicológica y social y como tal la conciencia de que uno está actuando en un escenario ajeno a la rutina diaria y temporalmente diferente y desconocido.

**\*El turismo como una actividad temporal:** este aspecto es el que se resalta desde cualquier perspectiva. Es de hecho el que condiciona tanto el tipo de turista (visitante, excursionista, vacacionista, etc...) como el límite de dejar de serlo en el caso que su residencia llegase a ser permanente.

**\*El turismo como un contacto intercultural:** el mero hecho del contacto entre residentes y visitantes produce unos efectos de naturaleza psicosocial.

Y por último el **turismo como actividad económica**, por su capacidad para generar movimiento económico.

Por lo que respecta a la perspectiva psicosocial el turismo puede considerarse tal como define Sutton (1967, citado en San Martín, 1997) “una serie de encuentros en los que uno o más visitantes, o “outsiders”, interactúan con uno o más nativos, o “insiders”, en una red de fines y conjuntos de expectativas complementarios”. De ahí, que el turismo sea desde relación con el ambiente, socialización, comunicación, intercambio social, etc...

Otros, han considerado de esta actividad sus connotaciones sociales llegando a describirlo como un rasgo de identidad de la nueva ciudadanía, un entramado de servicios muy importante en la actualidad que contribuye al desarrollo humano (Cuenca, 1993; 2001). Asimismo, algunos lo han visto como una característica de la sociedad moderna de consumo y propio de la “era postmoderna”; (Baudrillard, 1988; Jurdao, 1991; Alvarez Sousa, 1994 y Urry, 1991).

Como actividad en una de sus acepciones bastante recientes y desde una perspectiva sociológica, contiene tres elementos o aspectos principales: el **viaje**, el **ocio** y el **consumo** tal como destaca Alvarez Sousa (1994). Así, Sousa por ejemplo entiende el turismo como el viaje de ocio donde se consumen ciertos servicios y el turista como el sujeto agente que realiza la acción social de viajar.

El turismo comporta ante todo un “desplazamiento”, en el que millones de turistas optan por trasladarse de un lugar a otro, tal como suelen medir los movimientos de viajeros (ej. ver estadísticas Frontur), o cuando la O.M.T (Organización mundial del Turismo) analiza el movimiento de personas con finalidades turísticas. También, por el motivo aludido hasta hace pocos años, como industria ha sido frecuentemente identificado y analizado como ciencia turística con el sector de transporte (principalmente aéreo); con el sector de alojamiento, preferentemente hotelero y otros.... (Valls, 1999). A medida que el turismo ha evolucionado en su relevancia individual y social, algunos autores se han planteado a nivel conceptual y de investigación su acercamiento con el ocio ( San Martín, 1997;

Alvarez Sousa, 1994). Valls (1999) ya se refirió a la ciencia turística de finales del milenio como aquella que empieza a tomar contacto más íntimo a nivel conceptual con el ocio, en la medida en que ocio y turismo son los campos donde se produce la satisfacción del uso del tiempo libre, mediante un desplazamiento (satisfacción dinámica) o no (satisfacción estática) desde el domicilio habitual o desde el lugar de trabajo hasta el lugar de consumo.

El turismo y el turista adquieren sentido y significación situados en un contexto sociocultural determinado, lo cual comporta que su delimitación deba ser continuamente referida. El hecho de que se puedan considerar diversos aspectos o dimensiones según la época histórica u otros criterios, así como según el modo en que es entendido y experimentado nos indica su carácter borroso. Esta propiedad que es característica de los sistemas complejos, sugiere que también el turismo puede ser analizado desde la perspectiva de las teorías del caos, la fractalidad o las catástrofes (sobre estos aspectos de la complejidad en general y en relación también con el ocio y el tiempo libre, (véase Munné, 1995b y 1997).

Para nosotros el turismo es una actividad realizada en un periodo de tiempo libre y dedicado al ocio, en el cual una persona (el turista) deja sus ocupaciones y su actividad habitual para desplazarse y participar de los beneficios de su uso los cuales están profundamente vinculados a las condiciones ambientales y psicosociales a lo largo de su ciclo vital. El turismo implica una acción viajera, aunque la movilidad en el espacio se reduzca a un escaso kilometraje, siendo central el concepto de distancia espacial (geográfico, cultural, social...) (Ruiz, 1995).

Por todo ello, vamos a considerar en esta tesis que la actividad turística es una manifestación de ocio, una experiencia subjetiva del individuo, que comporta un desplazamiento (aunque se reduzca a un escaso kilometraje) fuera del entorno de residencia habitual, que implica un descubrimiento, una interacción con el medio ambiente y es ante todo una práctica social que permite satisfacer necesidades vitales.

### **1.3. El concepto de ocio y tiempo libre.**

Actualmente, el ocio, cada vez más, se va estableciendo como un ámbito de la actividad humana con igual o mayor trascendencia que el trabajo (Munné, 1990; Goytia, 1999). Este, va conformando una característica propia de la evolución de la era contemporánea, de las sociedades avanzadas y con una naturaleza “refutable” tal como enfatiza Kelly (2000), el cual, además indica que más que *un ideal filosófico, es un complejo conjunto de comportamientos, significados, estructuras e ideologías socialmente construidas.*

Tanto el concepto de ocio como el del tiempo libre, al estar relacionado con múltiples parcelas de la vida cotidiana como la educación, la familia, la vida laboral y más globalmente la calidad de vida, ha sido objeto de muchas definiciones y perspectivas de análisis, en las cuales no vamos a entrar en esta tesis, al no ser este nuestro objetivo.

Por otro lado, al ser necesario estudiar el ocio y el tiempo libre sin aislarlo de su contexto social, diferentes perspectivas sociológicas han tratado de comprender el fenómeno (Roberts, 2000; Kelly, 2000 y Dumazedier, 2000). Munné (1990) ya señaló que una perspectiva psicosociológica podría aprehender de una manera más integral el fenómeno, al reunir una complejísima problemática muy característica de nuestro tiempo, que comprende tanto la vida cotidiana como la no-cotidiana, con sus respectivos valores e intereses, y que puede ir desde el arte, la delincuencia, el paro, el mass-media, etc..., así como los finales de vida “sin trabajo” característico de las sociedades industriales avanzadas.

En este sentido, el fenómeno del ocio y del tiempo libre ha ido adquiriendo importancia a medida que se han ido sucediendo diversas transformaciones sociales y culturales del trabajo y de las sociedades del tiempo libre (Dumazedier, 2000) o sociedades del ocio tal como muchos autores han denominado (Alvarez Sousa, 1994). Estas transformaciones, no han estado exentas de diversos planteamientos y

debates sociales, algunos de ellos “críticos” como el que plantea Racionero (1983) con el libro “del paro al ocio” y otros más recientes que enfatizan la relación del contexto laboral para la formación del carácter y la identidad en el llamado “nuevo capitalismo” (Sennet, 2000). También, se ha recalcado su vinculación con el desarrollo humano (Cuenca, 2000) planteando diversas maneras de entender, percibir, practicar el ocio y de producir diversas consecuencias personales y sociales. En este sentido, por ejemplo, el ocio y el tiempo libre pueden ser fuente para lograr beneficios de socialización y de satisfacción vital (Harahousou, 2000), de realización personal y creatividad (Moreno, 2000; López, 2000).

Por otro lado, pueden existir, también, algunas inercias y/o obstáculos para que el ocio contribuya al desarrollo humano, como sucede con el “desempleo” (Lobo, 2000) y/o el proceso de separación de las obligaciones del trabajo mediante la “jubilación”. Esto último, obliga a una reorganización del yo y/o de las experiencias psicológicas para hacer frente a las posibles pérdidas de identidad y de compromisos (Kleiber, 2000) adquiridos con la sociedad misma, tal como comentaremos cuando hablemos del ocio como experiencia humana.

Además, todo ello obliga a plantear la necesidad de educar para el ocio y al mismo tiempo corregir ciertos aspectos de las políticas públicas y centros privados destinados a cubrir el tiempo libre de las personas mayores (Alvarez Sousa, 2000).

Por todo ello, encontramos que el concepto de ocio y tiempo libre se encuentra vinculado a la manera tanto de entender como de usar el tiempo social, considerando que los cambios socioculturales afectan profundamente este fenómeno. Así, al tratar de definir que es el ocio nos encontramos que tanto su sentido como su significación están profundamente vinculados a las transformaciones y relaciones con la manera de usar el tiempo por las personas tanto a lo largo de la historia como a lo largo de su ciclo vital. Por todo ello, creemos que es importante relacionar la utilización que se hace del ocio y del tiempo libre con el objetivo central de esta tesis: el viaje de ocio-turístico de las personas mayores.

Munné y Codina (1996) consideran que desde una perspectiva psicosocial, el ocio es un modo típico de comportarnos en el tiempo, una manera de consumir el tiempo que dispone cada persona como el sistema social. Tanto el fenómeno del ocio como del tiempo libre pueden adquirir sentidos muy diferentes, al intentar aclarar el tipo de utilización del tiempo libre y las diversas formas de ocio que se pueden llegar a establecer (ej. juegos, el trabajo como ocio, el ocio en contraposición al trabajo, etc...). Además, el ocio no siempre puede ser utilizado como expresión en el tiempo libre, puede o no constituir una actividad de desarrollo humano y de posible cambio e instrumento de terapia y formación, ya que también podría ser fuente de todo lo contrario. También puede ser considerado un ámbito de la actividad humana con “entidad propia”, o definirse en contraposición al trabajo.

Así, se han propuesto diversas explicaciones basadas en la relación que puede mantener el ocio con el trabajo ya sea de intercambio que obliga a optar a la persona entre las dos elecciones entre trabajar más o menos y tener más o menos tiempo libre, ya sea de compensación con la idea de obtener a través de su tiempo libre lo que no puede obtener mediante el trabajo o de desplazamiento o generalización por el cual se entiende que el trabajo influye directamente en el tipo de actividades de ocio que se puedan realizar.

Estos planteamientos anteriores según San Martín (1997) obedecen a un claro determinismo del trabajo sobre el ocio y están basados y enmarcados en el puritanismo religioso generado por la reforma luterana, en las que el trabajo es un valor supremo y el ocio se confunde con la pereza, adoptando, por lo tanto un matiz pecaminoso (Argyle, 1996; Kelly, 1996 y San Martín, 1997). Y al mismo tiempo, así se impulsaba el trabajo como un valor filosófico fundamental como valor social, como individualización humana. Con estos planteamientos el tiempo libre de las personas “no trabajadoras”, así como las que se ven obligadas a un ocio forzado (como las personas mayores) no se tendría en cuenta. Se consideraría además que en la utilización del tiempo libre solo podría acceder quien trabaja y básicamente el ocio sería destinado al “trabajador cansado” o “al que ha producido”.

La era de la industrialización introdujo tenuemente la diferenciación entre tiempo de trabajo y tiempo libre. Actualmente el trabajo ha perdido este valor de hegemonía y centralidad. En la nueva era postindustrial la relación entre trabajo y ocio se basa en un equilibrio, según Valls (1999), si el referente fundamental de la vida de la industrialización fue el trabajo, éste ahora deja protagonismo al tiempo libre, se sustituye el trabajo como referente social, estructurador de la vida cotidiana (Blanch, 1996). Surge la llamada “era del ocio”. Así otros planteamientos como el de Zuzanek y Mannell (1983, citado en San Martín, 1997) argumentan mediante la “hipótesis neutral” la ausencia de relación entre ocio y trabajo entendiendo que las personas lo viven como componentes separados y por tanto pueden actuar de forma distinta. Así, de este modo se considera que el uso del tiempo libre es un reflejo de necesidades y motivaciones individuales, ajenas a las características de la dedicación laboral de la persona. En este caso, tendría sentido incluir el tiempo libre en situaciones como la tercera edad, o la infancia en la que en el caso que se dispongan de condiciones psicosociales y económicas adecuadas es posible que la vivencia pueda adquirir un matiz especial.

Entre los autores contemporáneos de la llamada era postindustrial se plantea abiertamente una relación basada en el equilibrio entre el trabajo y el ocio en que se abre paso un nuevo referente fundamental basado en el tiempo libre y el ocio, donde afecta el tipo de uso y consumo que se hace del mismo tal como han mostrado estudios recientes (Sureda, 1999)

Otros han conceptualizado el ocio como un bien de primera necesidad, que, en la era tecnológica, ocupa no sólo el tiempo libre sino que se convierte en un estilo de vida que condiciona también la cotidianeidad, se identifica con la búsqueda de la libertad y la felicidad, a través de un viaje o sin él, que sustituye al trabajo como referente social, en cuyo proceso de satisfacción se mezclan otras actividades económicas, estando ligado mayoritariamente a la sociedad de consumo (Valls, 1999).

Así, por tanto en la actualidad el ocio y el tiempo libre adquieren nuevos sentidos como consecuencia de la reestructuración social y el progreso técnico que han generado una nueva distribución de la cantidad de tiempo y del uso del mismo (Valls, 1999). Tal y como señala Valls (1999) nuestra cultura esta sumergida en un sistema de pensamiento que ha hecho del ocio la condición de la felicidad y de la libertad.

Además, el ocio se encuentra vinculado al proceso de socialización, tratándose de una actividad seria o no, protagonizando y/o transformando la vida de las persona en un determinado sentido como es el caso de las personas mayores, que al conquistar un “tiempo libre” (gracias a la jubilación) la vida cotidiana puede adquirir determinados sentidos y significación motivado tanto por la presencia o ausencia de la práctica social del ocio. Algunos autores le han atribuido al ocio la capacidad de ser fuente de bienestar psicológico en el periodo final de la vida (Kleiber, 1999).

Por todo ello, nos encontramos ante la necesidad de diferenciar tres aspectos o ámbitos en los que el ocio puede intentar comprenderse: *el ocio entendido como tiempo libre*, tratando de ver sus potencialidades y cualidades definitorias de ambos conceptos; *el ocio como actividad y ocupación*; destacando los aspectos más objetivos y funcionales del ocio, pero al mismo tiempo válidos para una estructuración psicosocial de la persona, y por último *el ocio como un ámbito de la experiencia humana*, a través del cual aparecen nuevos sentidos, usos y vivencias propias, características del actual milenio. De hecho, en la literatura teórica el concepto de ocio ha sido visto históricamente como una *experiencia*, una *actividad* o un *tiempo* (Kelly, 1982).

### ***El ocio entendido como tiempo libre***

El tiempo de las personas a lo largo del ciclo vital, existe en tanto es definido por el contexto social al cual se inscribe, es decir al tipo de orden social que las sociedades de manera histórica-espacial y con un acuerdo social permiten que distintas categorías de experiencia humana obedezcan a criterios “arbitrarios” en lugar de absolutos. Así, de este modo por ejemplo, aparecen los distintos tiempos como el de “vacaciones” versus el del “tiempo de trabajo” o el “tiempo de edad laboral” frente al “no laboral” etc.... En el caso del proceso de “jubilación” que afecta a las personas mayores (el cual comentaremos en el apartado 2), estas obtienen un tiempo “no laboral”, apareciendo un tiempo basado fundamentalmente en el ocio y en el tiempo libre, ya sea con carácter voluntario o forzoso, iniciando un proceso de separación de las obligaciones de trabajo, estableciendo de este modo un contexto de oportunidad al tener que reorganizar su vida en torno al tiempo libre y a las actividades de ocio, las cuales van a incidir en su desarrollo vital, dotando de sentido esta etapa final y estructurando su realidad cotidiana..

El hecho que el ocio pueda ser entendido como tiempo libre, y en algunas ocasiones identificado como tiempo libre, los cuales son términos claramente diferentes (Goytia, 1999), se debe al marco referencial histórico de la “revolución industrial” y/o “revolución francesa” (ya comentado antes en los antecedentes históricos). Ello, se sitúa en la etapa conocida como “conquista del tiempo libre”, en donde tal como comenta Zorrilla (1995) el hombre se libera de la necesidad de trabajar para sobrevivir y es cuando puede comenzar a emplear el tiempo en otras actividades. En este sentido, y tal como indica Cuenca (1995) la noción de tiempo libre es un término utilizado para señalar un tiempo en el que no tenemos obligaciones o (...) un tiempo de no trabajo (...).

La conquista del tiempo libre ha seguido manteniéndose hasta nuestros días, llegando incluso a formularse el “derecho al tiempo libre” que junto con el “derecho al ocio” forman parte de la declaración de derechos humanos de la Unesco de 1948 (Montaner, 1996). Con todo ello, se consigue, propiciar un marco favorable para el

planteamiento del acceso al tiempo libre y al ocio por parte de todas las edades y condiciones de vida, considerando al mismo tiempo que el ocio también pueda estar reflejando diversos modos de diferenciación social.

Además, todo ello plantea diversos debates sociales, siendo motivo de preocupación por los estudiosos del ocio y del tiempo libre, referido a la utilización, la forma, el significado social y/o los problemas sociales que puede ocasionar las transformaciones tanto económicas como sociales en las sociedades del actual milenio, las cuales han sido denominadas del tiempo libre. En este sentido por ejemplo, los finales de vida sin trabajo se prolongan, se reduce la edad de jubilación (de 65 hasta incluso los 50-55 años) como consecuencia de los progresos en la salud y la medicina de finales del S.XIX dando lugar a las denominadas “sociedades del tiempo libre” , transformando a su vez la propia noción de vejez y las propias relaciones intergeneracionales (Dumazedier, 2000).

Por todo ello, las sociedades del tiempo libre, plantean a su vez una preocupación situada en la cuestión de la calidad de vida, y tal como algunos autores ya han comentado (Iso-Ahola, 1980; Munné 1990) debería ser también uno de los objetivos primordiales de una psicología social del ocio ....., viendo en él justo el engarce entre el trabajo y el ocio. Todo ello comporta además, que el ocio deje de ser un fenómeno residual y constituya un aspecto general de la calidad de la vida de la persona, y por ello según comenta Munné (1990) se constituya en ámbito propio y definitorio, al menos potencialmente del tiempo libre.

Así, el punto crucial se establece al *entender el ocio como tiempo libre*, el cual no se consideraría un simple “opuesto al trabajo” o “no-trabajo” , planteando una dicotomía tiempo libre-trabajo. Todo ello, es propio de planteamientos anteriores, enmarcados en el puritanismo religioso y/o reforma luterana que magnificaba el trabajo como valor supremo y dotaba al ocio con un matiz “pecaminoso”. En este sentido y tal como han comentado algunos autores (Munné, 1990, Kleiber, 1999) la opción para definir el ocio como “no-trabajo” solo es posible por vía negativa, ya sea

por el hecho de tener que optar, compensar o entender que necesariamente una cosa influye sobre la otra. Con ello se estaría negando al concepto de ocio una entidad propia y autónoma (San Martín, 1997).

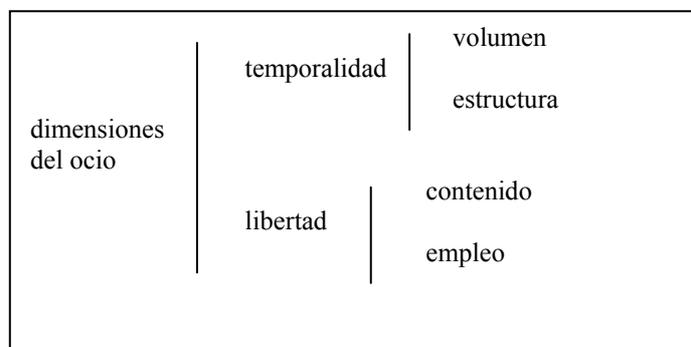
La conclusión a la que llega Munné (1980) es que el tiempo libre está constituido por aquel aspecto del tiempo social en el que el hombre ocupa con actividades, autocondiciona, con mayor o menor nitidez, su conducta personal o social, predominando la *libertad* sobre la necesidad.

Asimismo, el ocio se realiza en un tiempo denominado libre pero que en palabras de Munné para hablar de ocio como tiempo libre es necesaria tanto una libertad real (objetiva) como una libertad percibida (subjctiva). Así, en su utilización el tiempo de ocio debe poseer tanto de forma real objetiva y de forma heterocondicionada, la posibilidad de participar libremente, como la de ser vivido como una experiencia subjetiva autocondicionada (Munné et al., 1996). Asimismo, muchos son los autores que respecto a la variable “libertad percibida” la han considerado desde una variable clave a la hora de definir una conducta ociosa, en su papel de regulación crítica (Iso-Ahola, 1980) a la profunda relación que tiene en los aspectos de bienestar psicológico que pueda obtener el sujeto al observarse sus consecuencias cuando no esta presente. Así, por ejemplo en personas de edad avanzada, la deprivación de libertad percibida está asociada a un detrimento en su bienestar físico y psicológico, incluso a un incremento en los índices de mortandad (San Martín, 1997).

Así, por tanto la conducta de ocio es una conducta, en rigor, tanto auto como heterocondicionada (Munné, 1980) , en la que se considera la “libertad intrínseca” como una característica que permite entender el comportamiento de ocio en su cualidad definitoria como potencial de actividad del tiempo libre. Por tanto, el ocio como derecho y necesidad básica, ocupa y transforma periodos del tiempo social que disponen y autoadministran las personas a lo largo de su ciclo vital, mediante actividades que en definitiva deberían contribuir al desarrollo humano.

A fin de valorar ciertos aspectos del desarrollo de la persona a través del ocio Codina (1999) sugiere tener en cuenta las dos dimensiones analíticas en que diferenciamos el ocio: una relacionada con el **tiempo** y otra con la **libertad**. La primera incluye las variables volumen (cantidad total de tiempo que las personas dedican a los ocios) y estructura (a su distribución en bloques de tiempo tales como fines de semana, vacaciones. etc.), y la segunda, contenido (referido a las satisfacciones que pueden aportar como descanso, diversión... junto con otros factores infraestructurales y organizativos como los hogares de jubilados, asilos, etc. y asociaciones, clubs, servicios...) y empleo (a los comportamientos de elección y realización de los ocios (véase Figura 1.). De ahí, que como experiencia de desarrollo humano el análisis debería contemplar este alcance globalizador, en lugar de conocimientos parciales o limitados sobre alguna de las variables.

**Figura 1. Dimensiones y variables analíticas del ocio**



Fuente: Codina (1999)

Por otro lado, en una definición bastante reciente Argyle (1996) indicaba que el ocio comprendería todo el “conjunto de actividades que una persona realiza en su tiempo libre, porque desea hacerlas, sin presiones externas, con el objetivo de divertirse, entretenerse, desarrollarse a sí mismo, o cualquier otro objetivo que no implique beneficios materiales”. Ahora bien, la cuestión sería saber hasta que punto

este “conjunto de actividades que la persona realiza en su tiempo libre” funcionan tanto de forma objetiva como subjetiva para estructurar psicosocialmente la existencia vital del individuo, dado que en determinadas etapas como el final de la vida (aumento del tiempo libre) pueden ser especialmente importantes.

### ***El ocio como actividad y ocupación***

El concepto de ocio ya desde las primeras definiciones (Dumazedier, 1971), no exentas de críticas y controversias, aunque de enorme influencia en el ámbito occidental (Munné, 1980) se describe como *un conjunto de ocupaciones y/o actividades a las que el individuo puede entregarse de manera completamente voluntaria, sea para descansar, sea para divertirse, sea para desarrollar su información o su formación desinteresada, su participación social voluntaria, tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales*. Para Dumazedier el ocio cobra sentido en el contexto de la industrialización, a través de la cual se plantean las personas “trabajadoras”, así como el sistema social, la posibilidad de sustraer al trabajo un tiempo liberado de sus condicionantes y obligaciones y ocuparlo con actividades de ocio.

Por otro lado, según Csikszentmihalyi y Kleiber (1991) al intentar defender teóricamente el “ocio como actividad” se plantean dos problemas prácticos. El primero, consistiría en saber ¿que actividades podrían ser incluidas como ocio? y en segundo lugar hasta que punto se podrían incluir y/o considerar actividades realizadas con mucha frecuencia e implicación por parte de la persona, en la que se invierte mucho tiempo, energía y en algunas ocasiones existen fines productivos como es el caso de los "hobbys" o aficiones profesionales, el coleccionismo, el uso de ordenadores, etc...

En este sentido, Codina (1999) señala que la teoría del ocio serio de Stebbins

permite explicar el éxito de algunas de las actividades de ocio que admiten determinadas formas de comportamiento, al evaluar las tendencias emergentes propias de las sociedades industriales avanzadas. Aunque, tal como señala la misma autora para avanzar en el conocimiento y evaluación psicosocial del fenómeno es preciso considerar su carácter multiforme, ambivalente y transitorio en relación con el contexto sociocultural, además de considerar que estas formas de comportamiento presentan el aspecto borroso propio de los sistemas complejos. De ahí, que al intentar clasificar las actividades de ocio que pueden pertenecer al ocio causal u ocio serio dependa en última instancia del modo en como se realizan y se experimentan. Además, por ejemplo, determinados ocios serios por ejemplo, pueden ser practicados con intensidades, frecuencias e implicaciones muy distintas por personas de cierta edad, retiradas y de clase social media (Codina, 1999) como es el caso del voluntariado social o las ayudas caseras o “chapuzas”, etc... En definitiva, de la relación particular que se establezca entre el sujeto y la actividad, en función de cómo se desarrolle la actividad y el significado que le otorgue la persona, así como de la adecuada combinación entre ocio serio y ocio causal dependerá el logro de un estilo de vida óptimo de ocio (Stebbins, 2000), así como de la específica manifestación en la estructura psicosocial de la persona visto a través de sus comportamientos habituales, valoraciones e intereses en la vida cotidiana.

Así, el *ocio como actividad y ocupación* además de ocupar y dotar de contenido el tiempo libre contiene la capacidad de incidir en muchos aspectos y facetas de la vida cotidiana. Se asume frecuentemente que el ocio es beneficioso para las personas, una de las parcelas más importantes de la vida (San Martín, 1996). Alvarez Sousa (1994) destaca desde una perspectiva multiparadigmática y sociológica las funciones que desempeña el ocio, unas están referidas al individuo y otras a la sociedad, unas son más conscientes para los individuos que lo practican y otras menos, unas más manifiestas y otras más latentes. Entre las distintas teorías sobre las funciones del ocio, con especial relación con el turismo Alvarez Sousa (1994) agrupa y distingue:

- a) las que se refieren a las *funciones psicosociales*, entendiendo que el ocio libera y realiza a la persona humana, presuponiendo el trabajo como componente actual

del ocio, el cual permite complementarlo y/o recompensarlo. De ahí, la atribución que se ha hecho clásica de las funciones del ocio hecha por Dumazedier referida a 1) Descanso 2) diversión 3) desarrollo de la personalidad. En este mismo sentido, se incluye otros autores, tales como Krippendorf, Jafari, Dufour y Mills, que enfatizan la relación entre los factores determinantes que suponen las estructuras sociales y que condicionan la vida cotidiana de las personas, viendo el turismo como una de las formas que permite romper con lo cotidiano, mediante lo “contracotidiano”, ya sea a través de la rotura de normas, o por los elementos y condiciones que inducen a la motivación de viajar, que es explicado por Jafari con la metáfora del trampolín, o por la necesidad de cumplir con una práctica ritual o un mito, el cual resalta Dufour. Por todo ello, se sitúan las esferas o dominios de la existencia vital del hombre, el trabajo, el hábitat y el ocio como punto de partida para comprender las funciones psicosociales que causan el turismo, los diferentes tipos y prácticas sociales turísticas.

- b) las que contienen una *perspectiva crítica = consumo alienado*, las cuales consideran que el turismo en lugar de producir liberación y desarrollo humano, generaría alienación, entendiéndose con ello el mantenimiento de una ideología encubierta y el control social por parte de las sociedades en las cuales se consume el turismo. De ahí, que se incluya la teoría de Elias y Duning refiriéndose a una crítica de la sociedad actual al proporcionar un ocio que mediante las normas sociales y el control social pauta y estructura el tipo de manifestaciones del comportamiento emotivo de las personas, y en las que en las sociedades industriales avanzadas aparecen en sumo grado. Todo ello, significaría que ciertas prácticas de ocio y turísticas estarían destinadas a cumplir con la función de control de las emociones, tales como los acontecimientos deportivos y/o similares. También, incluye otro autor como Marcuse, y su importante obra *El hombre unidimensional*, el cual produce una paradoja importante que de forma resumida se refiere a que *el hombre es cada vez menos útil al sistema en cuanto productor y pasa a ser más útil en cuanto a consumidor*.

- c) las que consideran la *función de comunicación y de simbolización*. Enmarca esta cuestión en la característica propia del siglo XX con variadas y rápidas transformaciones comentado por el autor Przeclawski (1993). Por el que el mismo autor, ve el turismo como “una forma contemporánea de entrar en contacto unos hombres con otros...” y el turismo facilitaría este contacto. Por todo ello, en este sentido comenta otros efectos relacionados con la comunicación, como la promoción de la reducción de tensiones internacionales, la comprensión entre sociedades, hasta la misma finalidad comunicativa en que muchos turistas suelen basar sus objetivos de viajes turísticos. En lo que se refiere a la función simbólica y con el intento de ir más allá de las funciones psicosociales se consideran el tipo de relaciones establecidas entre una sociedad, una clase social, una edad dada, entre los individuos y la cultura en una sociedad globalmente considerada. En este sentido, incluye autores como Veblen, el cual sitúa el ocio como símbolo de pertenencia a una categoría social, y de este modo los individuos pueden afirmarse personal y socialmente, con relación a otros.
- d) y por último, la *función económica*, en la que el caso de España puede ilustrar esta cuestión. Se considera la importancia concedida por la misma sociedad y los individuos a la contribución al desarrollo económico.

Así, por ejemplo, por lo que respecta al ocio como actividad y ocupación en las personas mayores su comportamiento estará condicionado por las características del sistema social, en el cual estén inmersos, además del efecto generacional (que comentaremos en el apartado 2). En este sentido, además de la delimitación de las condiciones y posibilidades para el disfrute, diversas actividades de ocio en función de la relación que se establezca entre la persona mayor y la actividad junto con su significado pueden suponer la satisfacción de diversas necesidades sociales y vitales, tales como la comunicación con familiares y amigos, entretenimiento (Alvarez Sousa, 1994) entre otros. En este sentido, se hace necesario e imprescindible que tanto la planificación como el diseño de estas actividades de ocio

respondan a sus características y permitan que pueda llegar a establecerse como un ámbito de la experiencia humana que contribuya al desarrollo humano y social a lo largo del ciclo vital.

### ***El ocio como un ámbito de la experiencia humana***

El ocio como experiencia implica considerar su dimensión cultural, y el propio estado subjetivo de quien participa en la actividad, a fin de poder identificar el tipo de experiencia y los diversos significados que para diferentes personas de edad, o de condiciones distintas otorgan al ocio. Csikszentmihalyi et al., (1991) ya señalaron la tendencia a definir el ocio como una actividad cultural y subjetiva, que al actuar la libertad y la motivación intrínseca permite que por ejemplo, una persona pueda experimentar como ocio una actividad laboral o pueda sentir que el tiempo de vacaciones es un tiempo de trabajo.

En este sentido, varios autores defienden el ocio como un modo de ser y percibir, un estado mental (...) un ámbito de la experiencia humana determinado por la actitud con la que se lleva a cabo una acción (Cuenca, 1995). Además, el ocio se va a manifestar a través de sus ámbitos (cultura, deporte, recreación y turismo) estando basado esencialmente en una *vivencia subjetiva*, en la *motivación intrínseca* y la *libertad percibida* (Goytia, 1999), así como en la *orientación a objetivos* y *relación con el trabajo* (Neulinger, 1974). Además, el ocio esta vinculado a las expectativas culturales y valoraciones desarrolladas por parte de los grupos sociales y las personas en torno a lo que es deseable vivir a través del ocio, al tiempo dedicado y al tipo de consumo de ocio que es preferible en función de diferentes circunstancias sociales y personales.

También, el éxito en las experiencias en el consumo del ocio por parte de una persona o grupo social van a estar vinculados a cómo se produzcan los cambios en

esferas de la vida cotidiana, como es el trabajo, ya sea por “desempleo” o “jubilación” u otros. Por ejemplo, Lobo (2000) al intentar demostrar que el “desempleo” supone un obstáculo para el ocio y el desarrollo humano, se basa en dos teorías predominantes como es la *Teoría de la privación* (Jahoda, 1992) y la de la *agencia* (capacidad instrumental) *de la persona* (Fryer, 1995). Así, Jahoda afirma que el trabajo fomenta el bienestar de la persona al dotarla de una estructura temporal, contactos sociales, un propósito colectivo, un significado de identidad, y una actividad regular. Con ello, se entendería que al abandonar la actividad principal “el trabajo” se reduciría de forma significativa la vida social y sus elementos estructuradores de la vida cotidiana.

Por otro lado, Fryer destaca la capacidad personal como agente socialmente activo e implicado en la lucha por la “autodeterminación”, la búsqueda de sentido, la superación e influencia sobre las situaciones de acuerdo con sus valores personales, objetivos y expectativas de futuro en un contexto de reglas culturales, y experiencias pasadas. Así por tanto las personas confieren un sentido, se socializan en diversos valores y normas socialmente prescritas de acuerdo con las diversas situaciones que han estructurado su trayectoria vital, ya sea aportándoles status o calificándola personalmente (Blanch, 1996).

En este sentido, cabe decir que posiblemente el significado de la experiencia de trabajar al incidir en el impacto psicopatológico de la experiencia de desempleo (Blanch, 1996) también puede estar relacionado con las pérdidas que se producen en el proceso de separación de las obligaciones del trabajo al llegar a una cierta edad si no se está suficientemente preparado para ello. Aunque por otro lado, de acuerdo con las teorías de la adaptación al envejecimiento, por ejemplo, algunas personas de edad avanzada pueden contemplar la disminución de roles sociales como una oportunidad para sentirse libres y ser ellos mismos. Otras quizás se sienten satisfechos al retirarse del mundo (Harahousou, 2000) y de sus actividades habituales. Ello significa que el ocio como ámbito de la experiencia humana en personas mayores estará relacionado tanto con la adaptación al envejecimiento

cómo por las distintas influencias de la sociedad que pauta, delimita y ofrece diversas oportunidades de experiencias humanas a través del ocio.

#### **1.4. El turismo como forma de ocio y ocupación del tiempo libre.**

Se ha comentado que no puede haber turismo sin ocio, en cambio el ocio sin turismo es realmente concebible (Zorrilla, 1995). Se parte de la consideración que el turismo es una de las innumerables actividades en que adquiere forma el ocio, además de poder tener la capacidad para ser industrializado. Mediante el turismo se vive el ocio (Goytia, 1999). El turismo, una de las principales manifestaciones del ocio, constituye un ámbito de la actividad humana con igual o mayor trascendencia que el trabajo y un campo emergente como actividad en el tiempo libre (Munné, 1994; Argyle, 1996). De ahí, que tanto la manera de ocupar y/o distribuir el tiempo libre como el significado del ocio para los distintos grupos sociales y humanos va a influir en el que un colectivo humano pueda ser atractivo para la industria turística (Zorrilla, 1995). Así, por ejemplo, por el simple hecho de poseer tiempo libre como sucede en el colectivo de jubilados y pensionistas no significa que vaya a manifestarse en el ámbito del turismo, aunque puede resultar de interés saber en que ocupan su tiempo libre y cual puede ser el sentido que tiene para ellos el ocio-turístico. Actualmente el turismo forma parte esencial de la ciudadanía del ocio, conforme a la cual el tiempo, lo mismo que el espacio, son una propiedad individual que cada ciudadano administra en función de sus posibilidades, intereses y criterios personales (Ruiz, 1995). Aunque en este sentido, por ejemplo, las sociedades industriales avanzadas suministran dosis de espacio y tiempo para el ejercicio activo del turismo como ocio según su concepción e importancia concedida.

El tiempo libre adquiere nuevas funciones como las relacionadas con el consumo, aunque se van a poder diferenciar, aun dentro de la misma sociedad y de la misma época histórica, distintos tipos de disposiciones hacia el tiempo libre, ya sea ligado al tipo de consecución del tiempo libre o a otros aspectos que van a

poder influir tales como los medios y la formación para el disfrute (Alvarez Sousa, 1994).

El turismo como una de las formas de ocio es defendida por casi todos los autores (Alvarez Sousa, 1994), así como su importancia (San Martín, 1997). Su práctica se encuentra vinculada a la naturaleza de experiencia de ocio subjetiva, en la que interviene las diferentes concepciones del ocio que con un carácter dinámico emergen en cada sujeto y que se irán modificando a lo largo de su ciclo vital (Kelly, 1996). Todo ello puede provocar que distintas personas puedan calificar como turismo actividades muy distintas (como hemos podido apreciar en las diversas maneras de entender y definir el turismo), también el que los turistas le den un significado distinto y participen en esta actividad con sentimientos e ideas muy diferentes. Así, el ocio-turístico será el producto de experiencias personales junto con sus influencias situacionales y sociales (Iso-Ahola, 1980).

Según Alvarez Sousa (1994) el turismo representa una de las formas de ocio que mejor define la manera de vivir, el estilo de vida de una persona; variando su práctica tanto por el gusto (status) diferencial, cuanto por el poder de adquisición (situación en las relaciones de producción).

En la actualidad la realización del viaje turístico es una práctica que se ha extendido a todas las capas o estratos de la sociedad y en la que se requiere estar libre de obligaciones para poder viajar. El comportamiento turístico de los distintos grupos e individuos va a estar condicionado de forma distinta según su situación objetiva de tiempo libre, así como la percepción del propio sujeto de dicho tiempo (Alvarez Sousa, 1994). Dumazedier (1988) nos habla de 3 etapas en que una persona a lo largo del ciclo vital puede disfrutar de forma diferente sus ocupaciones en el tiempo libre: la edad antes, durante y después del trabajo. También, otros han distinguido grupos según el tipo de relación mantenida con el tiempo libre, de la actitud que toma cada individuo hacia el tiempo libre como puede ser el que sea un “tiempo libre deseado” o “aceptado” (Alvarez Sousa, 1994), o según se sitúen en

algunos de los grupos de la propuesta por Castilla y Díaz (1987, citado en Alvarez Sousa, 1994), en su división de los nueve grupos y que por los objetivos de esta tesis nos interesa resaltar los siguientes: a) jubilados anticipadamente b) jubilados a la edad habitual c) amas de casa y otras personas que disponen de algún tiempo libre. Así, por tanto, el comportamiento turístico concreto como la función que para cada uno de estos grupos cumple el consumo de ocio-turístico van a ser muy distintos (Alvarez Sousa, 1994).

El ocio-turístico en la sociedad actual denominada por muchos autores “sociedad del ocio” (Alvarez Sousa, 1994) esta caracterizada por un aumento de las horas de tiempo libre, una nueva distribución en el tiempo y en el espacio, distinguiendo grupos según su encuadre social y cultural y su nivel de influencia en el comportamiento individual del turista. Así, por ejemplo los cambios producidos tanto por el progreso técnico como social, hacen aumentar las razones por las cuales muchos turistas deciden llenar el tiempo disponible con una actividad de ocio-turístico. Lo cual significa la existencia de factores que condicionan el comportamiento turístico que siguiendo a Alvarez Sousa (1994) por un lado están los que determina la estructura social y que condiciona a la persona según su status social (pertenencia a un grupo social, genero, edad, hábitat, situación familiar, profesión, nivel de estudios...) Y ofrecen distintas posibilidades a los grupos en el tipo de realización de viaje turístico. Por otro lado, los que corresponden a las dimensiones psicosociales, mediante las cuales se atribuye un sentido a la acción de consumir, es decir, por ejemplo el valor de la elección individual del turista, las funciones que cumple en satisfacer sus necesidades vitales, etc... A ello, se le añade un aumento de la longevidad y de la mejora en las condiciones de vida vinculadas a la denominada “sociedad del bienestar” y a la “sociedad del consumo” que repercuten en aumentar las posibilidades de su uso y disfrute.

El fenómeno del turismo como uno de los aspectos más característicos de la sociedad de consumo se encuentra por tanto vinculado a los cambios y evolución de las sociedades industriales avanzadas (Poon, 1993; Alvarez Sousa, 1994) y al

mismo tiempo transforma la vida de las personas y los grupos. Esto, significa que el turismo cobra sentido contemplado desde la estructura social en la cual se inscribe (Alvarez Sousa, 1994) e influye en el comportamiento turístico de sus individuos. También, es preciso considerar tal como argumenta Giddens (1991) que a pesar de que los rasgos estructurales de una sociedad tienen una gran influencia en nuestro comportamiento como individuos; al mismo tiempo, en nuestras acciones recreamos -en alguna medida también alteramos- aquellas características estructurales.

### **1.5. El turismo y su análisis: hacia un enfoque psicosocial.**

El turismo es por su naturaleza un fenómeno psicosocial (Pearce, 1993), y no se puede desvincular de su condición individual y colectiva, es decir, no se puede separar ni de la persona, ni de la estructura social y por tal motivo exactamente como ya señalaron McCannell (1976) y Montaner (1996) precisa de un enfoque psicosocial.

En esta misma dirección, el turismo hace muchos años el sociólogo Robert Glucksman (1935, citado en Montaner, 1996) ya lo definió: no como una corriente de personas, ni como una expedición o viaje, sino como un fenómeno social vinculado a las relaciones interpersonales y a la comunicación humana. Asimismo el secretario general de la OMT (Organización Mundial del Turismo) Antonio Enrique Sovignac en unas palabras que pronunció en el foro de Cádiz instó a mirar más allá de la importancia económica del turismo, así como Cuenca (1992) pone el énfasis en el reto de la humanización del turismo.

El primer intento de sistematización de la psicología social del turismo lo constituye la aparición de la obra de Philip L. Pearce “The social Psychology of Tourist Behavior” en 1982 (Munné, 1990). El segundo texto de la disciplina esperó dos años más para salir a la luz. Se trató de la compilación realizada por Peter

Stringer “The social Psychology of Tourism” en 1984. A partir de ahí, muchos son los autores que han seguido en sus líneas de investigación la perspectiva psicosocial. Munné (1990) ya señaló que el estudio del turismo se encuentra en sus balbuceos, con escasos y aislados esfuerzos sistemáticos a pesar de existir un sinnúmero de temas aplicables (formación de impresiones, categorización, comparaciones sociales, comunicación, etc...).

Gómez Jacinto (1995) se ocupa entre otros tópicos del análisis psicosocial del turista, la motivación turística y los efectos psicosociales del turismo, como el cambio de actitudes, el choque cultural, la imagen del destino, las actitudes de los residentes, la experiencia vivida y por ello auténtica, y el impacto ambiental. También, San Martín (1997) el cual pertenece al mismo grupo de Málaga que Gómez Jacinto, y según comenta Munné (2000) contribuye al reconocimiento del fenómeno del ocio en nuestra sociedad, al mostrar que el turismo es un objeto serio de estudio científico, al realizar un intento de fusión entre dos líneas de investigación que paradójicamente como dice el autor, han avanzado por caminos diferentes. San Martín y Gómez Jacinto (1998) por ejemplo, estudian e intentan demostrar siguiendo los postulados de la teoría de la identidad social, cómo la experiencia turística puede modificar las actitudes hacia tu propio grupo (endogrupo) y hacia el otro grupo turístico visitado (exogrupo) en un sentido positivo, cuando la relación y el contacto se produce en ciertas condiciones, apoyando con ello la creencia de que el turismo facilita el entendimiento cultural, entre otros aspectos. También, en otras investigaciones (Gómez Jacinto y San Martín, 1999) han elaborado un modelo que muestra los factores de la experiencia del turismo y sus relaciones con el cambio de actitud. Munné (2000) añade que en una perspectiva futura es clave el tratar el turismo como forma de ocio y manifestación del tiempo libre. Otros autores también han contribuido al análisis psicosocial del turismo, tales como Montaner (1996).

También, es destacable referido a los hechos y tendencias recientes en la creciente investigación turística en el Reino Unido lo que ya señaló Williams (1994), el intento de integrar las temáticas turísticas en la corriente principal de las ciencias

sociales.

Así el turismo desde una perspectiva psicosocial, a pesar de ser un campo nuevo de estudio agrupa diversas investigaciones realizadas, a pesar de su fragmentación y ausencia de visión integral, desde las referidas a las bases motivacionales de la conducta turística así como a los determinantes para obtener la satisfacción turística (percepciones, actitudes, imágenes...), a los contactos entre turistas y nativos, a los diferentes impactos culturales y ambientales producidos por el ejercicio de la actividad y finalmente a los que se refieren al análisis psicosocial del turista en la que persiste la idea de la existencia de un patrón de comportamientos turísticos (véase San Martín, 1997). Muchos son los trabajos que se han centrado en identificar o bien roles turísticos (Pearce, 1982,1985; Yiannakis y Gibson, 1992) o bien tratando de encontrar tipologías (Poon, 1993; Gómez, Canto y San Martín, 1993).

Para poder contemplar el turismo desde una óptica psicosocial es preciso reconocerlo como un fenómeno característico de nuestra sociedad de consumo, con relevancia individual y social (Aguiló, 1996), y de incidencia en la vida cotidiana de cualquier persona humana. Asimismo, debe ser considerado un campo de investigación útil para fines aplicados y digno de interés social, aunque la distinción entre investigación básica y aplicada no está exenta de polémicas anteriores dentro de los planteamientos de la psicología social (véase San Martín, 1997) . Además, se vincula también con el avance de muchas facetas psicosociales que acontecen en la realidad del ser humano, su bienestar, calidad de vida, etc... y aparecen multitud de aspectos implicados tales como actitudes, percepciones, aprendizajes, efectos sociales, etc... En los que la perspectiva psicosocial puede contribuir con sus aportaciones. Considerando la noción de *multidimensionalidad* del comportamiento (Munné, 1995), el turismo como manifestación del comportamiento humano puede mostrar muchos aspectos del mismo según se adopten diferentes perspectivas de análisis.

Para Jost Krippendorf (1985, citado en Alvarez Sousa, 1994), el ocio y el turismo en tanto que es una forma de aquél, no pueden ser comprendidos al margen de los factores determinantes de la sociedad urbano-industrial en la cual se hayan inmersos. Asimismo, en la experiencia turística intervienen procesos de interacción social como consecuencia de los efectos que la actividad turística tiene sobre los turistas y/o sobre la población local (San Martín, 1997).

### **1.6. El ocio-turístico y el paradigma de las teorías de la complejidad.**

Tal y como señala Munné (2000) la emergencia en las ciencias sociales de nuevos planteamientos epistemológicos, proporcionados por el paradigma de la complejidad, pueden ayudar a una mejor comprensión del turismo entendido como forma de ocio y manifestación del tiempo libre.

Uno de los aspectos que caracteriza al ocio-turístico es la presencia de multitud de componentes (el viaje, el mercado, el turista, el destino, etc...), así como sus interrelaciones, capaces de incidir en las dinámicas de comportamiento psicosocial y a la postre, en el hecho que las personas viajen o no viajen en nuestras sociedades avanzadas. En relación con ello, análisis recientes realizan acercamientos conceptuales para describir como funciona el sistema complejo del turismo (McKercher, 1999). Además, estos aspectos se encuentran en una continua evolución dinámica y cambiante a través del tiempo en nuestras sociedades avanzadas, lo cual se podría relacionar con los retos que los nuevos escenarios ponen a la Psicología Social, tomando como referencia el análisis prospectivo realizado por Pol (2001), a través del cual pone de manifiesto cuales son los aspectos macrosociales que se requieren para comprender la situación actual y los retos a afrontar en un futuro más o menos inmediato, sin entrar, claro está, en el análisis más específico del ocio-turístico.

Todo ello sugiere que muchas son las variables que pueden estar implicadas en la comprensión del ocio-turístico actual y presente y, en especial el de las personas mayores que analizamos en esta tesis. También, para comprender los diferentes aspectos que pueden incidir en el hecho de viajar, las condiciones y los estilos de vida, las percepciones de los turistas y el simbolismo del turismo, entre otros, debemos contemplarlo desde su multidimensionalidad, así como tener en cuenta las múltiples interrelaciones. Por consiguiente, estos diferentes aspectos implicados, no necesariamente se deberían considerarse causales (ej. las personas mayores viajan porque se jubilan o porque viven en determinados lugares, etc...), sino más bien un amplio conjunto de relaciones y variables que en un determinado corte del tiempo (transversal) y/o expuesto a su evolución y dinámica (longitudinal) ocasiona efectos en la realidad del comportamiento humano. En este sentido, el comportamiento de ocio-turístico visto como una realidad del comportamiento humano es susceptible de ser analizada, en sus diversas manifestaciones, sin reducir su complejidad, haciendo uso de una nueva lectura epistemológica que acerca paradójicamente las ciencias naturales y las humanas (Munné, 1995b). Además, el comportamiento social tal como ya señaló Munné (1993) puede ser interpretable en términos *no lineales*, lo cual significa que las variables implicadas en un problema psicosocial al cambiar sus valores, no producen un cambio esperado o previsible en otra variable, y a veces una mínima alteración en el valor de una variable puede tener un macroefecto inesperado. Esto sugiere, por ejemplo, que las personas mayores viajen podría estar relacionado de manera positiva o negativa con la variable edad pero en un determinado momento del tiempo, o con unas condiciones determinadas (jubilación, viudedad, etc...) y sumándose otros eventos (crisis, pérdidas familiares, etc...) originar efectos totalmente imprevisibles en el comportamiento (ej. dejar de viajar, o viajar más, etc...), lo cual podría significar la no determinación del comportamiento.

Por todo ello, es comprensible que el fenómeno del ocio-turístico no puede ser aprehendido de una manera lineal y determinista, y en este caso es preferible considerar su dinámica compleja, no-determinista y no-lineal (McKercher, 1999). Con ello, nos acercamos a un tipo de explicaciones teóricas postuladas a partir de la

aplicación de las teorías del caos y de la complejidad.

Muchos modelos turísticos han reconocido la naturaleza “compleja” del turismo y las interrelaciones de sus diferentes componentes, aunque tal como comenta McKercher (1999) suponen que a pesar de ello el turismo puede ser “controlado”, “organizado” y “coordinado” al sugerir que conociendo el funcionamiento de algunos de sus componentes (ej. el mercado...) y en algunos casos con la suma de estos, se podrían llegar a predecir determinados resultados de su comportamiento global.

McKercher (1999) enfatiza que muchos hechos que ocurren en la dinámica del turismo, tales como “impactos ambientales”, de “desarrollo” y de “cambios sociales” que afectan al turismo y por consiguiente al comportamiento del turista, son demasiado complejos para ser capturados de forma efectiva por modelos deterministas tradicionales. En este sentido, propone un modelo alternativo (“A Chaos model of tourism”) (véase McKercher, 1999) el cual está basado en los principios de la teoría del caos para explicar las diferentes combinaciones e interacciones de al menos 9 de los principales componentes que reflejan el funcionamiento del turismo y por orden de importancia se concretan en:

- *El viajero*
- *Medios de comunicación entre el destino y el viajero*
- *Consideraciones o factores de influencia y efectividad de los medios de comunicación usados*
- *El destino o la comunidad que gestiona todos los elementos implicados en el turismo y/o en el destino*
- *Todas las agencias externas (públicas y privadas del sector) que intervienen e influyen en el turismo*
- *Realidades externas no específicas del turismo que pertenecen a las fuerzas*

*ambientales (ej. cambios políticos, económicos, guerras, desastres ecológicos, etc...)*

- *Acciones “pioneras” y/o operaciones que protagonicen una situación de transformación de las dinámicas del turismo (ej. 1ª atracción de Orlando..)*
- *Resultados e impactos que produzca el turismo tanto deseados como no deseados*

Con ello, además se enfatiza a nivel conceptual la complejidad de los elementos intrínsecos al turismo y de las interrelaciones que se pueden suponer. Asimismo, se comenta que cualquier modelo turístico debería considerar prioritariamente las relaciones claves entre el turista y el destino, las cuales evidentemente no funcionan de manera totalmente determinista. (McKercher, 1999). En la misma línea Morin (1997) señala que una visión simplificada lineal de cualquier fenómeno podría resultar en cierto sentido “mutilante” al dejar de considerar la complejidad que puede comportar el estudio de muchos problemas de comportamiento. Por ejemplo, al respecto de las políticas de turismo dirigidas a la tercera edad para gestionar y planificar viajes a un mejor coste se podrían tener en cuenta exclusivamente factores como la edad o el nivel económico o por otro lado considerar también otros como estilos de vida, tendencias del turismo u otros...

En este mismo sentido, Munné (1995b) de hecho ya señaló que si afirmamos que la realidad humana es compleja significa, al menos, cuatro cosas, que es “borrosa”, “catastrófica”, “fractal” y “caótica” . Así el concepto de complejidad, entendido tradicionalmente en un sentido cuantitativo, al ser revisado Munné (1995b) propone una visión cualitativa, dada por estas propiedades de esta realidad del comportamiento. Nosotros, al intentar aplicar estos conceptos al turismo entendemos siguiendo a su autor que estamos utilizando un “nuevo enfoque” con una nueva sensibilidad para ver la realidad y es necesario precisar sus alcances y limitaciones:

**a) La realidad del turismo es “borrosa”**

Esto significa que a nivel conceptual muchos elementos del turismo, tales como el “turista” mismo, presenta un carácter cualitativo en función de los criterios de pertenencia a esta categoría que posibilita un sistema social dado. Por ello, una misma cosa o elemento en muchos casos puede resultar “borroso” en el sentido de presentar imprecisiones, indeterminaciones y aspectos difusos que ocasionen la necesidad de precisar lo que consideramos o no consideramos al definir que es un “turista”, por ejemplo, sin evitar estos aspectos intrínsecos a su realidad comportamental.

**b) La realidad del turismo es “fractal”**

En este caso la realidad comportamental es interpretada en términos de las propiedades que reúnen unos objetos extraordinarios, denominados fractales (véase Munné, 1995). Así, los objetos y/o comportamientos pueden presentar fracciones de realidad que se asemejen al conjunto de donde provienen pero al mismo tiempo pueden presentar características no idénticas desde donde se originaron. Además, un objeto y/o comportamiento puede participar de varias dimensiones sin poder ser reducible ni a una línea, ni a una determinada dimensión espacial, sino que se puede encontrar entre varias dimensiones, por ejemplo el turismo es un negocio-industria o es también una estilo de vida. Por otra parte, por ejemplo, en el fenómeno de ocio-turístico podría afirmarse que hay fractalidad en la estructura del turismo o en su forma de permanecer semejante, mediante la subdivisión reiterada de los servicios turísticos ofertados, los patrones de consumo turísticos, etc... pero al mismo tiempo presentar cualidades distintas respecto a sus orígenes. Por ejemplo, como sucede con los procesos de socialización mediante los cuales el turismo puede ser la causa de tipos de consumo muy diferentes, formando parte de diferentes estilos de vida, o los efectos que pueden ocasionar los mas media, por ejemplo al incidir en los comportamientos de una manera bastante imprevisible en algunos casos.

Según Munné (1995b) el análisis fractal de la realidad del comportamiento social y humano pone de manifiesto qué y cómo la constancia genera innovación, qué y cómo lo idéntico es distinto, en otras palabras, qué y cómo lo cuantitativo puede adquirir trascendencia cualitativa. Así, en este sentido por ejemplo un grupo turístico al aumentar su tamaño como ocurre con los “viajes organizados” o “los flujos turísticos” puede adquirir una trascendencia cualitativa y hacer variar los problemas que tendrá este grupo cuando viaja o los impactos que se pueden crear a partir de una dimensión determinada que adquiera un flujo turístico masivo hacia una destinación.

### **c) *La realidad del turismo es “caótica”***

Una característica propia de los procesos caóticos es la enorme desproporción entre las causas y los efectos que se generan en las realidades como es el ejemplo tan mencionado del “aleteo de una mariposa en Hong Kong, puede llegar a producir un gran efecto, como un tornado o un huracán ocurridos tiempo después en New York”.

Esto significa que si nos interesáramos exactamente por predecir los resultados de cualquier realidad de interés turística nos podríamos encontrar que la variación en un momento dado de alguna variable determinada en algunos casos podría modificar la trayectoria y la tendencia que habíamos observado. Por ejemplo, en el caso que nos ocupa del turismo de las personas mayores el hecho “imaginado” por ejemplo, que a partir de ahora se pusieran de “moda” los viajes “espaciales” a un precio “muy económico” podría crear unos efectos y sensibilidades de tal envergadura, que hiciera variar todas las predicciones iniciales.

### **1.7. El ocio-turístico como actividad de consumo.**

El turismo se ha convertido en un componente más de la vida cotidiana, vinculado al desarrollo y evolución de las sociedades contemporáneas. En nuestra “sociedad de consumo” se considera una de las principales ocupaciones de tiempo libre y de ocio (Argyle, 1996). En España, el turismo es una de las partes importantes de consumo de ocio, desempeñando un papel eficiente en su economía (Alvarez Sousa, 1994). Destaca el hecho de que el ocio-turístico está siendo un componente de gasto importante en las sociedades industriales avanzadas (Alvarez Sousa, 1994; Valls, 1999). El turismo como actividad de consumo va a depender de las características que posean los productos turísticos, a las pautas de consumo que desarrollen los turistas influidas por su situación social y personal (su modo de vida, sus especificidades, etc...), junto con el resultado de las múltiples interacciones producidas.

Asimismo, el turismo genera una actividad económica que esta fundamentada en una estructura de mercado (Montaner, 1991), que por un lado genera una oferta (recursos turísticos e infraestructura para prestar estos servicios) y por otra se da una demanda (como la suma de las intenciones reales de visitar un lugar determinado, (San Martín, 1997) de esta (alojamiento, transportes, manutención, información turística, etc...) por parte de sus futuros clientes (Montaner, 1991)

En su evolución como actividad de consumo destacan todos los cambios políticos, sociales, científicos, técnicos, culturales y otros que han tenido lugar en los pasados 40 años y que han transformado de una manera irreversible la vida de las poblaciones (Alvarez Sousa, 1994). El ocio-turístico esta determinado por la estructura socioeconómica que condiciona el estilo de vida, el ocio de la población y el viaje turístico (Alvarez Sousa, 1994). Además el turismo como mercancía de consumo se ha visto transformado por la democratización del tiempo y del espacio (Ruiz, 1995; Goytia, 1999). Esto, ha supuesto, entre otras cosas, el incremento de la

accesibilidad de nuevas demandas, así como el aumento de las posibilidades de disfrute de nuevas ofertas de turismo, las cuales se vinculan con "cambios en las motivaciones de la demanda turística" (Clary, 1991) y las tendencias de consumo de los turistas de este nuevo milenio (Armadans, 1999) . Esto último, sugiere la necesidad de adecuar la oferta a los nuevos tipos de clientela (Vera, 1994).

### **1.8. El ocio-turístico como consumo simbólico.**

El turismo presenta un fuerte carácter simbólico (Dimanche, 1994). Las decisiones de consumir el producto turístico se pueden comparar a las de otros productos aunque desde una óptica psicosocial destaca su vinculación con la necesidad de afirmación y expresión del "self".

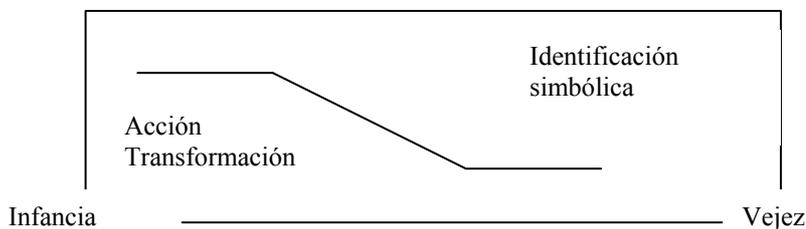
La elección turística de los destinos sirve para asumir identidades personales y sociales en un proceso de interacción social, en la que el sujeto se ve inmerso. Así, el sujeto decide, acepta y consume no tanto el producto en sí, sino el valor y la importancia que supone para dos tipos de audiencia, la interna con su conexión con el autoconcepto, y la externa con la conexión por el hecho de consumir el producto vinculado a su valor social (prestigio, posición social, etc...) o tal y como algunos autores han denominado, "consumo conspicuo" (Alvarez Sousa, 1994; Veblen, 1971). El turismo se ha relacionado con las necesidades y valores individuales a largo plazo, así como con el "contexto simbólico y cultural de la sociedad moderna" (Cohen, 1974).

Además, el tipo de interrelación que la persona establece con los espacios, entornos y/o lugares visitados presenta una dimensión vivenciada y simbólica. El ambiente físico forma parte del contexto en el que se desarrollan las actividades humanas. Desde la Psicología Ambiental se insiste en que los procesos de interacción tanto en su dimensión individual como social, no pueden explicarse

recurriendo exclusivamente a características personales o sociales, sino que es preciso tener en cuenta las propiedades del escenario en el que se desarrolla la acción (Hernández, 1997). De hecho, como resultado de esta interrelación, de la valoración social del turista se podrán reflejar distintos comportamientos con determinado impacto social, por ejemplo, “el ser respetuoso con el medio ambiente”, “comportamientos sostenibles”, entre otros, o también que reflejen todo lo contrario (Moreno y Pol, 1999).

En este sentido Moreno et al. (1999) han planteado la noción de *simbolismo del espacio*, el cual refiere y se vincula con procesos de identificación con un espacio previamente transformado por la propia acción y que permite la continuidad histórica de la propia identidad. Así, a lo largo del ciclo de vida de la persona, el peso de cada componente variará, pero siempre están presentes la acción-transformación y la identificación simbólica, tal como refleja la siguiente figura 2:

**Figura 2. Apropiación y ciclo de vida**



**Fuente: Moreno y Pol (1999)**

En este sentido, como han puesto de manifiesto algunos autores (Valera y Pol, 1994; Moreno et al. 1999) los espacios, los lugares actuarían como categorías sociales para la autoidentificación propia del self. Es decir, como resultado de la interacción entre la persona y su medio ambiente, los entornos concretos se convertirían en lugares significativos, capaces de incidir y pautar el tipo de relación mantenida, al actuar como un componente activo en que va a formar parte del

autoconcepto del individuo y/o de su identidad social, o de su vida misma. Los turistas viajan a determinados lugares porque atribuyen cualidades a los productos turísticos, que pueden ser significativos por el hecho de que tienen que ver con su identidad, por ejemplo “visitar lugares culturales” o “satisfacer necesidades de diversión”, etc...

Así, el consumo de ocio-turístico además de proporcionar satisfacción y disfrute personal tiene una función simbólica de demostración ante los demás y ante si mismo de la situación de vida. Por tanto, la elección de ocio-turístico puede significar un medio de expresión de la situación personal y social apoyado y reafirmado por los procesos de interacción social.

### **1.9. El ocio-turístico, el bienestar y la calidad de vida.**

Los conceptos de bienestar y calidad de vida constituyen elementos centrales para la comprensión de la naturaleza de la actividad de ocio-turístico en las sociedades avanzadas, por tres motivos principales: *Satisfacción vital, factores activadores del ocio y efectos beneficiosos producidos a través de su práctica.*

#### ***Satisfacción vital***

Toda actividad de ocio-turístico esta relacionada con la forma en que las personas intentan satisfacer sus necesidades desde las más básicas hasta las de niveles más altos (autoestima, autorealización, etc...). Y en ultima instancia, el conseguir la felicidad, lo cual ha sido relacionado con la calidad de vida (San Martín, 1997; Moreno et al., 1999; Hernández y Valera, 2001).

Aunque, la cuestión esencial es que la calidad de vida es fundamentalmente un concepto subjetivo, por el cual no importa tanto lo que la persona haga o posea, o el tipo de objetos y experiencias que posea, sino el significado que la persona o los grupos le den. Para Levi y Anderson (1975/1980) la calidad de vida es una “medida compuesta de bienestar físico, mental y social, tal como lo percibe el individuo y cada grupo, y de felicidad, satisfacción y recompensa”. La medida comprende una dimensión psicosocial referida a percepciones y evaluaciones de las condiciones de vida (Levy-Leboyer, 1977). En ella tiene un peso específico las vivencias que las personas puedan tener.

Entre las propuestas de medición de la calidad de vida, a través de indicadores sociales (véase Casas, 1996) tanto objetivos como subjetivos, el tiempo libre y el ocio se ha ido estableciendo como un componente de este nivel más general de calidad de vida con una evolución en su importancia creciente, ya sea como recursos fundamentales de las personas u otros...

Desde una forma extendida de entender la calidad de vida según Pol y Valera, 1998 (remiten a la Conferencia Mundial sobre la población de 1974) esta ha sido vista como “*el grado de ajuste entre las características de la situación, la realidad o los recursos disponibles y las expectativas, capacidades y necesidades de la persona, tal y como las percibe ella misma y el grupo social al que pertenece*” (Moreno et al., 1999). También, estos mismos autores, vinculan el uso del concepto a la crisis urbana y ambiental que esta sometida nuestra sociedad, y a la incorporación de la noción de sostenibilidad por su proximidad con la calidad ambiental y la salud.

Todo ello, permite relacionar también las formas de vida y los niveles de aspiración con la calidad de los servicios que las personas y los grupos consumen en este área específica del ocio-turístico. El bienestar de las personas al hablar de calidad de vida va a ser visto también en términos positivos con una perspectiva más proactiva (promoción) de un estado de bienestar físico, mental y social que en

términos negativos, de una manera reactiva como “ausencia de enfermedad” en los que el tiempo libre y el ocio tienen una destacada relevancia. En este sentido Neulinger (1981) comenta “el ocio no es solo un componente de la calidad de vida, sino la esencia de ella. El ocio es un estado neutral de la mente, es un estado positivo, muy deseable y un importante valor. El ocio (...) es la línea guía necesaria para cualquier decisión relacionada con la calidad de vida.

### **Factores de activación**

La presencia de una serie de variables que permiten decidir llevar a cabo la actividad de ocio-turístico hacen referencia a la manera de percibir el ocio (activo o pasivo), al factor tiempo y/o a la cantidad de activación desarrollada para que puedan ser variables que puedan actuar en ultimo caso aumentando o disminuyendo la satisfacción buscada en la actividad de ocio-turístico. Así, por ejemplo se han señalado variables significativas como la “percepción de libertad” con respecto a la decisión de llevar a cabo una actividad, la motivación intrínseca y los sentimientos de competencia (Iso-Ahola, 1980) como generadores de beneficios en el sujeto a través del ocio

Así, por tanto para que el ocio-turístico genere beneficios debe generar satisfacción en el sujeto, lo cual no siempre se produce, y de ahí el poder encontrar los diferentes aspectos que pueden ser relacionados con el grado de más o menos activación necesaria para que el sujeto este satisfecho con el ocio, percepción de libertad, motivación o sentimientos de otro tipo...

### **Efectos beneficiosos**

Los efectos que la actividad de ocio-turístico puede tener en aspectos que

están también relacionados con la calidad de vida, son los beneficios sobre el humor, la felicidad, la salud mental, salud física y el autoconcepto (San Martín, 1997). Todos ellos pueden ser cambiantes según las situaciones sociales y personales. Aunque, tal como indica San Martín (1997), el problema es que la mayoría de los trabajos que relacionan diversas prácticas de ocio con la mejora de la calidad de vida son de naturaleza correlacional, lo que dificulta el concluir que sea el ocio la variable que está provocando los beneficios encontrados.

Numerosos son los estudios que han relacionado la mejora del humor con el ocio (San Martín, 1997). También son numerosos los que han relacionado la satisfacción vital con el ocio y la propia vida, y especialmente uno de los factores que más parece influir es el de la interacción social (Argyle, 1996) por lo respecta al control de la interacción y la predicción de la interacción por parte de los sujetos.

Otros han establecido una relación entre salud mental y satisfacción con el ocio, especialmente con el ocio activo (Argyle, 1996), en la amortiguación de los efectos de estrés (Coleman e Iso-Ahola, 1993). Para otros estas últimas relaciones con la salud mental las han explicado por las propiedades terapéuticas en sentido positivo, como el escape de emociones, reducción del aislamiento, aumento de la variedad de actividades o incremento de su socialización, entre otros (Levitt 1991, citado en San Martín, 1997). Añaden que para que se produzca un crecimiento y desarrollo saludable de las personas y los grupos, en lugar de generar inactividad, apatía e indiferencia, por ejemplo, debería tratarse de actividades estructuradas y pensadas para tales fines.

También, han sido destacadas las relaciones establecidas entre ocio y salud. Coleman et al., (1993), por ejemplo, revisan las aportaciones y/o explicaciones de la literatura referente a los mecanismos que están actuando al participar en actividades de ocio y que contribuyen especialmente en beneficiar la salud y/o amortiguar los efectos estresantes y/o de crisis vitales. Estos autores, destacan la incidencia especial y la capacidad que tienen muchas experiencias de ocio en proporcionar: 1)

relaciones sociales que resultan ser asociadas a la vivencia de soporte social 2) disposiciones y determinaciones del "self" que son generadas por el ocio, tales como percepciones de libertad y control, motivación intrínseca y una mejor competencia social.

Por otro lado, la contribución del ocio por lo que respecta a la salud subjetiva y su relación con la felicidad, el cual será comentada en el cap. 2.2.3 al respecto de la calidad de vida en la vejez, en los que el uso que hacen los adultos de su tiempo libre puede tener efectos e incidir en dicha relación, por sus capacidades en la mejora fisiológica y biológica del individuo y por tanto en un aumento de la esperanza de vida.

Otras relaciones se han establecido con el desarrollo y enriquecimiento del autoconcepto al intervenir la posibilidad de dotar de identidad al sujeto por la mera participación y contribuir también en aspectos relacionados, como la autoestima del sujeto. También, como consecuencia de los requerimientos en las habilidades especiales que puede uno necesitar para participar y en los signos de identificación de tipo simbólico que puede comportar la actividad de ocio-turístico.

### **1.10. Los productos turísticos.**

El producto turístico es visto como una combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen unos beneficios al cliente como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones. Además ha de ofrecer al consumidor un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas (Altes, 1993). En cuanto a la estructura del producto turístico, Smith (1994) indica que es compleja en el sentido de que es el resultado de un complicado proceso de producción. En los productos turísticos se pueden identificar claramente cinco elementos (Smith, 1994) en donde el producto turístico y el proceso son inseparables: 1) *Recursos físicos*, tales como el paisaje o el entorno natural, las infraestructuras, etc..., que de hecho

constituyen los elementos considerados más tangibles y que normalmente son objeto de control, planificación y organización. 2) *Elementos del servicio*, que forman parte más de los elementos intangibles que son valorados por el turista, referidos a la realización de diferentes comportamientos que satisfacen necesidades, en donde también se incluye la “calidad del servicio” 3) *Hospitalidad*, relacionado con el buen trato y acogimiento que pueden dispensar los residentes locales a los turistas. 4) *Libertad de elección*, referido al abanico de opciones que puede libremente elegir el turista para experimentar la satisfacción del producto y 5) *Implicación*, el cual se refiere al grado de participación real del turista en función de la utilidad que le represente la experiencia.

En cuanto a las características de los productos turísticos, San Martín (1997) destaca la propiedad de *servicio* en tanto posee unos aspectos propios y diferenciados de otros servicios los cuales se podrían resumir en: intangibilidad/heterogeneidad y subjetividad. Ello supone la presencia de muchos elementos que combinados de forma diversa van a producir diferentes efectos y resultados en el consumidor-turista. Así, por tanto en la compra se pueden estar comprando “promesas” y al mismo tiempo generar “incertidumbre” además de constituir una experiencia de alto valor personal y temporal tanto por lo que respecta al consumo (de difícil sustitución y cambio) como el de difícil comparación por tratarse de una experiencia subjetiva. Además, destacan otros elementos como es el de que la compra se produce basada en su “inmediatez”, el hecho de tener que consumirlo en su momento y no poderlo acumular. Por otro lado, se añade otro elemento como es la “estacionalidad” al tener que realizarse su consumo vinculado al uso de recursos turísticos específicos (geográficos, naturales, etc...), los cuales deben también coincidir con los intereses y posibilidades de utilización del tiempo libre de los individuos y sociedades que posibilitan su consumo.

Se viaja a destinos o lugares turísticos, con particularidades que atraen a sus visitantes, ya sea en función de una construcción previa de una imagen o percepción del lugar (San Martín, 1997), como por los beneficios psicológicos y emocionales

que estos entornos aportan a sus usuarios. De hecho, un destino turístico se compone de un conjunto de recursos psico-socio-ambientales que combinados de diferente forma pueden llegar a ser susceptibles de uso y consumo turístico (Armadans, 1997). Estos, además, pueden desempeñar un importante rol psicosocial en la misma línea apuntada por Castro, Arias, y Galindo (1997) con respecto a los “espacios verdes” en los usos sociales y la experiencia del turista al beneficiarse de su interacción, ya sea por su carácter estético, de disfrute de la naturaleza, de posibilidad de actividad física o de interacción social, entre otros.

En la literatura se han encontrado entre los aspectos más salientes desde el *escenario natural o paisaje*, el *clima* y el *precio* de una manera general, aunque también se encontró que de una manera más específica ciertos atributos dependían del tipo de destinación y el tipo de experiencia vacacional buscada (Williams, 1994). En este sentido, Yangzhou and Brent Ritchie (1993) con el objetivo de demostrar la importancia relativa que pueden tener los atributos de una destinación para que resulte más atractiva para el consumidor observaron que la mayoría de ellos varía significativamente en función del contexto vacacional, donde ciertos atributos negativos fueron mejor aceptados en un tipo de vacaciones “educativas” que en unas “recreativas”, por ejemplo y que las personas tienen impresiones más positivas de las destinaciones que han visitado anteriormente, aunque puedan existir excepciones.

El turismo por su importancia económica, representa un medio útil en específicos el desarrollo de diversas comunidades y mediante la herramienta del marketing estas decidan convertirse en destino turístico (San Martín, 1997). Pero, tal como señala Castro (1994) para lograr una buena gestión de los recursos turísticos es condición imprescindible en un futuro inmediato contemplar de forma racional, los aspectos ambientales, económicos y psicosociales del fenómeno, para conseguir aumentar sus beneficios y reducir los impactos negativos que toda actividad turística conlleva. Y tal como argumenta el mismo autor, el turismo no es solo una actividad de uso de un recurso, sino que sobre todo es un proceso donde se produce una experiencia (emocional, cognitiva, actitudinal).

### **1.11. El comportamiento del consumidor turístico.**

Al referirnos a consumo turístico, nos interesa conocer los elementos que caracterizan la conducta del consumidor, o más concretamente *los elementos que pueden hacer posible el que se efectúe la elección hacia la actividad turística*, es decir las razones por los cuales los turistas deciden viajar, así como los procesos y mecanismos psicosociales que pueden estar implicados en el proceso de un viaje turístico.

Para ello, utilizamos la definición de conducta del consumidor que aportan Schiffman y Kanuk (1983) en la que refieren: “*a aquel tipo de comportamiento que despliegan los consumidores para buscar, comprar, usar, evaluar y disponer productos, servicios e ideas que esperan satisfagan sus necesidades*”. Esta definición, y como señala San Martín (1997) no restringe el propio acto de compra a la propia utilización del producto, sino que va desde la decisión inicial de adquirir algo hasta la evaluación posterior de los resultados obtenidos.

En este acto genérico de compra, por ejemplo, Van Raaij (1986 citado en Milman, 1998) indica que el mero hecho de decidir al respecto de tomar unas vacaciones puede implicar una *comparación social* con otros, incluso de tu mismo entorno familiar.

Así, desde nuestra perspectiva creemos que las personas realizan “actos de consumo turístico” condicionados por factores y oportunidades de su entorno cultural, junto con las influencias ejercidas por los grupos de referencia, organizaciones y empresas en su impacto psicosociológico, así como las condiciones personales (sociodemográficas, de salud, status social, etc...) que a su vez estando condicionadas por su entorno, van a determinar el tipo de elección turística.

Por otra parte, nos vamos a encontrar también con toda una serie de aspectos psicosociales que durante el transcurso del viaje turístico, es decir el proceso de consumo del turista, van a seguir ejerciendo efectos en las presentes y futuras elecciones turísticas de los sujetos.

Así León y Olabari (1991) consideran que para poder comprender la conducta del consumidor es necesario tener en cuenta variables que comprenden dimensiones psicológicas; motivación, actitudes, percepción, aprendizaje, personalidad y también dimensiones sociales; cultura, clase social, grupo de referencia, influencia personal, familia. Otros ya han destacado el papel significativo de ciertas variables (actitudes, expectativas, percepciones...) para influir en la conducta de los turistas y determinar su satisfacción (Ryan, 1994).

También se ha tratado de identificar tipologías de turistas (Keng & Cheng, 1999) para discernir cuales son las características que permiten definir segmentos homogéneos en relación al comportamiento del consumidor en función de diferentes criterios. En la investigación del turismo, tradicionalmente se han utilizado criterios socioeconómicos y demográficos para segmentar el turismo. En muchas investigaciones se ha intentado emparejar estilos de ocio a categorías sociales rígidas, como la clase social, la edad, el género y el nivel educativo, para determinar la motivación y predecir la conducta ociosa. Esto ha condicionado muchos de los diseños metodológicos y prácticas en la investigación de mercados (Lillo, 1998). Ello, reveló la insuficiencia en extraer las motivaciones subyacentes para el viaje, así como las características que pueden ejercer un papel significativo en el comportamiento de viaje, dado que personas con similares características demográficas, tales como la edad, nivel adquisitivo, ocupación, etc... no necesariamente poseen los mismos intereses y deseos hacia el viaje. Así, por tanto se han venido utilizando preferentemente para subsanar esta cuestión, desde variables psicográficas, de estilo de vida (Keng et al., 1999), las cuales han permitido extraer una información mucho más acertada y encontrar segmentos homogéneos en mercados heterogéneos.

### 1.11.1. Factores y oportunidades del entorno.

El entorno o medio ambiente puede ejercer influencia en el consumidor turístico, para poder desarrollar conductas determinadas y a su vez éstas producir modificaciones en los lugares y/o entornos turísticos. El entorno social mantiene una relación de *interdependencia* con las personas y por ende con el comportamiento turístico. La naturaleza de esta relación, así como las influencias del y sobre el ambiente es una área de interés de la Psicología Ambiental. Esta disciplina, considera que los procesos de interacción, tanto en su dimensión individual como social, no pueden explicarse recurriendo exclusivamente a características personales y sociales, sino que es preciso tener en cuenta las propiedades del escenario en que se desarrolla la acción (Hernández, 1997). Por ello, el comportamiento del consumidor va a estar afectado por las características ambientales que posean los diferentes escenarios (ej.: naturales, sociales...), junto con las características psicosociales que posean los usuarios en interrelación con el entorno (Castro et al, 1997).

Dentro de la disciplina de la Psicología Ambiental muchos son los autores que se han orientado a tratar de solucionar los problemas que plantea la interacción persona-medio o de transacción con el ambiente. Por ejemplo, Barker (1978 citado en Busch, 2001), mediante sus aportaciones de la psicología ecológica plantea conceptos como el “Behavior Setting” traducido por Busch (2001) como “escenario de conducta”, el cual es utilizado por ambos autores para comprender patrones de conducta resaltando el papel del entorno como un conjunto organizado digno de ser estudiado por méritos propios (Barker 1968, citado en Busch, 2001). Así, Barker (1978) define este concepto como “*un ámbito que contiene oportunidades para la satisfacción de metas y necesidades personales*”. Este, concibe el entorno social, ya sea físico, cultural y/o simbólico de manera “ecológica” como contexto objetivo, reflejando el escenario real de la vida cotidiana en el interior de los cuales las personas desarrollan sus conductas, y su vez puede ser estudiado de una manera propia (ver Busch, 2001). Dentro de este enfoque, de la psicología ecológica, otros autores también han estudiado espacios y/o entornos, considerando tanto elementos humanos como no humanos del escenario de conducta y asociando al mismo el

desarrollo de diversos patrones de uso (Castro, 1994; Wicker, 1979). El consumidor turístico al interactuar con el destino turístico desarrolla diversos comportamientos en mutua correspondencia con sus deseos y los recursos ambientales existentes, desarrollando diversos patrones de uso asociados a cada entorno particular y configurando un programa de escenario específico en la terminología utilizada por Castro et al., (1997) y otros. Este autor además plantea la utilidad de utilizar el modelo alternativo de Driver y Rosenthal, utilizado para analizar la conducta recreativa en espacios naturales, el cual puede ser productivo para analizar los usos del espacio, en concreto el de los espacios verdes urbanos, al considerar este, tres dimensiones diferenciadas que se dan al interaccionar con los entornos:

- 1) **actividad** (oportunidades ofrecidas para desarrollar acciones concretas, como hacer deporte, pasear, descansar, etc...)
- 2) **escenario** (preferencias de los usuarios por tipos de espacios en función de sus actividades deseadas o áreas definidas incluidas en un determinado espacio)
- 3) **experiencia** (los deseos de los usuarios por recibir diferentes tipos de satisfacción derivados de la actividad recreativa, por ejemplo, experiencias de soledad, de interacción social, lúdicas, etc...)

Por otro lado, los consumidores turísticos tanto los comportamientos que despliegan en los escenarios de conducta, ya sea por la dimensión actividad (el poder desarrollar acciones), o por el tipo de escenario y sus preferencias asociadas, así como la experiencia recreativa, sus expectativas, deseos y satisfacción buscada a su vez estarán también condicionados por el tipo de condición bio-psico-socio-cultural que les caracterice. Por ejemplo, los factores culturales en la compra de determinados productos turísticos pueden ejercer un efecto barrera; creando afinidades o rechazos, facilitando o dificultando la compra y condicionando los hábitos de consumo turístico (Bosch, 1996). El hecho de que exista una actitud social favorable a viajar, por ejemplo, o se promocionen viajes dirigidos a la tercera edad, como comentaremos más adelante puede crear tanto afinades como rechazos, facilitar o dificultar la compra y condicionar el tipo de hábitos y comportamientos turísticos de este tipo de viajes.

En este sentido, Alvarez Sousa (1994) en su perspectiva epistemológica, considera y comprende el turismo en cuanto acción social teniendo en cuenta el contexto socio-estructural que da sentido a los acontecimientos particulares. Por ello, los consumidores-turísticos en función de su pertenencia a un tipo de sociedad más o menos avanzada, van a tener diversas oportunidades para la realización del viaje turístico produciendo una diferenciación social entre grupos e individuos y condicionando aspectos particulares y personales tales como la edad, el género, la familia-hogar y el status, entre otros.

Alvarez Sousa (1994) indica por ejemplo, que en los países que se pueden considerar más avanzados, la carga de estrés y liberación, opresión del medio e incomunicación son mayores, al mismo tiempo que al tener un nivel de formación cultural más elevado y mayores recursos económicos, se tiene mayor probabilidad de realizar el viaje turístico.

Por otra parte, el impacto de las modas, las estrategias de comunicación publicitaria y el tipo de comportamiento de las empresas turísticas también son aspectos que van a ejercer efectos en las elecciones personales del consumo de ocio-turístico.

### ***Las clases sociales, status sociales, valores sociales y estilo de vida***

La sociedad globalmente considerada responde a un proceso de estratificación social según sus estructuras, modelos y valores en uso (Munné, 1995; Montaner, 1996). Así los miembros de una sociedad se encuentran organizados y situados dentro de una posición o lugar, ya sea según las clases sociales o sus status sociales, los cuales les dota de una categoría social frente a la sociedad global que de una forma más o menos consciente la persona y/o los grupos tratarán de mantener y/o responder con ciertos comportamientos.

En relación al lugar, posición que ocupan en la sociedad el conjunto de personas/grupos que forman parte de la demanda turística se pueden reconocer y configurar distintas situaciones de diferenciación de comportamiento más o menos marcado, las cuales determinaran sus probabilidades de elección de consumo turístico, según el grupo social de pertenencia.

En las sociedades actuales las clases sociales por ejemplo suponen de una parte una adscripción a una categoría social por parte del individuo, que proporciona una concepción particular del mundo, unos marcos de referencia y unos modelos de conducta (Munné, 1995) generando una conciencia social de pertenencia a un grupo y de otra parte limitando y pautando las condiciones de existencia del individuo. Para identificar las clases se recurre a indicadores tales como la ocupación, el nivel de ingresos, el nivel de estudios, la zona de residencia, el tipo de vivienda, las pautas de consumo, etc... (Munné, 1995; Alvarez Sousa, 1994). Con respecto al consumo, se ha señalado que la clase social y los ingresos no son suficientes por sí solos para explicar las diferencias en el consumo turístico (Williams, 1994), aunque cada clase se caracteriza por una tendencia hacia determinados valores y pautas de comportamiento social configuradores de un estilo de vida.

El estilo de vida esta estrechamente relacionado con el ocio y su consumo (Alvarez Sousa, 1994). El concepto de estilo de vida se refiere a las diferentes formas de vivir, los elementos distintivos o particularidades de un grupo resultado de la dinámica de la vida en sociedad (Lazer, 1963 citado en González, 1998). La gente que comparte un determinado estilo de vida tiende a tener más contacto personal o interacción entre sí que con la gente que vive de otro modo (Munné, 1995). Por otra parte, Veal (1993) conceptualiza estilo de vida como la pauta de comportamiento personal y social característica de un individuo o un grupo, que incluye desde el tipo de relaciones mantenidas con otros (familia, amigos...), el tipo de actividades realizadas en tiempo libre junto con su comportamiento de consumo.

El estilo de vida ha sido relacionado con el comportamiento del consumidor-turista, los valores y las características socio-demográficas de los individuos y/o los grupos hasta el punto de tratar de identificar tipos de turistas según sus valores y formas de vida (Madrigal, 1995). También, se ha relacionado la estructura de los valores personales, es decir referido a la percepción de uno mismo, de los otros, de los objetos que conforman un estilo de vida con las decisiones que toman los consumidores (Pitts and Woodside, 1991). El sistema de valores personales sirven para mantener el nivel de autoestima y la consistencia en el comportamiento en situaciones donde algunos valores pueden entrar en conflicto como sucede en las preferencias de actividades vacacionales tal como es argumentado por Madrigal and Kakle (1994).

Desde un enfoque de marketing, investigaciones recientes (Gonzalez,1998) han demostrado la utilidad del constructo “estilo de vida” medido a través de actividades, intereses y opiniones (A.I.O) del individuo para analizar y conocer el comportamiento del consumidor turístico en profundidad, al objeto de establecer las estrategias adecuadas enfocadas a la satisfacción de las necesidades de éste. Encuentran una relación directa entre el estilo de vida de los individuos, medido mediante (A.I.O) y las motivaciones sociales que los inducen a viajar, así como con su característico comportamiento de consumo turístico.

El hecho de que un individuo pertenezca a un grupo diferenciado dentro de una estructura social que condiciona, provoca similitudes sociales, culturales y económicas entre sus miembros. Ello, da lugar a estilos de vida compartidos y supone también el que se den tipos de consumo de ocio diferenciados en función del tipo de estilo de vida característico de un individuo (Alvarez Sousa, 1994). De hecho y tal como señalo Munné (1995) pertenecer a un mismo grupo, o sea compartir ciertas pautas y valores, y estar sometidos a unos mismos estímulos ambientales, implica que sus miembros tendrán algunos comportamientos comunes, y por consiguiente se sobreentiende que podría suceder en el consumo de ocio-turístico.

Por ejemplo, tal como señala Alvarez Sousa (1994) en las sociedades actuales, al centrarse el *status* de los individuos en el empleo, y con un retiro brusco al llegar a una determinada edad, también se produce un “retiro” o “jubilación” social. Ello, puede suponer la necesidad de una nueva reestructuración de pautas, valores y comportamientos frente a la sociedad junto con un reflejo en los comportamientos de consumo turístico de los individuos y/o grupos implicados.

Asimismo, las condiciones socioculturales imponen también elementos de diferenciación personal, por razón de clase, de status, de valor social y/o de estilo de vida reflejándose en las actividades y relaciones por ejemplo en situaciones de vida tan meramente biológicas como el “género” pudiendo establecerse diferencias de comportamiento hacia la actividad de ocio-turístico. Aunque, si es preciso señalar que aunque en la investigación del consumo turístico las variables sociodemográficas son usadas de forma común para segmentar el mercado, las personas con edad, nivel adquisitivo y ocupación similar, por ejemplo, no necesariamente van a tener los mismos intereses ni el mismo comportamiento de consumo turístico.

### **1.11.2. Factores y condiciones personales.**

La persona o el “individuo social” es el resultado y/o el fruto de sus relaciones sociales. La vida social es una red de interacciones (Munné, 1995) que conforman su comportamiento social. Además, la multidimensionalidad de su comportamiento hace que no solo se puedan analizar aspectos meramente unipersonales, sino que haya que tener en cuenta también los interpersonales y transpersonales, así como su situación en el espacio y el tiempo. En este sentido, las elecciones que se van a efectuar en el consumo de ocio-turístico a nivel personal las va a experimentar el turista como una acción que se realiza con cierta libertad aunque estas van a adquirir sentido en el marco social de referencia compartido. Así, por tanto las características personales de los potenciales y consumidores-turistas, por ejemplo,

en cuanto al ciclo de vida, edad, género, etc... deben comprenderse y analizarse considerando su dimensión social y cultural.

### ***El ciclo de vida***

La mayoría de las variables que pueden caracterizar a los consumidores-turistas tales como la edad, profesión, sexo, nivel de estudios, etc... es aceptado que determinan comportamientos diferenciados ante el producto turístico aunque su influencia varía en los diferentes estadios del ciclo vital. El ciclo de vida familiar ampliado a las nuevas situaciones sociales, tiene un peso determinante en el consumo de productos turísticos, tanto de volumen, como de tipología (Bosch, 1996). Además, la posición que uno tiene en el ciclo de vida podría ser determinante de la naturaleza de las decisiones vacacionales y el tipo de estilo de decisión teniendo en cuenta situaciones de transición tales como tener o perder la pareja, nacimiento de hijos o “hijos que se van”.... De hecho la perspectiva de estudio teniendo en cuenta el ciclo de vida (Life cycle) ha resultado ser muy fructífera conceptualmente y analíticamente para poder comprender e investigar los aspectos que pueden estar limitando o favoreciendo el que las personas viajen a lo largo del ciclo vital, por ejemplo al final de la vida (Hudson and Gilbert, 2000).

### ***El factor edad***

Muchos autores han considerado que la edad esta claramente condicionando al ocio-turístico (Alvarez Sousa, 1994). La edad es indicativa no solo de las diferencias meramente biológicas o cronológicas sino que además delimita las diferencias con respecto a una categoría o grupo social con características propias. Según Ballesteros (1992) la edad es una fuente de diferenciación importante pues gran parte de las funciones y roles sociales dependen de ella. La edad es utilizada para fijar criterios de políticas sociales y turísticas como es el caso del “turismo

social” y por tanto suele crear unas oportunidades específicas de consumo, además del significado social y personal que adquiere mediante las interacciones producidas entre grupos e individuos y la relación con estas actividades.

La edad actúa como criterio formal en la pertenencia a grupos que ofrecen desde condiciones de vida parecidas a órganos de representación y expresión y similitud de intereses etc... pero su significado social no deriva de este simple dato cronológico sino de que realmente suponga umbrales en el grado o tipo de participación en alguna actividad que socialmente se considere fundamental (Alvarez Sousa, 1994). Por ejemplo, en investigaciones de “consumer behavior” y en concreto por lo que respecta a la “elderly consumer” vienen indicando la necesidad cada vez más de tener en cuenta la “age cognitive” como un importante constructo, en lugar de la “chronological age” (Jacoby, Johar and Morrin, 1998).

### ***Situación familiar-hogar (estado civil, convivencia)***

En las sociedades industriales avanzadas las personas se están viendo sometidas a cambios sociales y de la estructura familiar, lo cual establece y conforma diferentes comportamientos de consumo-turístico. El tipo de familia, así como las personas que componen el hogar (el tamaño del hogar) incide en el comportamiento turístico y a su vez en el tipo de motivación para viajar. La adaptación a las nuevas condiciones económicas, sociales y culturales de la sociedad española ha provocado el paso de la familia extensa a nuclear o conyugal y las nuevas pautas demográficas han motivado que junto a la familia tradicional hayan surgido otros modelos de convivencia, expresivos de un cambio de mentalidad y con una presencia significativa y creciente a pesar de seguir siendo minoritarios: parejas cohabitantes, familias monoparentales, hogares unipersonales etc... (Alvarez Sousa, 1994).

Por otro lado, destacar que la fuente más común e importante de apoyo es una pareja íntima con quien uno comparte las propias cavilaciones y la vida cotidiana (Jerusalem & Mittag, 1999). En este sentido, Jerusalem et al. (1999) añaden que la *pareja* amplía la cantidad de relaciones sociales que un individuo solo no podría tener y por tales razones se considera que favorece el bienestar psicológico, físico, además de prevenir sobre el estrés.

Alvarez Sousa (1994) destaca la presencia del aumento de hogares de solitarios en donde se hace más evidente en la “tercera edad” predominando también el sexo femenino. También, el hecho de que aparezcan distintas situaciones o estados civiles en los que las personas pueden tener la probabilidad de encontrarse, como es la separación o el divorcio hace que las prácticas turísticas adquieran unas características específicas ya sea porque se busque viajar solo, o con la familia, o con los amigos, o porque se prefiera ir a lugares desconocidos, etc... Ello, por tanto incide en la adopción de un estilo de vida, y en la posibilidad de realizar otro tipo de viaje turístico, lo cual puede significar también otro tipo de relaciones con las actividades de tiempo libre.

### **1.12. El proceso de la experiencia de consumo del turista.**

Gunn (1988) en común con otros autores (Ryan, 1994) argumenta que la experiencia de consumo del turista se caracteriza fundamentalmente por una dimensión temporal en la que se pueden diferenciar claramente 3 estadios: *la creación de la pre-imagen; la participación y la evaluación.*

El comportamiento turístico de grupos e individuos como fenómeno psicosocial incluye un tipo de experiencia desde que se produce un desplazamiento o viaje, las características y/o los atributos que el producto posea, la vuelta y/o el retorno hacia la cotidianidad, las interacciones entre el turista y los otros, y todos

los procesos de influencia que ocurren a lo largo de la experiencia.

A partir de cada uno de los 3 estadios fundamentales de la experiencia turística (creación pre-imagen/participación/evaluación) analizaremos los aspectos que más directamente pueden influir en el comportamiento del consumidor-turista.

### **1.12.1. Creación de la pre-imagen.**

A partir de la decisión inicial de adquirir el producto y/o elegir una destinación turística el turista empieza con un proceso de búsqueda y apropiación de información a través de los folletos turísticos u/o otros con el fin de que le sirvan de fuente de referencia y confirmación del tipo de producto elegido antes de partir (Ryan, 1994). Así por tanto se crea una primera *imagen turística*, la cual conduce a la formación de una serie de expectativas, las cuales modelaran tanto la elección del sujeto como su comportamiento futuro en la destinación turística. Tal como señala Alvarez Sousa (1994) la toma de decisión no es totalmente espontanea ni libre, sino que a pesar de que el turista experimenta y es necesario que experimente cierta libertad, el contexto sociocultural determina el tipo de condiciones en que puede realizarse.

### ***Imágenes y percepciones turísticas***

Las imágenes son importantes en la elección de un producto y/o destinación turística así como para anticipar en el sujeto el tipo de experiencia a que puede dar lugar su consumo. Asimismo, la imagen de una destinación turística se trata como la resultante de la interacción con los elementos que forman parte del producto turístico y sus consecuencias en la percepción específica o más global (Etchtner y Brend Ritchie, 1991-1993). También, hay estudios que se han ocupado de la imagen que tienen los residentes de su propia destinación al considerar que incide en el

desarrollo del turismo (Schroeder, 1996).

Así, el estudio de la formación y cambio de imágenes turísticas es clave para comprender la toma de decisiones que realiza el consumidor a la hora de elegir su producto o destino vacacional. En relación con la formación de imágenes y las características del consumidor Mackay and Fesenmaier (1997) hallaron, por ejemplo, que la *percepción del paisaje* y la *percepción de familiaridad* de un destino turístico eran variables claramente significativas en lugar de otras como la edad o el estado civil. De hecho, este tema viene despertando interés por varios investigadores norteamericanos desde hace algún tiempo destacando en las aportaciones Ashworth (1991), el cual realizó una investigación muy detallada sobre el papel de las imágenes de destino en Marketing la manera en que se generan, las respuestas de los turistas potenciales y los problemas que surgen cuando la imagen y la realidad no son coincidentes.

### **1.12.2. La Participación.**

#### ***La motivación y la satisfacción turística***

En la base de la participación, de las decisiones que se toman respecto al viaje turístico y del comportamiento de consumo, nos encontramos con una de las principales variables, la *motivación turística*, entre otras también importantes (percepciones, aprendizajes, etc...). En la literatura se ha utilizado básicamente para poder comprender y explicar los comportamientos de los turistas, es decir, la respuesta al *por qué* (viajan, obtienen satisfacción, etc...) en contraste con el *cómo* y el *qué*. Esto, ha supuesto conocer respecto a los determinantes de la conducta y su causación. Muchos estudios se han basado en las tesis de Maslow y las necesidades equiparables a motivaciones (Pearce, 1993b; Pearce, 1983).

La conceptualización del constructo de la motivación se caracteriza por su falta de acuerdo, universalidad, así como la necesidad de estudios empíricos

(Fodness, 1994; McCabe, 2000). Asimismo, algunos comentan al respecto de la complejidad del concepto, al estar relacionado con muchas otras variables que también pueden dar cuenta de la participación en el viaje. Por ejemplo, Pearce (1993b) señala que muchos de los estudios realizados en motivación turística deberían ser etiquetados como actitudes hacia las destinaciones y también destaca la dificultad en su medición cuando se parte de necesidades que causan la motivación y que se manifiestan cambiantes a lo largo de la estancia turística y posiblemente reflejan lo que las personas les gustaría hacer pero no lo que realmente hacen (Pearce, 1982). También, en este sentido Pearce (1993a) argumenta por ejemplo que en diferentes estadios del ciclo vital, las personas pueden estar motivadas por diferentes factores que podrían influir lógicamente en las elecciones del viaje turístico, así como cambiar la motivación en función de la experiencia vacacional. Desde la Psicología social y en concreto “la motivación del ocio”, tenemos las aportaciones de Iso-Ahola (1980), donde se clasifican una serie de necesidades en función de su causalidad, en las que se tiene en cuenta la influencia situacional y el ambiente social (ver San Martín, 1997).

Por otra parte, es típico estudiar la motivación del turista desarrollando una lista de razones por la cual los turistas viajan (ver San Martín, 1997; Pearce, 1993b). McCabe (2000) revisa la literatura de las teorías de motivación y sus evidencias empíricas y señala que una de las primeras aportaciones al respecto de la motivación para el ocio-turístico estaría el trabajo de Plog (1974, 1988) basándose en el estudio del “perfil psicográfico”, mediante el cual clasifica y establece tipologías de turistas en función de un continuum, en función de si la persona difiere o esta de acuerdo con el valor normativo de la sociedad (ver San Martín, 1997). Pero, tal como indica Cooper, Fletcher, Gilbert y Wanhill, 1993 los viajeros tienen diferentes motivaciones para diferentes viajes, y este primer intento no puede dar cuenta ni de la “complejidad” del concepto ni de la naturaleza cambiante del turista y de sus preferencias hacia el viaje. Entre otras aportaciones en la literatura se encuentra la Teoría de Crompton, el cual identifica nueve motivos diferentes para viajar (siete sociopsicológicos y dos culturales) asociados a las oportunidades que puede brindar un destino turístico para satisfacer las necesidades concretas del

turista (San Martín, 1997; McCabe, 2000).

La motivación turística como una parte del concepto de demanda turística, en el sentido que señala San Martín (1997) ha sido estudiada para comprender toda una serie de conductas que permiten explicar las decisiones y comportamientos que realiza el turista a lo largo del proceso de consumo, tales como elección de un determinado destino, atracción al mismo, así como lo que posibilita que se produzca la satisfacción que el turista busca cuando decide viajar.

Para conocer porque se consume ocio-turístico se han utilizado diversos planteamientos. La mayoría asumen la causalidad del ocio como múltiple y explicada por varios conceptos (San Martín, 1997). Otros incorporan nociones y/o conceptos que ayuden a entender las razones y/o las condiciones por las cuales el consumidor-turista participa en la actividad, como es por ejemplo el concepto de flujo (Csikszentmihalyi, 1988), el modelo piramidal (Iso-Ahola, 1980) o la búsqueda de autenticidad (MacCannell, 1976).

El concepto de flujo se refiere a un tipo de experiencia subjetiva profundamente satisfactoria (“experiencia cumbre”) que siendo la base de la motivación intrínseca proviene del equilibrio entre los desafíos de la situación y las habilidades requeridas al sujeto. El modelo piramidal de Iso-Ahola (1980) pone el énfasis en el hecho que parte del comportamiento esta prefijado, ya sea por disposición biológica o experiencias muy tempranas y otro abierto a cambios e influencias sociales en donde son importantes las experiencias de socialización a lo largo del ciclo vital, el cual moldeará el comportamiento del consumo-turístico.

Por otro lado, con el concepto de “búsqueda de la autenticidad” se intenta relacionar la motivación turística con un tipo de experiencia directa y genuina que encuentra el turista en el lugar o escenario turístico al entrar en contacto con la verdadera realidad y que conecta con la percepción de autenticidad que tiene el

turista, lo que busca y lo que le permite quedar satisfecho. Por otra parte, respecto a esto se ha comentado que debido a la existencia de diversidad de percepciones de los turistas versus la autenticidad así como al grado en que uno la puede experimentar se debería ser cauto en utilizar el concepto (San Martín, 1997). Además, es preciso también tener en cuenta los efectos de la evolución social en la actividad de ocio-turístico ya que actualmente asistimos precisamente como señalan varios autores a una “autenticidad emergente” (Cohen, 1988) en que la persona va perdiendo la condición de viajero o forastero y puede disfrutar de experiencias inauténticas (Armadans, 1999).

Entre los factores motivadores más señalados y según recoge San Martín (1997) estarían los siguientes:

- a) **Recuperación y regeneración.** El viaje nos restaura y refuerza, tanto física como mentalmente, de todo lo que supone nuestra vida cotidiana. En definitiva, el turismo sirve para recargar baterías.
- b) **Compensación e integración social.** El viaje se concibe como una forma de obtener algo que nos compense de todas aquellas cosas que perdemos y/o renunciamos cotidianamente. Se busca una compensación a las demandas que diariamente nos generan nuestro trabajo y obligaciones.
- c) **Huida.** Es el motivador al que se ha prestado más atención por parte de algunos autores. Se considera que el mundo moderno es una prisión de la que, de forma innata, necesitamos escapar. La vida diaria no es satisfactoria, es alienante, por lo tanto, intentamos evitarla a través del viaje. Es una forma de huir y dejarlo todo, al menos, durante un tiempo. (Dann, 1977).
- d) **Comunicación.** Se busca establecer contactos con otras personas, o mejorar el existente. Se aprovechan las vacaciones para mejorar los lazos familiares y de amistad, así como hacer nuevas amistades. Todo esto puede resultar más sencillo al darse en un ambiente más relajado.
- e) **Sexo.** Junto a la posibilidad de entablar relaciones sociales, las vacaciones

pueden favorecer los encuentros sexuales. Estar fuera del propio hogar y con el sentido de responsabilidad bajo mínimos puede favorecer este tipo de intercambios. Incluso algunos operadores turísticos basan su estrategia en esta oferta. Este es el caso de los algunos cruceros actuales o los viajes transatlánticos de los años treinta. En otras ocasiones el objetivo del viaje es manifiestamente sexual. Tailandia, Filipinas o Cuba son algunos de los destinos.

- f) **Adquirir conocimiento** . Se considera el viaje como una experiencia cultural y educativa que ampliará nuestros horizontes.
- g) **Libertad**. Utilizamos el turismo para hacer lo que realmente queremos. No tenemos obligaciones, somos más permisivos con los demás y con nosotros mismos, realizamos incluso comportamientos que nunca haríamos en nuestro lugar de residencia.
- h) **Autorealización**. El viaje es considerado como una oportunidad para el autodescubrimiento y autodesarrollo.
- i) **Prestigio**. La necesidad de prestigio puede satisfacerse de diferentes formas. El visitar lugares exóticos, inusuales, fuera de las rutas marcadas por los turoperadores, puede ser un signo de mayor status y prestigio social. También es posible que el individuo desee sentirse superior a la sociedad visitada.

Al igual que el resto de nuestra conducta el comportamiento turístico es multideterminado e influido por muy diversas necesidades (Mansfeld, 1992; Pearce, 1994). El turismo como actividad de ocio conlleva una motivación intrínseca (Pearce, 1994) además de las motivaciones extrínsecas que presenta (prestigio social, búsqueda de relaciones sociales, etc...). Para comprender el comportamiento de motivación turística ha de poder relacionarse las necesidades del turista tanto a corto como a largo plazo a través del conocimiento de su funcionamiento en el proceso de toma de decisiones (Pearce, 1994). Para explicar la motivación turística es necesario contemplar su dinámica, y los cambios que pueden suceder a lo largo del ciclo vital, así como los efectos de la cultura sobre esta (San Martín, 1997). Pearce (1994) entiende la motivación turística como el conjunto de fuerzas biológicas y culturales que otorgan valor y dirección a las elecciones turísticas, al

comportamiento y a la experiencia.

Por otro lado, también es necesario considerar la motivación de las personas que no viajan, es decir, la influencia que impide la realización del viaje turístico. Alvarez Sousa (1994) indica que a pesar de que las personas indican varios motivos, estos se pueden resumir en tres: *económicos, falta de tiempo libre y problemas personales-familiares* (incluye la salud). La investigación de las personas que no viajan ha recibido menos atención en la literatura (Zimmer, Brayley and Searle, 1995; Hudson y Gilbert, 2000) a pesar de que algunos autores reconocen que puede representar una oportunidad de marketing significativa.

### **1.12.3. La evaluación.**

Como resultado de la participación en la actividad de ocio-turístico las personas evalúan su experiencia. Esta experiencia según Ryan (1994) incluye el viaje a la destinación, la naturaleza de esta, la vuelta del viaje, las interacciones entre las diferentes personas del lugar y del viaje y todas las representaciones de la industria turística que ocurren en el proceso individual del turista. También, Ryan (1994) considera que muchas son las variables que influyen en el comportamiento final de evaluación de los turistas, desde la motivación hacia las actividades, expectativas y percepciones y resultados de satisfacción obtenidos. La satisfacción es vista como una valoración positiva por la congruencia entre la necesidad y el resultado de la experiencia, y la insatisfacción por la valoración negativa entre las expectativas y la experiencia turística.

Así, Ryan (1994) considera que de las relaciones entre la motivación y el resultado de los niveles de satisfacción obtenidos cabe considerar un número importante de variables:

- a) La expectativa y percepción del lugar y sus atributos
- b) La importancia de la actividad para la persona y la satisfacción de sus necesidades personales
- c) Los resultados esperados de la actividad
- d) El rol o el papel de las variables intervinientes tanto de naturaleza interna, referidas a las habilidades y factores personales para obtener deseos, como a las de naturaleza externa, referidos a las posibilidades y recursos que ofrece el ambiente a la persona para satisfacer sus deseos.
- e) La presencia de otros elementos significativos y la importancia atribuida.
- f) El grado de adaptación y ajuste del comportamiento individual, en tolerar la frustración de los objetivos iniciales.

Así, también los turistas usan diferentes tipos de vacaciones para satisfacer diferentes necesidades. Por consiguiente, la realización de unas vacaciones “satisfactorias” no es garantía de la repetición del uso y consumo de un destino turístico. En este caso, más bien será por el cambio de prioridades y de necesidades que motivan las vacaciones. Estas necesidades pueden ser motivadas no tanto por las experiencias pasadas, sino por otros factores, como económicos, o de estilo de vida, de ciclo de vida y de la interpretación y el recuerdo de la experiencia turística que junto con el tipo de personalidad y la experiencia adquirida puedan incidir en las elecciones turísticas y su participación en las actividades recreativas.

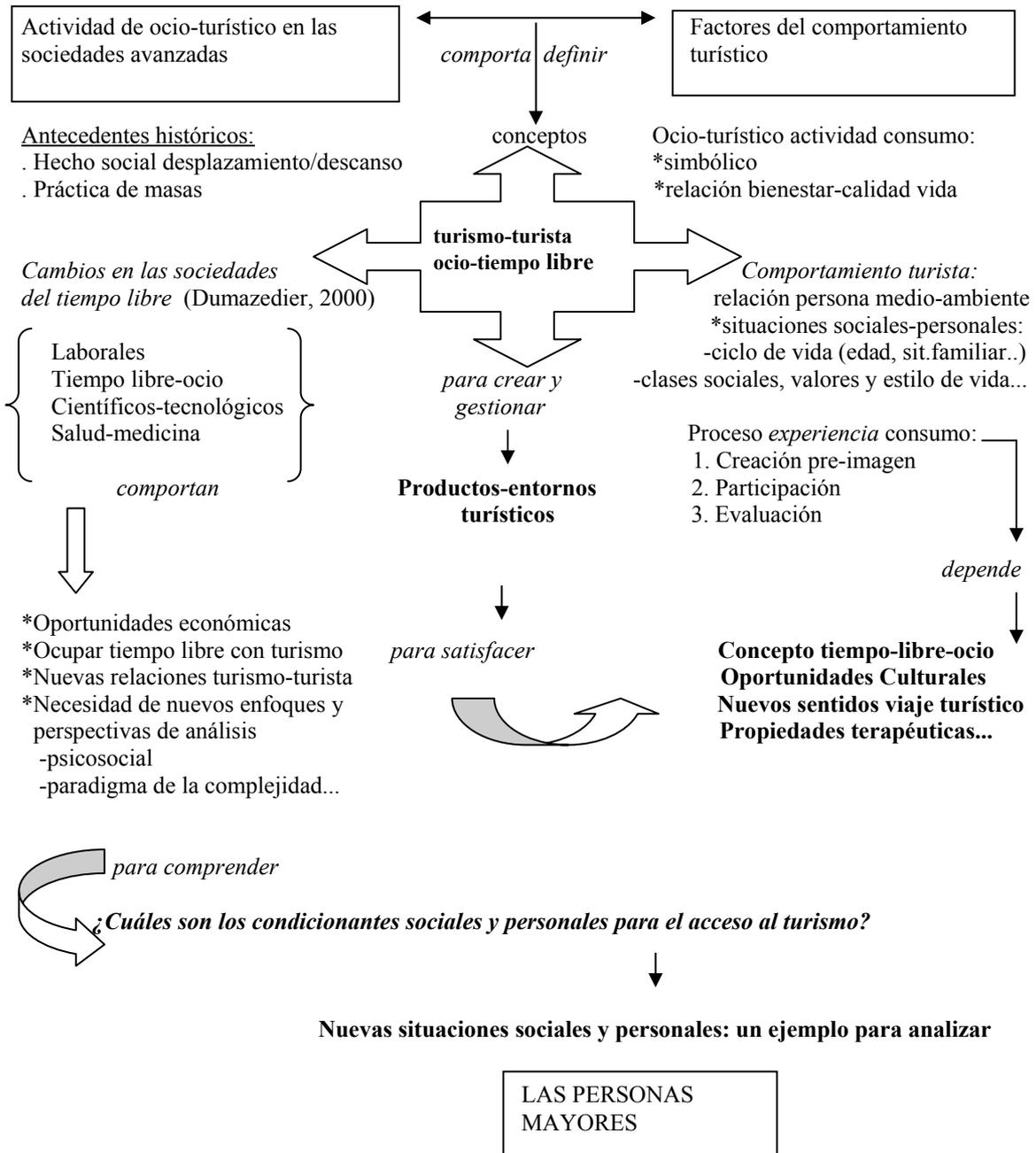
### 1.13. Reflexión final sobre el ocio-turístico en la sociedad actual.

El ocio-turístico ha evolucionado hasta nuestros días, extendiéndose a la mayoría de población, convirtiéndose en un *fenómeno social de impacto* con incidencia en la vida cotidiana de cualquier persona. El turismo comporta que millones de turistas decidan viajar hacia otro lugar, descubrir, experimentar y ocupar el tiempo libre. El comportamiento del turista está en íntima relación con sus *estados mentales*, su *concepción del tiempo libre y del ocio*, y las posibilidades que le proporciona su *entorno cultural*. La actualidad del ocio-turístico comporta nuevos sentidos a la *acción social de viajar*, se vincula con las posibilidades de encontrar *satisfacción, disfrute* y de una expresión *simbólica* personal y social. También, cada vez más se van conociendo sus propiedades “*terapéuticas*” proporcionando bienestar psicológico.

Por otro lado, las condiciones que facilitan el acceso a cualquier *consumidor turístico* están en función de múltiples aspectos sociales que pautan, estructuran las elecciones particulares y condicionan los procesos psicosociales. Los *grupos sociales* y las *personas* en función de su diferencialidad en status, valores, estilos de vida, ciclo de vida, edades, familia, etc... accederán al proceso de la *experiencia del consumo del turista*. La “tercera edad” o “personas mayores” gracias a las nuevas situaciones sociales y personales de su realidad cotidiana van a constituir un ejemplo a analizar, tal como veremos más adelante.

## Esquema-resumen de la parte I.

### El ocio-turístico como fenómeno social de impacto e incidencia en la vida cotidiana



## **2. LA PERSONA MAYOR Y EL ENVEJECIMIENTO**

Una vez considerados los aspectos más relevantes asociados a la actividad de ocio-turístico, su evolución como fenómeno en las sociedades avanzadas, sus enfoques y diversas perspectivas de análisis de esta práctica social, los procesos y elementos de esta experiencia consumida por el/los individuo/s y/o grupos, se hace imprescindible y clave considerar, por la temática abordada en este estudio, los diferentes aspectos que pueden caracterizar al colectivo de personas mayores, así como algunos de los principales resultados y aportaciones de la literatura que nos pueden ayudar a entender mejor sus particularidades.

Al enfrentarnos a la conceptualización del envejecimiento de la persona mayor en sus aspectos sociales, nos encontramos con varias cuestiones: ¿Cuándo puede decirse que un individuo es una persona mayor? ¿Qué quiere decir exactamente envejecimiento? ¿Qué aspectos delimitan y caracterizan la vejez? ¿De qué manera las personas en su desarrollo psicosocial enfrentan el envejecimiento?. Aunque no es fácil responder a estas preguntas, vamos a empezar delimitando que entendemos por persona mayor, cuales son los aspectos generales de “envejecer” considerados y finalmente haremos un repaso por las diferentes explicaciones teóricas de la vejez desde diferentes perspectivas, considerando especialmente la psicosocial.

### **2.1. Que entendemos por persona mayor.**

Hablar de persona mayor es muy relativo ya que el envejecimiento puede comenzar a diferentes edades en distintas personas. En nuestra sociedad suele coincidir con el inicio de la jubilación (Triadó, Martínez y Villar, 2000), aunque también puede darse el caso que una persona a los 50 pueda sentirse “mayor” y otra a los 70 pueda sentirse joven. Además, en función de la imagen simbólica del anciano, de su situación histórica, social y cultural se pueden relativizar incluso los

parametros biológicos, y considerar por ejemplo que una persona es anciana en torno a los 80 años (en nuestra sociedad) y en cambio en Sierra Leona lo es cuando tiene entre 36 y 39 por la expectativa de vida que existe allí (Sabater, 2000). Por otra parte, cuando se ha considerado un segmento atractivo para las actividades de marketing y consumo algunos estudios los consideran a partir de 55 años como veremos en el apartado 3.2.

La jubilación implica la finalización de la actividad laboral remunerada entre los 65 años y los 70 años, en los países industrializados, y tal como comenta Triádo et al., (2000) cada miembro de la sociedad posee un "status de edad"; es decir, una posición y localización de la persona dentro de su etapa de adultez, con un conjunto de derechos, obligaciones, demandas y expectativas. Por otra parte, se debe considerar que actualmente en muchas empresas se está avanzando la edad de jubilación hacia los 60 años (Triadó, et al., 2000). En relación a esto, algunos también han comentado que actualmente no es habitual la jubilación a los 65 años, sino la edad real está próxima a los 62 años (Valero, 2001). Así, desde que se planteó la necesidad de redistribución del bien escaso que es el trabajo, la entrada a una sociedad del ocio, se alargó exageradamente la formación de los jóvenes para retrasar su entrada en el mercado laboral, y al mismo tiempo se adelantó la jubilación (Pol, 2001: Racionero, 1983).

**La jubilación anticipada** actualmente plantea algunos problemas a los cuales la sociedad intenta buscar soluciones, como se ejemplifica en el caso de la "reducción de coeficientes del retiro", tal como plantea la periodista Mercedes Jansa en un artículo en el Periódico del 21 de febrero del 2001 titulado "Treball flexibilitzarà la jubilació anticipada". También, Pol (2001) señala al respecto la problematización de la vejez y la juventud, con unos efectos sociales negativos que requieren programas especiales de atención para estos grupos, que se suman a otros colectivos marginados tradicionalmente, y generan ámbitos de *Intervención Psicosocial*.

Por otro lado, otros también señalan en relación con el aumento de la esperanza de vida, la situación social de los países que cuentan con una población

envejecida y los distintos fenómenos y consecuencias sociales que ello comporta, o el "sobreenvejecimiento" ; el futuro de la sostenibilidad del sistema de pensiones (Flaquer, 2001) y/o el fenómeno de la dependencia (Valero, 2001) la posibilidad de posponer la edad de jubilación, hasta los 70 años por ejemplo. Esto, también se plantea con el fin de reducir el gasto sanitario y/o farmacéutico, en especial el uso que se hace de los servicios públicos y que les es imputado a las personas mayores, formando parte de un debate actualmente abierto, de cara a pensar en la sostenibilidad de las futuras generaciones, la definición social de la vejez y la edad en que esta debe o debería empezar (Pérez, 1995). En este sentido, Pol (2001) plantea que para reducir costes sociales, lo que a veces se llama *desactivación* progresiva del estado del bienestar, incluye también el *retraso en la jubilación*, generando al mismo tiempo un debate social (Flaquer, 2001; Machado, 2001; Valero, 2001). Este debate tiene que ver con el "presente y futuro del Estado del bienestar" condicionado por el cambio demográfico y el consiguiente estallido de pensiones, por su magnitud económica, por sus elevados costes sociales y ambientales (Pol, 2001) y la cuestión preocupante referida al gasto social de las personas mayores (Codorniu, 2000) el cual volveremos a comentar más adelante en el apartado 2.3.8.

Resulta difícil precisar en qué momento y a partir de que indicadores puede considerarse que una persona es mayor. Así, en esta acepción amplia nos vamos a referir a la última etapa de la vida. Así, tanto la edad exacta en que comienza como las distintas características de esta etapa y su duración, van a variar mucho de una persona a otra, puesto que las connotaciones socioculturales, los aspectos históricos y generacionales pueden tener incidencia en su delimitación. Esta última etapa de la vida se encuentra vinculada al proceso de envejecimiento en que se manifiesta en la persona a través de su estado tanto físico, espiritual como social. Por ello, el ser mayor puede ser considerado teniendo en cuenta el envejecimiento desde cuatro puntos de vista: cronológico, psicobiológico, psicoafectivo y social (Mishara. B.L y Riedel. R.G., 1986).

Se estima que para el año 2020 en España una de cada cuatro personas del total de la población será mayor de 60 años. Además, en las últimas décadas en los

países más desarrollados del planeta la esperanza de vida se sitúa en una media de 75 años (Garau, 1998). En los países de la Unión Europea la esperanza de vida al nacer llegaba ya a finales del siglo XX a los 81 años para las mujeres y a los 75 años para los hombres (Flaquer, 2001). España, tiene una de las expectativas de vida más altas: 75,3 años para el hombre y 82,5 años para la mujer (Machado, 2001).

### **Las personas mayores en España**

El mayor número de personas mayores es **urbano**. Según el censo de población de 1991 (Ministerio de Asuntos Sociales, 1995) los mayores de 65 años eran en esa fecha casi el 14% de la población y un total de casi cinco millones y medio de personas. Actualmente, la esperanza de vida para los que han cumplido los 65 se sitúa en los 82 años (Fundación Caja de Madrid, 1996). Según un artículo de opinión reciente (Vanguardia, 2001) se decía además que España tiene una de las expectativas de vida más altas: 75'3 años para el hombre y 82'5 años para la mujer. Se aprecia una mayor longevidad por lo que respecta a las mujeres con una ligera tendencia a irse incrementando. Entre los mayores de 65 la relación es de 6 a 4 y entre los mayores de 75 de 7 a 3 con respecto a los hombres. Además, los desequilibrios por edad y sexo se acentúan según el estado civil. Los hombres de más edad son fundamentalmente casados (muchos hombres que se quedan "viudos" se vuelven a casar con mujeres "jóvenes"), por tanto, viviendo en hogares de 2 o más personas. Las mujeres son principalmente "viudas", con la consecuente aparición de la *soledad*. A partir de los 75 años existe un viudo por cada 4 viudas y dos solteros para cada siete solteras. Además, según se avanza en edad la soltería aumenta proporcionalmente entre las mujeres y decrece en los varones (Fundación Caja de Madrid, 1996).

Con respecto a la salud existe un predominio de diagnóstico "positivo" subjetivo de salud, incluso entre los más viejos, entre quienes superan los 80 años (Ministerio de Asuntos Sociales, 1995). Además, también hay que considerar la tendencia al aumento en las jubilaciones anticipadas, lo cual significa que el "status

de persona mayor" posiblemente se avanze en edad cronológica

## **2.2. Aspectos generales del envejecer.**

Existe la tendencia al envejecimiento de la población mundial en un futuro muy próximo. Se comenta que hacia el año 2050 el 22% de la población mundial será mayor de 60 años, aunque esta proporción es menor en zonas menos desarrolladas, tales como Africa, Asia, etc... (Mc Guire and Tedrick, 2000).

El estudio de la vejez, por la prolongación de la duración media de la vida junto con el descenso de las tasas de natalidad que están invirtiendo las edades de la población, es una area de interés de los psicólogos evolutivos, por su incidencia en el desarrollo humano (Siguan, 1997; Triadó et al., 2000), aunque también plantea ámbitos de aplicación para la Psicología social aplicada (Pol, 2001). Desde una perspectiva psicosociológica y tal como indica Gognalons-Nicolet (1994) en el envejecimiento se articula un análisis fenomenológico de la relación Yo-Los demás, en la construcción de una identidad para sí mismo y las identidades de los demás, en un proceso común de socialización que estructura y orienta los comportamientos. Entre las dimensiones psicosociales de la vejez que afectan a la forma como envejecemos y vivimos esta prolongada fase de nuestra vida, esta desde la propia construcción social de la noción de vejez, la imagen de sí mismos que tienen las personas mayores, su autoconcepto, su identidad personal y social, así como los diferentes roles que ejercen, etc...

Envejecer, comporta al individuo el transcurrir por una serie de etapas de la vida en que se producen cambios tanto a nivel de desarrollo físico, psicológico como social. En este sentido y considerando que las personas luchan para ejercer control sobre los sucesos que afectan a su ciclo vital, destacamos las aportaciones sobre el ejercicio de eficacia personal y colectiva en sociedades cambiantes que se apoya en la teoría social cognitiva de la cual es precursor Bandura (1999). En relación a esto y haciendo uso del concepto de "auto-eficacia" se consideraría que las ideas que puedan tener las personas mayores en relación a su control personal y en concreto

sobre sus circunstancias vitales, podrán influir sobre su bienestar psicológico y sobre el sentido que pueden adoptar sus vidas. En esta misma línea conceptual, Elder (1999) añade que el “curso vital” se refiere en general al entretreído de trayectorias sociales graduadas en base a la época, como el trabajo y la familia, que están sujetas a condiciones cambiantes y a opciones futuras; y a transiciones a corto plazo que se extienden desde el nacimiento a la jubilación y a la muerte. Por otro lado, otras teorías consideradas del desarrollo como es la *Teoría de Constructos Personales* (TCP) (Kelly, 1995 citado en Botella y Feixas, 1990) enfatiza la reconstrucción de las experiencias hechas por el individuo a un nivel interno, las cuales promueven los cambios humanos, especialmente en la vejez (Botella et al., 1990).

El envejecimiento es un fenómeno multidimensional, en el sentido que las personas envejecen biológicamente, socialmente y también espiritualmente (Moschis, 1996 citado en You, 1999). Aunque, tal como comenta Siguan (1997) existen muchas formas de vivir el propio envejecimiento, así como varios modos de envejecer, contrastando con la regularidad del desarrollo infantil, sin desestimar las diferencias individuales. Tous y Navarro (1997) demuestran mediante datos descriptivos la existencia de “diferencias individuales” a tener en cuenta en el estudio del proceso del envejecimiento: sexo, edad, estado civil y personalidad (según las dimensiones extraversión y neuroticismo), además de considerar otros aspectos referidos a la salud física y psicológica en general.

El envejecimiento tal como indica y fue investigado por Triado (1997) es percibido por la mayoría de las personas mayores en términos de “declive”, y habitualmente se hace referencia más a las pérdidas que no a las ganancias. Por otro lado, recientemente se sostiene que el envejecimiento puede ser satisfactorio, y que la mayoría de los principales problemas que deben enfrentar los adultos mayores tienen que ver con el status y posición de tales personas en el orden social (Papalia, 1990). En particular, el área en que la vejez manifiesta más insatisfacción es la psico-social, sintiéndose personas menos estimadas, menos importantes y menos relacionadas que los adultos (Tous et al., 1997). Por otro lado, recientemente está emergiendo una nueva perspectiva de considerar la vejez llamada “gerontología

positiva" por el cual se ve el fenómeno individual y social portador de una serie de aspectos positivos –tanto a nivel del individuo como de la población- que han comenzado a ser estudiados y tenidos en cuenta por la gerontología y los gerontólogos (Fernández-Ballesteros, 2000), sin descuidar, por otro lado, las incidencias que esto implica en un presente y futuro para la psicología social en su contexto referido a nuevos escenarios y nuevos retos al intentar comprender la situación actual de nuestras sociedades (Pol, 2001) ya comentado en apartados anteriores.

En las sociedades actuales la última etapa de la vida está generalmente marcada por los cambios cualitativos que suelen comportar los 3 acontecimientos vitales más esenciales: la **jubilación**, la **viudedad** y el síndrome del "nido vacío".

En cuanto al ámbito psicosocial, envejecer conlleva la pérdida de algunos roles sociales que habían sustentado la propia identidad durante muchas décadas de la vida. También comporta aprender nuevos roles y hacer frente a nuevas situaciones sociales (Gognalons-Nicolet, 1994). Llega un momento en que la persona deja de trabajar y la probabilidad de perder amigos, familiares o la propia pareja aumenta a medida que nos hacemos mayores (Villar, 1997). La persona mayor debe afrontar los cambios, pérdidas o ganancias que le van apareciendo, además de verse obligada a ocupar y dar sentido al tiempo libre que de una forma más o menos repentina puede obtener.

Todo ello, puede incidir en la persona mayor en su bienestar psicológico, su calidad de vida, así como verse obligada a modificar los procesos de interacción social con su entorno.

### **2.2.1. El efecto generacional**

Las generaciones de más edad en nuestro país, van a poder reflejar un diferencial de comportamientos en base al periodo sociohistórico que les tocó vivir.

En este sentido, para interpretar la vejez es preciso también recurrir al concepto de *cohorte* o *generación*. Este concepto recoge dos ideas básicas señaladas por Pérez (1996): en primer lugar, que los hombres y mujeres nacidos en distintos momentos del tiempo viven y experimentan acontecimientos diferentes (por el propio efecto de la Historia o del cambio social); en segundo lugar, que las conciencias (o las vivencias) están estructuradas de alguna manera en función del tiempo, de manera que los mismos acontecimientos experimentados a diferentes edades producen también efectos diversos. Además, también se debería tener en cuenta que en función de la evolución de los valores sociales que existen a lo largo de todas las culturas, el papel de prestigio simbólico de los ancianos o personas mayores cambia e incide en las maneras de vivir, de pensar y de experimentar el envejecer (Sabater, 2000).

La **temporalidad** se considera un factor clave. Y en este sentido, el efecto generacional sitúa a un mismo grupo de individuos en relación a la estructura social, en un determinado ámbito sociohistórico, posibilitando o limitando determinadas vivencias y pensamientos y a su vez pudiendo generar también en un sentido positivo o negativo una tendencia hacia determinados modos de conducta, sentimientos y pensamientos a causa del peso que suponga esta adscripción temporal con los coetaneos de una misma generación (Pérez, 1996). Tal como comenta Triadó et al., (2000) no es lo mismo haber nacido a principios de siglo o en el año 2000; ni tampoco no es lo mismo haber pasado por una guerra civil que no haber pasado por esta vivencia.

La generación actual de personas mayores de 60/65 años ha sido afectada de lleno por dos revoluciones: primero la industrialización y luego la era de la informática, con las impresionantes transformaciones y exigencias que conllevan ambas. En cuanto a la industrialización se destacan tanto efectos positivos como negativos. Por un lado, se pueden encontrar las personas mayores (que hoy cuentan con más de 60 años de edad) que fueron marcadas por los movimientos sociales migratorios, accediendo a mayores bienes culturales y materiales. Ello, también les abrió a nuevas formas de socialización en un medio abierto y pluralista (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 1996). Por otro lado, algunos efectos negativos serán la

desestructuración, desarraigo, pérdida de identidad y proceso de individualización al entrar en una nueva sociedad más competitiva, con formas de vida e identidades culturales nuevas (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 1996).

Por otro lado, también los que experimentaron los duros acontecimientos y privaciones materiales y culturales derivados de la guerra civil española y de los años de postguerra. Asimismo, los largos años de dictadura no constituyeron el espacio más idóneo para propiciar la libre asociación y participación de los grupos sociales (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 1996). Todo ello hace que la participación de las personas mayores en actividades de tipo recreativo y cultural sea muy escaso, por ejemplo, como se comentará en los siguientes apartados. Los datos que se mostraron en el simposio sobre la ancianidad en el año 2000 informan del 9,95% de personas de más de 65 años afiliadas a asociaciones (Hombrados, Martimortugués, Perles, Luque y Luque, 1995).

Estas últimas generaciones (los que cuentan con más de 65 años) consideran que alcanzan la vejez en mejores condiciones que las generaciones anteriores. También, creen que sus posibilidades de actividad y disfrute evolucionan positivamente (Ministerio de Asuntos Sociales, 1996). Han debido adaptarse a una constante innovación en todos los terrenos de la vida y que choca fuertemente con los mitos asociados a la edad avanzada (Fernández-Ballesteros, 1992) como es el de resistencia y dificultad para los cambios, entre otros. A las consecuencias derivadas de los estereotipos de la vejez, la percepción de una imagen social deficitaria, tanto para el conjunto de la sociedad como entre las propias personas mayores, se une la realidad de su escasa dotación formativa. Un 88% según datos del Inmerso (1995) no alcanzaron el nivel de estudios primarios.

### **2.2.2. La jubilación y el tiempo libre**

La jubilación ha sido creada e inventada por el modo de producción capitalista, para permitir a un elevado número de personas de edad sobrevivir sin trabajar. En nuestras sociedades actuales, llegada una cierta edad, a las personas

por imposición obligatoria de la sociedad se les somete a efectuar una transición en su vida "laboral" al estado de "jubilación", la cual conlleva diversas connotaciones más allá del cese del empleo. El incremento del número de jubilados en las sociedades industrializadas, el incremento de la esperanza de vida sitúa a la jubilación como un fenómeno social que incide en la última etapa del curso de la vida.

Asimismo, la cuestión del gasto sanitario y/o farmacéutico, imputado a las personas mayores (comentado en el apartado 2.1.) especialmente a partir de la jubilación es mucho más preocupante (Pérez, 1995). Aunque algunos opinan que al estimar el consumo sanitario y farmacéutico de las próximas generaciones deberían ser considerados los aspectos siguientes (Pérez, 1995):

- el estado de salud y las pautas de consumo sanitario están estrechamente vinculadas a la historia colectiva de cada generación y el recurso al sistema sanitario forma parte del estilo de vida.
- las necesidades sanitarias como las demandas hacia los sistemas públicos pueden variar sustancialmente en las próximas generaciones
- tanto los recursos sanitarios como los farmacéuticos actualmente son utilizados con frecuencia como servicios de ayuda psicológica, para paliar problemas de soledad e incomunicación.
- además, el hecho de que se llevara a cabo un tratamiento y uso más eficiente de los recursos sanitarios, así como el control de otros fraudes que se puedan producir ayudaría a reducir en un futuro este gasto.

Markides y Cooper (1987 citado en Morales, 1999), revisando diversos estudios que analizan la jubilación en sociedades industrializadas, llegan a la conclusión de que la jubilación no ha de llevar necesariamente al empobrecimiento de la salud, a la muerte ni tampoco a declinar los niveles de bienestar psicológico del individuo, aunque, evidentemente, aparecen una serie de cambios sensoriales, psicológicos y sociales a tomar en consideración. De hecho, en función del uso que hacen las personas mayores de su tiempo libre se han asociado consecuencias

positivas para la jubilación tal como se comentará en el apartado 2.2.3 referido a la calidad de vida en esta etapa de la vejez, así como sus efectos en la socialización (ver apartado 2.2.4).

Tal como señala Casals (1982 citado en Berjano y Llopis, 1996) se puede entender por jubilación el hecho de interrumpir bruscamente la actividad laboral o profesional desarrollada durante la vida o una parte importante de la vida por causa de la edad. Con ello, el elemento definitorio es la edad y no la condición física o psíquica del trabajador. Por otro lado, también es necesario considerar la existencia de una globalidad de circunstancias que pueden llevar a una persona a una situación de jubilación, desde una jubilación flexible, voluntaria o forzosa (e.g., ver Berjano, y Llopis, 1996). De hecho y tal como comenta Buendía y Riquelme (1994) la jubilación va a tener distintos significados, dependiendo de un amplio campo de actitudes, creencias y circunstancias personales. Para algunos puede suponer disponibilidad de tiempo para hacer lo que uno desea, para otros puede ser percibida como la pérdida de un rol funcional en la sociedad.

Acthley (1977) ha conceptualizado la jubilación como un **proceso**, un **acontecimiento** y un **rol**. En cuanto a proceso supone el paso del desempeño de un rol (el de trabajador sometido a normas objetivas) al desempeño de otro (el de jubilado) y que comporta igualmente una serie de normas pero en este caso de índole subjetivo. Se han distinguido varias fases, las cuales suceden para la mayoría de las personas:

- a) **Pre-retiro**, en donde la persona tiene una serie de expectativas hacia el hecho de jubilarse. Es en esta fase, donde se hace especialmente importante la preparación a la jubilación (e.g. ver Berjano et al., 1996)
  
- b) **Luna de miel**, periodo eufórico en el que la gente intenta hacer todo lo que no había podido hacer antes. Se suele ocupar el tiempo con actividades de ocio, obligaciones familiares, entre otras.

- c) **Desencanto**, suceden problemas económicos, de salud y de ejercicio de la libertad nueva. Puede dar lugar a descontento y frustración de las expectativas anteriormente construidas (pre-retiro).
- d) **Reorientación**, se realiza un esfuerzo para ser realista e ir desarrollando rutinas aceptables y abiertas; se comprende este periodo de jubilación por su específico modo de vida y los roles nuevos que obliga a reestructurar.
- e) **Estabilidad**, se logra mantener el ajuste entre las actitudes y las posibilidades reales.

Así, por lo que respecta al cambio de rol y tal como indica Moragas (1991 citado en Berjano et al., 1996) socialmente al rol de jubilado la sociedad contemporánea no le ha reconocido un papel social como lo hacían muchas sociedades primitivas o medievales, donde el fin de la actividad guerrera o artesanal no suponía la pérdida de estatus social. La jubilación como "rol" implica asumir y reconocer un nuevo rol con nuevas responsabilidades, estatus y prestigio social, de naturaleza ya no laboral.

La jubilación, a menudo puede suceder de forma tan rápida que se puede convertir en un simple suceso o acontecimiento (Mishara, y Riedel, 1986). Un acontecimiento que suele constituir un momento crítico de la vida, en donde pueden producirse cambios debidos a las posibles pérdidas de ingresos, de identidad profesional, de status social, de relaciones con los compañeros de trabajo, y de estructura cotidiana del tiempo. Además, y como consecuencia de todo ello, puede también afectar a las relaciones conyugales, y a otras dificultades de orden físico y psicológico que modifiquen el estado vital de la persona.

Además, con respecto a la jubilación las personas y los grupos mantienen tanto creencias, actitudes, expectativas y estereotipos negativos que inciden tanto en el comportamiento de los propios jubilados como en las acciones y actividades que se realizan para prepararse para la jubilación o para enfrentar esta etapa del

ciclo vital. Así, según un estudio realizado por Berjano et al., (1996) con el objetivo de evaluar las expectativas de las personas mayores ante la jubilación y conocer las actividades de ocio que realizan con más frecuencia, concluyen que la jubilación no afecta de manera igual a todas las personas. No se pueden generalizar ni las expectativas ante la jubilación, ni las consecuencias derivadas de la misma. Consideran que la jubilación es un evento individual para cada sujeto y que influirá en su vida, en función de su propio proceso de desarrollo individual. Este, puede estar mediatizado por la influencia de la **comparación social** con sus iguales, por el sexo del trabajador (por ejemplo, las mujeres tienen una mejor imagen de la jubilación y de sus consecuencias que los hombres). También, por la circunstancia de vivir en pareja, o bien encontrándose viviendo solos (viudos o solteros) (los casados la suelen percibir mucho mejor) y por el tipo de actividad laboral desarrollada por el trabajador, así como por la influencia de los estudios.

La jubilación, por ejemplo, puede obligar a ingresar en un nuevo estadio y a tener que reorganizar la vida, reemplazando el trabajo por distracciones. Tal como señala el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, (1996) el tiempo libre que comporta la jubilación no se traduce en tiempo disponible, la *actitud* condiciona la disponibilidad, así como dependiendo tanto del tipo de trabajo que se haya ejercido puede ser más o menos costosa la adaptación de la persona mayor (Triadó et al., 2000). Por lo que se refiere a las actividades de ocio, tanto el ocio como el aprovechamiento del tiempo libre se encuentran directamente unidos al significado de la jubilación (Berjano et al., 1996).

Mediante la jubilación la persona mayor se libera tanto de la actividad profesional como de algunos de los principales compromisos familiares. El paso por el estado de jubilación puede comportar tanto consecuencias positivas como negativas, facilitadoras o reductoras de la realización de ciertos tipos de actividades por parte de las personas mayores.

En la encuesta realizada por el Ministerio de Asuntos Sociales (1995) en una muestra de personas mayores de 65 de la población española, trataron de explorar precisamente que ocurría al respecto de la probable desvinculación social; la toma

de decisiones restrictivas en el gasto y los cambios efectivos en las condiciones de vivienda; y la potencialidad del paso a la jubilación para nuevas formas de ocio y entretenimiento.

Los resultados aportaron que una mayoría no disminuyó su contacto social y entre la minoría el factor edad, más propio de las limitaciones del envejecimiento, estaba ejerciendo su efecto. Con respecto a restringir el gasto y a realizar cambios efectivos en la vivienda sólo una minoría resultaba claramente afectada en restricciones especiales que no fuera disminuir o prescindir de algo que antes se consideraba necesario. Entre esta minoría, se encontraban los que vivían en medio urbano y se asociaba también el "*dejar de viajar o ir de vacaciones*" por tratarse de una pauta más bien *urbana*. Aunque, se comenta que una cierta propensión a realizar viajes turísticos o participar en asociaciones, ambas actividades ligadas a la oferta pública de estos servicios, podría entenderse como indicios de que, en el próximo futuro, los mayores tenderán a dotar a su vida de post-jubilación de un contenido más activo en su tiempo de ocio, fuera de las actividades propias de mantenimiento personal y cuidado del hogar (Fundación Caja de Madrid, 1996).

Y por último, en lo que se refiere a la potencialidad para iniciar nuevas actividades a partir de la jubilación el 90% negó que hubiese iniciado alguna actividad nueva de tipo cultural, artístico, social o turístico, actividad que no hubiera realizado antes. Estos datos pusieron en evidencia que apenas se da innovación en los hábitos de los mayores a partir de la edad de jubilación, y que quienes por ejemplo no habían realizado turismo o deporte tampoco se iniciaban en la jubilación. De hecho, tal como comenta Roberts (2000) al producirse cambios en las circunstancias de la vida ya sea por desempleo, separación, volver a casarse o jubilación, las personas ajustan sus rutinas de ocio previamente asimiladas más que introducir innovaciones en sus patrones de comportamiento. Se actúa posiblemente condicionados por las inercias adquiridas, falta de estímulo o pérdida de la capacidad física (Fundación Caja de Madrid, 1996). Por otro lado, en investigaciones anteriores realizadas pudimos observar, por ejemplo, la existencia de diferencias significativas entre los que practicaban deporte y los que no lo practicaban, concretamente en el tipo de creencias mantenidas, así como en el hecho de tener

una percepción de salud y una autoimagen más positiva (Armadans, Pérez y Franco, 1998). Lo cual puede significar que por el mero hecho de mantenerse “activas” las personas mayores y especialmente una vez jubiladas, esto les va a producir cambios en sus percepciones de si mismos y de la vida en general.

### **2.2.3. Calidad de vida y bienestar en la vejez**

La calidad de vida a nivel general se ha relacionado con el hecho de conseguir la felicidad, (Pol, 1987; San Martín, 1997; Moreno et al., 1999; Hernández et al., 2001), con la satisfacción vital, el bienestar psicológico, la calidad de la interacción social, la presencia o ausencia de sentimientos, como el dolor o la soledad u otros correlatos, etc... y es medida en función del grado en que las personas individualmente consiguen satisfacer sus deseos y expectativas (Rodríguez, 1995). Si bien la búsqueda de satisfacción y bienestar, es consustancial a la vida misma, el término “calidad de vida”, aunque se utiliza frecuentemente en nuestra época, comporta el considerar no solo aspectos meramente subjetivos (valoraciones, juicios, sentimientos, etc.) sino también otros de tipo objetivo (servicios con los que cuenta la persona, nivel de renta, actividades que realiza, etc.), con las diversas relaciones entre ellos. Por ejemplo, referido a los aspectos subjetivos, un factor personal como la salud, puede estar íntimamente asociado con los servicios sociales de salud, recursos y medios disponibles (Fernández-Ballesteros, 1996). Asimismo, un factor objetivo como el apoyo social disponible puede estar asociado con el disfrute en las actividades de ocio y sus correspondientes valoraciones, juicios y sentimientos.

En el concepto de “calidad de vida en la vejez” estudiado tanto teóricamente como empíricamente por Fernández-Ballesteros (1997) destaca su **multidimensionalidad**, estando en dependencia del contexto o de ciertas circunstancias del individuo, momentos o situaciones que la persona experimenta. Así, las condiciones que integran la calidad de vida en la vejez según Fernández-Ballesteros (1997) son las siguientes: **la salud** (tener una buena salud), **las**

**habilidades funcionales** (valerse por sí mismo), **las condiciones económicas** (tener una buena pensión y/o renta), **las relaciones sociales** (mantener relaciones con la familia y los amigos), **la actividad** (mantenerse activo), **los servicios sociales y sanitarios** (tener buenos servicios sociales y sanitarios), **la calidad en el propio domicilio y en el contexto inmediato** (tener una buena vivienda buena y cómoda y calidad de medio ambiente), **la satisfacción con la vida** (sentirse satisfecho con la vida) y **las oportunidades culturales y de aprendizaje** (tener la oportunidad de aprender cosas nuevas).

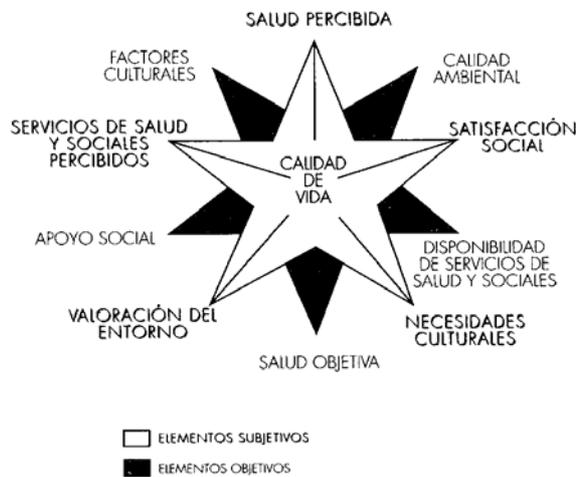
La vida es ontológicamente multidimensional y su calidad habrá de serlo también (Blanco, 1985 citado en Fernández-Ballesteros, 1996). Así, por tanto la calidad de vida (como la vida misma) integra *variedad de condiciones tanto subjetivas como objetivas en las que las personas perciben y evalúan sus condiciones de vida y en continua dependencia de los contextos* en los que pueda ser evaluada. Todo ello, implica que habrán de contemplarse tanto factores personales (la salud, autonomía, satisfacción), así como factores socio-ambientales (las redes de apoyo, los servicios sociales, etc.). Las siguientes figuras (3 y 4) muestran la imbricación entre estos factores.

**Figura 3. Multidimensionalidad de la Calidad de Vida: Factores personales y socio-ambientales.**



**Fuente: Fernández-Ballesteros (1992)**

Figura 4. Elementos objetivos y subjetivos de la calidad de vida



Fuente: Fernández-Ballesteros (1992)

La vejez es uno de los contextos en los que la calidad de vida más se ha investigado; la asunción general es la de que las personas mayores experimentan- a lo largo de la vejez- una serie de pérdidas o disminuciones de las condiciones o ingredientes que comúnmente están involucradas en la vida y que, por tanto, la calidad de vida de los mayores se resiente (Fernández-Ballesteros, 1997). En este sentido, y tal como comenta la misma autora la edad parece ser una condición personal determinante de la calidad de vida y gran parte de los estudios se refieren a esta condición bio-psico-social. Los últimos años y su calidad de vida no pueden entenderse plenamente sin conocer el curso vital previo (Elder, 1999).

La calidad de vida en las personas mayores tiene un perfil específico en el que no intervienen factores propios de otros grupos edad, por ejemplo, referidos al trabajo (e.g., ver Ruiz y Baca, 1992, citado en Fernández-Ballesteros, 1997), y donde aparecen otros idiosincráticos que tienen que ver, por ejemplo, con el mantenimiento de las habilidades funcionales o de autocuidado. Así, la **salud y el**

**valerse por sí mismo** (o habilidades funcionales) y en segundo lugar el **"tener una buena pensión o renta y mantener buenas relaciones sociales y familiares"**, son aspectos relevantes para las personas mayores (Fernández Ballesteros, 1996). Las *relaciones interpersonales* en el proceso del envejecimiento, tienen una importancia psicológica fundamental ligada a la calidad de vida y al bienestar de los ancianos (Martinez, 1997).

Numerosos estudios confirman la evidente relación entre medidas objetivas y subjetivas de la salud (Fundación Caja Madrid, 1996). En general, las personas mayores informan de tener buena calidad de vida y una valoración de la salud subjetiva algo más pesimista (17%) que los de la población en general (7%) (Encuesta Nacional de Salud, 1993, citado en Fundación Caja Madrid, 1996). Destacar que conforme aumenta la edad, la posición social es más baja, o por el hecho de ser mujer se valora peor la salud y se realizan menos actividades (Fernández-Ballesteros, 1996). También, considerar que a mayor nivel de estudios existe mejor valoración de la salud (Fundación Caja de Madrid, 1996). Por otro lado, en general se podría considerar que las personas que habitan en sus propios domicilios en lugar de las residencias y además viven en localidades pequeñas, se consideran más válidas y autónomas y tienen más contactos interpersonales y satisfacción con la vida (Fernández-Ballesteros, 1996).

Por otro lado, ha sido también estudiado el *autoconcepto* y la calidad de vida en personas de edad como dos aspectos importantes en esta población y su influencia en el proceso de envejecimiento, además de la edad. Se obtuvieron dos patrones de respuesta: uno más saludable de mujeres, viudas y de más edad y viviendo en una institución, otro menos saludable que son hombres, casados, más jóvenes y viviendo en casa o con la familia (Ortuño, 1996).

Todo ello, parece indicar que en el contexto de la vejez la calidad de vida depende tanto del contexto de referencia y los factores objetivos (el vivir en un lugar u otro, el disponer de determinado apoyo social, etc.), como de los ingredientes más subjetivos que lógicamente priorizan aquellos aspectos que pueden estar

amenazando la propia supervivencia (la salud, la autonomía...) o a la propia existencia psicosocial (los vínculos familiares y sociales, la economía...).

De todos modos, de manera directa o indirecta otros factores pueden también incidir en estos aspectos mencionados, como es por ejemplo, el **uso que hacen los adultos de avanzada edad de su tiempo libre** (Harahousou, 2000). Las actividades de ocio así como la *participación social* de las personas mayores han sido relacionadas de manera positiva con la calidad de vida, las consecuencias positivas de la jubilación. Diversos estudios demuestran la contribución de una vida activa a una jubilación satisfactoria (McGuire and Tedrick, 2000) y a mayor satisfacción en el ocio de estas edades mayor bienestar y satisfacción en la vida (Roelofs, 1999). Con ello se consigue, dotar de significación este periodo vital como resultado de las interacciones con otros/as significativos/as y el poder recuperar memorias pasadas (Kleiber, 1999). Gutiérrez (1990) en un estudio realizado con residentes en un centro público del Insero (en la actualidad Imsero) encontró que las personas que no realizaban actividades de tiempo libre se valoraban negativamente, se sentían inútiles, se resignaban y aceptaban de forma conformista su situación, percibían el paso del tiempo como una carga, experimentaban la vejez negativamente y tenían un intenso sentimiento de soledad. Sin embargo, aquellos que participaban en actividades de ocio se valoraban positivamente y estaban motivados, poseían una alta autoestima y se sentían satisfechos y orgullosos con lo que hacían durante el ocio.

También ha sido estudiada la relación que existe entre la *participación social* de la persona mayor (e.g., community service and social life participation) al final de la vida y sus niveles de satisfacción con la vida. Harlow and Cantor (1996) observaron que las personas mayores que participaban socialmente también estaban más satisfechas, tenían más *control de su salud*, se veían a "sí mismas" con *más vitalidad*, percibían "*soporte social*", presentaban *diferencias individuales en sociabilidad* ("congeniality") como en el tipo de *afiliaciones organizacionales* y en relación a la satisfacción obtenida con sus ocupaciones laborales o el nivel de identificación "*status work*" (especialmente los hombres) se creaban *expectativas y oportunidades* hacia la última fase vital de su vida.

En este sentido, *la influencia del asociacionismo* también fué estudiado y se vió que los que pertenecían a algún tipo de asociación también percibían la jubilación con consecuencias más positivas (Berjano, Corts, Llopis, 1995).

El ocio constituye un medio motivador de la *participación social* del colectivo de tercera edad, y un determinante directo y positivo de la calidad de vida de este colectivo (Espejo, López, Vega, 1998). Kelly (1997) por ejemplo también comenta que existen muchas evidencias que permiten sugerir que el ocio y la recreación son importantes elementos de la calidad de vida en el retiro. La participación en actividades físicas ha sido relacionado con mantener un estilo de vida saludable, mejorando el estado anímico, reduciendo la ansiedad, la depresión e incrementando el soporte social (Patterson and Chang, 1999). En esta línea, por ejemplo Codina, Jimenez y Rufat (1995) destacan los beneficios que tiene la práctica deportiva para las personas mayores en los últimos años de vida, y la necesidad de investigar más en concreto sus necesidades y requerimientos. Así, el tipo de actividades que realizan, el significado de estas, y las interacciones sociales contribuyen a la satisfacción en el retiro (Kelly, 1997; Harahousou, 2000). Kelly (1997) comenta que en la mayoría de las personas mayores, tanto el tipo de actividades que realizan como sus interacciones sociales son una extensión, en cuanto a pautas de comportamiento, de la propia historia significativa, que han ido desarrollando a lo largo del curso de la vida.

Steinkamp y Kelly (1987), por ejemplo, demostraron, después de llevar a cabo un sondeo telefónico, que la satisfacción vital está correlacionada con actividades sociales y turísticas para las personas del grupo de edad entre 65-74 años, y con la familia y las actividades de ocio realizadas en el hogar para las de más de 75 años.

En definitiva, la calidad de vida y el bienestar en la vejez va a ser el resultado de las evaluaciones tanto subjetivas como objetivas de las condiciones de vida en continua evolución e interacción con el particular desarrollo personal y las posibilidades que ofrezca el entorno.

#### **2.2.4. La socialización en la vejez.**

Vander Zanden, (1986, pág. 126) plantea que la *socialización es el proceso por el cual los individuos, en su interacción con otros, desarrollan las maneras de pensar, sentir y actuar que son esenciales para su participación eficaz en la sociedad*. Existen diferentes maneras de concebir la socialización según la perspectiva adoptada. Por ejemplo, se puede considerar la idea de “influencia unidireccional” (de la sociedad al individuo) o “bidireccional” tal como es defendido por Schaffer (1989) con el “modelo de mutualidad”, se defiende la idea de la persona como “agente activo” en regular y dirigir su comportamiento por la propia motivación intrínseca que interactúa con estas fuerzas externas.

La socialización permite afrontar demandas de una sociedad cambiante a lo largo del ciclo vital y permite el ajuste de la persona en sus valores, ideas, creencias, capacidades, comportamientos, etc... Todo ello, hace que tanto el individuo como la sociedad mediante el proceso de socialización logren perpetuarse, adaptar sus estructuras sociales y hacer que las personas adquieran los estilos de vida necesarios para su desarrollo.

La socialización como proceso tiene lugar a lo largo de todo el ciclo vital de la persona, y no se detiene en una determinada edad. Esta permite a la persona desarrollar los comportamientos adecuados, así como la construcción de “uno mismo” (self) en relación con los requerimientos de su entorno social. Las influencias externas interactúan con la motivación intrínseca de la persona y la auto-dirección de “uno mismo” (self), a lo largo del ciclo vital, para lograr una participación en la sociedad (Kleiber, 1999). Por tanto, esta presente en todos los momentos de la vida en que las personas deben enfrentar cambios.

Para ello, los “agentes de socialización” tal como señalan León, Barriga, Gómez, González, Medina y Cantero, (1998) entendidos como *las instituciones y los individuos que tienen las atribuciones necesarias para valorar el cumplimiento de las exigencias de la sociedad y disponen del poder suficiente para imponerlas*, van a

canalizar la socialización. Estos, van a incidir en dotar a la persona mayor, a través de los procesos de interacción social, de las pautas de comportamiento necesarias para hacer frente a los propios peligros y dificultades que podría comportar la vejez, tales como aislamiento, negación del envejecimiento, rutina, aburrimiento, dependencia, enfermedades psíquicas y somáticas (Conde, 1997). De hecho, el ocio mismo puede servir como un agente de socialización importante y positivo para la vejez, tal como se comentará más adelante en el apartado 3.1.

La vejez vista como un **periodo de desarrollo y de cambio** esta marcada por los procesos siguientes (Gognalons-Nicolet, 1994):

- una interiorización creciente
- un cambio y una complejidad cada vez más grande de las experiencias vividas
- cambios en la perspectiva temporal
- cambios en todo lo que concierne al dominio del entorno

Durante este periodo de "transición" las personas se enfrentan al proceso de envejecer a través de una mejor utilización del "sí mismo", deben replantearse su identidad, su individualidad y el sentido y significación de su propia vida. La transformación de las exigencias sociales les conciernen personalmente, como es por ejemplo el cambio de roles (ej. de "trabajador a jubilado"; de "padre a abuelo"...). Además, se enfrentan a las propias limitaciones "biológicas", a los cambios en la propia situación familiar (ej. "pérdida del conyuge"; "abandono de los hijos", etc.) y al inevitable acercamiento de la muerte. Todo ello puede generar incertidumbre, falta de control y necesidad de adaptación a una nueva situación social.

Por otra parte, la vida de las personas mayores (sus gustos, preocupaciones, distracciones, tiempo disponible, etc.,) conforma su estilo de vida, su realidad cotidiana y su realidad vivida puede también ser fruto de una "construcción social de la realidad" tal como señala Sousa (2000). Dicha construcción entiende que esta realidad cotidiana y vivida es por un lado fruto de los límites y exigencias impuestos

por las estructuras sociales, pero también mediante las prácticas de la vida se crean y recrean estas estructuras.

Especialmente en la última etapa de la vida se ha señalado que las actividades de ocio pueden facilitar o servir por sí mismo como un agente de socialización, especialmente una vez que la persona se ha jubilado (Harahousou, 2000). La ocupación del tiempo libre mediante actividades de ocio, en las personas de edad avanzada, ayuda a adquirir nuevas funciones sociales y a utilizar el tiempo con un mejor aprovechamiento (Arbelo y Hernández, 1981, citado en Hombrados, 1993). La mayoría de las personas de la tercera edad continúan residiendo donde lo hacían antes de jubilarse y se han socializado en un número de destrezas de ocio gracias al tiempo del que disponen a raíz de la jubilación (Godbey, 1994, citado en Harahousou, 2000)

La vejez viene acompañada de cambios: unos suceden en el propio entorno social de la persona y tienen un origen social y/o familiar, otros los podemos situar en el interior del propio individuo, en la autopercepción de sus capacidades, identidades y control personal (Bandura, 1999; Botella et al., 1990). A su vez, un hecho "universal" diferenciador de esta etapa lo constituye la "*cercanía de la propia muerte*" conforme avanzan los años (Conde, 1997). Estos cambios se presentan con intensidades y significaciones distintas, en función de las diferencias individuales y sociales y de la dimensión evolutiva. Algunos autores (Conde, 1997) han distinguido entre estas etapas evolutivas:

- a) **Jubilación**, entre los 60 y 65 años. Se efectúa la transición y adaptación a la nueva situación. Se piensa en las actividades que sustituirán al trabajo y las ocupaciones anteriores y se efectúan las previsiones necesarias para el resto de la vida.
  
- b) **Vejez**, entre los 65 y 80 años. Ha sido llamada también de "Tercera Edad". Si el estado de salud y las capacidades intelectuales lo permiten se aprovecha este periodo para vincularse a actividades propias de esta etapa o a seguir cultivando

relaciones familiares y/o sociales anteriores.

Por otro lado, el crecimiento de esta franja de personas de mayor edad, ocasiona el fenómeno social ya comentado en el apartado 2.1. de "sobreenvjecimiento" el cual genera elevadas demandas de servicios sociales y sanitarios. Debido a la mayor tasa de supervivencia femenina, la mayoría de estas personas ancianas son mujeres, a menudo con una salud precaria y también con escasos recursos económicos y tal como comenta Flaquer (2001) al tener en cuenta la erosión de las formas tradicionales de apoyo familiar, este problema puede comportar cada vez mayores *costes sociales*.

c) **Vejez asistida**, a partir de los 80 años (Aranguren, 1992 citado en Conde, 1997), la cual ha sido llamada también "Cuarta Edad". Esta etapa se suele presentar con problemas de salud y necesidades de soporte y apoyo, ya sea familiar o institucional. Se suele evidenciar de forma notable el "declive" en los diferentes aspectos humanos, aunque la historia previa y las diferencias individuales podrán tener un papel destacado en ello, tanto en positivo como en negativo.

Esto, está relacionado también con otra cuestión social ya comentada en el apartado 2.1. llamado "el fenómeno de la dependencia", referido a la necesidad de atención por parte de terceros a personas que no pueden valerse íntegramente por sí mismas. Asimismo, los esquemas familiares de nuestra sociedad (pocos hijos, trabajando los dos miembros de la pareja, etc...) complican aún más la solución a este problema (Valero, 2001).

Por otra parte, los cambios a nivel general, más significativos que van a comportar en las personas mayores una reestructuración de pautas, valores, comportamientos, actitudes, etc. y por consiguiente una socialización van a ser: **La pérdida del trabajo, La situación familiar, El self y la propia cercanía de la muerte.**

## **La pérdida del trabajo**

El trabajo ha ocupado y estructurado la mayor parte del tiempo de las anteriores etapas vitales. Ha sido fuente de status, de roles asociados, y de presencia de determinadas relaciones sociales significativas. Es configurador de la vida de las personas mayores, en mayor o menor medida en función, también, del factor generacional y social. Las sociedades actuales, sitúan el "status de los individuos" en el empleo. Todo ello, supone una pérdida de vinculación social, que ocasiona efectos en el comportamiento de las personas mayores. Triadó et al., (2000) comenta además, que si la identidad y la autoestima de la persona deriva del propio trabajo o se siente identificada con el trabajo ejercido, las pérdidas en términos psicológicos serán aún más grandes. Además, en función del tipo de trabajo y su "status asociado" puede conformar tanto un tipo de actitudes hacia la "jubilación" como una diferente disposición hacia determinadas actividades que ocupen el tiempo libre.

El trabajo es visto desde la psicología social aplicada como un patrón regulador, como contexto fundamental de las relaciones sociales e interpersonales, organizador del espacio-tiempo antropológicos y del ciclo vital de los individuos. Algunos lo consideran ***circunstancia vital de primera clase*** (Rodríguez, 1990 citado en Blanch, 1996), dimensión constitutiva de la condición humana (Arendt, 1958 citado en Blanch, 1996), un bien escaso relacionado con la denominada "crisis del Estado del Bienestar" y el envejecimiento de la población (Pol, 2001), un fenómeno imprescindible para satisfacer necesidades ineludibles humanas. Por tales razones, la pérdida del trabajo en las personas mayores va a estar vinculado al significado de su experiencia de trabajo, en sus valores y normas sociales ancladas en su personalidad, a los factores situacionales que han conformado su status laboral y que han incidido en su comportamiento y motivaciones y el posible impacto psicopatológico de la experiencia de desempleo o lo que es lo mismo la pérdida de su situación activa laboral (Blanch, 1996).

### **La situación familiar**

A medida que la persona envejece, también la familia suele experimentar cambios en sus funciones y en sus relaciones. Según Martínez (1997) en el proceso de envejecimiento en el marco de la familia se producen cambios en torno a los siguientes aspectos:

- a) *Las relaciones sociales cambian a lo largo de la vida volviéndose más íntimas y centrándose en el ambiente familiar.* Por esta razón la persona mayor, en la última etapa de la vida se relaciona fundamentalmente con su grupo familiar.
- b) *El grupo de pertenencia que más se mantiene en la vejez es la familia "consanguínea" en primer lugar, y en segundo lugar los componentes del hogar familiar.* En los casos en que esta no es así, se genera otro tipo de dinámica relacional.

Además, la evolución y el papel de la familia en las sociedades actuales, adquiere nuevas funciones sociales (Alvarez Sousa, 1994) e incide también en las relaciones entre sus miembros (Buendía et al., 1994). El estado habitual de las personas mayores de 65 años es que continúan casadas (Triadó et al., 2000) con algunas diferencias debidas al sexo cómo se ha comentado al principio de este capítulo al describir las personas mayores en España. Además, respecto a la satisfacción conyugal existen estudios que aportan datos diferentes, es destacable que el estar casado se asocia con una *mejor salud* y el experimentar menos la *soledad*, si la relación se mantiene o se consolida con un entendimiento entre ambos miembros de la pareja (e.g. ver Triadó et al., 2000).

En las anteriores etapas de la vida, la mayoría de familias estaban preocupadas por la educación de sus hijos, o por aspectos relacionados con el trabajo, entre otros típicos de la adultez (Triadó et al., 2000). En la vejez, aparecen otras preocupaciones, por ejemplo, la emancipación de los hijos, o la adaptación a la nueva estructura del tiempo, o la "posible muerte de algún miembro familiar", entre otros, vinculados a este periodo de "transición". De ahí, que se puedan llegar a establecer, nuevas necesidades y requerimientos, relacionados la mayoría de ellos, con los nuevos papeles, obligaciones y funciones que tanto los jóvenes como las

personas mayores deben ejercer. Así, por ejemplo “el mantener mayor o menor contacto entre las familias”; el “proporcionarse cuidados” , (tanto en el sentido de ayuda de hijos a padres como los que realizan los abuelos en el “cuidado de sus nietos”).

La jubilación por ejemplo, ha podido comportar cambios en las *relaciones de pareja* (Lee y Shehan, 1989; Mann, 1991 citado en Buendia et al., 1994), al perder el rol de trabajador se ha alterado la vida cotidiana, el ritmo conyugal y ha necesitado de un reajuste por parte de los miembros de la familia. Según algunos estudios a los cuales se refiere Triadó et al. (2000) el 78% de mujeres que tuvieron problemas conyugales, referían un descenso en su libertad personal y en sentirse obligadas a reorganizar la ocupación del tiempo libre.

Por otro lado, la pérdida del conyuge o la *viudedad* constituye otro de los acontecimientos críticos que además de su significado psicológico como suceso traumático y doloroso (Belsky, 1996) altera completamente la dinámica de relaciones familiares. El “viudo/a” se ve obligado a cambiar radicalmente su vida, adquirir nuevos significados al estar en esta nueva situación. Se suelen modificar o romper las relaciones con amigos, con otra rama de la familia, las que formaban parte de la vida de la pareja. La familia pierde el sentido anterior, y la persona debe rehacer su “identidad” , reorganizar su vida, y enfrentarse a nuevos esquemas mentales en su nueva vida cotidiana (Belsky, 1996). Por ejemplo, según indica Kleiber (1999) las investigaciones hechas sobre “viudedad” indican que la mujer cuando pierde a su marido siente una necesidad para ocupar su tiempo libre. En este sentido, un artículo de el Periódico de Cataluña comentaba que aspectos como la *falta de apoyo social* (e.g. tener alguien a quien explicar los problemas, realizar una actividad de ocio o pertenecer a un club) son elementos que inciden sobre la salud afectando de igual manera a los dos sexos, pero destacando el hecho que las mujeres al enviudar se adaptan mejor, y como dato curioso parece ser que tanto la viudez masculina como la soltería está relacionada con un mayor índice de mortalidad (Gallardo, 2001).

## **El self y la propia cercanía de la muerte**

Envejecer, supone un proceso individual, subjetivo y de envejecimiento social ligado a las esperanzas y a las exigencias de la sociedad (Gognalons-Nicolet, 1994). Todo ello, obliga a un replanteamiento, a una reflexión sobre “uno mismo” (self) en relación a los comportamientos, valores, y disposiciones hacia el propio inevitable acercamiento de la muerte. Además, en este último periodo vital a fin de compensar la pérdida de control, los cambios en los roles y status sociales, y otros ya señalados anteriormente, la persona mayor además de poseer el reflejo de supervivencia imprescindible en esta edad, se encuentra enfrentada entre su dependencia e interdependencia de su self con la vida misma. Es decir, el poder darse cuenta de la relación entre lo que “uno es” , ya sea como “autoconcepto”, “autoestima”, y “autoimagen” y su íntima relación con su entorno. El entender que el control de su destino, para sentirse independiente pasa por la dependencia de como se “ve” y se “encuentra” uno mismo en relación al hecho “objetivo” y “universal” como es por ejemplo el de la propia muerte.

En este sentido, Erikson (1982) reconoce que los comportamientos de adaptación suponen el reconocimiento y la aceptación de una relación de interdependencia –dependencia del organismo que impone limitaciones motrices, sensoriales o mentales- interdependencia hacia un entorno social donde la calidad de vida actual depende completamente de esta relación.

### **2.3. Algunas Teorías explicativas de la vejez.**

La pertenencia a un grupo específico, una familia o una cultura, se halla regida por un conjunto de reglas y comporta numerosas obligaciones que varían enormemente según el grupo, la persona, la situación e incluso la edad. Tal como ya señalaron, Mishara et al., (1986) existe una controversia de la naturaleza exacta de la influencia ejercida por el medio social.

Actualmente, se disponen de algunas explicaciones para entender la influencia de los factores culturales y sociales en el proceso de envejecimiento. Cada una de ellas centrándose en una perspectiva de la misma, explican o complementan algunos de los aspectos del comportamiento social de la persona mayor.

En primer lugar, nos vamos a referir a la perspectiva culturalista de la teoría psicosocial de Erik Erikson (1902/1994) del desarrollo de la personalidad en la que están incorporadas ideas del psicoanálisis clásico. El planteamiento enfatiza las influencias de los aspectos adaptativos y ambientales en el curso de la vida en el modo de resolver por parte de la persona mayor el último estadio vital. En segundo lugar, desde una perspectiva funcionalista se consideran las consecuencias que producen los acontecimientos "claves" como por ejemplo, la jubilación y que se manifiestan en respuestas de comportamiento de la persona mayor, ya sea desvinculándose y/o retrayéndose de la misma o perdiendo "actividad" con una función útil, o perdiendo roles anteriores para asumir de nuevos. Otras explicaciones, sitúan su enfoque explicativo en una perspectiva ajustada a una variedad de circunstancias psicosociales y materiales diferenciadoras que pueden incidir en el comportamiento de la persona mayor, tanto en su continuidad de pautas como en sus recursos y estrategias de afrontamiento del proceso. Otras, enfocan el análisis desde una perspectiva ampliada a las situaciones sociales de las sociedades y la demografía. Y por último, otros plantean como resultado de una perspectiva crítica de los anteriores enfoques y modelos únicos de envejecimiento la "construcción social de la vejez" o una nueva perspectiva de la vejez como es el concepto de "envejecer en el país de Ulises". Así, se entiende el fenómeno como un proceso en continua interacción con diversidad de factores sociales estructurales diferenciadores y su repercusión en la construcción e imagen social de la vejez por parte de las personas mayores.

### **2.3.1. Teoría Psicosocial del desarrollo de Erik Erikson**

Esta teoría plantea que las personas mayores se deben enfrentar al último estadio de las ocho fases vitales que se van estableciendo desde el nacimiento

hasta la muerte. Se caracteriza por "*integridad del yo v/s desesperación*" implicando una culminación y resolución final de todo el desarrollo de la vida aceptando todo lo que se ha sido o no se ha podido ser y todo lo inevitable de la existencia vital como es por ejemplo la "cercanía de la propia muerte".

En función de como se resuelva esta crisis la persona mayor temerá desesperadamente a la muerte, expresando sentimientos consonantes o buscará caminos alternativos que le conduzcan a su integridad vital (Papalia, 1990, p.508).

Erikson (1982) resalta que la adaptación a la vida, se realiza mediante la resolución del conflicto "reintegración o desesperación", desde las cualidades internas del individuo. Otros, también destacan un aumento de la interioridad a medida que se envejece (Neugarten, 1979; Coleman y McCulloch, 1985). Esto supone que a medida que aumenta la edad cambiaremos de una orientación al mundo externo y a la acción a una orientación a nuestro propio mundo interno. Este cambio de orientación podría ser coherente con el valor que tienen las *experiencias* internas de significado vital más que las cuestiones materiales más propias de los jóvenes.

### **2.3.2. La Teoría de la desvinculación o Teoría del retraimiento**

La hipótesis de esta teoría consiste en afirmar que las personas mayores son proclives a ciertas formas de aislamiento social, lo que implica reducción de *contactos sociales*. Según Comming y Henry (1961, citado en Ortiz, 2000) el bienestar, la felicidad de los ancianos, no estaría en función de sentirse útil o de ejercer una función. Se cree que tanto las personas de edad como la sociedad misma inician un proceso de retraimiento de la vida social activa.

Esta teoría aunque cuenta con una larga tradición en la historia de la psicología, no está exenta de controversias, en relación a si el retraimiento es frecuente o pueda constituir una "desvinculación transitoria", señalado por Dreher (1969,1970 citado en Ortiz, 2000) y si es o no beneficioso para el individuo

implicado. Ortiz (2000) señala que esta forma de comportamiento aparezca posiblemente como una forma de reacción a determinadas situaciones de sobrecarga, en especial el momento de la jubilación.

Así, siguiendo esta explicación teórica la jubilación vendría a constituir la oportunidad de liberar a las personas de las obligaciones sociolaborales para poder ajustarse tanto a los cambios biofísicos que el envejecimiento comporta, como para conceder un espacio en el que prepararse para la muerte (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 1996).

### **2.3.3. La Teoría de la Actividad**

La hipótesis de esta teoría, entre los defensores de la cual se encuentra Tadler (1961 citado en Ortiz, 2000) en contraposición a la anterior, afirma que sólo el individuo activo puede sentirse feliz y satisfecho. La persona, para ser feliz ha de ser productiva, útil, en el contexto donde se encuentre para evitar la desgracia y el descontento (Ortiz, 2000).

Esta teoría plantea que la pérdida de los roles sociales, por motivo de la jubilación por ejemplo, significa una pérdida de función, de poder real, y de limitaciones frente a la sociedad. Así, y tal como señala Ortiz (2000) en el plano social e incluso en el área familiar con los efectos de la modernización, los roles tradicionales de socialización y de transmisión de valores (como pozo de sabiduría y experiencia) que sustentaban las personas mayores anteriormente, están perdiendo valor y función en una sociedad de continuos cambios sociales con la permanente necesidad de reciclarse. En este sentido, es interesante considerar los cambios en las valoraciones sociales y el prestigio simbólico de la ancianidad del siglo XXI que algunos autores como Sabater (2000) han comentado.

Todo ello, puede ocasionar la necesidad de encontrar nuevas formas de adaptación social para evitar el aislamiento general de los ancianos. Algunos autores

han considerado que el envejecimiento óptimo supone el mantenimiento de los niveles de actividad en la edad avanzada (Hombrados et al., 1995).

#### **2.3.4. La Teoría del contexto social o del medio social**

Esta teoría sostiene que el comportamiento en la vejez es dependiente de ciertas condiciones biológicas y sociales (Gubrium, 1973). Además del contexto social (con sus normas), los obstáculos de orden material y las posibilidades que se le ofrecen. Así, en opinión de Gubrium (1973) tres serían los factores a destacar por su nivel de incidencia: la salud, los condicionamientos económicos y los apoyos sociales.

Siguiendo con esta perspectiva teórica cualquier elemento proveniente del entorno puede influir de forma desfavorable en la vejez y el proceso de envejecimiento (muertes de seres queridos, aparición de enfermedades, pérdidas económicas, etc.).

#### **2.3.5. La Teoría de los roles**

Esta teoría se desprende de la teoría sociológica de los roles, la cual señala que las personas a lo largo de su vida, mediante el desempeño de roles, en la sociedad, se definen tanto socialmente hacia fuera como personalmente para ellas mismas. Así, tanto el autoconcepto, la autoestima, o las actividades desarrolladas van a estar en dependencia del tipo de roles que la persona mayor desempeña, de sus expectativas asociadas y del modo en como las personas mayores se adaptan a ellos. A través del proceso vital se pierden y se ganan roles. Al desempeño de roles se asocian imágenes, prestigio, poder, independencia como sucede con el rol de "trabajador" o "jubilado" o "parado".

También se entiende que a través de los distintos roles se refleja la estructura de la sociedad y su ideología, atribuyendo unas cualidades personales a las personas mayores en detrimento de otras, como es por ejemplo el hecho de asociar la “inactividad” al “jubilado” o la “actividad” al trabajador.

Las personas mayores han estado más o menos obligados a dejar uno de sus roles centrales, el laboral, estructurador de su vida cotidiana, y por tanto han tenido que adaptarse y apropiarse de un nuevo estilo de vida, mediante el uso del tiempo libre que ganan al acceder al rol de “jubilado” por ejemplo. La variedad de roles desempeñados a lo largo del ciclo vital facilita la adaptación individual y contribuye al bienestar Altergott (1990 citado en Codina y del Cerro, 1991).

### **2.3.6. La Teoría de la continuidad**

Parte de la hipótesis de que el último estado del ciclo vital no es sino una continuación y prolongación de las constantes presentes en otros momentos de la vida. Atchley (1989) mantiene que la última etapa de la vida prolonga los estadios anteriores. Las situaciones sociales pueden presentar una cierta discontinuidad pero la adaptación y el estilo de vida se hallan principalmente determinados por los estilos, hábitos y gustos adquiridos a lo largo de toda la vida.

Siguiendo esta teoría, las constantes que han ido forjando al individuo en su comportamiento, y que van a persistir también en la vejez van a actuar como predicción del tipo de readaptación que se verá obligado a realizar la persona mayor conforme le vayan sucediendo acontecimientos vitales. En este sentido, las personas mayores al llegar al final del ciclo de vida, para adaptarse, se podrían describir como “continuistas” y en lugar de iniciarse en actividades nuevas, por ejemplo, al ocupar el tiempo libre, preferirían aquellas que han tenido mayor significación a lo largo de toda su vida.

### **2.3.7. El factor cultural: la vejez como subcultura y grupo minoritario**

La Teoría de la ancianidad como *subcultura* sostiene que las personas mayores constituyen un grupo aparte. En opinión de Rose (1962/1965) las características comunes de las personas que constituyen este estrato social, junto a su aislamiento, explican que forman un grupo social aparte. Mediante los mecanismos de socialización como ocurre en otros momentos de la vida, se van a formar subgrupos en función de variables importantes tales como filosofía, concepción de la vida, estilos de vida, etc. Las variables que caracterizan esta subcultura poseen todos los matices que están presentes en cualquier otro grupo aislado.

También se contempla la *ancianidad como grupo minoritario*, ya que en opinión de Strieb (1965) en nuestra sociedad, las personas mayores se ven obligadas a formar una minoría. De esta forma, estos ven como se les atribuyen rasgos característicos comunes, atribuidos también en otras ocasiones a otros grupos minoritarios (alcohólicos, toxicómanos, etc.), tales como pobreza, falta de movilidad y recursos, etc. Ello hace, que traten de evitar estos problemas con diversas reacciones como grupo social, desde el activismo político-social, la pasividad o el aislamiento social.

### **2.3.8. Teorías derivadas del envejecimiento demográfico**

Los análisis que se realizan desde estas teorías sitúan como marco referencial al envejecimiento poblacional de las sociedades desarrolladas, en las cuales se asiste a un aumento progresivo de la esperanza de vida (el número absoluto de personas mayores crece), y a un aumento del grupo de población de los mayores de 65 años junto a un decremento de los índices de fecundidad. De esta forma señalan una serie de consecuencias derivadas del fenómeno del envejecimiento, las cuales caracterizan el tipo de problemas sociales que afectan a las sociedades modernas y que se resumen a continuación:

- 1) **Envejecimiento del conjunto de la sociedad.** Las imágenes sociales que afectan a las personas mayores (falta de dinamismo, deterioro, etc.) tiñen a toda la sociedad (ej. "vieja europa", "decadencia de Occidente"..)
- 2) **Costes sociales del envejecimiento.** Preocupación por el desequilibrio que se produce entre personas activas y dependientes de la estructura social. Aquí se sitúa la preocupación que actualmente tienen las sociedades avanzadas referidas al *gasto social de las personas mayores* vinculado principalmente a los costos económicos sanitarios y de servicios sociales ya comentados en apartados anteriores ( 2.1 y 2.2.2). También, se incluyen los análisis y debates que se producen en la sociedad al respecto de la reducción de costes sociales, vinculados a la crisis del Estado del Bienestar (Pol, 2001), la precarización del empleo, el retraso en la jubilación, los recortes en las prestaciones sociales y subsidios, privatizaciones de los servicios que se habían considerado fundamentales y emblemáticos y, en definitiva, la reducción del nivel de vida (Sassen, 1988 citado en Pol, 2001).
- 3) **Condicionantes actuales del mercado de trabajo.** Influencia de las altas tasas de desempleo, el paro estructural, etc... con la consecuente necesidad de redistribución del trabajo y el paso a una sociedad caracterizada por el ocio y el tiempo libre, y los problemas y efectos que esto está comportando a las "sociedades del bienestar" (Pol, 2001).
- 4) **Incremento demográfico del grupo de personas mayores de 60/65 años.** Así, aparece una nueva etapa del ciclo vital, caracterizada por condiciones bio-psicosociales de gran competencia y potencialidad de acción y liberación de obligaciones sociolaborales. Ello, ofrece oportunidades para las visiones de tinte más optimista y acrítico, al centrarse en las ventajas defendidas por algunos como Laslett (1989 citado en Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 1996) y no en los aspectos problemáticos. De ahí, que diferentes facetas de la vida social vayan siendo orientadas a esta franja de edad (productos, políticas, etc.).

Otro aspecto de tipo demográfico que es preciso señalar es el referido en algunos estudios (McPherson, 1999; Ministerio de Asuntos Sociales, 1996) como es el de la **Feminización de la vejez**. La estructura de la población anciana española mayor de 65 años según el sexo es del 58% de mujeres y 42% de hombres. Entre los mayores de 80 años, esa distribución es de un 66,5% para las mujeres y un 33,5% para los hombres.

### **2.3.9. La teoría de la estratificación social.**

La hipótesis inicial es que cada individuo, dentro de toda la sociedad, pertenece a cierto número de grupos humanos diferenciados. Estos grupos pueden estar definidos por características de distinta índole, de carácter permanente o transitorio. La influencia que ejerce sobre el individuo, el hecho de la pertenencia a un sector social determinado constituye la dominancia, que puede variar en función de épocas o circunstancias concretas.

Entre las cuestiones que se plantean al individuo, está el determinar cuál es la importancia de pertenecer a un segmento de edad, ante la contemplación de las variables que definen tal importancia, de sus ventajas e inconvenientes.

En opinión de Cain (1974 citado en Ortiz, 2000) la tercera edad está destinada, dentro de este contexto de estratificación, a poseer un fuerte peso social dado que se prolonga cada vez más en años, y de que es cada día más patente y más numerosa. De ahí, que se genere una conciencia de poder, tanto económica como política y social, por el mero hecho de pertenecer a una capa social de edad ocupada por la vejez.

### **2.3.10. Perspectivas interaccionistas.**

Según Rodríguez, 1994, hay un grupo de teorías que se basan en los postulados del "interaccionismo simbólico", y en cierto modo están bastante

próximas al enfoque de la teoría de las representaciones sociales. Se basan en la influencia que ejercen los factores subjetivos, ambientales, y los individuos entre sí al interaccionar y adaptarse a las demandas que les plantea la sociedad. En este sentido, se pueden realizar interpretaciones, pero también malinterpretaciones de conductas que realizan las personas mayores y atribuirles a su “senilidad”, o a su falta de capacidad, por ejemplo, y en realidad constituir una falta de adaptación al entorno. Tal como anuncia la *Teoría de la reactancia* posiblemente el hecho de privar a las personas mayores (restringir su libertad) de la realización de algunos bienes que antes poseía (ej: “el trabajo”, “su status”, “el dinero”, “poder familiar” etc...) puede acrecentar mucho más el deseo o provocar ciertos conflictos, como suele suceder en algunas familias con las suegras, por ejemplo. De ahí, que muchas veces lo que sucede es que al “etiquetar” o “poner el sambenito” a una persona por su edad o condición social funcione como regulador de las conductas.

En este sentido, la tesis que se formula en *La Teoría del etiquetado (labeling)* sostiene que la representación social de la vejez puede funcionar como “una profecía autocumplidora”. Además, que nuestro comportamiento para con nosotros y hacia los demás puede estar basado en las percepciones que sobre esta realidad se mantienen, aunque no coincida con ella. Así, una vez que se percibe un individuo como “viejo” por ejemplo, sus conductas serán interpretadas a través del “estereotipo social” de cómo pensamos que se comporta esta persona, de ahí el individuo terminará por asumir esa imagen social que los demás reflejan de él mismo, y como tal se comportará.

### **Teoría del intercambio social**

Como síntesis del conductismo psicológico, y ciertos principios de la economía, se basa en lo que postula la *expectativa de reciprocidad*. Pretende explicar la desigualdad estructural que existe entre el grupo de *viejos* y los demás grupos, en perjuicio del primero.

En el análisis de esta situación se considera el *poder*, como la causa que condiciona el acceso a recursos, al status social y a las oportunidades sociales para el grupo de mayores. De ahí, que en función del resultado del equilibrio entre los beneficios que el grupo aporte a la sociedad, y los costes que le origine, se ganaría o perdería poder. Por otro lado, a nivel individual, la clase social va a poder determinar de cuántos recursos va a disponer el individuo en su vejez.

Con esta explicación también podrían entenderse las consecuencias de lo que postula la *teoría de la desvinculación*, por lo que al reducir su vinculación social impuesta o no por la persona mayor, también se reducen al mismo tiempo, las posibilidades de recursos y un poder que sea realmente valioso para la sociedad (recursos sociales apreciados por el anciano como respeto, apoyo, aprobación social, reconocimiento, comprensión, en una sociedad como la nuestra se cotizan poco en términos económicos).-

### **La construcción social de la vejez**

Dentro de esta esquema teórico nos vamos a encontrar con perspectivas críticas que, surgen a finales de los años setenta (Pérez, 1996) que desde la Gerontología y desde la economía política ponen en tela de juicio el mantenimiento del estado del bienestar y sus correlatos y otros aspectos vinculados a la estratificación social por razón de edad.

La tesis fundamental consiste en que la vejez es una "construcción social" más que un fenómeno psicobiológico y que, por tanto, son los condicionantes sociales, económicos y políticos los que determinan y conforman las condiciones de vida y las imágenes sociales de las personas mayores. Así, desde una perspectiva crítica se denuncia por un lado el carácter contradictorio de las políticas sociales las cuales generan estereotipos negativos e imágenes sociales negativas al colocar a un grupo humano en una situación subsidiaria de la sociedad, al darles bienes culturales, servicios sociales etc... a "cambio de nada". La Gerontología Crítica

afirma que la sociedad construye como construye al resto de grupo de edad, asignando roles, status, normas y expectativas de comportamiento (Perez, 1997).

Los representantes de esta teoría también analizan el carácter ambivalente de la institución de la jubilación que por un lado se mantiene como derecho, y por el otro se presenta como una imposición despojando a la persona mayor de una parte importante de sus roles sociales.

### **2.3.11. Una nueva perspectiva de la vejez: envejecer en el país de Ulises**

Dentro de esta perspectiva (ver McGuire et al., 2000) se asume el periodo de la vejez como un período de notable potencial de desarrollo humano, a diferencia de la consideración de declive y de limitación biológica enfatizada por otras perspectivas. La vida en este sentido estará marcada por los cambios y el crecimiento personal hasta el momento de la muerte. Utilizando el término que acuñó John Macleish (1976 citado en Tedrick & McGuire, 2000) como el "adulto Ulises" refiriéndose a aquellos individuos que continúan buscando nuevas aventuras y oportunidades a pesar de su avanzada edad. Así, el prototipo de estas personas esta basado en el viaje que realizó "Ulises" a sus 50 años y en su último viaje a los 70 años, y las aventuras descritas en la Odisea. El país de Ulises plantea una forma de vida ideal a la que todas las personas mayores podrían pertenecer sin limitaciones por razón de salud, nivel de estudios, creencias, etc...

Plantea la utilización del ocio que obtienen las personas mayores de la sociedad que los libera de sus obligaciones sociales como un medio para hacer uso de esta libertad en pro del crecimiento personal frente a expectativas que la sociedad misma puede crear para restringir las oportunidades del disfrute del ocio, como són por ejemplo los mitos y estereotipos relacionados con la edad ("demasiado viejos para...")

Esta perspectiva, considera la vejez como algo que difiere de manera cualitativa de las etapas anteriores de la vida y plantea necesidades diferentes,

manteniéndose sin embargo la necesidad de crecimiento personal. Se sitúa dentro del modelo de envejecimiento de Baltes y Baltes (1990) en la que se reconoce la necesidad de desarrollo a la vez que se aceptan las pérdidas ocasionadas por el envejecimiento. Así, este modelo se compone de tres elementos que interactúan entre sí

-**Selección**: que hace referencia a una restricción del mundo personal buscando ámbitos o actividades más reducidas, con el fin de centrarse en aquellas áreas que resulten prioritarias para el individuo.

-**Optimización**, que hace referencia al desarrollo de actitudes elegidas para maximizar el rendimiento mediante la práctica y la tecnología, permitiendo así el ejercicio de las actividades deseadas.

-**Compensación** que gira alrededor del uso de técnicas, como la utilización de una iluminación más potente para leer, diseñadas para compensar las pérdidas funcionales.

Así, de esta forma McGuire et al., 2000 plantean una nueva perspectiva de la vejez que incorpora el concepto de envejecer en el país de Ulises dentro de un marco de optimización selectiva con compensación, en la que se reconoce el papel del ocio como una parte vital del desarrollo humano.

## **2.4. Ultimos apuntes sobre las características de las personas mayores y el envejecimiento.**

Una “persona mayor” en nuestra sociedad actual queda delimitada por su edad principalmente, su situación con respecto a la sociedad (jubilado, viudo, etc.), su nivel de socialización respecto a la sociedad, las imágenes sociales de “ella misma” y las de los demás, junto con otras particularidades por efecto generacional.

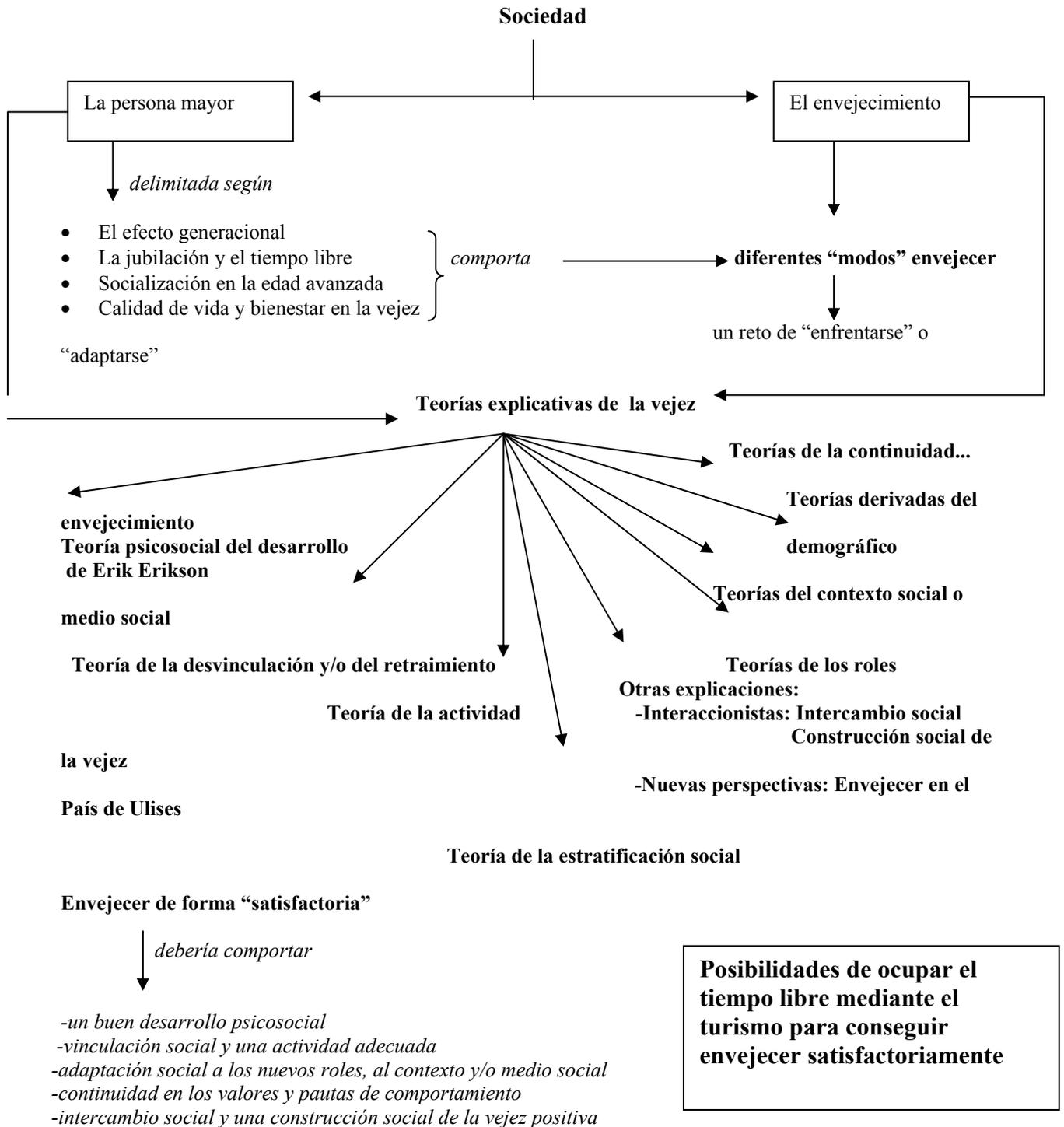
El envejecimiento como fenómeno multidimensional conlleva el reflejo de diferentes modos de “envejecer” en unas condiciones socioculturales definidas. En general, la existencia de una “mayor longevidad”, “preocupación por el bienestar y la calidad de vida”, “aumento demográfico”, entre otros, sitúa la última fase de la vida, el punto de mira del *análisis psicosocial* para comprender los aspectos que pueden llevar a envejecer mejor. En este sentido, se han destacado las inmensas posibilidades que tienen o están teniendo los que envejecen de forma satisfactoria, a través de la ocupación del tiempo libre, después de jubilarse, por ejemplo.

Por otro lado, el reto mismo de “enfrentarse a la vejez” comporta un desarrollo psicosocial que puede llegar a conformar un tipo de persona mayor que: 1) sobreviva al aislamiento social, a los elementos desfavorables de su entorno (económico, muerte de seres queridos,...); a la falta de actividad productiva y útil para “uno mismo” y para sus relaciones sociales; a la falta de significación y continuidad vital; a la estigmatización y etiquetado social y a los diferentes condicionamientos por adscripción a categorías sociales, nuevas o adquiridas, tales como la edad, roles sociales (ej: “abuelo”).

En definitiva, el proceso de envejecimiento, aunque permite entender muchas situaciones y características propias de las personas mayores, tales como su “valoración de la calidad de vida”, “sus preocupaciones”, “sus necesidades de socialización”, etc. también muestra diversidad de “modos de envejecer” y/o de “transcurrir por el ciclo vital”, los cuales a su vez, podrían encontrar explicación en diversas perspectivas teóricas de forma complementaria.

## Esquema resumen del apartado 2.

### Caracterización del colectivo de personas mayores: envejecer y ocupar el tiempo libre



### **3. OCIO-TURÍSTICO DE LAS PERSONAS MAYORES.**

Después de haber revisado las diferentes conceptualizaciones y significados respecto de los distintos aspectos que forman parte de la actividad de ocio-turístico de nuestra sociedad, así como las diferentes explicaciones y matizaciones sobre el envejecimiento de las personas mayores, queremos centrar nuestra atención en los diferentes aspectos que conforman la realidad psicosocial del ocio-turístico de la persona mayor. Para ello, vamos a considerar algunos de los factores más significativos que se han ido estableciendo para ser aplicados tanto en la comprensión de ésta, como en los estudios que se han realizado desde diversas perspectivas con el objeto de ofrecer criterios a las administraciones y empresas para adecuar el tipo de productos turísticos ofrecidos a este colectivo en base a los cambios que se van experimentando tanto en sus patrones de consumo y en el tipo de elecciones que efectúan.

Empezamos señalando en primer lugar los aspectos generales que posee el tiempo libre, el ocio y el viaje turístico de las personas mayores en su aplicación, sus implicaciones, significados, funciones, elementos que intervienen y otros aspectos asociados. En segundo lugar, vamos a detenernos en analizar cuales son las características principales de la situación actual del turismo de las personas mayores, su consumo-turístico, el turismo social, etc.. En tercer lugar, revisaremos los estudios realizados, así como los diferentes análisis que pueden ayudar a la comprensión de las influencias que **facilitan** o **dificultan** la participación la actividad de ocio-turístico por parte de las personas mayores.

#### **3.1. Aspectos generales del tiempo libre, ocio y viaje turístico.**

El tiempo propio de las personas mayores es diferente de otros grupos en intensidad, tipo de jornada y actividades desarrolladas. Este, cambia y se transforma en sus actividades diarias, por causas diversas (jubilación, enfermedad, etc...)

afectando especialmente a los hombres y no tanto a las mujeres, por la pérdida del trabajo remunerado. Una de las situaciones objetivas asociadas a las personas mayores es que no tienen “escasez de tiempo libre” aunque, algunos piensan, por ejemplo, que a pesar de estar jubilados no tienen exceso de tiempo libre (57%) y otros que tienen demasiado (43%) (Ajuntament de Barcelona, 1994).

En este sentido, también a nivel general se suele pensar que disponen de suficiente tiempo libre para ocuparlo en actividades de ocio y/o turismo. De hecho el pasar de la “actividad laboral” a la “jubilación” se consigue uno de los ingredientes básicos para viajar: “el tiempo”, aunque por otro lado, se pueden tener otras condiciones desfavorables, como es la situación económica, la falta de salud, la percepción de este tiempo libre, entre otras...

Se debería considerar que tener tiempo libre únicamente, no garantiza ni la disponibilidad para el ocio y/o el turismo ni el que sea propiamente un tiempo “libre” en el sentido ya señalado por Munné y Codina, 1996 de un tiempo **autocondicionado**, es decir, sentir que uno “dispone” y puede usar el tiempo para lo que desee o **heterocondicionado**, cuando existen realmente unas condiciones objetivas que permiten usarlo. Así, el que las personas mayores puedan disponer de tiempo libre y lo dediquen al ocio o al viaje turístico puede comportar, necesariamente la presencia tanto de determinadas condiciones objetivas (jubilación, viudedad, nivel de renta, etc...) como de otras condiciones subjetivas, referidas a la manera de entender, vivir y ocupar este tiempo.

Alvarez Sousa (2000) comenta que la naturaleza del tiempo de las personas mayores obedece a una “construcción social de la realidad”, impuesta y obligatoria a través de las estructuras sociales, y subjetiva en la adquisición de “formas de pensar”, “vivenciar”, disfrutar esta nueva realidad que supone el tener que “vivir sin trabajar”. Este autor sugiere centrar la atención en los cambios sociales y en las transformaciones que supone para la persona mayor la vivencia de esta transformación, tales como abandonar una mentalidad vinculada al trabajo y asumir nuevas prácticas vinculadas a la ocupación del tiempo libre. También, en este sentido, pueden estar incidiendo las expectativas del tiempo de ocio y la preparación

para la jubilación por ejemplo (Berjano et al., 1996), así como el enfrentar los diferentes mitos, estereotipos y realidades, mantenidos por los otros y las mismas personas mayores (Ballesteros, 1992 ).

Por otro lado, algunos autores, han señalado la importancia en considerar que la situación que tienen las personas mayores de “tener tiempo libre” requiere una adecuada “aptitud para el ocio” (Buendía et al., 1994) o “educación para el ocio” (Sousa, 2000), en el sentido de cultivar, desarrollar y/o asimilar las capacidades necesarias para aprovechar la utilización de este tiempo para satisfacer necesidades vitales. Sousa (2000) recuerda que nuestros mayores fueron educados en la mentalidad Calvinista-Weberiana de trabajo-ahorro y huida del ocio y de los placeres, y al verse forzados a abandonar esta práctica y esa mentalidad no son capaces de aclimatarse y llegan a “padecer” con el ocio en lugar de “disfrutar” con él.

Así, en general entre las actividades de ocio y tiempo libre que las personas mayores (contando a partir de 65 años) realizan preferentemente son *ver la televisión* (89%); *oír la radio* (58%); *hacer compras y recados* (44%); *ir al parque, pasear* (39%); *leer* (37%) y otros diversos (ir al bar, espectáculos, conferencias, asociaciones, deporte, voluntariado...), en porcentajes inferiores (Imsero/Cis, 1995). Ello permite observar que posiblemente la asistencia a actividades culturales, espectáculos o la práctica de deporte, pueda estar suplida por la gran afición a la televisión, y en segundo lugar a la radio. Por otro lado, esta actividad frecuente de “pasear” o “hacer compras” implica interaccionar con otros y mantenerse de algún modo activos, lo que supone también el que no están impedidos para ello. La afición a la lectura es otro dato que nos puede indicar la inquietud cultural de estas personas, teniendo en cuenta que como grupo generacional no todos alcanzaron el mínimo nivel de estudios necesario (comentado en el apartado 2.2.1).

El tiempo de las personas mayores al ser de tipo “no laboral” esta basado fundamentalmente en actividades centradas en el hogar, en el ocio y/o sociales. El tiempo de la población de España se caracteriza por ser de tipo “pasivo” con un uso intenso de medios de comunicación (TV y/o radio), con una ***baja participación*** en la práctica de actividades culturales, sociales, deportivas o asociativas, aunque con

una cierta propensión a realizar viajes turísticos y/o a participar en asociaciones. Ello, se atribuye a la existencia de una oferta pública de servicios, a los cambios en los hábitos generacionales (Fundación Caja de Madrid, 1996) y a las diferentes formas de envejecer en la sociedad actual. En este sentido, por ejemplo se considera en relación al envejecimiento que la *participación social*, *la ocupación del tiempo libre* y *la satisfacción en el ocio* están relacionados con la calidad de vida y el bienestar en la vejez (ver apartado 2.2.3.) así como con una oportunidad para la socialización de nuestros mayores (ver apartado 2.2.4.).

Por otro lado, Codina et al., (1991) después de revisar algunas investigaciones teóricas y empíricas referidas al grado de participación de las personas mayores en actividades físicas recreativas al aire libre, concluyen que existe una marcada tendencia en este sector de población hacia la ***inactividad*** y que el mantenimiento, por ejemplo, de la actividad deportiva pueda ser debida en gran parte al status del rol deportivo familiar o a la pauta de continuidad de una vida anterior, aunque que observan una disminución de su frecuencia especialmente, en el caso de las mujeres, el abandono de la práctica deportiva a medida que envejecen. Además, también plantean la necesidad de educar para el entretenimiento y seguir realizando estudios para ajustar mejor las demandas de ocio a las necesidades y demandas de este colectivo. Otros añaden que el *turismo*, por ejemplo fomenta la actividad física y la animación en la tercera edad, basándose en una experiencia de la realización e implementación de un programa de turismo a cargo de la asociación Sport 3, dedicada a organizar actividades físicas y deportivas para las personas mayores. Concluyen que el programa de turismo es un eficaz instrumento dinamizador de actividades fuera del período de sus realización ya que estimula la aparición de otras actividades, para un volumen mayor de personas, no previstas en el programa de turismo y hace aumentar la presencia y participación de responsables vinculados a organismos y asociaciones preocupadas por las personas mayores (centros cívicos, cásaes “tercera edad”, etc...). (Sport 3, 1992).

Roelofs (1999) estudió el significado que tiene el ocio (meaning of leisure) para las personas retiradas, basándose en la Grounded theory method que tiene sus

raíces en el interaccionismo simbólico (Blumer, 1969, Mead, 1934) el cual enfatiza que el significado guía los comportamientos. Concretamente, estudió una muestra de 40 personas mayores de un suburbio de un área de Estados Unidos. Se utilizaron métodos cualitativos y entrevistas en profundidad con el fin de conceptualizar el ocio para las personas mayores y desarrollar un modelo conceptual de “authoring leisure” que informara sobre cómo definen el ocio, las estrategias que usan (en el sentido de como ellos seleccionan determinadas actividades que les parecen más adecuadas para diversos fines) y las consecuencias que tiene todo ello en sus vidas. Observaron que la mayoría de las personas mayores vieron el ocio de forma positiva, atribuyéndole un espíritu independiente por el hecho de poder hacer lo que ellos quisieran, cuando quisieran y el tiempo que ellos desearan. Así, obtuvieron esta definición que informaba sobre el significado del ocio de estos mayores: **“leisure is nonwork time that I may choose to spend in a relaxing and enjoyable way”**. Además, los resultados que obtuvieron los resumimos en esta tabla 1.

**Tabla 1. El significado del ocio para las personas mayores Roelofs (2000)**

<b>Definición de ocio</b>	<b>Estrategias usadas</b>	<b>Consecuencias (vida)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• tiempo de no trabajo</li> <li>• relajación</li> <li>• Elección</li> <li>• Placer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación</li> <li>• Continuidad</li> <li>• Contribución</li> <li>• Competitividad</li> <li>• Espiritualidad</li> <li>• Implicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacción</li> </ul>

**Traducido y resumido por I. Armadans (2001)**

En relación al hecho de que las personas mayores se impliquen en actividades de ocio Espejo et al. (1998) sugieren que estas deberían poseer unas características adaptadas a las necesidades y requerimientos de este colectivo, en el sentido de ser escogidas voluntariamente, mediante el control de la situación, y que favorezcan el aprendizaje, el mantenimiento de habilidades y el desarrollo de

competencias. Estos, añaden que dado que las personas eligen aquellas actividades que se consideran capaces de realizar con éxito, en el sentido de poseer una autoeficacia alta, se debe considerar lo que ya señala Bandura (1987) referido a los cuatro procesos necesarios para que se pueda dar esta autoeficacia:

- 1) **La experiencia directa**, el proceso que más contribuye a que las personas desarrollen expectativas de eficacia, ya que la persona puede informarse de sus competencias y limitaciones.
- 2) **La experiencia vicaria**, en el sentido de observar otras personas con conocimientos y capacidades similares proporciona información sobre las consecuencias del propio comportamiento.
- 3) **La persuasión verbal**, en referencia al ánimo y apoyo que le puede proporcionar un soporte o red social que le ayude a conseguir las metas o fines propuestos.
- 4) **La activación fisiológica**, teniendo en cuenta como la persona interpreta las sensaciones fisiológicas y corporales (cansancio, tensión, excitación...) teniendo en cuenta que en la medida que haya una interpretación de signo positivo la persona estará más motivada hacia la participación en el ocio.

Asimismo, uno de los ámbitos indispensables en la vida de la gente mayor al final del ciclo de vida, es el que se refiere a su tiempo de ocio, y especialmente el dedicado al turismo, puesto que, de alguna forma, va a influir junto a otros en su bienestar físico, mental y social (Vellas, 1986). En relación a este hecho, Milman (1998) explora el impacto que tiene el viaje en la experiencia turística, el bienestar y el nivel de felicidad en personas de edad y al no poder confirmarlo empíricamente sugiere que sin descartar las evidencias de su influencia señaladas por la literatura, cabe pensar que estén implicadas muchas otras variables no suficientemente estudiadas tales como el nivel del viaje, el tipo de viaje, etc.

En este sentido, cabe pensar que la realización del viaje turístico, por ejemplo, podría ayudar a alargar la esfera vital en contra del proceso de envejecimiento al mantener una “actividad”, también podría evitar uno de los mayores problemas que pueden presentar las personas mayores actualmente como es el de la “soledad” y la

falta total de sentido en la última etapa de la vida. Aunque todo ello se encuentra vinculado a la incidencia del sistema social en el que las personas mayores están inmersas, y al impacto psicosocial del propio envejecimiento.

Además, el ocio-turístico puede permitir a las personas mayores usar la capacidad para recuperar significados; vivir el tiempo y el espacio de manera libre e informal. Pueden tener la posibilidad de llegar a ser una persona en oposición a la vida cotidiana en la que su existencia vital sea plena y satisfactoria. Aunque, el desplazamiento a otro lugar, el descubrimiento de un entorno, la experiencia vivida, es un proceso dinámico y sujeto a múltiples circunstancias cambiantes a lo largo del ciclo vital. La cuestión será preguntarse cuáles son estas circunstancias que afectan a las características particulares y/o psicosociales de las personas mayores que impiden o facilitan el que las personas realicen viajes turísticos por ejemplo?

El hecho de que las personas mayores realicen viajes turísticos, además de estar asociado a la situación de “jubilación”, a la mejora en la calidad de vida, a las condiciones sociales y económicas, a la influencia social indiscutible de la sociedad, etc.. entre otras, también supone una de las posibilidades de utilizar el tiempo libre, y/o de ocio para satisfacer necesidades vitales, de relación, de contacto con el medio ambiente, de aprendizaje etc.. Con esta intención se realizan actividades turísticas, tales como excursiones de un día, o desplazamientos a otros lugares y/o entornos diferentes del lugar de residencia.

Actualmente, en las sociedades denominadas avanzadas el viaje de ocio-turístico debería proporcionar no tan solo la posibilidad de viajar sino la de obtener una experiencia psicosocial satisfactoria que aportara bienestar y enriquecimiento personal. De hecho en este sentido, algunos autores han comentado que el turismo, como aplicación del ocio, potencia la capacidad de distracción, facilita la diversión, desarrolla la personalidad, facilita la creatividad y permite la sublimación (Gerontología, 1992).

Muchos han criticado la falta de estudios sobre el significado del uso del tiempo y las actividades en la tercera edad (véase McPherson, 1990). Otros, como

Zimmer et al. (1995) comentan la necesidad de conocer como es percibido el turismo en esta última etapa vital.

Según nuestro modo de ver, el hecho que el tiempo de ocio se dedique al turismo por parte de las personas mayores se debe principalmente:

- 1) al significado del uso del tiempo
- 2) la importancia y el valor concedido al turismo
- 3) las determinadas formas de vivir, estilos de vida o maneras de vivir que le llevan a hacer turismo
- 4) a los propios beneficios de la socialización mediante el turismo en esta etapa vital.

En este sentido, el que las personas mayores ocupen el tiempo de ocio, con una actividad turística se puede comprender por la incidencia del sistema social en el cual están inmersas. Así, el mero hecho de tener una determinada edad, les adscribe a una categoría social (ej. jubilado..), les proporciona un tiempo que han de ocupar tratando de encontrar significado psicológico, ya sea para compensar las pérdidas sociales (función social, trabajo, relaciones, familiares, etc...) o para seguir desarrollándose y enriquecerse personalmente. Además, Sousa (1994) comenta que el viaje turístico supone para ellos un elemento de comunicación con familiares y amigos, un entretenimiento y reúne características propias, sugiriendo la necesidad de seguir avanzando en su investigación.

### **3.2. Comportamiento, consumo y gestión del ocio-turístico.**

En una sociedad como la nuestra, cada día más orientada al ocio (Goytia, 1998) la gente mayor representa un segmento de mercado atractivo para la industria turística, destacando su enorme potencial de crecimiento (Martín, L y Guido, K., 1997; Brewer, K.P, Poffley, J.K. & Pederson, E.B., 1995). Este, cada vez es más importante por su volumen, por su tiempo disponible, por la capacidad de viajar en

cualquier temporada (lo cual evita la estacionalidad del turismo) y por el crecimiento de su poder adquisitivo (Garau, 1998).

Así, como consecuencia de todas las transformaciones sociales, culturales y tecnológicas de nuestras sociedades avanzadas, la persona mayor accede cada vez más al consumo-turístico. El número de personas mayores que hacen turismo esta experimentando un crecimiento muy importante en las últimas décadas, en la mayoría de poblaciones de todo el mundo, incluidas las de Europa (Shoemaker, 1989; Seekings, 1997). Según un estudio realizado por Cristine Smith y Paul Jenner, 1997 publicado en el nº 5 del *Travel & Tourism Analyst*, los viajes de los “seniors” (contando a partir de 55 años) en Europa, USA, Canadá y Japón superaban los 100 millones de personas.

Las personas mayores que forman parte de naciones industrializadas, aprovechan sus ingresos, tienen mejor salud, movilidad y han acumulado mucha más experiencia en viajar que las anteriores generaciones. En países, tales como Canadá, Australia y Nueva Zelanda el mercado de los seniors como grupo, centra actualmente el interés de los especialistas del marketing, al asumir que tienen mayor vitalidad, capacidad, interés y deseo por viajar (Cleaver, M., Muller Thomas E., Ruys Hein H.M & Wei S., 1999). En España, por ejemplo, el 15% de la población de personas mayores viaja, en un 70% son parejas, y un 80% no necesita cuidados especiales (Imsero/Cis, 1995).

Todo ello, esta comportando que sea foco de interés por parte de muchas empresas dedicadas al marketing. Estas, nombran este potencial mercado con etiquetas que van desde “mature market”, “older market”, “senior market”, “muppie market” y la “new-age-elderly”, este último caracteriza un tipo de personas que viajan que tienen mucho más control sobre sus vidas, un estilo de vida más activo y mucha más experiencia en el viaje. Este grupo de personas mayores difiere substancialmente en sus valores al respecto del estereotipo tradicional de personas mayores. Están mucho más interesados en vivir experiencias novedosas, en los

cambios, en nuevas aventuras más que en acumular posesiones. Ello está siendo considerado por investigaciones aplicadas de gerontólogos que estudian los tipos de consumidores mayores (“older consumer”) (Schiffman & Sherman, 1991).

El comportamiento de consumo de las personas mayores es objeto de un enfoque claramente interdisciplinar, ya que a ciencias como la sociología, el marketing, la psicología y en nuestro caso la psicología social les interesa conocer cuales pueden ser los mecanismos del comportamiento de estos consumidores mayores, así como las variables más importantes que facilitan o dificultan el acceso al turismo. Así, por ejemplo los investigadores se preguntan, ¿Qué tipo de productos y/o destinos turísticos pueden ser más atractivos para este colectivo? ¿Considerar la edad como criterio es importante? ¿Se pueden encontrar otras diferencias o similitudes en base a la motivación, los valores, los estilos de vida, las características sociodemográficas... al consumir determinados productos y/o destinos turísticos? ¿Dentro de la diversidad de turistas mayores que viajan se pueden distinguir entre diferentes subgrupos en base a sus diferencias demográficas, pautas de participación, filosofía de viaje, frecuencia de los viajes y/o otras características?. Así, todo ello supone considerar que pueda existir una diferencia con otros grupos de edad o por su situación en su ciclo vital. Además, conforme este mercado evoluciona y crece también puede comportar cambios en el tipo de destinos/productos que elijan para viajar, por ejemplo considerar la distancia geográfica, entre otras características (You & O’Leary, 1999).

Actualmente, la mayoría de investigadores asumen que el mercado de las personas mayores es **heterogéneo**, referido a la diversidad de características tales como edades, situaciones familiares, salud, status, actitudes hacia el viaje, etc... que presentan (Cleaver et al., 1999; Hong, 1999; You et al., 1999; Moisey and Bichis, 1999). Además, estas pueden reflejar distintas situaciones sociales y personales que pueden estar influyendo en las personas mayores conforme envejecen. Así, por ejemplo, los cambios que se producen por la adaptación misma a su transición vital, o las influencias debidas a la “cohorte” o la historia personal y social (ver apartado 2), van a estar condicionando el diferente acceso al turismo. Así, el compartir en

unos mismos grupos sociales, ya sea por “edad”, “ocio”, o “cohorte”, unas mismas experiencias vitales, incide en la aparición de valores, creencias y/o actitudes hacia unas determinadas actividades de turismo. Por ejemplo, algunos autores como Moisey et al., (1999) señalan las diferencias de comportamiento de los llamados específicamente “the baby Boomers” nacidos entre el 1945 y el 1960, en cuanto a sus actitudes y estilos de vida del actual turista mayor.

Además, destaca la importancia a nivel mundial del interés por ofrecer desde las administraciones y empresas turísticas “calidad en las experiencias turísticas”, tal como reconoce el documento de “La Carta de Recife sobre Turismo de personas mayores” de la OMT, (1996). En este documento se enfatiza el turismo como un medio viable de perseguir y mantener la calidad de vida de las personas mayores. Se invita a considerar e investigar el turismo que realizan las personas mayores teniendo en cuenta su sociología, geriatría, cultura y desarrollo económico. Se dan una serie de recomendaciones y pautas para adecuar los entornos y productos turísticos a las necesidades y derechos del consumidor-turista mayor.

### **3.2.1. El proceso de consumo de la persona mayor.**

El comportamiento del consumidor “mayor” a nivel general se puede intentar comprender básicamente con el mismo esquema secuencial que correspondería a cualquier otro consumidor. Esto, se justifica por el hecho que no existe mucha información específica y por tanto no se dispone de modelos específicos del consumo del ocio-turístico de la gente mayor (Villar, 1999). Aunque, conceptos como ‘career travel ladder’, ‘stage life cycle’ o ‘family life cycle’ han sido utilizados para estudiar las motivaciones del ocio-turístico y las diferencias en el comportamiento de consumo de este grupo de edad y el proceso de consumo turístico (McCabe, 2000). Así, entendemos de forma general que la conducta del consumidor mayor se caracteriza por:

- 1) La presencia de necesidades y motivaciones

- 2) La búsqueda de información para encontrar alternativas que les satisfagan
- 3) La valoración de estas alternativas
- 4) La elección de una de estas alternativas y su decisión
- 5) La compra y la participación
- 6) La conducta post-compra: fidelidad o disonancia.

Aunque, la manifestación de todas estas características en el comportamiento del consumidor turista mayor va a estar sujeta a los condicionantes e influencias de las dimensiones *psicológicas* (actitudes, percepción, aprendizaje, personalidad...) y dimensiones *sociales* (cultura, clase social, estilo de vida, grupo de referencia, influencia personal, familia.... Además, se deberán considerar también todas las especificidades que corresponde a los cambios que se producen en el propio proceso evolutivo del envejecimiento.

### ***Necesidades y motivaciones***

Pearce (1993a) argumentó que en los diferentes estadios del ciclo vital, las personas pueden estar motivadas por diferentes factores y puede influir, asimismo, en sus elecciones y decisiones turísticas, así como los motivos pueden también cambiar en una experiencia turística específica.

Así, por lo que respecta a las motivaciones estos buscan beneficios tales como *restauración* y *relajación*, oportunidad para la *interacción social*, poder realizar *ejercicio físico*, *aprendizaje*, *emociones* y *nostalgia*, factores encontrados por Guinn, 1980 (citado en Zimmer et al., 1995) en la sociedad americana. Hagan y Uysal, 1991 (citado en Zimmer et al., 1995), encuentran en un estudio realizado a un numeroso grupo de gente mayor en los EE.UU aspectos referidos a la *socialización*, la *exposición a situaciones nuevas*, la *evasión del estrés de la vida cotidiana*.

McGuire et al., 1986 (citado en Zimmer et al., 1995) señalan como limitaciones las que se refieren a aspectos de *seguridad*, limitaciones *económicas*, *falta de tiempo*, *falta de información*, *deficiente salud*. También Blazey (1992) encuentra aspectos referidos a la *salud*, la *incapacidad*, la *percepción de la edad*. Otras investigaciones descriptivas añaden (Tongren, 1980; McGuire, Uysal & McDonald, 1988; Vincent de los Santos, 1990; Cuba, 1991 y Lawson, 1991 citadas en Zimmer et al., 1995; Capella y Greco, 1987; Romsa y Blenman, 1989; Foster y Murphy, 1991 ) aspectos referidos a las *prácticas en la búsqueda de información*, *modas en los viajes*, *actividades vacacionales*, *pautas de gasto*, *selección del tipo de alojamiento y de las destinaciones turísticas*.

Existe la tendencia en el marketing, relacionado con el turismo de explorar los motivos por los cuales se viaja y un resultado típico surgido de los estudios es que los viajes de la tercera edad están motivados por el deseo de visitar amigos y familiares (Anderson y Langmeyer, 1982; Romsa et al., 1989, Shoemaker, 1989). Por otra parte, otros estudios informan que actualmente la tendencia es que la razón principal de viajar ha cambiado de visitar a amigos o familiares a viajar por puro placer (Ouellette, 1996). En estudios recientes Backman, Backman, y Silverberg, (1999) encontraron más probable que los seniors mayores (>65) tuvieran como principal propósito de viaje la visita de amigos y familiares que los más jóvenes. Vincent de los Santos, 1990 (citado en Cleaver et al., 1999) ya estableció que de hecho el mercado de los seniors puede ser clasificado o segmentado desde varias perspectivas. Se pueden distinguir distintos grupos de “seniors” que viajan en función de múltiples motivaciones y valores subyacentes en variadas formas de experiencias recreativas turísticas (Cleaver et al., 1999).

Asimismo, en un estudio hecho a los turistas de una destinación basada en atractivos de la naturaleza y en la que trataban de encontrar algunas diferencias entre los no-seniors y los seniors la preocupación por la salud y el enriquecimiento personal resultó ser un importante motivador, así como los intereses por la actividad física y las realizadas en el aire libre (Moisey et al., 1999). La duración del viaje es

a menudo más larga que la de otros grupos de edades (Ouellette, 1996), aunque los viajes cortos de un solo día son especialmente populares (Blazey, 1986 citado en Ouellette, 1996). Los amigos y la familia desempeñan un papel importantísimo en la elección de vacaciones de las personas mayores (Capella et al., 1987).

En Cataluña por ejemplo, la principal motivación de los turistas mayores para viajar es el *ocio y las vacaciones* (48%) y la *visita de familiares y amigos* (43%) (Actt (agencia catalana de tecnología turística), 1996). Además, se ha señalado la presencia de grupos más activos que generaciones anteriores y un aumento de la movilidad social y los desplazamientos por parte de las personas mayores (Villar, 1999; Actt, 1996; McPherson, 1999). También, el aumento de la esperanza de vida y los cambios en el cese laboral han comportado la aparición de la necesidad de mantener estilos de vida más saludables. Ello, supone la realización de actividades que favorezcan la posibilidad de mantenimiento de la salud, o de enriquecimiento personal. También, la facilidad para organizar, integrar y ocupar el tiempo libre de una forma más significativa en sus vidas, lo cual no siempre se produce en este grupo de edad (McPherson, 1999). De hecho, el tiempo libre en esta edad actúa no únicamente como “tiempo sobrante”, sino como un contexto de expresión personal, de significado y vinculación social (McPherson, 1999; Esport 3, 1993). En este sentido, al escoger un destino o producto turístico se van a reflejar el tipo de usos significativos que se hace del ocio, en base a los valores, preferencias y/o actitudes entre otros. Aunque, también es preciso considerar que existen pocos estudios sobre el uso significativo del ocio en los diversas etapas del ciclo vital (McPherson, 1999). Asimismo, ha sido observado que una de las tendencias y motivaciones para escoger un destino es la *posibilidad de realizar actividades al aire libre (ej. paseos, excursiones y visitas a lugares de interés cultural)* (Villar, 1999).

Otro factor principal observado que influye a escoger un destino turístico es el *clima*. A las personas mayores, les motivan los lugares donde la temperatura es más agradable dentro de las fechas que ellos pueden viajar (Villar, 1999). También, la *calidad del entorno y ser un lugar reconocido, famoso o con prestigio*, se fijan

también en la *calidad del establecimiento*, hotel o alojamiento y de los restaurantes, donde se observa muchas veces que piden abundancia en sus menús.

También, la “*seguridad económica*” como es lógico es otro de los aspectos que preocupa a las personas mayores (los ingresos, las pensiones, etc.). Aunque, al escoger un destino el “precio” ocupa el séptimo lugar de prioridades. En función del “atractivo” del destino y la necesidad de conocimiento del mismo, preferirán ahorrar antes del viaje y hacer algún sacrificio económico después del viaje (Villar, 1999).

Recientemente se sostiene que existe por parte de la gente mayor, deseo de utilizar el viaje de ocio-turístico por mero placer basado en motivaciones diversas y heterogéneas, tales como el descubrimiento y/o el aprendizaje entre otras (Cleaver et al., 1999).

Asimismo, y conforme avanzan los años les *preocupan los cuidados y necesidades especiales*, asociado a las pérdidas ocasionadas por el proceso de envejecimiento, tales como dificultad en la realización de actividades físicas, pérdida de visión, de audición, etc..., soledad. También, buscan la tranquilidad y seguridad de los destinos, no temer por sus pertenencias e integridad física, así como la existencia de centros médicos próximos y de calidad (Villar, 1999) Estas necesidades pueden hacer que determinados productos y/o destinos turísticos no reúnan las características adecuadas. Tanto el acceso al viaje mismo como el uso de determinadas ofertas e iniciativas turísticas deberían contemplar el grado de autonomía física de la persona mayor. En este sentido, la adaptación de los establecimientos y otros elementos que forman parte de la oferta turística pueden facilitar o dificultar el uso y acceso al turismo, así como el tipo de desplazamientos geográficos que puedan hacer por sus condiciones físicas, psicológicas y sociales (Gerontología, 1992)

Por todo ello, y tal como ha sido comentado por algunos autores (Gerontología, 1992) se hace imprescindible y necesario el conocimiento de necesidades y comportamientos turísticos de las personas mayores a fin de dirigir ofertas y promover iniciativas turísticas más adecuadas y motivadoras por parte de empresas y administraciones. Tanto las políticas económicas como sociales destinadas a facilitar, estimular e incentivar la práctica del turismo en las personas mayores pueden a su vez ejercer un efecto “culturalizador” y “socializador” aunque por otro lado, también pueden estar dificultando la satisfacción de necesidades y motivaciones actuales de las personas mayores.

### ***Búsqueda de información***

Las personas mayores buscan información sobre productos y/o destinos turísticos que respondan a sus necesidades y motivaciones ya mencionadas. Los viajeros mayores de Europa que se encuentran bien físicamente y mentalmente no buscan un producto específico para su grupo de edad. Sólo los que son llamados de cuarta edad (los que necesitan ayuda para viajar) buscan productos diseñados para ellos (Actt, 1996).

La principal fuente de información para las personas mayores la constituye su propia experiencia como consumidores, la contrastan también con los medios externos (prensa, grupos de convivencia, etc...). No suelen utilizar la información en carteles, folletos, etc..., debido a las dificultades físicas propias de la vejez (visión, comprensión, etc...). Tanto la prensa como la radio suelen ser medios efectivos comercialmente por su afición a la lectura, a la radio y a la TV. Moisey et al. (1999) estudiando turistas “seniors” que visitaron “The katy nature trail” en Canadá encontraron que una mayor parte se informaron a través de la prensa y las revistas. Por otra parte, también cabe considerar que el proceso de búsqueda de información, se va a encontrar condicionado por el nivel de renta, cultural y grado de socialización de la persona mayor (Villar, 1999).

### **Valoración de alternativas**

Las alternativas de viaje turísticos van a ser valoradas en primer lugar por si reúnen las características que satisfacen las necesidades de las personas mayores, tales como distancia en el desplazamiento, diseño del producto (duración, características...) entre otras. A su vez, tanto los condicionantes objetivos, el disponer de suficientes opciones por ejemplo, como subjetivos, tales como la percepción del producto y/o destino turístico incidirán en el tipo de valoraciones de alternativas disponibles para los turistas mayores.

Mill & Morrisson (1998) argumentan que los viajeros mayores tienden a percibir diferencias en las destinaciones turísticas en base a la capacidad que ellos creen que poseen los destinos para proporcionarles beneficios que satisfagan las necesidades más importantes para ellos.

### **Elección y decisión turística**

Por razones propias del envejecimiento, características de la cohorte específica, pautas de consumo, entre otras. Las personas mayores eligen productos y/o destinos que satisfacen mejor sus necesidades, y sus valores personales. Pitts and Woodside (1986) demuestran que los valores personales de los viajeros “seniors” están relacionados con la elección de las actividades vacacionales. Así, por ejemplo se ha observado que las personas mayores en Cataluña escogen preferentemente las comarcas de la Costa Brava y Costa Daurada, utilizan más el transporte de autocar, la duración de sus viajes es de 7 días aproximadamente (superior a la mediana de los viajes de otros grupos de edad), tienen una cierta predisposición a acudir a las agencias de viaje, aunque en cuanto a la organización del viaje lo hacen fundamentalmente por cuenta propia (75%), normalmente viajan en compañía de familiares (65%) y solo un 10% lo hacen solos, se suelen hospedar en casas de

familiares y amigos y en segundo lugar en hoteles (42%) (Actt, 1996).

Asimismo, Moisey et al., (1999) encontraron que en una muestra a partir de 50 años de 400 visitantes del “The Katy Trail State Park” , una atracción turística que realiza un itinerario en tren alrededor del río Missouri (USA), la mayoría estaban casados, tenían hijos todavía en sus casas, tenían más educación que los jóvenes, era más probable que viajaran con amigos y realizaran actividades menos estresantes, y viajaban en otras fechas y horarios. Todo ello, nos está indicando que el tipo de elecciones turísticas que realizan puede tener mucho que ver tanto con sus condiciones sociodemográficas como por el tipo de beneficios psicológicos buscados para satisfacer necesidades específicas propias de las personas mayores.

### ***Compra y participación***

La compra para las personas mayores representa un placer más que una obligación, además de permitirles mantener sus relaciones sociales (Villar, 1999). De ahí, que también constituya una forma de ocupar el tiempo libre.

Por todo ello, las características de las ofertas deberían presentar estímulos motivadores para ser útiles a las personas mayores. Ello, implica centrar la atención en aspectos de la participación en el turismo. Estos, se van a referir tanto a las expectativas de las personas mayores como a los criterios que se utilicen para potenciar un tipo de turismo u otro a favor de una mejor integración social, cualidad humana y facilitador de las potencialidades expresivas de las personas mayores (Gerontología, 1992)

Algunos autores informan que el dinero gastado y las actividades realizadas no difieren de otros grupos de edad (Ouellette, 1996). Ello no coincide por otro lado con Rosenfeld, 1986 (citado en Zimmer et al., 1995), el cual demuestra en una

investigación hecha por la “American Association of Retired persons” que los “seniors travelers” gastan más dinero que los “younger travelers”, además también resalta que los “seniors travelers” de la sociedad americana viajan más frecuentemente, se desplazan a mayores distancias, aumentan los días de estancia y hacen un uso más frecuente de las agencias de viaje que otros grupos de edad.

### ***Conducta post-compra***

En función de la experiencia como consumidor se experimentará “fidelidad”, en el sentido de desear volver a consumir el producto o “disonancia” si aparecen dudas y no se produce satisfacción en la compra y hay necesidad de reclamar. Por otro lado, algunas de las conductas post-compra que se suelen dar en las personas mayores, según Villar (1999) a pesar de que existe falta de información son: 1) Delegar en otros familiares las reclamaciones para no mostrar dependencia, falta de resolución del problema, falta de información, entre otros. 2) Una satisfacción ligeramente inferior a otros grupos de edad al demandar un forma especial de ser atendida. Además, también puede suceder que puedan cambiar tanto el tipo de prioridades, necesidades y motivaciones a lo largo del proceso vital y con ello también cambiar el tipo de elecciones turísticas que efectúen.

### **3.2.2. Turismo social y turismo de la tercera edad.**

El consolidarse el turismo como negocio e industria en las sociedades avanzadas, ha impulsado a éstas, la organización de políticas sociales de turismo para favorecer a las capas sociales más desfavorecidas, integrarlas en el proceso de consumo y favorecer a la par los intereses del sector turístico. Así, se considera que determinados colectivos como el de las personas mayores, entre otros (jóvenes, discapacitados, etc.) por su categoría social económica desfavorecida, por razones

de edad, de salud, de poder adquisitivo y/o de tener una mayor disponibilidad de tiempo libre (Montaner, 1996) pueden y deben ser ayudados, en el marco del estado del bienestar (aunque pueda estar cuestionado...).

Por todo ello, surge el denominado *Turismo social*, en el que destaca el programa estatal de ayudas a la “Tercera Edad”, desarrollado a través del Imsero (Antes Insero), institución que depende del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, destinado al colectivo existente de 6 millones de personas de España mayores de 65 años que poseen unas determinadas condiciones restrictivas y a las cuales se les ofertan unas determinados destinos y servicios turísticos que reúnen también unas determinadas condiciones (Secretaria General de Turismo, 1993) en cuanto a precios, tipos de destinos, etc... La Secretaria General de Turismo (1993) comenta que la filosofía del programa es *contribuir al bienestar de la Tercera Edad* haciendo posible que conozcan nuevos lugares de España y enriquezcan su tiempo de ocio, a la vez que se desea *mantener y crear empleo en el sector turístico*-, potenciando los niveles de ocupación en épocas de temporada baja.

También cabe mencionar que los “viajes de la tercera edad” adquieren un significado social al institucionalizarse de la mano del Imsero y al mover anualmente decenas de miles de personas (Miranda, 1992). Por otro lado, el turismo para los mayores considerando las estimaciones de crecimiento de este mercado y los efectos beneficiosos que produce, se esta considerando y valorando como una *necesidad social* de primer orden (PriceWaterhouseCoopers, 1998)

Estas iniciativas sociales se concretan en el programa de ***vacaciones para mayores***, que desde 1985 está orientado a proporcionar a las personas mayores, la posibilidad de disfrutar, a precio reducido, de una estancia de 10 o 15 días en zonas turísticas de clima suave, en el periodo de Octubre a Mayo –coincidente con la denominada “temporada baja” de estas temporadas turísticas) y *el de termalismo social*, que desde 1989 está orientado a proporcionar al colectivo de tercera edad tratamientos recuperadores en establecimientos Termales especializados). Estos

programas pretenden conseguir simultáneamente ambos objetivos:

- 1) mejorar la calidad de vida de las personas mayores y
- 2) favorecer la creación y el mantenimiento del empleo en la temporada baja del turismo.

El programa de “vacaciones para mayores” ha sido objeto de un estudio por parte de la Consultora Internacional PriceWaterHouseCoopers (1998) para valorar su estado actual. De los principales resultados se destaca:

- a) *Los viajes se ajustan a las necesidades y gustos de los mayores, como es por ejemplo la relación calidad-precio.*
- b) *El 99% desearía participar en posteriores ediciones, lo cual está indicando una satisfacción, por ejemplo encuentran como aspectos positivos la “variedad de destinos y fechas” y la duración de los viajes (15 días).*
- c) *Reduce los efectos más importantes de la estacionalización turística a base de proporcionar empleo durante la temporada baja del turismo.*
- d) *Reporta beneficios socioeconómicos para las comunidades receptoras de este turismo*
- e) *El programa justifica por sí mismo el bienestar y la mejora en la calidad de vida que produce en los mayores, que se concreta en 1) **impacto sobre la salud física y psíquica** (al caminar, hacer ejercicio, desplazarse a zonas de clima suave, relaciones sociales, etc.) 2) El **acceso a todos los mayores** con capacidad para viajar, por los precios ofertados y también por reunir una serie de servicios médicos u otros para poder cubrir algunas de las características de este tipo de turismo.*

Cabe mencionar que estas iniciativas han influido en otras iniciativas de otros países como el caso de Portugal (Graça, 2000) que ha tomado España como país de referencia para el desarrollo de programas similares. Otros han comentado que

por ejemplo la importancia del Turismo Senior en España no viene generada únicamente por el hecho de ser unos de los principales países receptores de este tipo de turismo, sino precisamente porque España es el primer país que ha organizado programas vacaciones domésticos de índole social como los del “Imsero”, los cuales han producido un vuelco en las expectativas turísticas de las personas mayores españolas generando a su vez unos flujos de turistas relativamente importantes hacia zonas altamente turísticas en periodos de baja ocupación (Garau, 1998).

Todo ello, significa que las “vacaciones para la tercera edad” constituye un **tipo específico de turismo** que como fenómeno bastante reciente necesita ser valorado, analizado al presentar diferencias en primer lugar, por las distintas formas de concebir los viajes que tiene esta población en función de su edad, nivel cultural o situación socioeconómica, además de las características peculiares que pueden reunir por la propia situación social de jubilación (Miranda, 1992).

La denominación de “tercera edad” tiene un carácter relativo, tanto por su alcance como por su sentido en el tiempo y en el espacio (Ortega, 1989). En otros contextos, se prefiere denominar “turismo senior” (Garau, 1998) o simplemente turismo de la gente mayor (Agencia catalana de tecnología turística, 1996). Esta forma específica de viaje, entre otras, como el turismo cultural /rural /familiar /náutico, etc... surge como consecuencia de la evolución de diversos factores sociales vinculados estrechamente con la actividad del turismo (organización del trabajo, paro, vida laboral, etc...) y su incidencia en el comportamiento transpersonal y personal (Munné, 1995) del colectivo de gente mayor. Ello se refleja en la conquista de mayor tiempo libre ya sea por el adelanto en las edades de jubilación o por la tendencia a las jubilaciones anticipadas. De ahí, que el turismo de la gente mayor sea considerado un mercado de viajeros en potencia al observarse los periodos de su evolución en continuo crecimiento (Ortega, 1989 y Shoemaker, 1989). Además, cabe destacar tal como enfatiza Espunya (1997) en la 2ª Conferencia sobre el consumo y la Gente Mayor en Barcelona que es preciso poner

de acuerdo el turismo con la realidad psicosocial de las personas mayores. Este autor considera que al llegar a mayor es una **edad ideal para viajar**, un tiempo para descubrir, comunicarse a través del tiempo libre y dado el aumento general tanto cualitativamente como cuantitativamente es necesario el estudio de estrategias y la formación permanente de los profesionales del turismo.

Así, los **motivos que impulsan a las personas mayores** a salir de vacaciones, según Miranda (1992) son variados: En primer lugar destaca la *necesidad de cambiar de ambiente y descansar* (56,6%), en segundo lugar *el deseo de ver a la familia y amigos* (17,8%), *conocer nuevos lugares* (13,6%) y *acompañar a la familia en sus desplazamientos* (10,3%); sólo el 0,4% indica el presenciar actividades culturales, deportivas, etc... Por otro lado, Espunya (1997) señala las motivaciones culturales, cada vez más frecuentes vinculadas al uso de algunas actividades turísticas.

Por otro lado Miranda (1992) indica que **entre los que no viajaron**, la mayoría no lo hizo por *razones económicas* (un tercio) o porque su salud no se lo permitía, problemas de difícil solución.

Los que viajan más suelen estar entre los 61 y 70 años, casados y a partir de los 75 años se observa un decremento del viaje (Miranda, 1992).

Asimismo, Ortega (1989) indica que como factores diferenciales con respecto a la población de otro grupo de edad:

- a) Viajan algo menos que el conjunto de población (un 5%)
- b) Predominio de motivos como *diversión* y *cambiar de ambiente* y refieren menos motivos como *salud* y *descanso*
- c) Prefieren viajar menos al extranjero

- d) La mayoría de personas prefieren Alicante como destino
- e) Presenta una ligera diferencia en la costumbre de acudir al mismo lugar de vacaciones (el 47,5% frente al 44%)
- f) Prefieren realizar sus viajes fuera de temporada
- g) Prefieren utilizar otro tipo de transportes como el autocar
- h) Gastan algo menos que el conjunto de la población

Existen varias razones por las cuales desde las administraciones y otros poderes públicos se cree que este tipo de turismo debe ser potenciado según Ortega (1989). Estas, tienen que ver con el mantenimiento de las actividades económicas a través de favorecer la desestacionalización, generando recursos y empleo, también con su contribución a elevar el nivel de vida y de salud de las personas mayores.

Asimismo, los **factores culturales** en la compra de determinados productos turísticos ejercen un efecto barrera; creando afinidades o rechazos, facilitando o dificultando la compra y condicionando los hábitos de consumo turístico (Bosch, 1996). En el caso de España las políticas de servicios sociales (Imsero) han contribuido, a una “culturización del viaje” y a la propensión a viajar por parte de este colectivo aunque del 80% que conocen el servicio de “Vacaciones y viajes” solo el 15,7 % lo utilizan (Imsero/Cis, 1995)

El turismo social de tercera edad permite la realización de la práctica social del turismo a aquellas personas mayores que llegada una determinada “edad” la sociedad les obliga a apartarse económicamente y socialmente y les sitúa en una posición desfavorecida. En los Estados de Bienestar Social se preocupan de proporcionarle aquellos aspectos económicos y de integración que el sistema productivo funcional le ha arrebatado (Sousa, 1994). Estos viajes son planificados habitualmente a través de Instituciones, clubs de jubilados y agencias de viajes y suelen tener unas características específicas (algunas ya mencionadas), tales como ser de “larga duración” , “viajar a lugares de clima suave”, “utilizar el transporte de

autocar”, entre otras.

### **3.2.3. Elección turística y participación: limitaciones.**

En el estudio de la conducta del consumidor-turístico además de comprender los procesos de consumo y/o decisión turística es preciso considerar una variedad de limitaciones y/o restrictores que actúan tanto para la realización de viaje turístico, en el sentido de escoger un determinado tipo de viaje o viajar con más o menos frecuencia por ejemplo, y también permiten entender que es lo que puede hacer que un no-turista se pueda convertir en turista y a la inversa. Con esta perspectiva teórica se asume que los turistas deben negociar entre una secuencia y jerarquización de limitaciones y/o restrictores de la elección turística que realizan. Todo ello, permite considerar también la investigación de los “no-usuarios” o “no participantes” (los que no viajan), a la cual en la literatura se ha prestado menos atención (Hudson and Gilbert, 2000), yendo más allá de la “falta de motivación” o “interés” que se les atribuye normalmente desde los estudios de consumo.

El modelo de Crawford et al. (1991) describe y define la secuencia y la jerarquización de los niveles (ver figura 5) que van a afectar a la participación del turismo y por extensión a la realización o no del viaje turístico.

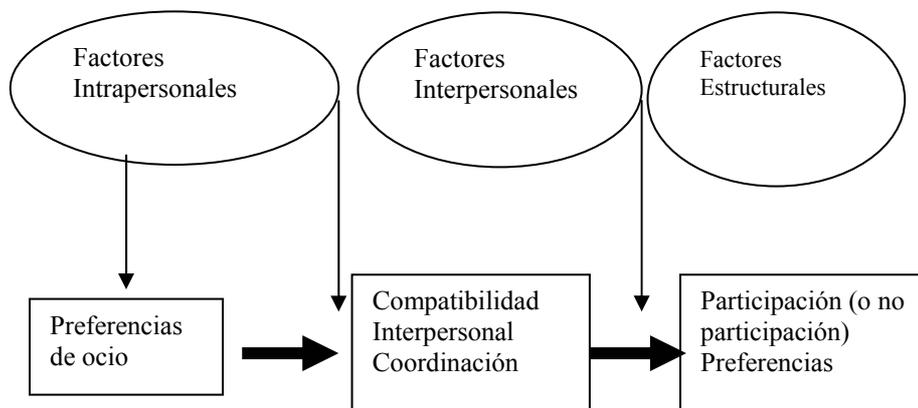
El primer nivel es de las **limitaciones intrapersonales**, referidas a los estados psicológicos y atributos individuales, los cuales interactúan con las preferencias hacia el ocio-turístico y van a estar interviniendo y afectando, junto con los demás niveles, tanto al tipo de participación como a la no-participación en el turismo, por ejemplo, el que se elija un determinado viaje o viajar de una determinada forma. Estos pueden incluir, por ejemplo, estrés, depresión, religiosidad, ansiedad, percepción de uno mismo, etc.. Por ejemplo, el hecho que una persona mayor se atribuya una cualidad como el de ser “introvertida” como un

día me comentó una persona mayor cuando le pregunté si viajaba en cruceros y me dijo “no esto no es para mí, allí se busca hacer relaciones y esto no va conmigo...”.

El segundo nivel es el de las **limitaciones interpersonales**, las cuales ocurren como resultado de la interacción entre las características individuales y la experiencia turística. Por ejemplo, ciertas personas pueden experimentar una limitación interpersonal al no encontrar compañía o amigos para decidirse a participar o no participar en el turismo. Una persona que esta sola, porque se ha quedado viuda, por ejemplo, puede significar mucho para ella el que su mejor amiga le acompañe.

Finalmente, el nivel de las **limitaciones estructurales**, las cuales son factores que intervienen entre la preferencia turística y la participación limitando la participación o no en turismo. Estos se refieren por ejemplo a barreras económicas, disponibilidad de tiempo, accesibilidad y oportunidad de viajar. Así, dadas unas determinadas condiciones de vida, personales y/o sociales el tipo de ofertas que se diseñen (subvencionadas o no), el tipo de facilidades para que las personas se jubilen en condiciones dignas y otras referidas al entorno social y cultural pueden favorecer o limitar la realización del viaje turístico.

**Figura 5. Un modelo jerárquico de limitaciones del ocio (Crawford et al., 1991)**



**Fuente: Crawford et al., (1991) (traducido por I. Armadans 2001)**

Nosotros pensamos que el primer nivel que conforma lo que son las preferencias hacia el turismo puede estar limitado por aspectos *interpersonales*, vinculados por ejemplo a situaciones de pareja, o al tener hijos o no tenerlos, o el que tengas determinados amigos o grupos de referencia, entre otros, con el hecho de que prefieras un determinado tipo de viaje turístico. En función de estas relaciones el turista puede conformar un determinado tipo de preferencias y como consecuencia un tipo de participación en el turismo. El vivir en un determinado lugar “urbano” por ejemplo, en una cultura determinada donde viajar conforme determinadas preferencias mayoritarias, va a estar incidiendo en primer lugar en las preferencias individuales hacia el ocio-turístico. Todo ello, significa que muchas son las variables que pueden estar interactuando incidiendo con mayor o menor peso en la decisión final del turista mayor.

La cuestión de las principales razones que influyen en la elección turística del grupo de personas mayores ha sido poco investigada (Zimmer et al., 1995). Los estudios realizados han considerado la perspectiva del “ciclo de vida”, asumiendo que el propio estado vital puede limitar tanto el acceso y participación como el tipo de participación que realizan los que viajan. En este sentido, estas investigaciones se han ocupado de encontrar estas diferencias ya sea por razón de periodo vital (ej. adolescencia, final vida...), o de edad. Otras investigaciones añaden la importancia de otras variables que pueden estar mediatizando el comportamiento turístico, como es el “genero” (Hudson et al., 2000). Estudios recientes asumen el punto de vista que las limitaciones no actúan aisladamente y que suelen estar interrelacionadas en un contexto junto con otras dimensiones subyacentes del comportamiento de consumo turístico. (Jackson, 1993, citado en Hudson et al., 2000) identifica seis dimensiones representativas de aspectos comunes encontrados en estudios previos: *Aislamiento social; accesibilidad; razones personales; costes; compromisos de tiempo y facilidades en disponer de destinos y/o productos turísticos*. Este mismo autor, sugiere que a menudo resulta mucho más real el análisis de la dimensionalidad más que el focalizarse en limitaciones individuales.

Estudiar las diferencias que puede haber entre “viajeros” y “no viajeros” por ejemplo, nos podría ayudar a predecir la propensión al viaje, así como establecer que puede estar facilitando o dificultando el acceso y participación de las personas mayores que viajan.

Conocer las limitaciones que pueden estar experimentando tanto los que viajan como los que no viajan, para elegir “no viajar”, o “viajar” de una forma diferente a la que desearían (ej. con “más frecuencia” o eligiendo “determinados tipos de viajes”, etc...) podría representar una significativa oportunidad de marketing, así como la posibilidad de conocer cuales pueden ser los procesos de influencia de las decisiones turísticas, es decir lo que hace que un “no-turista” se convierta en turista o viceversa presentando diferentes manifestaciones del comportamiento del turista a lo largo de un “continuum” y en función de una serie de limitaciones que afectan al tipo de participación y manifestación en el comportamiento turístico. En este sentido, también se podrían identificar tipos de “viajeros” y de “no viajeros” para un tipo de destino y/o producto turístico, así como tratar de identificar grupos homogéneos basados en su percepción y la influencia de las limitaciones para la realización del viaje turístico. Tradicionalmente, en la literatura de marketing se suelen considerar las razones y los procesos de decisión turística del que viaja prestando menos atención al “no viajero” o al “no-usuario” (el que no participa), y con ello se desconocen cuales pueden ser realmente las limitaciones en los “viajeros” y especialmente las de los “no viajeros”, en los cuales únicamente se considera la “falta de motivación” sin recurrir a otros aspectos subyacentes a su comportamiento (Hudson et al., 2000) cómo podría ser considerar el tipo de estilo de vida, las condiciones de vida, la experiencia previa, etc...

En nuestro país, y en los últimos años el mayor bienestar de las personas mayores se ha visto reflejado en una “**mayor propensión a viajar**”. Aunque comparativamente con los demás países de Europa, los españoles son los que realizan menos viajes internacionales, y viajan más por el país, si que se destaca España como el principal receptor de turismo senior de Europa (Garau, 1998).

Sousa (1994) destaca que a pesar de ello, sigue siendo significativo el bajo porcentaje de este grupo social que realiza viaje turístico comparado con los otros grupos de edad, tanto en España, como en Europa. Ello puede ser debido a factores muy diversos, en primer lugar factores culturales, facilidades o restricciones, al tipo de estructuras sociales familiares, de grupos sociales informales, al tipo de estilo de vida y actividades realizadas en el tiempo libre y/o finalmente a las necesidades que se pueden estar cubriendo con los destinos turísticos ofertados (cambio de clima, por ejemplo). Así, el viajar en algunos casos puede contribuir a la mejora de la calidad de vida, y en otras puede estar compitiendo con otras alternativas de vida, tales como “hobbys”, dedicación a la familia, etc...

Aunque, por otro lado recientemente Sousa (2000) señala que haciendo una prognosis del ocio futuro de la tercera edad otros fenómenos de influencia cultural y generacional, pueden estar incidiendo en provocar el cambio de un ocio de masas para la tercera edad poco discriminativo a un ocio selectivo, produciéndose cambios en:

- a) el número de turistas que accedan al turismo (con tendencia a aumentar)
- b) el tipo de servicios de “calidad” que demanden

Estos aspectos, deberán servir lógicamente para corregir aspectos del diseño de las ofertas turísticas que puedan contribuir al desarrollo humano al mismo tiempo que posibiliten el acceso al turismo por parte de este colectivo.

El “poder viajar” o “acceder” al turismo por parte de la gente mayor, aunque se haya hecho asequible por varias razones en nuestro país (ej. políticas sociales como Imsero), de una forma general, puede estar en función de diversos aspectos:

- 1) Planificación y gestión de los escenarios turísticos por parte de las administraciones y empresas turísticas (ej. gestión sostenible, productos de calidad, etc.)

- 2) Cambios sociodemográficos que se producen de forma dinámica en las sociedades industriales avanzadas (ej. el aumento significativo del número de personas mayores que viajan, ha transformado a partir de los años ochenta la demanda turística (Cals, 1991).
- 3) Posibilidades reales y atractivos turísticos de los destinos y lugares turísticos y su valoración por parte del consumidor-mayor.
- 4) Las condiciones psicosociales de la existencia vital y los motivos que inciden en la preferencia y elección de productos turísticos específicos.

### **3.3. Diferencias psicosociales entre “viajeros” y “no viajeros”.**

El hecho de que las personas mayores viajen o no viajen puede ser debido como hemos ido analizando a multitud de factores bio-psico-socio-culturales. En primer lugar, vamos a considerar los **cambios propios del envejecimiento**, lo que se va a manifestar en las características propias del ciclo de vida: la edad, la jubilación, estado civil, convivencia, hijos, percepción de salud, etc... Estos, pueden estar influyendo o limitando el tipo de acceso y participación en el turismo. En segundo lugar, vamos a considerar **la ocupación del tiempo libre**, tanto en un sentido de disponer de más o menos tiempo libre, como en el tipo de ocupaciones que puede reflejar un determinado estilo de vida, el cual estructura y dota de significado esta última etapa del ciclo vital. Entre estas ocupaciones se pueden encontrar la participación social, la realización de actividades de ocio, de deporte, físicas, “hobbys”, compras, etc... Y por último, **la experiencia y relación con el viaje turístico**, en el sentido de posibilitar tanto su uso como su consumo, por los efectos en la socialización con el viaje turístico. Entre estas últimas manifestaciones se va a poder encontrar la importancia concedida al viaje, el tipo de preferencias, las percepciones de la actividad de “viajar” y el tipo de experiencia que la persona tiene y mantiene en su existencia vital, entre otros.

También, el importante rol psicosocial que juegan los entornos turísticos y espacios turísticos en la vida de la gente mayor (Armadans, 2000), en poder satisfacer las expectativas de estos, la relación persona-medio ambiente (Hernandez, 1997) se deberá tener en cuenta. Como las propiedades y características de los destinos y lugares turísticos (clima, paisaje, elementos culturales, etc.) y los comportamientos adaptativos desarrollados por los turistas mayores para conseguir los beneficios psicológicos que esperan obtener en su relación.

### **3.3.1. Cambios propios del envejecimiento.**

La persona mayor al envejecer evoluciona en su ciclo vital y se caracteriza por una combinación de variables bio-psico-socio-culturales. El concepto de “ciclo vital” por su naturaleza multidimensional va produciendo en la persona cambios de diferente índole, tales como “cambios en la edad”, “estado civil”, “presencia o ausencia de hijos”, “presupuesto familiar”, etc. Al mismo tiempo, todos estos cambios “objetivos” pueden ser vivenciados de forma subjetiva y de forma muy distinta. En relación al viaje turístico, no existen unas evidencias claras que el envejecimiento por si solo como componente pueda describir el tipo de comportamiento del turista mayor (Moscardo et al., 1999). Aunque, por otro lado, si que determinados aspectos que podemos relacionar con el envejecimiento juegan un papel destacable. Por ejemplo, la **salud** y las **condiciones físicas** aparecen como reales limitaciones hacia las decisiones turísticas (Moscardo and Green, 1999), así como la percepción de salud para participar en actividades de ocio (Patterson, 1996).

El envejecimiento y el comportamiento del ocio-turístico están influidos por un gran número de factores sociodemográficos que deberían ser incluidos en investigaciones futuras dirigidas a conocer mejor el ocio en los últimos años de la vida. Estos factores pueden incluir desde el sexo, la raza, vinculaciones grupales,

educación, el estado civil, el tipo y lugar de residencia, entre otros (McPherson, 1999), así como la edad misma tanto en su percepción subjetiva como en su posición objetiva frente a la sociedad. Todos estos factores solos o en combinación pueden haber influido (en el pasado) o estar influyendo (en el presente) en las valoraciones hacia el ocio, las preferencias y las oportunidades (McPherson, 1999).

Actualmente se intenta relacionar el envejecimiento de la población junto con el aumento de la esperanza de vida con el potencial de crecimiento del mercado de personas mayores que viajan y lo harán en el futuro (Moscardo et al., 1999). Se utilizan indicadores tales como “salud”, “tiempo libre disponible”, “nivel de renta”, “nivel de educación” y/o “interés por el viaje” y se compara con generaciones anteriores (Cleaver et al., 1999; Moscardo et al., 1999). Delisle (1993) citado en Ouellette (1996), llega a la conclusión de que las actividades físicas, culturales educativas y turísticas han aumentando en los últimos años 80, probablemente como consecuencia del efecto cohorte. Asume que esta cohorte de edad tiene **valores diferentes, más educación y mayores ingresos**. Aunque otros concluyen que no necesariamente el número de personas que viajan ha aumentado sino que los que viajan lo hacen más a menudo (Ouellette, 1996). En este sentido, Mannell and Kleiber (1997) destacan la influencia de la pertenencia a una misma cohorte, al compartir un grupo de experiencias que influyen en los valores y las creencias y a la postre en la elección de actividades recreativas y/o turísticas.

Así, por lo que respecta a los cambios que se producen en el envejecimiento en relación con la participación en la recreación y en el ocio-turístico los estudios han prestado atención básicamente: 1) a la influencia de los *cambios por la edad*, de la propia *cohorte*, historia y *estereotipos* asociados, a la relación que todo ello tiene en la satisfacción y/o salud, a la integridad vital y a las diferentes formas de consumo de ocio-turístico que son propias de las personas mayores.

La población envejece y se piensa que el colectivo de los “seniors” puede ser un nuevo mercado lucrativo para los negocios turísticos. Se cree que se producirá

en el crecimiento de las personas mayores unos turistas que viajaran mucho más y serán más activos que sus antecesores. Esta creencia a sugerencia de Moscardo et al., (1999) debe ser todavía probada.

Blazey (1992) encontró por ejemplo, que mientras el interés es alto entre las personas retiradas, los viajes actuales no es que son más frecuentes después del retiro. Ouellette (1996) señala que un dato interesante es que el número de actividades parece aumentar tres años después de la jubilación. Esto posiblemente pueda estar indicando la posible influencia del efecto cohorte y la adopción de estilos de vida activos, una vez la persona se ha adaptado a la jubilación.

En este sentido, lo que señalan la mayoría de estudios es la relación que existe entre el declive en la participación turística y/o la adopción de nuevas actividades recreativas y/o de ocio conforme se va envejeciendo (Iso-Ahola, 1980; Mannell and Kleiber, 1997; Moscardo et al., 1999). Asimismo, en otro estudio realizado para evaluar la calidad de vida en la vejez en diferentes contextos (Fernández-Ballesteros y otros, 1996), se observó que prácticamente de todas las actividades de ocio-tiempo libre como “asistir a espectáculos”, “visitas”, “excursiones” y “viajar” entre otras, los porcentajes de las mismas decrecía según aumentaba la edad de los sujetos. Por otro lado, Moscardo et al., (1999) en un estudio realizado con 3000 turistas en las regiones de Australia, encuentran que este declive está asociado al uso y consumo de determinados tipos de actividades (vida nocturna, actividades marinas, etc...) y en cambio curiosamente encontraron que en la actividad de “scenic train rides” la participación incrementaba con la edad. Además, la edad resultó también estar relacionada con el *lugar de residencia* (ser de la región o del mismo estado o no) y el *tiempo de estancia*, ya que en función de ello se podrían haber generado, posiblemente, más necesidades para el uso y consumo de estas actividades (Moscardo et al., 1999). Además, otro estudio que tenía como objetivo identificar factores que influían en la decisión para viajar en U.S, al analizar los datos mediante un análisis de regresión, este les indicaba una relación de la variable edad con la de viajar de tipo “curvilíneo” en el sentido que a edades tempranas las personas mayores viajaban más hasta cierta edad y en los últimos

años de vida se produciría un declive en la participación turística considerando únicamente esta variable (Hong, G.S, Kim, S.Y & J. Lee, 1999).

Se ha enfatizado también que el efecto de cohorte podría explicar el porque se realizan determinados usos de actividades en función tanto de la existencia o no de ciertas ofertas propias de una zona geográfica-cultural en un momento dado del tiempo como de las oportunidades pasadas que hayan tenido las personas mayores (al no poseer experiencia o ciertos hábitos, por ejemplo) las cuales puedan estar incidiendo en el deseo y/o la oportunidad para consumir ciertas actividades.

Así, Moscardo et al., (1999) en el estudio antes mencionado realizó un análisis de regresión múltiple, combinando otras variables que también influyen en la elección y oportunidad para participar, concluyendo que efectivamente **la edad influye en la participación en el turismo** aunque esto puede no ser válido en general para todo tipo de actividades turísticas, por ejemplo “actividades nocturnas” versus “actividades diurnas” como el “scenic train rides” entre otras, ni tampoco para todo tipo de circunstancias, cuando se reside en la misma región o se disponen de más días de estancia, por ejemplo. Este mismo autor señala que el hecho de no poder establecer una relación determinada entre la edad y la participación puede explicarse por las limitaciones que posee el análisis de regresión utilizado, el cual asume relaciones lineales entre variables y la actividad de participación y en algunos casos estas pueden responder al efecto de otras variables y tipo de relaciones entre ellas (ej. curvilíneas...), el cual no permita concluir por ejemplo, que a mayor edad más o menos participación sino que posiblemente puede estar en relación con otras variables (ya sea el tipo de actividad como el “scenic tride rides” que resulté ser muy adecuada o deseada por las personas mayores) o por el hecho de residir en un lugar u otro.

La variable *edad*, por ejemplo, ha venido siendo utilizada para desarrollar y diseñar actividades de ocio-turístico, reuniendo en una simple categoría social personas que pueden tener diferentes condiciones personales y circunstancias sociales. Schewe (1990) ya resaltó que considerar la edad únicamente es un

método inefectivo. Ello, implica que haya que considerar la edad junto con otras variables para valorar, desde la participación en el turismo, el acceso en las actividades de ocio-turístico o la repercusión en la satisfacción y/o salud.

### ***¿Qué es lo que hace que las personas mayores viajen o no viajen?***

En la literatura se ha prestado poca atención en tratar de distinguir las personas mayores que viajan de las que no lo hacen (Zimmer et al., 1995). Hasta el momento, la **edad**, la **educación** y los **problemas de movilidad** fueron consideradas como importantes variables predictivas según un estudio realizado por Zimmer et al., (1995) utilizando un análisis estadístico de función discriminante. Además, observan el hecho de que en la muestra estudiada que corresponde a Manitoba (Canadá) la realización del viaje turístico disminuye al aumentar también la edad o los problemas de movilidad, pero en cambio ocurre de forma inversa con la educación, la cual al aumentar esta aumenta la realización de viaje turístico. Asimismo, destacan que las características más importantes que distinguen el que viaja del que no viaja son: “valoración de su estado de salud”; “situación económica”; “capacidad para manejar dinero”; “el número de enfermedades de salud crónicas”; y el “interés para gastar dinero en recreación”.

Con ello, observamos que de algún modo los cambios propios del ciclo vital, pueden ser indicativos. Pero únicamente considerar la edad como predictor del comportamiento, la “situación económica”, así como los problemas de movilidad, y/o el nivel educativo adquirido podría ser insuficiente para obtener una información completa al respecto de que es lo que puede estar produciendo diferencias entre “viajeros” y “no viajeros”. Por ejemplo, con respecto al nivel cultural como indicador de sociedades más avanzadas se encuentra siempre mucho más relacionado con la cantidad de viajes efectuados al extranjero (Sousa, 1994), y para la realización de otro tipo de viajes o excursiones puede ser irrelevante. Considerando como también ha sido señalado que los patrones del ocio en la tercera edad son heterogéneos (Ouellette, 1996) cabría tener en cuenta otros factores que podrían influir en la participación en actividades turísticas en un contexto cultural determinado. Así,

desde la adopción de estilos de vida activos o pasivos, la percepción subjetiva del estado de salud o las condiciones de vida (ej. estar casado o viudo...) entre otros. Por ejemplo, algunos estudios señalan la difícil adaptación que supone para las personas mayores, el quedarse viudo/a, su relación con el estrés y la participación en las actividades de ocio (Patterson, 1996).

Zimmer et al., (1995) realizan un segundo análisis del estudio antes mencionado, en el cual tratan de identificar los *factores que pueden influir en la decisión de una destinación turística* concreta. A pesar de que observan que los “seniors” viajan a lugares muy diversos, los resultados aportan que es posible distinguir los que viajan más *lejos* de los que viajan más *cerca*. En concreto, desde el presupuesto, la educación, el residir en una zona rural, la predisposición a gastar dinero en recreación y el status de salud influyeron en la elección del tipo de destinación. Un dato curioso es que encontraron que los residentes “urbanos” tenían más nivel educativo. Aunque es destacable que sólo el 42,67% puede ser clasificado correctamente con el discriminante y nos hace pensar al igual que reflejan los autores de este estudio que posiblemente otras variables puedan ser buenas predictoras del comportamiento de viaje de los seniors y tal vez no hayan sido usadas en este estudio.

Por otro lado, en la literatura también se cree en algunos mitos y/o estereotipos que existen, se mantienen y afectan a las personas mayores en relación a su elección turística y en su potencial atractivo para la industria turística y de marketing. Estos básicamente se refieren a atribuir a las personas mayores como colectivo: a) homogeneidad b) una autopercepción negativa c) unos valores tradicionales d) una visión pesimista de la realidad y unos patrones de consumo y ocio tradicionales. En relación a esto, Olabarri y García (2000) describen las características relevantes definitorias de la población vasca mayor de 55 años, cuestionando la veracidad de algunos tópicos existentes acerca de esta población y constatando precisamente la existencia de *heterogeneidad*; una *autopercepción positiva de la vida*, *actitudes abiertas* y poco tradicionales hacia temas actuales (aborto, divorcio...); una *visión optimista de la realidad*, preocupándoles básicamente la *salud* y la *soledad*, asociadas estas a determinadas situaciones

vitales por razón de edad, divorcio o dificultades económicas; en cuanto al patrón de consumo orientado al *disfrute* y no tanto al ahorro como es clásico considerar. En relación con esto último, también a la idea bastante extendida de que *las personas mayores viajan muy frecuentemente a través del Imserso* encuentran que el 72,9% viaja 1 vez al año o más y en cambio sólo el 9% hace 1 viaje ó más a través de Imserso y un 91% no ha hecho ninguno con Imserso frente al 54,9% que lo hace por cuenta propia o asociación. Además, en relación al deseo en los planes futuras el 26,3% expresa el deseo de viajar pero en cambio en relación a si tienen un plan concreto el 60,5% no lo tiene y solo el 21,3% va a viajar, lo cual significa tal como comentan Olabarri y otros (2000) que existe una oportunidad de mercado de cara a conseguir que se involucren en un plan de viaje, por ejemplo. Por otro lado, otro de los mitos extendidos es que *no pueden viajar porque deben estar al cuidado de sus nietos*, en cambio referido a la frecuencia con que cuidan a estos solo el 26,1% lo hacia 1 día a la semana o más y un 73,9% nunca o de vez en cuando. También, considerar que los modelos familiares están cambiando y ahora se habla de familias “boumerang” aquellas que por varias razones los hijos vuelven a estar al cuidado de sus padres que ahora ya son abuelos.

Con respecto a la actividad de viajar o hacer turismo sólo el 3,8% de la población se inicia en esta actividad. Otros aprovechan la jubilación para iniciarse en otras actividades de tiempo libre, tales como el deporte, actividades culturales, asociativas, etc... en porcentajes todavía más inferiores. (Ministerio de Asuntos Sociales, 1995). Otros prefieren quedarse en casa o continuar en las actividades que venían realizando. Las personas mayores viajan principalmente por motivos de “ocio y vacaciones”, entre otros como la visita de familiares y amigos, aunque por otro lado, uno de los motivos principales para dejar de viajar es la *edad* (Cis, 1996).

Además, según datos obtenidos de un estudio realizado en el periodo de enero a diciembre de 1999 por la Dirección General de Turismo (Cataluña), y publicado en el año 2000, se refleja el número de personas que viajan según edades, sexo, estudios y lugares visitados y destaca principalmente:

- La gente que viaja es más joven, más educada, existiendo algunas diferencias según el sexo en determinadas franjas de edad (ver tabla 2)
- Se visita más España y el extranjero aunque conforme avanza la edad y especialmente a partir de los 70 años se quedan más en Cataluña como se refleja en la tabla 3.

**Tabla 2. Personas mayores viajeras según, edad, sexo y estudios.**

EDAD	SEXO		ESTUDIOS			
	Hombre	Mujer	S.est.	Primar.	Secund.	Superior
Inter.						
51-55	22,85	25,67	7,16	25,42	29,52	31,99
56-60	22,84	25,66	7,15	25,41	29,51	31,99
61-65	26,41	15,02	37,57	16,18	19,96	32,32
66-70	7,81	15,32	27,24	11,52	9,64	0
71-75	11,58	16,24	16,89	15,34	11,37	3,7
75 y +	8,51	2,09	3,99	6,13	0	0

**Fuente: Generalitat de Catalunya (2000)**

**Tabla 3. Personas mayores viajeras según edad y lugares visitados.**

EDAD	LUGARES VISITADOS			TOTAL
	CATALUÑA	ESPAÑA	EXTRANJERO	
Inter.				
51-55	19,06	26,78	28,53	24,47
56-60	19,06	26,78	24,47	24,47
61-65	12,29	24,32	19,85	19,85
66-70	19,53	9,12	12,13	12,13
71-75	23,17	9,21	14,27	14,27
75 y +	6,89	3,79	4,81	4,81

**Fuente: Generalitat de Catalunya (2000)**

Todo ello, hace pensar que estén implicadas muchas otras variables en la incidencia de la participación en el viaje turístico. Así otras variables de tipo socio-demográfico como el lugar de residencia, hijos, las condiciones de existencia sociales de la persona, el tipo de estilo de vida y la experiencia e interacción mantenida con el hecho de viajar (la percepción del ocio-turístico), por ejemplo.

### **3.3.2. Ocupación del tiempo libre.**

Las personas mayores conforme avanzan en el ciclo de vida, con carácter voluntario, pero la mayoría de las veces de manera impuesta y obligatoria, modifican su vida cotidiana. La ocupación del tiempo libre cobra especial importancia como reestructurador de la identidad personal y social, para compensar las pérdidas experimentadas por los cambios del propio envejecimiento (referidos anteriormente). Por todo ello, la persona mayor debe ocupar la cantidad de tiempo libre disponible con alguna actividad que le permita seguir prolongando y dotando de sentido su vida, y haciendo frente a periodos de transición vital (Erikson, 1963; Kleiber, 1999). De hecho, la problemática que cada uno de ellos tenga va a reflejarse en su comportamiento en el tiempo libre, integrando o rechazando propuestas y adaptando su estado vital a sus necesidades, integrándose o apartándose socialmente de los demás a través de las actividades que realicen, ya sea vinculados a una actividad deportiva, cultural, asociativa, o viendo la TV, entre otras.

En un estudio realizado por el Ayuntamiento de Vic (1993) sobre las personas mayores, encuentra referido a las características del “tiempo libre y las vacaciones”, que del total de personas que realizaron vacaciones durante los 3 últimos años, que representa la mitad del colectivo, la mayoría lo hizo con la familia y sin utilizar recursos propuestos por las administraciones o las empresas. Y más concretamente, encuentran que los matrimonios las suelen realizar por su cuenta, los que viven con algún hijo lo acostumbran a pasar en familia y las personas que viven solas o con

parientes tienen la tendencia a realizarlas con amigos o en el marco de alguna asociación.

Por otro lado, es conocido que al llegar al final del ciclo de vida la persona experimenta también cambios en su forma de vida relacionados con su participación social en la sociedad, su estado psicológico y biológico vinculado al proceso de envejecimiento. Algunos son “*continuistas*” tal como refiere la “*continuity theory*” y en lugar de iniciarse en una actividad reproducen pautas que han sido establecidas en su edad adulta conformando un estilo de vida en el cual está implicado el lugar de residencia, la educación, y las actitudes hacia las actividades recreativas (Zimmer et al., 1995). El tener ocupado el tiempo libre tanto en términos cuantitativos como cualitativos puede influir en la decisión de participar en el turismo, tanto en el sentido de disponer de mayor o menor cantidad de tiempo como en el hecho que una determinada combinación de actividades influya en la participación en el turismo, como puede ser por ejemplo el realizar habitualmente “excursiones”. De hecho, la combinación de actividades varía a lo largo de la vida de cada persona, conforme a factores como la edad, el sexo y estado de salud, el status socioeconómico y el lugar de residencia (Stebbins, 2000). Además, por el hecho de realizar actividades recreativas las personas mayores se socializan en valores, actitudes y estilos de vida actuando en su vida como una referencia y pauta de conducta. Un estudio cualitativo realizado a personas mayores con un importante itinerario deportivo y pertenecientes a una asociación deportiva de personas mayores (Esport-3, 1993) enfatiza que el turismo y el deporte son instrumentos socializadoras de las personas mayores. En este estudio observaron los siguientes aspectos:

- 1) Las personas mayores, además de ocupar el tiempo libre en deporte también lo hacían en turismo y viajes con un bagaje importante, aunque algunos de ellos intrínsecos a la misma actividad deportiva como es el caso del cicloturismo y/o excursionismo, o los que aprovechan la combinación con una práctica turística (corredor de fondo, de ski) o complementario a ella (gimnasia de mantenimiento).
  
- 2) Las conductas del anciano en su tiempo libre reflejaron la problemática que cada uno de ellos vivía.

- 3) Los ancianos se integraban socialmente a través de estas prácticas.
- 4) Se daba un proceso interactivo sujeto-entorno integrando las propuestas recibidas y adaptándolas en función de sus necesidades y características.
- 5) Buscaban formas placenteras de vivir, interpretando la vida como un goce merecido después de una vida de trabajo. Amando la naturaleza “ecofilia”, a veces relacionándolo como una función catártica (volver a la normalidad física y psíquica del individuo). El cuerpo maltratado se utilizaba como fuente de cuidado y placer. Se cuidaban, les preocupaba la salud. También se veía la tendencia al hedonismo (propio de nuestra época), el placer no como riesgo sino con mesura. Buscaban una gran relación social y reconocimiento, intentando mantener un rol “social” que se perdería a raíz de la jubilación. Se preocupaban por el uso y buen aprovechamiento del tiempo para gastarlo, consumirlo.
- 6) El viaje y la actividad física contribuyó a dar un hilo conductor temático a la vida del sujeto. Ello lo consiguen a través de un abanico de vivencias que contribuyen a dar “sentido a su vida”. A través de la identificación con esta práctica consiguen restablecer su contexto existencial. A través del conocimiento de personas, consiguen restablecer su vida. Con el recuerdo reforzaban la identidad, al recordar viajes pasados.

En la última etapa del ciclo de vida, según los estudios realizados en gerontología (Neugarten, 1986), las personas tienden a optimizar sus actividades y experiencias, haciendo una mejor utilización de “ellos mismos”, desean aprovechar esta última parte de la vida en reafirmar su existencia vital a través de las decisiones que toman. En la práctica del turismo, el individuo se transforma en turista por medio de una nueva identidad (Sousa, 1994), comportándose según una orientación de valores y una motivación hacia la actividad. De hecho, diversos estudios destacan la influencia que tiene en el comportamiento turístico el sistema de valores personales (Muller, 1991; Pitts and Woodside, 1986) y los estilos de vida (Shih, 1986; Veal, 1993).

En cuanto a los *estilos de vida* de las personas mayores, existe una gran *diversidad* al constatarse la característica de heterogeneidad a la cual antes ya nos hemos referido. Estos, pueden ser el resultado de la continuidad de estadios anteriores de su vida o la adaptación que supone el cambio en sus circunstancias vitales. En relación a esto, un estudio realizado por Olabarri y otros (2000) presenta una tipología de estilos de vida y ocio de los mayores de 55 años pertenecientes a la población vasca, mediante los cuales se reflejan diversos grupos que van desde personas que sus intereses, ocupaciones y/o preocupaciones están situadas alrededor de la familia limitando su participación social, cultural o lúdica (ej. viajar) a otro tipo de personas como son los que llaman “comprometidos”, los cuales pueden ser “dinámicos” y con una gran inquietud cultural (su afición a viajar es de tipo cultural) o “hedonistas”, orientados a los aspectos lúdicos y de disfrute personal y que entienden el viaje como una actividad lúdica. También, encuentran que existe otro tipo de personas autónomas, activas y en algunos casos solitarias (sin sentir soledad), los cuales organizan sus actividades en relación a sus principales valores e intereses, ya sea su propia casa o un tipo de organización de su tiempo de ocio que les resulte placentera (ej. pasear, coleccionar cosas, etc.). Y finalmente, también encontraron otro tipo de personas orientadas a la *pasividad*, tanto en los aspectos de consumo como en la mayoría de cuestiones vitales, ya sea por sentirse “frustrados” o haberse retirado de las actividades e ilusiones de este mundo, los cuales les llamaron el “punto final”.

### **3.3.3. Experiencia y relación con el viaje turístico.**

La experiencia turística es ante todo una práctica social en la que uno tiene una cierta consciencia de actuar en un escenario diferente al habitual, al cotidiano. Y como tal práctica social las personas mayores establecen relación a través del contacto con el fenómeno del turismo, el cual está implicado el lugar de residencia, las vinculaciones grupales y la propia experiencia psicológica manifestada a través de comportamientos turísticos diversos, percepciones, actitudes, preferencias y valoraciones hacia el viaje turístico. Esta experiencia puede ser real o imaginada,

siempre en contacto y compartida con “otros” y de ahí la influencia en el comportamiento. Además, a través del uso y consumo del turismo se satisfacen expectativas y se generan nuevos sentidos a la actividad de viajar.

En este sentido podrán existir tantas experiencias turísticas posibles en relación a la diversidad de características sociodemográficas, estilos de vida, intereses, y pautas de consumo que forman parte del mercado de las personas mayores (You et al., 1999). Algunos podrán disponer de más o menos tiempo y dinero, otros tendrán posibilidad de usar un servicio turístico u otro, en función del lugar que residan, etc... Por otro lado, los turistas mayores tienen diferentes preferencias para los productos y servicios turísticos, necesidades de información, pautas motivacionales, percepciones de toda la industria turística en general y en particular de cada producto y servicio, así como percepciones de la publicidad turística (You et al., 1999).

De la misma manera que la percepción e imagen de un lugar, que desarrolla un turista, es de gran importancia ya que le conduce a la formación de un serie de expectativas, las cuales modelarán su comportamiento futuro en el lugar concreto (San Martín, 1997), también lo será respecto al fenómeno mismo de viajar para tomar decisiones turísticas y actuar de acuerdo con ello.

Por todo ello, tanto la cantidad de experiencia con contacto directo como imaginado y la calidad de estas ha de tener una incidencia en las elecciones de los productos y destinos que hacen los turistas mayores. El trabajo de Ryan, (1995), por ejemplo, ya reveló la importancia del rol que ejerce la experiencia pasada en el viaje para determinar la elección de las vacaciones así como la fidelidad a la destinación.

La experiencia turística de los “viajeros” , es la mejor estudiada, ya que los que no viajan hasta el momento no se solían considerar potenciales consumidores. Estas investigaciones han tratado de caracterizar el mercado heterogéneo de los seniors, intentando encontrar grupos homogéneos en base a una combinación de características sociodemográficas, psicográficas, estilos de vida, pautas de

consumo, etc.. (You et al, 1999; Moisey et al, 1999; Backman et al., 1999; Pearce, 1999; Cleaver et al., 1999)

### **Los entornos turísticos y las personas mayores**

Los entornos y espacios turísticos son uno de los elementos centrales, entre otros, de la experiencia humana turística, por su capacidad de incidir en las percepciones, identificaciones, evaluaciones y desarrollo de sentimientos que pueden conformar determinado tipo de preferencias al escoger un determinado lugar y/o destino turístico. Existen pocos estudios en la literatura que se refieran a las diferentes preferencias ambientales del turista mayor, que pueden estar asociadas al uso y consumo de una destinación turística. Algunas investigaciones recientes indagan en identificar diferentes tipos de viajeros basándose en el conocimiento de sus principales motivaciones, valores y estilos de vida (Cleaver et al., 1999) con el propósito de desarrollar nuevos productos más adaptados al colectivo.

Cleaver et al. (1999) asumen que los motivos y valores subyacen al comportamiento y la relación que se da entre ellos no ha sido todavía suficientemente explorada. Por todo ello, Cleaver, et al. (1999) identificaron siete subgrupos del mercado de las personas mayores en base a su motivo vacacional, preferencia por determinados tipos de destinación, modos de viajar y valores personales, los cuales identificaron un 83% de seniors agrupados en las siguientes categorías:

- a) *nostalgics*, los que tenían tendencia a valorar las memorias pasadas, la relación con los otros y especialmente amigos y familiares.
- b) *friendlies*, los que valoraban ante todo las relaciones sociales con los demás, el compartir experiencias.
- c) *learners*, los que priorizaban la diversión y satisfacción con la vida y el respecto a

“si mismos”, el descubrimiento y el aprendizaje de nuevas experiencias, la implicación con los entornos visitados en todos sus aspectos.

- d) *scapists*, los que priorizaban la necesidad de escapar del entorno cotidiano, familiar y de responsabilidad. Valoraban también la diversión y la satisfacción vital y el respecto a “si mismos”. Buscaban la restauración y relajación y solían viajar solos más que acompañados.

Se viaja a destinos o lugares turísticos, con particularidades que atraen a sus visitantes, ya sea en función de una construcción previa de una imagen o percepción del lugar (San Martín, 1997), como por los beneficios psicológicos y emocionales que estos entornos aportan a sus usuarios. Pueden desempeñar un importante rol psicosocial en la misma línea apuntada por Castro y otros, (1997) con respecto a los “espacios verdes” en los usos sociales y la experiencia del turista al beneficiarse de la interacción, ya sea por su carácter estético, de disfrute de la naturaleza, de posibilidad de actividad física o de interacción social, entre otros. El turismo no es sólo una actividad de uso de un recurso, sino que sobre todo es un proceso donde se produce una experiencia (emocional, cognitiva, actitudinal...) (Castro, 1994). Los atractivos que puede poseer un destino turístico de forma general se pueden dividir en función de tres categorías: naturales (incluye aspectos como el sol, paisajes, mar, playas, bosques, etc.); fabricados por el hombre (Ej. atracciones tipo Disney World, museos, edificios históricos, ciudades, etc.); hospitalidad (destinos que ofrecen un trato especial a sus visitantes) (San Martín, 1997). De hecho, un destino turístico se compone de un conjunto de recursos psico-socio-ambientales que combinados de diferente forma llegar a ser susceptibles de uso y consumo turístico (Armadans, 1997; Centro de Estudios Técnicos Turísticos, 1995).

### **3.4. Reflexión final sobre el ocio-turístico de las personas mayores.**

Tal como se ha venido destacando hasta ahora, la práctica social de la actividad de ocio-turístico se establece como una característica de nuestras

sociedades avanzadas de consumo (Sousa, 1994) y propio también de las sociedades post-modernas (Urry, 1991, Baudrillard, 1988). Como actividad comporta un desplazamiento hacia otro lugar, una interacción con el medio ambiente, un descubrimiento y una experiencia subjetiva del individuo. Las personas satisfacen necesidades vitales utilizan el turismo y evolucionan a lo largo de su ciclo vital, contribuyendo a su bienestar y calidad de vida.

Así, la actividad de ocio-turístico ha permitido el acceso de diferentes estratos sociales, al producirse diversos cambios y transformaciones tanto en las condiciones de vida, como a nivel social y cultural. El colectivo de las personas mayores experimenta un crecimiento demográfico y un cambio en las condiciones de existencia (Sousa, 1994). En la última etapa del ciclo vital y por lo que respecta al envejecimiento la ocupación del tiempo libre adquiere un significado muy importante, permite la participación social, la recuperación de una identidad y alargar la esfera vital, entre otros beneficios.

El fenómeno del proceso de envejecimiento es de una naturaleza multidimensional, se envejece no solo por la edad cronológica, sino también psicológicamente, socialmente y espiritualmente y no exactamente con las mismas características. Esto, significa que dentro de un mismo grupo de edad pueden subsistir una diversidad de razones y de condiciones por las cuales una persona mayor puede llegar a viajar, las cuales podrían actuar en un sentido tanto motivador como limitador.

Asimismo, se está estableciendo cada vez más un foco de interés por parte de la industria turística por ser un mercado potencial, basándose en la creencia que disponen de más libertad, dinero, tiempo e interés en el viaje turístico. Asimismo, también existe interés en el conocimiento de este colectivo por parte de muchos científicos, que van desde la psicología social, la sociología y otras ciencias sociales.

Por lo que respecta a que es lo que influye en que unas personas mayores viajen y otras no viajen está el factor cultural, facilitando o dificultando la compra y favoreciendo los hábitos turísticos de consumo (Bosch, 1996). Así, en España,

Immerso ha contribuido a la “culturización del viaje” . Por otro lado, la vinculación con grupos y la socialización de la persona mayor en esta etapa es crucial para su desarrollo y puede ejercer influencia en las elecciones turísticas. Y por último, es preciso considerar también los diferentes comportamientos para adaptarse a la última etapa del ciclo vital, la cual conlleva pérdidas de salud, familiares, de status social (principalmente en los hombres por la jubilación), de relaciones sociales, de identidad, entre otros. Por tanto, es necesario conocer cuales son los factores que discriminan mejor al que viaja del que no viaja, de ahí, se pueden conocer tanto lo que favorece como lo que dificulta la realización del viaje turístico y el aprovechamiento de sus beneficios por parte de la gente mayor. Tal como señala Vellas (1986), uno de los ámbitos indispensables en la vida de la gente mayor al final del ciclo de vida, es el que se refiere a su tiempo de ocio, y especialmente el dedicado al turismo, puesto que, de alguna forma, va a influir junto a otros en su bienestar físico, mental y social. Así, por ejemplo puede ayudar a alargar la esfera vital en contra del proceso de envejecimiento manteniéndolos “activos” y de otra parte a evitar uno de los mayores problemas que pueden presentar las personas mayores actualmente como es el de la “soledad” y la falta total de sentido en la última etapa de la vida. Todo ello, plantea la necesidad de investigar los factores que inciden en acceder y participar en el viaje turístico.

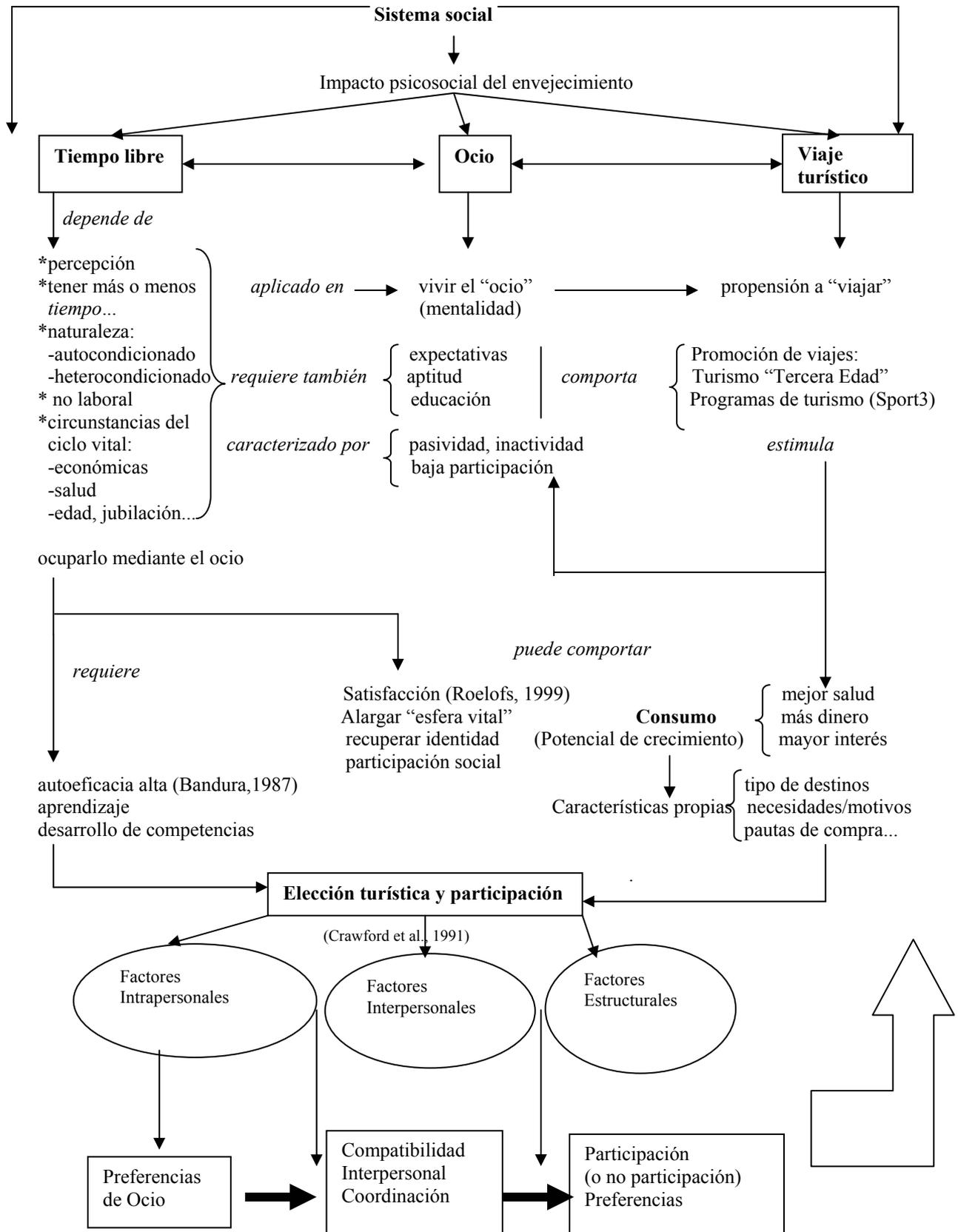
El hecho de que una persona pueda llegar a viajar o no viajar en base a unas características que lo definen es en cierto sentido un problema “complejo” y siguiendo la propuesta de visión cualitativa realizada por Munné (1995) el comportamiento puede ser borroso, catastrófico, fractal y caótico. En un marco de referencia social concreto las características definitorias adquieren propiedades distintas, por ejemplo la edad madura, la edad de jubilación, etc... Algunos aspectos críticos del ciclo vital podrían modificar y cambiar de forma repentina, de manera catastrófica los acontecimientos más probables, tales como las “crisis” de viudedad por ejemplo. De todas formas, tanto las personas “viajeras” como las “no viajeras” las podríamos observar de manera fragmentada, es decir fractalmente, y a pesar de sus múltiples dimensiones cualitativas y cuantitativas sólo detenernos en aspectos meramente cuantitativos como el número de viajes realizados, edad de los sujetos, etc.. y obviar otros como su nivel educativo, el estado civil, el tiempo ocupado, etc...

para llegar a establecer diferentes probabilidades en la participación turística. Y por último mencionar que la predictibilidad del viaje en términos de las teorías del caos, comporta tener en cuenta la sensibilidad a las condiciones iniciales (un hecho puede modificar la trayectoria, por ejemplo la presencia de políticas de “turismo social”). También, conlleva asumir la posible desproporción entre lo que puede haber originado el viaje (sus causas) y los efectos en los comportamientos concretos diferenciales, realizar viajes o no realizarlos.

Por todo ello, las personas mayores situadas en un contexto espacio-temporal previamente delimitado acceden o no al ocio-turístico, tienen variadas experiencias turísticas, en base a unas condiciones posibilitadoras o limitadoras para manifestar diferentes comportamientos turísticos. ¿Cuales de estas condiciones, circunstancias y características intrínsecas a las personas mayores nos permiten clasificar mejor al que viaja versus el que no viaja?. Por esta razón, hemos prestado atención a los diferentes aspectos culturales, sociales, evolutivos, y de pautas de comportamiento de consumo en el ocio que pensamos pueden afectar la actividad de viajar.

### Esquema resumen del apartado III.

Cambios en las “condiciones de vida”, en el nivel socio-cultural y en el tipo de participación en el turismo



#### **4. LA ACTIVIDAD DE OCIO-TURÍSTICO DE LAS PERSONAS MAYORES COMO OBJETO DE ESTUDIO.**

Después de haber comentado las características que posee la actividad de ocio-turístico como un fenómeno “complejo” en las sociedades avanzadas (apartado 1), los principales aspectos relativos a las personas mayores, así como las teorías que permiten explicar como se adaptan las personas mayores al envejecimiento (apartado 2) y finalmente los aspectos diferenciales del ocio-turístico de las personas mayores referido a los principales factores que inciden en sus elecciones turísticas (apartado 3), vamos a comentar cuales han sido en definitiva las principales consideraciones conceptuales y teóricas que han estructurado nuestro objeto de estudio y a la postre nuestros objetivos. En este sentido vamos a estructurar este apartado haciendo referencia en primer lugar a los aspectos que destacamos del ocio-turístico de su naturaleza psicosocial y “compleja” y en segundo lugar a los diferentes aspectos que creemos ayudan a comprender la relación que se establece entre el ocio-turístico y las personas mayores al efectuar una elección turística.

##### ***Importancia psicosocial y complejidad al estudiar el ocio-turístico***

En su evolución como actividad, tal como ya se ha comentado en el marco teórico, se establece como un fenómeno social de impacto al ser practicado por las masas; al estar profundamente relacionado con muchos de los cambios y transformaciones sociales (ej. salud, trabajo, medicina, técnicas, comunicaciones, etc...), y especialmente en las incidencias que ha provocado el surgimiento de las sociedades del tiempo libre (Dumazedier, 2000) al afectar las *condiciones de vida* de las personas tanto a nivel simbólico como cultural, repercutiendo en la *ocupación del tiempo libre* en el final de la vida y en los procesos de envejecimiento. Es necesario considerar su dinámica compleja, no determinista y no-lineal por las diferentes interrelaciones que se establecen entre los diversos componentes que pueden incidir

en el fenómeno turístico, es decir, en el hecho que las personas mayores viajen o no viajen (ver apartado 1.2.).

Por otro lado, el ocio-turístico ha sido analizado desde muchos enfoques (multidisciplinario, científico, técnico, etc.), y recientemente se han hecho aproximaciones teóricas desde la teoría del caos y de la complejidad, los cuales demuestran tanto la necesidad de explicaciones teóricas como soluciones a problemas prácticos, así como la diversidad de maneras de entender y comprender el fenómeno del turismo. Creemos que no es nuestra tarea discutir sobre la utilidad de todo ello, aunque si debemos tomar consciencia de la naturaleza que tiene el turismo como problema de investigación.

En este sentido, cabe decir que vemos el turismo como ***una práctica eminentemente psicosocial*** y que afecta al individuo en muchas de sus facetas de la vida cotidiana (bienestar, actitudes, aprendizajes, etc...). Además, posee una relevancia individual y social (Aguiló, 1996). También, le caracteriza una naturaleza “compleja” tanto por los diferentes componentes o dimensiones y múltiples interrelaciones que forman parte del turismo (McKercher, 1999), por lo que comporta la actividad (San Martín, 1997) como por las relaciones que se establecen entre el viaje, el ocio y el consumo en las sociedades industriales avanzadas (Sousa, 1994).

La práctica social del turismo en las sociedades avanzadas se transforma conforme se producen cambios en las estructuras sociales (trabajo, consumo...), en las interinfluencias que esto genera en el individuo social, a nivel de comportamientos y/o hábitos de consumo, sentidos y/o simbolización del uso de productos, repercusiones en las actividades que producen bienestar subjetivo y objetivo de las personas y/o en su calidad de vida. Así, de todos estos componentes que forman parte del turismo, nos vamos a centrar, exclusivamente, en aquellos que han favorecido o dificultado el acceso de las personas mayores al turismo y que forman parte de la estructura de la vida cotidiana y de la relación mantenida con el producto turístico.

Así, entendemos que el ocio-turístico comporta ante todo un “desplazamiento” en el que la persona interacciona con un ambiente distinto al entorno cotidiano, también comporta una manifestación de ocio, que cómo experiencia subjetiva del individuo esta influida por sus contextos sociales, los cuales a su vez pueden pautar y determinar el tipo de experiencia psicosocial. Munné y Codina (1996) ya señalaron que el “ocio es un modo típico de comportarse en el tiempo que dispone tanto cada persona como el sistema social” y uno de los ámbitos en que se manifiesta es el turismo (Goytia, 1999). El ocio-turístico de las personas mayores consideramos que es un ámbito de la actividad humana con igual o mayor trascendencia que el trabajo (Munné, 1990; Goytia, 1999).

En este sentido, por ejemplo la actividad de ocio-turístico de las personas mayores, adquiere significación cuando comprendemos las condiciones culturales y sociales, así como los procesos de influencia que han posibilitado y pueden estar impregnando el hecho que exista un acceso a viajar en una edad avanzada. Por consiguiente, nuestro objeto de estudio está focalizado en analizar algunos de los factores y/o variables que pueden estar mediatizando la elección del turista “mayor” en la última etapa de la vida, es decir, la influencia tanto de características personales, sociales y culturales y las propias de la experiencia multidimensional del envejecimiento.

### ***Importancia del envejecimiento y la elección turística de los mayores***

Como ya se ha venido comentando en el marco teórico, desde la evolución de la práctica social del turismo hasta nuestros días, muchos son los aspectos de relevancia e importancia a los cuales se les ha prestado atención, desde diversas perspectivas teóricas (efectos económicos, de desarrollo, de impacto socioambiental, definición de turismo, etc...), de los cuales nosotros destacamos las transformaciones de la sociedad con respecto al tiempo libre (Dumazadier, 2000), la incidencia de la sociedad del bienestar y la calidad de vida y lo que puede significar el envejecer en la sociedad actual en relación al hecho que las personas mayores

accedan o no accedan a la actividad de ocio-turístico y repercuta en su adaptación social.

Por todo ello, consideramos que las personas mayores, por lo que se refiere a sus razones para viajar o no viajar, a sus condiciones de vida con sus facilidades y limitaciones (ej. tener más o menos tiempo libre), y a sus preferencias por los productos turísticos son interdependientes de las características que poseen las sociedades denominadas avanzadas (Sousa, 1994: 2000), así como el fruto de la interacción entre sus propias condiciones particulares (edad, sexo, estado civil...). Consideramos que existen múltiples aspectos sociales que pautan y estructuran las elecciones particulares. Consideramos que existen diversidad de limitaciones y/o restrictores de tipo ***intrapersonal, interpersonal y estructural*** (Hudson and Gilbert, 2000), que están actuando en la elección turística y la participación del viaje turístico tal como ya ha sido comentado en el apartado 3.2.3.

Asimismo, el hecho que accedan a viajar las personas mayores esta vinculado y relacionado con:

- 1) con las características y atributos de los productos turísticos que como actividad de consumo en el tiempo libre, su carácter, potencial y funciones simbólicas son capaces de incidir en el ***bienestar*** y en la ***calidad de vida*** de cualquier persona a lo largo del ciclo vital.
- 2) con los diferentes aspectos tanto del entorno social (grupos, subculturas, etc.) y personal (edades, situaciones familiares y/o laborales, etc.) como del reflejo del propio ciclo evolutivo en que uno se encuentra (el envejecimiento) que a nuestro modo de ver condicionan los distintos procesos de “consumo” del comportamiento turístico y a su vez el tipo de elecciones turísticas efectuadas.

En este sentido, al objeto de nuestro estudio hemos considerado:

- a) el enfoque de la perspectiva del “ciclo de vida”, el cual significa prestar atención a los factores sociodemográficos (McPherson, 1999),
- b) el considerar las diferentes condiciones y/o actividades que se realizan en el tiempo libre, al estar vinculados con la calidad de vida y el bienestar subjetivo y objetivo (Ballesteros, 1997)
- c) el tratar de descubrir las principales razones que pueden estar influyendo en las elecciones turísticas de las personas mayores, las cuales han sido poco estudiadas (Zimmer et al., 1995)

Por otro lado, no hemos considerado el tratar de descubrir como afectan estos factores a las necesidades de identificación simbólica, a las creencias, a los valores, a las diferentes pautas de comportamiento en el modo de viajar y en el modo de organizar la vida cotidiana, dado que ello podría suponer un estudio mucho más pormenorizado y detallado sobre algunas de las variables que suponemos pueden estar mediatizando el comportamiento de viajar o no viajar. Por el momento, creemos que debemos priorizar una visión global, holística e integradora referida a las diferentes relaciones y asociaciones que pueden estar condicionando el que las personas mayores viajen o no viajen, descartando otras visiones mucho más “reduccionistas” del fenómeno.

Así, más que seguir avanzando en el conocimiento, análisis, uso y consumo de esta actividad como tal, referido al tipo de impactos (socioambientales, económicos...) o efectos (en la satisfacción, bienestar, etc.) que puede ocasionar preferimos centrarnos en los aspectos más significativos y relevantes que distinguen al que “viaja” del que no lo hace y caracterizan tanto la situación personal y social de la persona mayor actualmente. Con ello pretendemos poder comprender algunos de los factores que pueden facilitar o dificultar el acceso al viaje de ocio-turístico.

Por ello, nuestro objeto de interés se centra en considerar algunas de las principales situaciones sociales y personales propias de este colectivo y de su

envejecimiento, tales como la edad, la jubilación, el estado civil, la ocupación del tiempo libre, entre otras.. (ver apartado 2) y llevar a cabo una aproximación de análisis exploratorio para tratar de discriminar los factores y variables más importantes, tal y como comentaremos más adelante. En este sentido, nos vamos a centrar en la comprensión y predicción de ciertos factores que pueden ser importantes al distinguir entre el que viaja y el que no viaja.

Por otro lado, tenemos en cuenta que el proceso de consumo del turista diferencia claramente tres estadios (creación pre-imágen, participación y evaluación), aunque nosotros nos centramos en la participación. Ello nos está indicando que también otros aspectos que pueden estar mediatizando el acceso al turismo, asociados a este mismo proceso (la formación de imágenes turísticas, los efectos en la satisfacción, entre otros).

Además, el ocio-turístico como actividad es un fenómeno en constante evolución, en sus funciones sociales, en sus delimitaciones conceptuales o como industria-negocio, etc... Por otro lado, nosotros pensamos que su mayor importancia radica en la medida en que repercute en la vida cotidiana de las personas, en estructurar y ocupar el tiempo libre por ejemplo, en satisfacer necesidades a lo largo del ciclo vital. Por consiguiente, antes que realizar un análisis del significado del turismo, o ver sus desarrollos e impactos, nos interesa especialmente conocer cómo repercute su aplicación en un colectivo humano que está siendo delimitado por la sociedad, en base a su edad (Pérez, 1996) y que por sus características de crecimiento demográfico de aquí en unos años podría convertirse en un importante consumidor del siglo XXI. Todo ello, puede contribuir a su vez, al margen de que el turismo represente “una de las grandes oportunidades económicas para Cataluña” el poder consolidar el turismo como un actividad que repercute directamente en la calidad de vida personal y social. Por todo ello, pensamos que puede ser muy significativo conocer en que medida les pueden afectar diversas condiciones sociales y como se reflejan en una serie de características personales y sociales, y cuales pueden ser más importantes con el objeto de poder anticiparnos y predecir el tipo de productos turísticos que se adecuan mejor a sus necesidades psicosociales.

En esta segunda parte, vamos a presentar el estudio empírico del comportamiento turístico de las personas mayores realizado en una muestra de la población de Cataluña. Para ello, en primer lugar vamos a señalar los principales aspectos que a partir de la revisión conceptual-teórica realizada nos han inspirado en su planteamiento. Así, empezaremos con el capítulo 5 comentando el **planteamiento del estudio**, los **objetivos** que nos guiaron en la selección tanto de metodologías como de procedimientos utilizados, los cuales describiremos a continuación en el capítulo 6. A continuación en el capítulo 7 presentaremos los resultados que obtuvimos al analizar e interpretar los datos. Finalmente, en el capítulo 8 discutiremos los resultados hallados y su repercusión teórica y práctica.

## **5. ¿PERSONAS MAYORES: “VIAJAR” O “NO VIAJAR” DE QUE DEPENDE?**

La actividad de ocio-turístico de las personas mayores como fenómeno de las sociedades avanzadas es importante por: el sucesivo aumento de turistas que viajan; sus efectos (ej. en favorecer la salud, en ocupar el tiempo libre, etc...); las transformaciones que pueden afectar al turista mayor que viaja (ej. dotar de sentido su vida, evitar la soledad, etc...); y en última instancia por los productos que se diseñan y organizan para este tipo de turismo.

Además, actualmente, parece ser que está aumentando el número de personas mayores que viajan (Shoemaker, 1989). Estas, según algunos estudios poseen mayor vitalidad, salud, nivel económico, capacidad, situaciones de vida (ej. jubilaciones, viudedad...), interés y deseo por viajar, que generaciones anteriores (Cleaver et al, 1999). Todo ello, descansa en los siguientes aspectos que inciden en el comportamiento de viaje ya comentados en el marco teórico:

- 1) Una expectativa de vida más alta para la población envejecida y unas mejores condiciones biológicas y de salud.
- 2) Los cambios y transformaciones de las condiciones de vida, sociales y culturales de la sociedad que inciden en los estilos de vida.

- 3) La vinculación y relación del uso del ocio-turístico en pro de mejorar la calidad de vida y el bienestar de las personas mayores.
- 4) La influencia de condiciones personales, sociales y culturales que facilitan la socialización de las personas mayores en el comportamiento turístico.

También, algunos autores han considerado que es posible distinguir entre la “diversidad” de turistas mayores que eligen productos y/o destinos turísticos según sus pautas de consumo, motivaciones, estilos de vida y otras características (You et al, 1999; Moisey et al, 1999; Backman et al, 1999; Pearce, 1999; Cleaver et al, 1999). Además, los entornos, destinos y productos turísticos cumplen con una función psicosocial, si están diseñados y pensados para las especificidades de las personas mayores, en la misma línea apuntada por Castro et al., (1997) con respecto a los “espacios verdes”. Por otro lado, los destinos y/o entornos contienen recursos socio-ambientales que inciden en la *simbolización* de este espacio (Moreno et al., 1999) por parte del turista y en el comportamiento mantenido en la interacción turista-destino, **facilitando** o **dificultando**, además, la elección de viajar o no viajar.

Por otro lado, en la literatura se ha prestado poca atención a tratar de distinguir los que viajan de los que no lo hacen, y los resultados apuntan principalmente a variables de tipo personal, edad, educación, problemas de movilidad (Zimmer et al, 1995) y *faltan estudios que consideren el fenómeno de “viajar” en una mayor dimensionalidad*, considerando otros aspectos, tales como el estilo de vida y la percepción hacia “viajar”, además de las características sociodemográficas y/o personales.

### **5.1. Planteamiento del estudio empírico.**

El punto de partida fue considerar que las razones por las cuales una persona mayor viaja o no viaja se podrían deber a la actuación de una gran cantidad de factores y a la complejidad de sus interacciones. En este sentido, nos planteamos la siguiente pregunta *¿Se pueden discriminar las características más significativas favorecedoras o limitadoras del viaje de ocio-turístico de la gente mayor?.* En los

estudios realizados los factores que parecen ser más consistentes nos informan de una posible influencia tanto de las condiciones personales y vitales de los individuos y grupos tales como la edad, el estado de salud, la economía, las pautas de consumo, percepción, etc...) como de los propiamente situacionales cambiantes a lo largo del tiempo tales como la generación o cultura, el reflejo de valores de una sociedad, etc... Aunque todos estos factores pueden ayudar a describir el tipo de personas que viajan, no nos dicen nada acerca de que tipo de aspectos pueden llegar a originar o desencadenar el que una persona viaje o no viaje, ya que no necesariamente uno tiene porque ser causa de lo otro. Por ejemplo, dos personas mayores pueden tener las mismas condiciones y características relevantes como la edad, o la situación económica, o el nivel cultural y uno ser viajero y el otro no. Incluso, puede llegar a afectar la manera de concebir los turistas mayores que viajan o no viajan estereotipando o prejuiciando el tipo de condiciones y de características que les mueve o impide viajar como el hecho de tener una edad adecuada o avanzada o una salud deficiente por ejemplo. En este caso, diríamos que se pierde una perspectiva multivariable en la que muchas otras cosas de entrada “insignificantes” pueden también contribuir a que una persona viaje o no viaje. Por ejemplo, ¿Qué efecto puede tener el hecho de que se esté casado o divorciado o se tenga el tiempo muy ocupado o poco ocupado en la probabilidad de que uno viaje?.

Con esta perspectiva se podría pensar que cualquier persona mayor podría acceder o no al viaje si se da una constelación de factores propicios que puedan llegar a desencadenar el comportamiento viajero.

Por todo ello, el planteamiento de nuestra investigación considera que **el hecho de que las personas mayores “viajen” o “no viajen” puede estar determinado e influido por múltiples variables con complejas interacciones entre ellas**. Por ello, nuestra intención nos va a llevar a tratar de determinar dentro de los posibles factores cuáles son los más relevantes.

En la práctica, en un momento dado podemos pensar, por ejemplo, basándonos en nuestra experiencia del problema o en la que puedan tener los que están continuamente analizando y decidiendo sobre el mismo (agentes de viajes,

investigadores de mercado, etc...) que tal vez por el hecho de tener una edad, ser de un sexo, tener mucho tiempo libre, etc... y/o tener deseo de viajar existen bastantes probabilidades que esta persona viaje o no viaje. De hecho, en la realidad inconscientemente asignamos diferentes valores a determinadas variables para sacar conclusiones. Por ejemplo para poder predecir y anticiparnos sobre el comportamiento, al conocer a alguien que le gusta viajar, que además se ha quedado viudo podríamos pensar que posiblemente viaje, ya que seguramente hemos aprendido a través de otras experiencias al haber conocido a personas similares que lo más probable es que estas viajen. Pero, en realidad no tiene porque ser así. Por todo ello, este tipo de problemas son en cierto sentido “complejos” lo cual significa que probablemente para estimar o predecir con una probabilidad bastante acertada el que una persona mayor viaje o no viaje requiere el considerar muchas otras variables e informaciones.

Este tipo de problemas de tipo **multivariable** son frecuentemente analizados por técnicas de regresión múltiple o análisis de función discriminante, por el cual, mediante este último se trata de hallar las variables más importantes que pueden discriminar una o varias clases previamente definidas.

En este estudio tenemos en cuenta como factor de referencia, el tipo de relación que la persona mayor establece con el ocio-turístico, al realizar un desplazamiento, consideramos que viajar es **“aquel periodo de tiempo en que la persona sale de su entorno habitual de residencia y deja sus ocupaciones de la vida diaria, efectúa un desplazamiento, descubre un nuevo ambiente y satisface necesidades vitales”**. Así, destaca del turismo que es una actividad de ocio y de tiempo libre, de descubrimiento y de interacción con el medio ambiente. Por todo ello, consideramos que la persona mayor se convierte en turista, desde el momento que interacciona con un ambiente diferente del entorno cotidiano, aunque sea solo por pocas horas, y por tal motivo entendemos que los que viajan a la “segunda residencia” al margen de que pueda considerarse un tipo de turista, nosotros no lo hemos considerado.

**Por todo ello, en esta investigación entendemos que podíamos considerar a una persona “viajera” cuando efectuaba más de un desplazamiento habitual al año por motivos de ocio, en los últimos 2 años, y además realizaba algunas salidas o excursiones de vez en cuando (aunque no incluyera alojamiento) a un entorno diferente del cotidiano, en caso contrario consideramos a la persona como “no viajera”.**

Además, hemos asumido que al efectuar una “elección turística” surgen una variedad de limitaciones y/o restrictores, tanto de tipo intrapersonal, interpersonal como estructural, que afectan tanto a los que viajan como a los que no viajan, yendo más allá de la “falta de motivación” o “interés” (Hudson and Gilbert, 2000). La influencia que puedan ejercer estas limitaciones y/o restrictores pueden presentar a su vez una gran variabilidad entre personas mayores de un mismo sistema socio-cultural. Nos preguntamos cuales pueden ser los factores asociados más importantes a la actividad de viajar capaces de incidir en el tipo de elecciones turísticas que efectúan las personas mayores en un contexto socio-cultural definido.

Como respuesta, suponemos que pueden estar incidiendo factores de muy diversa índole, vinculados al contexto bio-psico-socio-cultural en que el fenómeno de viajar puede darse. En este sentido, el ocio-turístico de las personas mayores catalanas va a estar sujeto a sus características como grupo social. Este, a pesar de su *heterogeneidad* esta inmerso en el denominado “estado/sociedad del bienestar”, el cual hasta el momento, le permite recibir atención (económica, sanitaria, de ocio, etc.) (Fundación Caja de Madrid, 1996) y poder acceder a excursiones o viajes de ocio a costes muy bajos que al mismo tiempo tienen un importante efecto dinamizador del sector económico-laboral. Aunque se ha comentado que este colectivo tiene una posición social desfavorecida (Alvarez Sousa, 1994) al tener pocos estudios, ingresos dependientes de la estructura familiar y la convivencia, el tipo de jubilación, entre otros, condicionantes que inciden en la selección de determinados tipos de viajes.

Por otro lado, otros aspectos como “una mayor presencia de tiempo libre”, “cambios en el presupuesto familiar” y el valor que puede suponer el “viaje turístico”

para ellos (Sousa, 1994) podrían también estar incidiendo en el interés que tiene el viaje para este colectivo, para la industria turística y/o para los estudiosos del ocio, en definitiva en el hecho que puedan acceder al viaje turístico desde una perspectiva social y de desarrollo humano.

En este sentido, orientamos nuestra investigación a estudiar casos reales y caracterizar los aspectos más significativos de sus vidas que puedan estar en relación con el viaje, que a nuestro juicio consideramos que tiene que ver con aspectos que comporta el propio *envejecimiento*, la *ocupación del tiempo libre*, y la *experiencia, relación y/o contacto* con la actividad de *viaje*.

Así, esperamos poder encontrar las diferencias más importantes reflejadas en factores de tipo: a) *sociodemográfico*, tales como edad, estado civil, salud, etc...; b) *ocupación del tiempo libre*, tales como la realización de actividades en el tiempo libre por ejemplo “deporte”, “ver la TV”, etc... y c) *experiencia y relación con viajar*, tales como la percepción e importancia de “viajar” , “experiencia anterior”, etc... Aunque, de todos estos factores, algunas características pueden ser más determinantes que otras en nuestra población objeto de estudio, y en la situación social estudiada.

Entendemos que estos 3 factores (Sociodemográficos, ocupación del tiempo libre, experiencia y/o contacto con el viaje) pueden ser condicionantes y/o determinantes para viajar, tal como refleja el gráfico. Todo ello, lo consideramos, específicamente,

1) por su relevancia al *limitar* o *facilitar* el acceso al viaje turístico de los mayores, tanto de forma *subjetiva* como *objetiva* en aspectos tales considerados por ejemplo, la edad, la convivencia, la salud, entre otros.

2) por las diversas manifestaciones que supone tanto de tipo *intrapersonal* (bienestar personal, “sentirse joven”, “depresión”, “percepciones hacia el viaje”, etc...), *interpersonal* (ej. “necesidad de viajar con otros”, “viajar para relacionarse”...) y *transpersonal* (ej. “fácil acceso y oportunidades para realizar excursiones y viajes

dirigidos a las personas mayores en nuestra sociedad”, “conformar una pauta social en la situación de jubilación”,...)

En este sentido, el diagrama 1 que presentamos a continuación muestra el modelo conceptual que utilizamos para reflejar el tipo de relaciones que mantienen los factores que a nuestro criterio están implicados **en el comportamiento de viajar o no viajar de las personas mayores.**

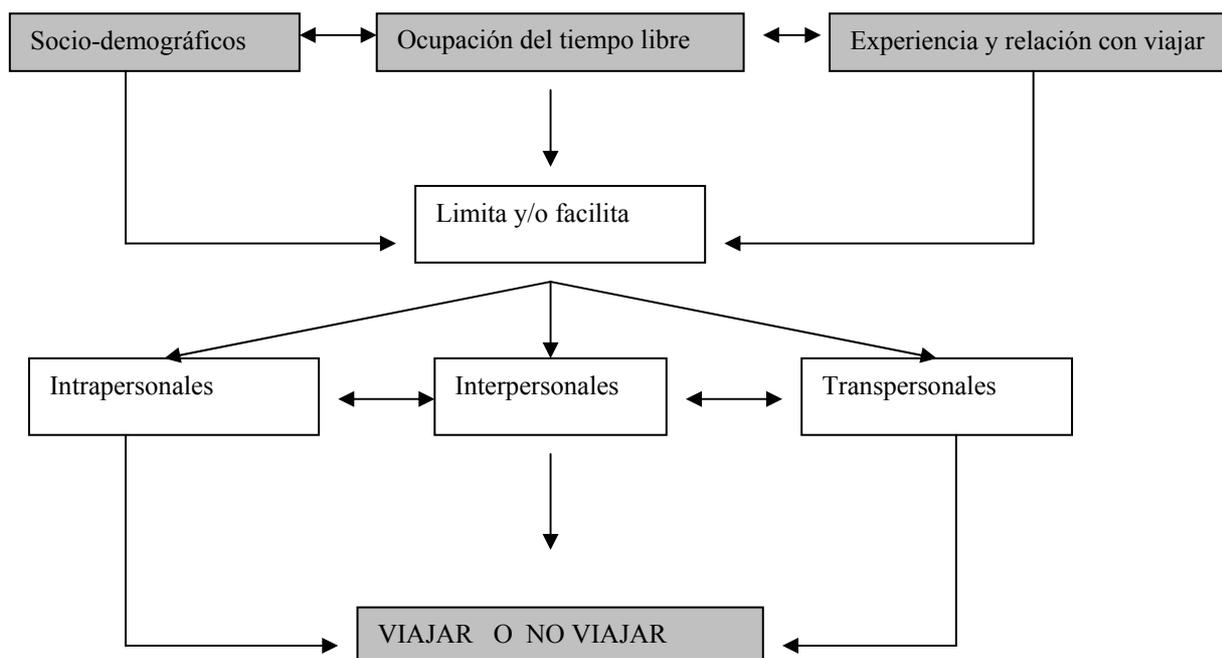
En primer lugar, hemos considerado que los **factores sociodemográficos**, tales como el lugar donde se vive, la edad, la situación civil, etc... van a estar incidiendo en que las personas mayores puedan realizar determinadas **ocupaciones de tiempo libre**, tales como hacer deporte, pasear, comprar, etc... y estas ocupaciones a su vez también van a repercutir en las circunstancias sociodemográficas que uno tenga (ej. edad, salud subjetiva, convivencia...), en definitiva en el *estilo de vida* que uno tenga. Además, las distintas ocupaciones de tiempo libre, también incidirán en el tipo de **experiencias de viaje turístico** que las personas mayores van a poder experimentar y/o tener relación con el viaje turístico, ya sea a través de estructurar percepciones y/o actitudes (ej. importancia para viajar..) hacia la actividad o el realizar actividades que le pongan en contacto con el viaje turístico, tales como el hecho de tener o no tener amigos o hijos que viajan. También, estas experiencias y relaciones con el viajar van a poder incidir en cómo ocupa el tiempo libre la persona mayor. Por ejemplo, el mero hecho de considerar que viajar es importante ya puede estar incidiendo en que la persona mayor intentará hacer lo posible para poder viajar en su tiempo libre y en la reorganización que haga de este tiempo.

En segundo lugar, el diagrama 1 refleja que todos estos factores pueden estar a su vez *facilitando y/o dificultando* la existencia y/o ausencia de factores; de tipo *intrapersonal*, en el sentido por ejemplo de experimentar distintos estados individuales tanto positivos como negativos que pueden afectar tanto a nivel de autoconcepto, identidad, bienestar, etc...; de tipo *interpersonal*, al considerar que la persona mayor puede sentir y/o pensar que tiene una necesidad de relación con otras personas, que surge de un estado individual y que a su vez le afecta a su

comportamiento individual; de tipo *transpersonal*, considerando, además, que las necesidades de tipo interpersonal van a incidir en los condicionantes de tipo estructural, cultural y social, por ejemplo las personas que necesiten vincularse en actividades para encontrar otras personas pueden solicitar que se organicen determinadas actividades. Además, las necesidades de tipo transpersonal pautan y estructuran el tipo de relaciones interpersonales que puedan ser satisfechas, como es por ejemplo el hecho de que exista una oferta más o menos amplia de productos turísticos que se destine a las personas mayores, o el hecho de que exista una ley que regule la situación de jubilación y permita que las personas mayores ganen tiempo libre, o el hecho de que se resida en un lugar que existan diversas oportunidades para viajar, etc...

Y por último, creemos que el poder viajar o no viajar obedece a esta **multiplicidad de factores y dimensiones que caracteriza la actividad** como tal, así como a la **diversidad de relaciones** que se pueden producir tanto entre los diversos factores implicados, entre sí, como en el hecho que puedan determinar el que la persona viaje o no viaje en función de todo ello.

**Diagrama 1. Principales factores implicados en viajar o no viajar.**



Así por tanto, mediante este estudio empírico se ha realizado un acercamiento exploratorio para tratar de discriminar las principales variables del “turista mayor” que nos permiten explicar y predecir mejor el comportamiento de “viajar” o “no viajar” , planteándonos para lograr todo ello, los objetivos que comentamos a continuación.

## **5.2. Objetivos.**

Por todo ello, con una finalidad teórica a la vez que *práctica y aplicada*, queremos descubrir de que manera conociendo determinadas características de la persona podríamos llegar a identificar el viajero y el no viajero. Además, de entre todas estas características queremos conocer cuáles pueden ser más relevantes. Y vinculado a esto, si estas características *facilitan* o *dificultan* las elecciones que ellos hacen de determinados destinos turísticos. Habiendo observado la falta de datos en la literatura sobre las características que identifican al “viajero” del “no viajero” (Zimmer et al, 1995), emerge nuestro interés para aportar nuevos datos referidos a los factores que pueden incidir en el turista mayor y en el tipo de realización de viaje turístico.

Con todo ello, podríamos llegar a determinar cuales son las condiciones específicas que llevan a las personas mayores a la realización de viaje turístico. Qué tipo de personas mayores son más proclives a viajar o abstenerse de ello. También, podríamos obtener algunos criterios para saber si los productos y diseños turísticos ofrecen un acceso real a estas personas y resultan lo suficientemente adecuados.

Así por todo ello, con la finalidad de analizar y comprender el ocio-turístico de las personas mayores y sus particularidades, nos planteamos los siguientes objetivos específicos:

- 1. Determinar que variables de tipo sociodemográfico, de estilo de vida y de experiencia-relación con el ocio-turístico, son más relevantes para**

**distinguir y/o predecir las personas mayores que son “viajeras” de las que son “no viajeras”, en una muestra catalana.**

Al respecto de lo que tiene relación y ayuda a distinguir las personas mayores que viajan de las que no viajan, se ha destacado en la literatura la importancia de las variables sociodemográficas (McPherson, 1999), la realización de actividades que configuran un determinado estilo de vida, que ocupan el tiempo libre y se asocian a unos valores (Muller, 1991; Pitts and Woodside, 1986, Shih, 1986) y todos los aspectos que tienen que ver con la socialización con el viaje turístico a nivel de estructurar percepciones, haber tenido algún tipo de experiencia con el viaje, etc... El enfoque siempre ha sido estudiar diferentes aspectos y encontrar la relación con el viaje, pero en ningún caso considerar todos estos aspectos y en combinación junto con sus múltiples interacciones.

Uno de los aspectos más estudiados y considerados es la *edad*, aunque se desconoce hasta que punto teniendo en cuenta otros aspectos de forma conjunta, suponiendo sus interacciones, como el *estado civil*, si tienen hijos, si están jubilados, entre otras características podrían ser por si solos o junto con otros aspectos buenos predictores del comportamiento viajero.

**2. Establecer entre esta serie de variables cuáles son las más relevantes en el hecho de viajar y nos pueden aportar criterios para el diseño y mejora de los productos turísticos que puedan ser más adecuados para el uso, acceso y participación de las personas mayores.**

Las personas mayores eligen y consumen destinos turísticos en función del contexto cultural que puede facilitar o dificultar los hábitos turísticos (Bosch, 1996). Además, también inciden las pautas de consumo, el estilo de vida, las motivaciones hacia el lugar que visitan y las facilidades y limitaciones específicas al usar determinados productos y servicios(ver cap. 3). Con ello se pretende encontrar cuales son los aspectos que pueden estar incidiendo en la elección del viaje turístico, teniendo en cuenta tanto el contexto socio-demográfico, el estilo

de vida y los diferentes aspectos de la relación establecida entre la persona mayor y la actividad de ocio-turístico considerando los usos, motivaciones y preferencias hacia la actividad, así como aspectos de la propia experiencia actual y pasada de la persona en relación al viaje turístico.

Con ello se pretende obtener información para que los “productos turísticos” puedan beneficiar a las personas mayores, proporcionen utilidades funcionales y psicológicas (Altés, 1993) teniendo en cuenta las características y relaciones específicas que se establecen cuando estas acceden y participan en el viaje turístico. (ver apartado 1).

## **6. METODOLOGÍA Y PROCEDIMIENTOS.**

### **6.1. Estrategia de investigación.**

Considerando que el comportamiento de ocio-turístico de las personas mayores es “complejo”, “multidimensional” y es fundamentalmente una práctica psicosocial (ver cap. 4), para lograr los objetivos que nos hemos planteado en el apartado anterior optamos por la siguiente estrategia de investigación que contemplaba las siguientes fases:

1.- **Recopilación de información**, estudios, literatura, opiniones y experiencias de personas “clave” que están en contacto con el colectivo de personas mayores, ya sea porque les proporcionan viajes turísticos o porque están en contacto con ellos por algún otro motivo (ej. asociaciones recreativas, cásaes, etc...) (teniendo en cuenta que siempre estamos hablando de población “sana” no “enferma”).

2.- **Elaboración de un instrumento**, expreso para esta investigación, que consistió en un cuestionario o encuesta con 54 ítems (ver anexo), que nos sirvió para recoger información sobre las 62 variables implicadas en el análisis del comportamiento de las personas mayores, tanto de datos objetivos como subjetivos (ver apartado 6.2.2. Se decidió, diseñar un instrumento que permitiera con los mínimos costes y máximos beneficios obtener toda la información necesaria para poder caracterizar el comportamiento de ocio-turístico del colectivo dado que las cuestionarios que existían en la literatura previa consultada no se ajustaban exactamente a nuestros objetivos. Este instrumento fue utilizado para conducir una entrevista personal entre el investigador y la persona mayor.

Las variables que se han estudiado describen: aspectos *socio-demográficos* (edad de jubilación y motivo, profesión(es) ejercida(s), estudios, estado civil, convivencia, si tienen pareja y/o hijos, dedicación al ocio y a las compras, actividades sociales,...); aspectos de *salud* (salud subjetiva, práctica de deportes, excursiones, paseos); y, finalmente, aspectos relacionados directamente con la

principal variable de interés de esta investigación, que es el hecho de *viajar*. Ver apartado 6.2.2 para ver la lista detallada de las mismas.

3.- **Elección de una muestra de estudio**, de personas mayores tanto “viajeras” como “no viajeras”, residentes en Cataluña, que participaran voluntariamente en la investigación y conseguir que respondieran a la encuesta de la investigación. Esta muestra, se obtuvo a base de contactar con distintos lugares que frecuentaban las personas mayores “viajeras” y “no viajeras” (agencias de viaje, cásaes de personas mayores, asociaciones, parques públicos, contactos...).

*El tipo de muestreo* que se realizó fue el denominado no probabilístico e intencional (Visauta, 1989). Se seleccionó de la población objeto de estudio “las personas mayores” las que eran más accesibles para los fines y objetivos de esta investigación, respetando los siguientes criterios de filtro e inclusión para participar en el estudio: 1) edad del sujeto 2) No estar enfermo y/o imposibilitado, ni impedido físicamente. 2) Estar dispuesto a participar en el estudio de forma libre y voluntaria. 3) Tener cubiertas las mínimas necesidades básicas económicas 4) disponer de facultades psíquicas para elegir de forma libre el “viajar” o “no viajar”.

La *muestra* estuvo formada por 353 personas mayores que un 59,8% eran residentes en Barcelona Ciudad y los restantes, del resto de Cataluña. Estas personas fueron de ambos sexos (60,6% mujeres) y de edades comprendidas entre los 56 y 90 años, (media  $\pm$  DE = 70,51  $\pm$  8,29). Además, aproximadamente el 70% de los participantes estaba jubilado y el 62,6% contestó afirmativamente a la pregunta de si viajan, tema de estudio de la presente investigación. En el apartado 6.2.1 aportamos además más características descriptivas de la muestra y también pueden consultarse en los anexos.

4.- **Análisis y tratamiento de los datos**, realizando los análisis estadísticos y/o de otro tipo para tratar de verificar que se cumplen las relaciones entre las variables que se han planteado en este estudio empírico, además con la intención de poder

extraer finalmente el mejor conjunto de variables que nos puede predecir y distinguir entre el comportamiento de los “viajeros” y los “no viajeros”.

A fin de establecer posibles diferencias entre el grupo de viajeros y el de no viajeros se realizaron diferentes análisis sobre las variables, considerando una probabilidad o riesgo de error del 5%.

En primer lugar se comparó, para cada variable por separado, el grupo de viajeros y el de no viajeros. Las variables cuantitativas continuas en que pudo asumirse normalidad (mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnoff) se compararon utilizando la prueba t de Student. En aquéllas en que se descartó normalidad se aplicó la prueba U de Mann-Whitney (Siegel, 1995). Para cada una de las variables cualitativas se realizó una prueba de independencia de  $\chi^2$  para establecer si existía independencia entre cada una de las categorías de la variable y el hecho de ser o no viajero (Fleiss, 1981).

En segundo lugar, y a fin de establecer qué variables eran las que más separaban a los dos grupos (el de viajeros y el de no viajeros) o las más relevantes, decidimos realizar un Análisis discriminante de Fisher que se comentará en el apartado 6.2.4. Además, para discriminar los factores más relevantes que podían estar influyendo en la decisión de viajar, se utilizaron las *redes neuronales* con el objeto de determinar cuáles podrían ser las variables que clasificaban mejor al viajero del no viajero. Actualmente, se están utilizando para resolver problemas tanto médicos como psicológicos (en uso creciente) (Dayhoff y Deleo, 2001; Sopena, 2000), en los que se requiere una función discriminante. También, se han utilizado para analizar comportamientos turísticos (ej. demanda, elección turística...) (Uysal, M., and M. Sherif el Roubi, 1999) en los que se requiere un análisis multivariable y/o de regresión múltiple. Las redes neuronales nos aportan un desafío a las condiciones restrictivas y de aplicación de los métodos estadísticos clásicos y estandarizados. Además, en nuestra investigación nos ha permitido trabajar con un gran número de variables (espacios input multidimensionales) y poder tratar las supuestas *relaciones no lineales* entre variables y evitando los supuestos y

presupuestos sobre la distribución de las variables utilizadas. Este análisis se comentará más adelante en el apartado 6.2.4.

## **6.2. Descripción de las estrategias utilizadas.**

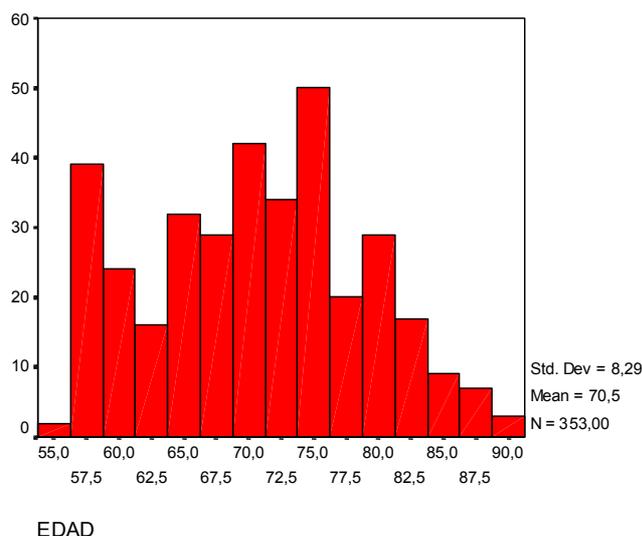
Después de haber descrito la estrategia de investigación pasamos a describir las características tanto de la muestra estudiada como del instrumento de investigación (el cuestionario), así como las características de los análisis de función discriminante que se utilizaron en esta investigación.

### **6.2.1. Características de la muestra estudiada.**

La muestra de 353 mayores incluye a personas **residentes** en Barcelona (59,8%) y que vivían fuera de Barcelona un 40,2%. De los que vivían fuera, la mayoría pertenecían a la área metropolitana (Hospitalet, Cornellà, St. Coloma Gramanet, Sabadell, St. Vicents Horts, etc...) y el resto a diversos pueblos de Cataluña tales como Olot, Igualada, St. Fruitos de Bages, etc... De los que vivían en Barcelona se estudiaron personas de todos los distritos con porcentajes bastantes similares, aunque principalmente algunas de las personas viajeras al ser el muestreo intencional se localizaron en los distritos de Ciutat Vella y Gràcia (ver anexos).

La **edad** de las personas mayores se sitúa entre los 56 y los 90 años, aumentando el porcentaje al aumentar la edad, y descendiendo el porcentaje conforme pasan los años ( a partir de 80 años), pero observándose algún descenso más o menos brusco en algunas edades determinadas, a los 62,5 años o los 77,5 años como se puede observar en el histograma.

**Histograma 1. La edad de la muestra.**



En relación a la distribución por **sexo** fue de un 60,6% de mujeres y un 39,4 de hombres. Este desequilibrio en cuanto al sexo biológico también está presente en las características que tienen las personas mayores de España, tal como hemos comentado en el capítulo 2, debido a la existencia de una mayor expectativa de vida favorable a las mujeres.

El nivel de **estudios** se distribuyó de la siguiente manera: el 43,3% tenían estudios primarios; el 28% no sabían ni leer ni escribir; el 16,4% eran diplomados o bachilleres y el 9,1 tenían estudios superiores. Esta característica también refleja la situación de esta generación estudiada.

La **situación laboral** era del 68,3% jubilados y el 31,7% se consideraban activos laboralmente. La mayoría se habían jubilado a los 65 años (47,5%), antes de los 65 años el 43,7%, por motivos de enfermedad o jubilación anticipada, de los cuales el 14,5% a otra edad bastante habitual que son los 60 años. El resto (8,8%) después de los 65 años.

El tipo de **profesiones** desarrolladas en el pasado y/o actualmente correspondían en un 27,8% al servicio doméstico o operarios sin cualificación, un

20,1% profesiones y oficios tales como electricistas, carpinteros, etc..., un 17,3% comerciantes y dependientes de comercio, un 16,1% amas de casa, un 7,4% administrativos y/o funcionarios, un 11,3% profesiones con titulaciones (enfermeras, maestros, etc...) y otras profesiones con un 5,9%.

El nivel de **salud subjetiva** fue considerada buena en un 44,7%, muy buena en un 14,8%, regular un 33,9% y mala solo un 6,6%.

Referente al **estado civil** y la **convivencia**, la mayoría estaban casados (56,4%) y/o vivían en pareja (56,9), otras eran personas viudas (31,4%), solteros/as (8,5%), separados-divorciados (3,4%) y otros que tenían pareja o “novio” (3,4%). Un 28% vivían con los hijos, un 10,8% con los familiares, y los demás solos (22,1%) o en residencia (1,4%) o con amigos (0,3%).

En cuanto a los **hijos** un 86,4% ha tenido hijos y la media se sitúa en 2,23 hijos.

### ***Actividades realizadas en el tiempo libre***

Entre las actividades que realizan en el tiempo libre destaca principalmente que un 85,5% **pasea** habitualmente y un 78,5% realiza **compras diarias**. Por otro lado, solo el 25,9% hace **deporte**, el 32,1% **participa socialmente** (vinculado a asociaciones...) y el 48,2% realiza **salidas de ocio**. La actividad que destaca es ver la **TV** con un 97,2% y con un 37,6% de personas que la ven más de 3 horas diarias. Otras actividades que realizan son la **lectura** (20,5%) y las **manualidades** (22,2%) y otras como el voluntariado (13,4%) o la segunda residencia (7,4%) (ver anexo) que también forman parte de las ocupaciones del tiempo libre.

### ***Experiencia y relación con la actividad de viajar***

La mayoría de los encuestados tienen **experiencia en viajar** en el pasado

(85,6%), y los que viajan actualmente representan un 62,6% del total de la muestra. Solo el 20,5% tienen hijos que no viajan y el 22,5% amigos que tampoco viajan. Un 36,5% le dan mucha **importancia al viajar** o lo consideran medianamente importante (26,6%) y un 92% **recomendarían “viajar”**. Un 40% gasta más de 100.000 pesetas anuales en viaje.

### **6.2.2. Diseño, elaboración y formato del cuestionario.**

El cuestionario que fue elaborado y aplicado a la muestra que hemos caracterizado anteriormente lo hemos denominado: *Cuestionario para evaluar características sociodemográficas, del tipo y cantidad de actividades de tiempo libre, de experiencia y relación con la actividad de “viajar”*. (SAE)

Se optó por la técnica del cuestionario ya que permite obtener una descripción y medición de las principales características de la población objeto de estudio y al mismo tiempo una aproximación cualitativa de algunos de los problemas estudiados. Además, no existían antecedentes de instrumentos con características similares que midieran exactamente las variables estudiadas.

Así, este cuestionario fue utilizado como instrumento para permitirnos obtener, de manera sistemática y ordenada, información sobre las siguientes variables estudiadas que coinciden con los principales temas tratados:

La variable “clave” en este estudio fue la actividad de “*viajar*” (V62), además de la edad del sujeto. Esta, en su operativa se consideró que una persona mayor era “viajera” cuando realizaba como mínimo 1 desplazamiento al año por motivo de “ocio o vacaciones” y alguna otra salida y/o excursión, a un lugar diferente de la residencia habitual y también de la “segunda residencia”. En caso contrario se consideraba que la persona era “no viajera”.

Para poder determinar que tipo de variables iban a ser más significativas para estudiar el problema en cuestión nos guiamos por las observaciones del

comportamiento “viajero” de turistas que normalmente acuden a una agencia de viajes, además de estudios propios cualitativos ( Armadans y otros, 1998; 1996) realizados anteriormente en donde se ponían de manifiesto características que podían distinguir a este segmento en sus actividades de ocio-turístico. Además, también utilizamos como “expertos” en el conocimiento de este colectivo a gestores y guías turísticos especializados, a los cuales se les hicieron preguntas dirigidas a captar las posibles razones de la realización de viaje o no viaje por parte de la persona mayor.

El cuestionario, antes de ser aplicado a la muestra definitiva, se probó con varias personas mayores, a modo de pre-test, con el fin de eliminar, modificar o adecuar los ítems al objeto de estudio. La aplicación del cuestionario resultante se aplicó en primer lugar a una muestra de 141 personas mayores, entre el periodo de febrero a abril de 1999, seleccionando a los sujetos entre los usuarios habituales de 2 agencias de viajes dedicadas a las personas mayores (“avi-turista” y “yaya-express”) para localizar a las personas viajeras así como entre diversos cásaes de personas mayores (Barrio de Gràcia y el de la localidad de “Sant Cugat”) y otros lugares de encuentro (parques, bares...) se localizaron también a las personas “no viajeras”. Se experimentó una mayor dificultad en acceder y localizar a las personas “no viajeras”, por esta razón algunas personas tuvieron que ser entrevistados también en sus propios domicilios. En la segunda muestra de 212 personas mayores estas fueron seleccionaron a partir de entrevistadores “entrenados”. Estos, debían hacer un mínimo de entrevistas teniendo en cuenta los criterios antes mencionados. Con ello, se pretendió aumentar la diversidad de personas mayores, aumentar el tamaño de la muestra, y poder obtener resultados más fiables. También, se querían evitar los posibles sesgos que se pudieran haber producido debido a haber seleccionado personas mayores de lugares de residencia y encuentros comunes (las agencias de viajes y los cásaes de barrio).

El cuestionario en lugar de ser de “autoadministración” se utilizó como “instrumento” para conducir una entrevista personal con la persona mayor de una duración aproximada de 20 minutos. Ello, estuvo justificado por el tipo de características de la población investigada, tales como pérdidas de visión,

cansancio, pocos estudios... Mediante la prueba “pre-test” que se realizó antes de ser aplicado a la muestra, se percibió esta cuestión. Se garantizaba el “anonimato” en todas las respuestas. Las personas mayores en principio no solían ofrecer resistencia a la participación, al ser presentada de una manera interesante y útil la investigación, aunque era necesario continuamente centrar el objetivo de la entrevista, ya que la mayoría aprovechaba esta ocasión para expresar preocupaciones sobre estado de salud, edad, entre otros.

Así, las variables que fueron estudiadas con el instrumento de investigación fueron:

### ***Variables sociodemográficas y de ciclo vital***

Estas variables recogen información sobre características propias de las características estructurales de la muestra utilizada, situación en el ciclo vital y de identificación de algunos hechos objetivos (Edad, Sexo, Situación familiar). Estas vienen dadas tanto biológicamente, socialmente y culturalmente y pueden influir en el comportamiento turístico de las personas mayores (Sousa, 1994), así como mantener relación con el estilo de vida de estas (Shih, 1986; Pitts, 1976).

Las condiciones, circunstancias sociodemográficas, además de características propias del ciclo vital, tales como la edad misma, la salud, los estudios, el estado civil, entre otros pueden influir en las decisiones psicosociales de viajar o no viajar. También, pueden estructurar las pautas de consumo, estilo de vida, actitudes y percepciones entre otros aspectos del comportamiento. Además, pueden estar limitando o favoreciendo el acceso y uso a la actividad de “viajar” desde un sistema socio-cultural concreto.

Se recogen en concreto las siguientes variables:

<b>VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS Y DE CICLO VITAL</b>
V1 EDAD
V2 SEXO
V3 LUGAR RESIDENCIA
V4 BARRIO (distritos bcn)
V5 SITUACIÓN LABORAL (Jubilado o no jubilado)
V6 EDAD JUBILACIÓN
V7 MOTIVO JUBILACIÓN
V8 PROFESIÓN (Pasada o actual)
V11 SALUD SUBJETIVA
V12 ESTUDIOS
V13 ESTADO CIVIL
V14 CONVIVENCIA
V15 HIJOS
V16 N° HIJOS

### ***Variables de las actividades de tiempo libre***

Estas variables recogen información sobre el tipo de actividades de tiempo libre, cantidad y frecuencia de tiempo ocupado de la persona mayor. Estas ofrecen información sobre el nivel de actividad, las aficiones y obligaciones que la persona mayor mantiene en su vida cotidiana. Conforman un determinado estilo de vida que ha sido relacionado con el comportamiento de ocio-turístico (Pitts, 1976; Shih, 1986).

El tipo y cantidad de actividades de tiempo libre, tales como realizar deporte, salidas culturales, actividades diversas, entre otras. Estas, estructuran y dotan de significado y sentido la vida cotidiana especialmente en una edad avanzada, al disponer de más tiempo libre. Además, de ocupar el tiempo pueden estar indicando el nivel de actividad, la disposición y preferencias hacia determinadas actividades que pueden a su vez estar relacionadas con la actividad de “viajar” o “no viajar”. Se recogen en concreto las variables que mencionamos a continuación:

<b>ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE TIPO Y FRECUENCIA</b>
V19 DEPORTE
V20 TIPOS DEPORTE
V21 FRECUENCIA
V22 SALIDAS OCIO
V23 TIPO SALIDAS OCIO
V24 FRECUENCIA
V25 COMPRAS
V26 TIPO DE COMPRAS
V27 FRECUENCIA
V28 PASEOS
V29 FRECUENCIA
V30 PARTICIPACIÓN SOCIAL
V31 TIPO DE ASOCIACIONES
V32 FRECUENCIA-TIEMPO
V33 TV
V34 FRECUENCIA
V35 OTRAS ACTIVIDADES REALIZADAS
V36 TIPO DE ACTIVIDADES
V37 FRECUENCIA-TIEMPO

### ***Experiencia y relación con la actividad de “viajar”***

Estas variables recogen información sobre el tipo de experiencia y relación que la persona mayor ha tenido con la actividad de viajar, ya sea a través del contacto con personas próximas (hijos, amigos), en la manifestación de una actitud o preferencia hacia el viaje (importancia, preferencias, factores de elección, recomendación, razones para su recomendación), ya sea con un hecho objetivo (gasto en viaje, último viaje realizado, viajes “habituales”, experiencia pasada y tipo de experiencia...).

El tipo de “contacto” o “relación”, ya sea real o imaginado a través de la experiencia realizada por “otros” o por uno mismo (en el pasado y en la actualidad), de la actividad de “viajar” comporta el establecimiento de actitudes, preferencias, decisiones en el consumo (“dinero gastado”) o hacia el “viaje en sí” (importancia de “viajar”), pero también hacia aspectos específicos del mismo, como el destino al cual se viaja, los diversos aspectos considerados como más importantes, etc...

En concreto, las variables que se recogen son las siguientes:

<b>EXPERIENCIA Y RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD DE “VIAJAR”</b>
V17 VIAJE HIJOS V18 VIAJE AMIGOS V9 IMPORTANCIA VIAJE V10 DINERO-GASTO VIAJAR
V38 EXPERIENCIA HABITUAL EN REALIZAR EXCURSIONES V39 TIPO EXPERIENCIA V40 CANTIDAD DE EXCURSIONES REALIZADAS V41 LUGARES VISITADOS
V42 EXPERIENCIA HABITUAL EN REALIZAR VIAJES OCIO V43 TIPO DE EXPERIENCIA DE VIAJES DE OCIO V44 CANTIDAD VIAJES OCIO V45 LUGARES VISITADOS
V46 EXPERIENCIA PASADA V47 TIPO VIAJES
V48 ULTIMO VIAJE REALIZADO V49 TIPO VIAJE V50 VIAJE DESEADO V51 LUGAR DESEADO

V52 FACTOR ELECCIÓN PRECIO
V53 FACTOR ELECCIÓN LUGAR
V54 MOTIVOS FACTOR ELECCIÓN DEL LUGAR
V55 FACTOR ELECCIÓN TIPO AGENCIA
V56 FACTOR ELECCIÓN TIPO ACTIVIDAD
V57 FACTOR ELECCION TIPO SERVICIO
V58 FACTOR ELECCION TIPO AMIGOS
V59 FACTOR ELECCION OTROS
V60 RECOMENDACION DE VIAJAR
V61 MOTIVOS RECOMENDACIÓN VIAJAR
V62 VIAJERO (Target)

### **Formato del cuestionario**

Delimitadas las variables que iban a ser estudiadas, el tipo de preguntas a realizar, y la ordenación de las mismas, se llevó a cabo una “prueba piloto”, al objeto de comprobar el correcto funcionamiento del cuestionario como instrumento de recogida de información. Se eliminaron una serie de ítems, una vez subsanados los errores detectados a través del pretest, ítems relacionados por ejemplo con el “nivel económico” (cantidad de dinero ingresado), o la clase social “subjetiva” a la cual se pertenecía y otros que preguntaban sobre aspectos de detalle del viaje realizado se decidió eliminar por razones de dificultad de la persona mayor en responder, así como para optimizar el tiempo invertido en la entrevista para lograr los objetivos planteados en la investigación. El cuestionario definitivo consta de 54 ítems.

El cuestionario estuvo dividido en apartados, con el objeto de facilitar al entrevistador y al encuestado, el que las respuestas se pudieran dar de una forma natural, intentando en todo momento una implicación y sinceridad en las informaciones aportadas. Así, después de presentar el estudio, se formulaban preguntas de su circunstancia personal, de sus actividades sociales y de tiempo libre para acabar preguntando en concreto sobre su experiencia en relación con la

actividad de viajar. Concretamente, se diferenciaron los siguientes apartados de preguntas:

- Instrucciones y presentación del estudio
- Datos personales, de identificación y de condiciones de vida.
- Actividades de tiempo libre realizadas
- Datos de su experiencia y relación con el viaje turístico

Las preguntas dada la gran variedad temática, y para asegurar el interés, la implicación, sinceridad y espontaneidad del encuestado se formularon de diversos tipos:

\*Preguntas de carácter cerrado:

- de carácter dicotómico
- de elección múltiple: categóricas/abanico de respuestas
- tipo lickert

\*Preguntas de carácter abierto:

Se han planteado de forma abierta las respuestas a aquellas cuestiones que interesaba obtener una reacción espontánea y “no sugerida”, respetando la manera de expresarse del propio sujeto, como es por ejemplo la motivación para el viaje, las razones para recomendar el “viajar”, el tipo de salidas de ocio, etc... También en algunas preguntas se ofrecía la posibilidad de dar una respuesta “no exhaustiva” y “excluyente” sino múltiple, dado que el sistema de redes neuronales que utilizamos para analizar los resultados permitía esto y no ofrecía ningún tipo de limitación en la codificación.

Estas preguntas, posteriormente fueron categorizadas para poder ser analizadas y las preguntas se clasificaron en función del tipo de factores que exploraban (sociodemográficos, tipo, frecuencia y actividades realizadas en el tiempo libre y experiencia-relación con el ocio-turístico).

### **6.2.3. Procesamiento de los datos.**

El procesamiento de los datos se realizó con SPSS (Statistical Package for the Social Sciences, 1999) versión 10 para Windows, para la realización de todos los análisis estadísticos a excepción de la aplicación en las redes neuronales en la que se utilizaron los programas desarrollados por Enrique Romero y Josep María Sopena.

### **6.2.4. Análisis de función discriminante: Fisher y Redes neuronales.**

El problema de la clasificación de los individuos se ha estudiado desde muchos puntos de vista como el Análisis Cluster, jerárquico o no jerárquico (Mardia, 1975), el Análisis Discriminante (Lachenbruch, 1975) y, profundizando en el mismo tema se han aplicado métodos geométricos basados en distancias (Cuadras, 1991) hasta llegar a técnicas tan recientes como la de las redes neuronales que describiremos más adelante. La clasificación de los individuos presenta interés en múltiples campos de las ciencias experimentales, sociales, económicas, el diagnóstico médico... En cualquier caso, el problema de la clasificación contempla los siguientes aspectos: las poblaciones (por ejemplo:  $\Omega_1, \Omega_2$ ) a las que puede pertenecer un individuo  $\omega$ ; las distintas variables  $X_1, \dots, X_p$ , que se pretenden investigar y, finalmente, las observaciones sobre el individuo  $\omega$  de estas variables  $(x_1, \dots, x_p)$ .

El Análisis Discriminante se basa en hallar una regla discriminante; es decir, una función de las observaciones  $(x_1, \dots, x_p)$  que, con una cierta probabilidad de error, permita asignar un individuo  $\omega$  a una de estas poblaciones.

El Análisis Discriminante es un método multivariante que generalmente se utiliza con la finalidad de construir una regla de decisión que permita, a partir de una serie de características medidas o de atributos conocidos, la asignación de individuos a una de las posibles clases o grupos de población. Es decir, una regla

discriminante es una función de las variables que, con un cierta probabilidad de error, permita asignar un individuo  $\omega$  a una de estas poblaciones.

La idea de discriminar entre poblaciones se remonta al trabajo de Karl Pearson sobre datos antropométricos cerca del año 1920 en el que obtiene un coeficiente que mide la distancia entre dos poblaciones al que denomina coeficiente de similitud racial. Mahalanobis propone en 1925 la distancia que lleva su nombre como medida alternativa. Sin embargo, el trabajo pionero en Análisis Discriminante es el de R.A. Fisher (1936): la regla propuesta en este trabajo es el denominado discriminador lineal de Fisher, que se basa en hallar la combinación lineal del vector de observaciones que maximice el cociente entre la diferencia de medias al cuadrado de la combinación lineal y su varianza. La regla de Fisher es óptima si el modelo de probabilidad es normal multivariante. Posteriormente, han aparecido otras muchas reglas: aproximaciones basadas en la minimización de la probabilidad total de clasificación errónea (Welch, 1939), aproximación basada en las probabilidades *a posteriori* (de Bayes), el discriminador logístico (Cornfield, 1962), métodos del núcleo y de los vecinos más próximos (Fix i Hodges, 1951, 1952) y la más reciente aproximación basada en distancias (Matusita, 1956).

Para este estudio se han utilizado dos tipos de análisis discriminantes, ***el de Fisher y Redes neuronales***. Se trabajó con la muestra de 353 individuos descrita en el apartado anterior. El grupo que viaja (viajeros) estaba formado por 221 individuos. Sin embargo, como en la muestra inicial aparecían algunos valores faltantes, se excluyeron un total de 147 casos para el análisis por presentar al menos un valor faltante en una de las variables. Así, el análisis se realizó sobre una muestra de 206 casos, de los cuales, 130 eran viajeros y 76, no viajeros.

Las variables independientes que se utilizaron para los dos análisis fueron: edad, sexo, lugar de residencia, situación laboral (jubilación), edad de jubilación y motivo, profesión, importancia-viaje, salud subjetiva, estudios, estado civil, convivencia, hijos y número, viaje hijos, viaje amigos; deporte, tipos deporte, frecuencia; salidas ocio, tipo y frecuencia; compras, tipo y frecuencia; paseos, frecuencia; participación social, tipo asociaciones, frecuencia-tiempo dedicado; TV,

frecuencia; otras actividades, tipo y frecuencia-tiempo dedicado; experiencia pasada y tipo viajes; y finalmente, recomendación viajar y motivos recomendación. Se excluyeron de los análisis las variables que hacían referencia a los aspectos que consideramos era una consecuencia o un "síntoma" de viajar, tales como el dinero que gastaba en el viaje, el tipo de viajes que realizaba y los factores de elección, entre otras y se utilizaron variables, que a nuestro entender, tenían que ver con los antecedentes de viajar.

Vamos a comentar ahora, algunas de las características específicas y diferenciadoras de los dos análisis discriminantes, así como el modo de utilización que se utilizó expreso para esta tesis.

### ***Análisis discriminante de Fisher***

La regla discriminante utilizada fue el discriminador lineal de Fisher (Mardia, 1979; Cuadras, 1991). Se asumió normalidad en las variables predictoras cuantitativas continuas, mientras que las cualitativas medidas en escala nominal se recodificaron en variables *dummy* (Flury, 1985). Para la obtención de los coeficientes de la función discriminante se asignó la misma probabilidad *a priori* a cada grupo. Dado el gran número de variables consideradas en principio, se realizó un *step-wise discriminant*; es decir, las posibles variables predictoras se introdujeron una a una a fin de decidir cuáles de ellas se utilizarían o no para el análisis. El criterio de inclusión o exclusión de una variable en la función se basó en el valor de la Lambda de Wilks (en cada paso se introduce la variable que disminuye la Lambda de Wilks global) y se incluyeron las variables cuyo valor de F fue mayor que 3,84, excluyéndose las de F menor que 2,71. El método de validación de la función discriminante utilizado fue el *leave-one-out*.

### ***Análisis mediante las redes neuronales***

#### ***¿Qué es una red neuronal?***

Una red neuronal puede contemplarse como un aproximador de funciones. Su papel es proporcionar una correspondencia parametrizada no-lineal entre un conjunto de variables de entrada ( $X_1, \dots, X_p$ ) y un conjunto de variables de salida ( $Y_1, \dots, Y_k$ ) (Bishop, 1995). Las redes neuronales son aproximadores universales ya que pueden aproximar cualquier tipo de correspondencia o función entre dos conjuntos de variables (Cybenko, 1989). Sobre los métodos de aproximación clásicos (como la aproximación por polinomios o por series de Fourier) poseen una importante ventaja (Barron y Barron, 1993) a la hora de tratar con espacios de input de grandes dimensiones (número de variables independientes): el número de elementos que se necesitan para realizar una aproximación es independiente del tamaño del espacio de entrada. En los métodos clásicos de aproximación el número de elementos crece exponencialmente a medida que el número de variables de entrada aumenta. Esta ventaja de las redes neuronales en teoría se hace patente a partir de 3 dimensiones (3 variables independientes). Para espacios de entrada de grandes dimensiones (como el del presente estudio) las ventajas de las redes neuronales pueden ser, pues, en teoría muy importantes.

Suponer que, en los problemas que trata la psicología, las relaciones entre las diferentes variables son lineales o casi-lineales seguramente es una suposición errónea. Sin embargo, la mayor parte de los métodos estadísticos que se utilizan en estudios de psicología social son métodos lineales. Por ejemplo, como hemos visto antes, el discriminante de Fisher se basa en hallar la combinación lineal del vector de observaciones. Las redes neuronales ofrecen, pues, la ventaja de no presuponer ninguna forma a priori (lineal o la que fuese) entre las variables del problema, ya que, como aproximadores universales, se adaptan en principio a las características que posea el conjunto de datos que se analiza. La capacidad de poder computar funciones no lineales se ha considerado, desde la aparición del algoritmo de aprendizaje ‘backpropagation’, una de las principales ventajas de las redes neuronales frente a los métodos hasta entonces utilizados mayoritariamente.

Finalmente, en una tarea de clasificación, dado un nuevo individuo  $\omega$  con valores observados ( $x_1, \dots, x_p$ ) de las distintas variables ( $X_1, \dots, X_p$ ), la probabilidad de una clasificación errónea se minimiza si asignamos dicho individuo a la clase  $C_k$  para

la que la probabilidad a posteriori  $P(C_k | (x_1, \dots, x_p))$  sea la mayor (Duda y Hart, 1973). La ventaja de una red neuronal en una tarea de clasificación (Richard y Lippmann, 1991) es que computa de forma directa la probabilidad a posteriori y no necesita hacer ninguna suposición sobre la forma de la distribución de probabilidad de las distintas variables. La mayor parte de métodos estadísticos utilizados en psicología presuponen determinadas formas de distribución de probabilidad. Por ejemplo, el discriminante de Fisher, como hemos visto en el apartado anterior, presupone normalidad en las variables predictoras cuantitativas continuas. El presuponer determinadas formas de distribución (normalidad u otras formas standard de distribución) es, en general, una suposición como mínimo arriesgada para la mayoría de variables que se utilizan en psicología social. El rendimiento de estos métodos empeora cuanto menos cierta es la suposición. En teoría, estamos pues, ante una nueva ventaja teórica de las redes neuronales sobre otros métodos. Estas ventajas sobre otros métodos se han confirmado en numerosas áreas de investigación sobre todo física y ingeniería. También, en el ámbito del comportamiento de la demanda turística algunos autores demuestran la utilidad de las redes neuronales versus el análisis de regresión múltiple (Uysal et al., 1999).

### ***Aplicación de las redes neuronales***

Se utilizaron inicialmente las mismas variables que en el caso del discriminante de Fisher y al igual que en este caso se utilizó un método de selección de variables. El utilizar un método de selección de variables es de vital importancia en casos, como el presente estudio, en los que el número de variables inicialmente utilizado es muy grande, el número de ejemplos o individuos es muy pequeño en relación al tamaño del espacio de input y no se posee información fidedigna sobre la importancia de al menos algunas de las variables utilizadas. Casos como este son muy frecuentes en áreas como el diagnóstico médico (en enfermedades de las que se conocen pocas cosas), en economía o en psicología.

En este tipo de problemas, en comparaciones realizadas con otros métodos estadísticos y con datos reales, las redes neuronales, a pesar de las ventajas antes

mencionadas, no siempre han obtenido los mejores resultados (Cross, Harrison y Kennedy, 1995; Dayhoff et al., 2001) lo que nos sitúa ante una paradoja.

Una hipótesis que se está explorando (Sopena et al., 2000; Romero y Sopena, en preparación) y que explicaría esta paradoja es pensar que las redes neuronales, por su gran capacidad de ajuste a los datos, son muy sensibles al ruido existente (variables no pertinentes). Si la proporción entre el número de individuos y el número de variables es pequeña, como acostumbra a ocurrir, el ruido es difícilmente filtrado por la red neuronal y los resultados se resienten considerablemente. Sin embargo, los métodos de selección de variables no se han venido utilizando hasta ahora con las redes neuronales a pesar de su hipotética utilidad.

La hipótesis sobre la conveniencia de utilizar métodos de selección de variables para mejorar el rendimiento de las redes neuronales se ha visto confirmada en una serie de estudios recientes en casos en los que la probabilidad de existencia de variables ruido era grande (por la falta de teorías que explicaran el fenómeno de forma precisa) y en los que la proporción de ejemplos/variables era relativamente muy pequeña.

Sopena et al (2000) con un problema de predicción de divorcio en parejas menores de 50 años, (Mijares, Selva, Romero, Sopena, Solans, Labrador, Bosch y Vilardell, 2001; Selva, Mijares, Romero, Sopena, Solans, Labrador y Vilardell, 2002) en un problema de predicción de cáncer en una enfermedad autoinmune, como es la miopatía inflamatoria idiopática (dermatomiositis, polimiositis) que en ocasiones se relaciona con una neoplasia subyacente y Sopena et al. (en preparación) en predicción de alcoholismo, han mostrado que la selección de variables se consigue mejorar el rendimiento de una red neuronal en al menos un 10%. El caso en el que la mejora fue más espectacular fue el del diagnóstico de cáncer en la miopatía inflamatoria en el que antes de la selección de variables se obtuvo un 76%, consiguiéndose un 94% después de efectuar la selección de variables (Selva et al., en prensa ).

En las comparaciones de las redes neuronales con otros métodos hasta ahora realizadas, sobre todo en el campo de la medicina, Romero y Sopena (en preparación) hipotetizan, como ya hemos comentado, que la utilización de las redes neuronales ha sido subóptima principalmente debido a la no eliminación del ruido. Una adecuada utilización de las redes neuronales permitirá mejorar considerablemente los resultados y resolver la paradoja antes mencionada.

En este estudio se utilizó una red feedforward con una sola capa de neuronas ocultas. El número de neuronas ocultas fue de 10. La codificación que se hizo de las variables fue en parte distinta a la utilizada en el discriminante de Fisher con la intención de aprovechar al máximo las propiedades de las redes neuronales. Para la codificación se necesitaron 193 unidades input. El output se codificó utilizando dos neuronas, una para cada clase. Las funciones de activación que se utilizaron fueron la función seno para las neuronas de la capa oculta y la tangente hiperbólica para la capa output (Sopena, Romero, Alquézar, 1999). El rango de pesos de la primera capa fue de 0.1 y el de la segunda capa de 0.05. No se utilizó bias para las neuronas de la capa oculta y si se utilizó en el caso de las unidades de output. La tasa de aprendizaje fue de 0.05 para las conexiones de la primera capa y de 0.001 para las conexiones de la segunda capa. La tasa de aprendizaje del bias de las neuronas de output también fue de 0.001.

Se utilizó también un método de selección de variables (sequential backward elimination) tal como se describe en Sopena et al. (2000) y Selva et al. (en prensa). Y el método de validación de la función discriminante utilizado, al igual que el discriminante de Fisher fue el *leave-one-out*.

## 7. RESULTADOS.

Vamos a presentar los principales resultados obtenidos al aplicar la estrategia de investigación a la muestra total de 353 personas mayores. En primer lugar, describiremos las principales características que se pudieron observar al dividir la muestra entre viajeros y no viajeros, y al comparar cada variable por separado. Todo ello, nos permitió acercarnos al conocimiento de los posibles factores más relevantes, que pueden estar influyendo en las características distintivas entre viajeros y no viajeros. En segundo lugar, mostraremos los resultados obtenidos al aplicar los análisis de función discriminante, el de Fisher y el realizado mediante las redes neuronales. Todo ello, nos ha permitido obtener las principales características que distinguen al que viaja del que no viaja y/o las principales variables que permiten clasificar a una persona mayor como viajera o no viajera.

### 7.1. Determinación de las principales características distintivas entre “viajeros” y “no viajeros”.

Mediante el análisis descriptivo bivalente (comparación de las variables por separado en relación a la principal variable “viajar”) que realizamos, nos aparecieron diferentes características que nos aportaron información sobre algunos de los aspectos que están influyendo en la decisión de viajar, además nos ayudaron a distinguir los viajeros de los no viajeros. Este análisis detectó diferencias en la distribución por grupos (viajero o no) de las siguientes variables: **edad, residencia, estudios, ser viudo o casado, convivir con la pareja o familiares, haber trabajado como comerciante, la percepción subjetiva de la salud, hábito deportivo (gimnasia y natación, concretamente), dedicación al ocio, las compras (y el tipo de compras) y paseos**. No obstante, no pudimos detectar diferencias en otras variables como el sexo, la situación laboral (jubilación, edad y/o motivos de jubilación) y la participación social, y si que nos aparecieron en los análisis de función discriminante, junto con otras variables tal como comentaremos más adelante.

También se detectaron diferencias en la mayoría de variables directamente relacionadas con los viajes. Concretamente en el *viaje de hijos y amigos*, la *recomendación* y los *motivos para viajar*, el *dinero gastado en viajes*, la *experiencia actual y pasada* en viajar y en los *factores de elección turística* (precio, lugar, agencia, actividades, servicio).

### **7.1.1. Características sociodemográficas.**

Hemos observado que existen algunas aparentes diferencias con respecto a viajar en función de la edad, el sexo, el lugar donde se vive, la situación laboral, el tipo de profesión ejercida, las condiciones de salud (salud subjetiva), el nivel de estudios, el estado civil y la convivencia, comprobándose además una relación estadísticamente significativa, en algunas de ellas (*edad, lugar donde se vive, profesión ejercida, salud, estudios, estado civil y convivencia*), según las pruebas realizadas y que seguidamente comentaremos.

#### ***La edad, el lugar de residencia, el sexo y la situación laboral***

Tal como muestra la tabla 4 obtenemos los siguientes resultados estadísticamente significativos: con respecto a la *edad* los viajeros son más jóvenes ( $p < 0.001$ ). Posiblemente, conforme aumenta la edad, las personas mayores dejen de viajar. Por tanto, existe relación entre la edad y el viajar. También, observamos que el *lugar de residencia* muestra una relación significativa con el hecho de viajar ( $p < 0,001$ ), en el sentido de que los que viven fuera de la ciudad parece ser que no suelen viajar tanto: se observó una mayor presencia de personas mayores viajeras “urbanas” (las que vivían en Barcelona). De hecho, las personas “urbanas” tienen posiblemente mayores necesidades para viajar, así como también disponen de más oportunidades para ocupar su tiempo libre a diferencia de las que viven fuera de ella.

Por otro lado, en cuanto al *sexo*, no existen diferencias entre hombres y mujeres, ni ningún tipo de relación con el hecho de viajar. A pesar de esta

comprobación en la muestra estudiada podemos observar que las mujeres viajan en un porcentaje ligeramente superior al de los hombres. Las mujeres tal como ya se ha comentado en el marco teórico tienen una expectativa de vida más alta y pueden reunir condiciones de vida (viudedad, salud, etc...) que en un futuro facilite el que viajen. También, en relación a la *situación laboral*, comprobamos que no hay diferencias significativas entre los que están jubilados y los que están activos. En nuestra muestra estudiada tenemos porcentajes ligeramente superiores a favor de los jubilados que no son viajeros y para los activos los cuales son viajeros. Ello, podría estar indicando que actualmente no todos los que se jubilan acceden al viaje turístico y en cambio los activos laboralmente puede ser que estén más socializados y habituados a viajar. Tampoco, resultaron ser significativas las diferencias entre las variables de “edad en que se jubilaron” y “motivo por el cual se jubilaron” (ver anexos). De hecho, uno a pesar de que esté jubilado o activo no tiene porque necesariamente tener motivos para viajar, ello puede estar en relación con otros aspectos (ej. salud, actitud, etc...). Estos resultados se resumen a continuación en la siguiente tabla y se pueden también consultar en los anexos.

**Tabla 4 . Viajar o no viajar según la edad, el sexo, el lugar de residencia y el tipo de situación laboral.**

	VIAJEROS (n=221)	NO VIAJEROS (n=132)	SIGNIFICACIÓN
<b>EDAD (años)</b>	68,35 (7,51)	74,13 (8,29)	p < 0.001
<b>SEXO</b>			n.s.
Hombre	38,5%	40,9%	
Mujer	61,5%	59,1%	
<b>RESIDENCIA</b>			p< 0.001
Barcelona	66,5%	48,5%	
Fuera	33,5%	51,5%	
<b>S. LABORAL</b>			n.s.
Jubilados	66,5%	73,5%	
Activos	34,8%	26,5%	

## La profesión

En cuanto a la profesión ejercida o la que estaban ejerciendo (en el caso que estuvieran activos) las personas mayores de la muestra estudiada podían indicar más de una profesión si era suficientemente relevante, por consiguiente lo que obtuvimos fueron diferentes porcentajes para cada categoría profesional y el porcentaje de viajar o no viajar en cada caso. El tipo de profesión, como característica que podía variar si uno era viajero o no viajero fue comparado con la principal variable “viajar”. Los viajeros que pertenecían a la categoría profesional de comerciantes y dependientes de comercios mostraron diferencias significativas con el hecho de viajar o no viajar ( $p=0,029$ ) en el sentido que tendríamos más gente que viaja que es o ha sido comerciante. Una posible interpretación esté en que la profesión de “comerciante” al comportar una relación social cotidiana, esté incidiendo en tener mayores necesidades de viajar. Por otro lado, con el resto de categorías profesionales no pudimos comprobar ningún tipo de diferencias significativas, es decir, ni por el hecho de tener una profesión que requiere titulación (médicos, maestros, ingenieros, etc...) ni por el hecho de trabajar en el servicio doméstico, entre otras, observamos que no existe relación con viajar.

**Tabla 5. Viajar o no viajar según el tipo de profesión**

Categoría profesional	VIAJERO		NO VIAJERO		TOTAL		
	N	%	N	%	N	%	
Comerciantes-tiendas	46	20,8	15	11,4	61	17,3	*
Maestros, enfermeras... (titulados)	27	12,2	13	9,8	40	11,3	
Serv. domésticos, oper. (no titul.)	61	27,6	37	28	98	27,8	
Administrativos	20	9	6	4,5	26	7,4	
Profesiones varias (electricista...)	39	17,6	32	24,2	71	20,1	
Sus labores	32	14,5	25	18,9	57	16,1	

\*  $p = 0,029$  resto = n.s.

## La salud subjetiva

En cuanto al nivel de salud subjetiva los viajeros manifiestan tener mejor salud, mostrando una diferencia significativa con respecto los no viajeros ( $p < 0,001$ ) tal como se muestra en la tabla 6. Así, se comprobó que **efectivamente existe relación entre la salud subjetiva y el hecho de viajar**. En general, existe en toda esta población mayor un *diagnóstico de salud positiva*, aunque posiblemente el sentir que se posee la salud pueda estar facilitando la movilidad necesaria que se requiere para viajar y/o desplazarse, así como evitar algunas limitaciones que podrían tener las personas con falta de salud.

**Tabla 6. Viajar o no viajar según la salud subjetiva**

	VIAJEROS (n=221)	NO VIAJEROS (n=132)	SIGNIFICACIÓN
<b>SALUD SUBJETIVA</b>			$p < 0.001$
Muy buena	16,4%	12,1%	
Buena	51,1%	34,1%	
Regular	30,6%	39,4%	
Mala	1,8%	14,4%	

## El nivel de estudios

En relación al nivel de estudios de las personas mayores se comprobó que existían diferencias entre viajeros y no viajeros. Se obtuvo una relación significativa entre el nivel de estudios y el viajar ( $p=0,022$ ), en el sentido que los que viajarían más serían los que tuvieran estudios superiores o diplomados tal como se puede observar en la tabla 7. De hecho, el tener un mayor nivel cultural puede estar incidiendo en favor del viaje turístico por todo lo que puede comportar de “nivel de curiosidad”, “enriquecimiento”, etc... Por otro lado, es conocido que muchos de los programas de turismo que existen (ej. Imsero) han logrado captar gran parte de la población de estas generaciones actuales, los cuales se caracterizan precisamente por tener pocos estudios. De ahí, que posiblemente se explique el que podamos

también observar en la tabla siguiente, la existencia de bastantes personas mayores con pocos estudios que son viajeros.

**Tabla 7. Viajar o no viajar según el nivel de estudios**

	VIAJEROS (n=221)	NO VIAJEROS (n=132)	SIGNIFICACIÓN
<b>ESTUDIOS</b>			p = 0.022
Superiores	10,1%	8,0%	
Diplomados	21,2%	9,6%	
Primarios	43,3%	47,2%	
Sin estudios	25,3%	35,2%	

### **Estado civil, convivencia e hijos**

Con respecto al estado civil y la convivencia se procedió de igual forma que en el tipo de profesión ejercida, es decir obtuvimos diferentes porcentajes de viajar y no viajar para cada característica que tenían las personas mayores de la muestra de estudio y la comparábamos con la principal variable, viajar. **Se comprobó que existen diferencias estadísticamente significativas según el estado civil y la convivencia con respecto al viaje turístico.**

Tal como se puede observar en la tabla 8, específicamente, el hecho de estar *casado* y/o vivir en *pareja* está relacionado con la actividad de viajar ( $p < 0,001$ ) en el sentido que se viajaría más por tener estas condiciones de vida. Por otro lado, estar *viudo* y/o vivir con *familiares* también está relacionado con viajar ( $p < 0,001$ ;  $p < 0,007$  respectivamente), lo que ocurre que en este caso, nos encontramos que al tener esta condición de vida las personas mayores viajarían menos.

Esto, podría estar reflejando el impacto psicosocial de los estados vitales propios de esta edad y la manera de afrontarlos con apoyo de las personas que no siempre irían en favor de viajar. Posiblemente, tener una pareja esté actuando como un estímulo incentivador para decidirse a viajar y en cambio haber tenido que adaptarse a situaciones vitales estresantes ya sea perdiendo algún familiar o iniciar un nuevo tipo de convivencia puede estar actuando como una limitación para viajar.

Por otro lado, el hecho de haber tenido hijos o no tenerlos, así como el número de hijos que se ha tenido, no mostró ningún tipo de diferencias estadísticamente significativas con respecto de los que viajan y los que no viajan (U de Mann Whitney: n.s ). Tal como se puede consultar en los anexos tanto los viajeros como los no viajeros presentan las mismas características y por tanto esta condición no nos serviría para distinguir el que viaja del que no lo hace.

**Tabla 8. Viajar o no viajar según el estado civil y la convivencia**

ESTADO CIVIL	VIAJERO		NO VIAJERO		TOTAL		
	N	%	N	%	N	%	
Soltero	16	7,2	14	10,6	30	8,5	
Separado/divorciado	6	2,7	6	4,5	12	3,4	
Viudo	53	24,0	58	43,9	111	31,4	*
Casado	145	65,6	54	40,9	199	56,4	*

\* p < 0,001 resto = n.s.

CONVIVENCIA	VIAJERO		NO VIAJERO		TOTAL		
	N	%	N	%	N	%	
En pareja	149	67,4	52	39,4	201	56,9	*
Con familiares	16	7,2	22	16,7	38	10,8	**
Con hijos	59	26,7	40	30,3	99	28,0	
Solos	46	20,8	32	24,2	78	22,1	

\* p < 0,001 \*\* p < 0,007 resto = n.s.

### **Consideraciones finales**

En definitiva, podríamos resumir lo dicho en que estos factores sociodemográficos analizados estarían reflejando la importancia que tienen las condiciones de vida, situaciones, eventos vitales y modos de adaptación para tomar decisiones de viajar o no viajar, pero en cualquier caso unos factores pueden estar

incidiendo más que otros en función de la relación con el viaje turístico, en el sentido de limitar o posibilitar la decisión de viajar.

También, deberíamos considerar que dependiendo de las relaciones que se establezcan entre estos factores entre si y otros como los de las actividades que realizan en el tiempo libre o la experiencia y contacto que han tenido con el viaje turístico, que vamos a continuación a comentar podrían tener más o menos importancia. Por el momento podríamos considerar que el hecho de vivir en la ciudad, ser más o menos joven, sentir que uno posee salud, tener estudios, estar casado y/o en pareja y trabajar en una tienda puede estar favoreciendo el hecho de viajar. Por otro lado, el hecho de estar viudo y/o vivir con familiares, sentir que uno no tiene salud, vivir fuera de la ciudad podría estar limitando la decisión para viajar.

Por lo que se refiere a las demás diferencias encontradas pero no significativas estadísticamente, tales como el sexo, la situación laboral y los hijos, entre otras, pensamos que posiblemente por si solas no puedan llegar a distinguir el que viaja del que no lo hace pero estudiadas junto con otras variables y sus posibles interacciones podrían ser de gran ayuda para distinguir a los viajeros de los que no lo son actualmente.

### **7.1.2. Actividades realizadas en el tiempo libre.**

En relación a las actividades estudiadas en la muestra que las personas mayores realizan en el tiempo libre se pudo observar en general la existencia de **una baja participación en actividades de tiempo libre**, a excepción del *paseo* y las *compras* y el ver la *TV*, actividades características de todo este colectivo.

Se pudo comprobar, además, la existencia de diferencias significativas entre viajeros y no viajeros, en concreto en la realización de las actividades siguientes: a) **pasear** b) **comprar** c) **deporte** d) **salidas de ocio** (ir al cine, exposiciones, etc...). Se puso de manifiesto que un cierto componente activo, de relación social, de disposición al gasto y de relación con el entorno podía estar asociado además a la

actividad de viajar. De todos modos, vamos a comentar seguidamente los diferentes aspectos estudiados, así como presentar el resumen de resultados (también se puede consultar en los anexos) en lo que tiene que ver con las actividades que realizan las personas mayores en su tiempo libre.

### ***La realización de deporte***

Se comprobó la ***existencia de diferencias entre viajeros y no viajeros con respecto a la realización de deporte, en cuanto a su frecuencia y regularidad y al tipo de actividades*** que realizaban tal como muestra la tabla 9. Las personas viajeras realizan más deporte ( $p < 0,001$ ), con menos frecuencia y regularidad que los no viajeros ( $p < 0,012$ ) y en cuanto al tipo de actividades realizadas está la gimnasia ( $p < 0,008$ ) y la natación ( $p < 0,012$ ).

Todo ello, posiblemente pueda estar indicando que el realizar una actividad como es el deporte, ya sea por el componente de actividad, de cuidado de uno mismo y/o por las posibilidades que comporta en cuanto relación social, favorezca el viajar, como podría estar ocurriendo al hacer gimnasia y natación al tener que ir a un gimnasio y estar con un grupo. También las diferencias en la frecuencia y regularidad en hacer deporte puedan explicarse por el hecho de que la misma actividad, en algunos casos, sea lo suficientemente compensatoria y/o satisfactoria del tiempo libre ocupado y no de lugar a que las personas mayores además de realizar deporte viajen. En una ocasión en una de las entrevistas una persona mayor nos comentó que no quería viajar porque la disciplina que tenía organizada para hacer su ejercicio y/o deporte era más importante para ella que ir de viaje.

**Tabla 9. Viajar o no viajar según la realización de deporte**

	VIAJEROS (n=221)	NO VIAJEROS (n=132)	SIGNIFICACIÓN
<b>DEPORTE</b>	31,7%	16%	p<0,001
<b>FRECUENCIA</b>			p<0,012
regular cada día	23,2%	47,6%	
2 a 4 veces semana	50,7%	52,4%	
máximo 1 vez semana	26,1%	---	

TIPOS DE DEPORTE	VIAJERO		NO VIAJERO		TOTAL		
	N	%	N	%	N	%	
Gimnasia	32	14,6	7	5,3	39	11,1	*
Natación	23	10,5	4	3,1	27	7,7	**
Petanca	5	2,3	3	2,3	8	2,3	
Excursiones	9	4,1	2	1,5	11	3,1	
Masajista-Fisioterapeuta	2	0,5	2	0,5	4	1,1	

\* p < 0,008 \*\* p < 0,012 resto = n.s.

### **Las salidas de ocio**

En cuanto a las salidas de ocio, se les preguntaba a las personas mayores en concreto si realizaban “habitualmente” salidas de tipo cultural, tales como ir al cine, teatro, ver exposiciones-museos, espectáculos... y con que frecuencia iban. En la muestra estudiada pudimos comprobar la **existencia de diferencias significativas entre el realizar salidas de ocio y el ser viajero o no serlo**. Los viajeros habitualmente realizan muchas más salidas de ocio que los no viajeros (p<0,001) tal como muestra la tabla 10. Esto puede estar indicando que las personas que viajan suelen ser más inquietas, activas y más predispuestas a gastar dinero en salidas de ocio. Por otro lado, en cuanto a la frecuencia y al tipo de salidas que realizaban no se pudieron apreciar diferencias significativas (ver anexos) entre viajar y no viajar. Esto nos puede revelar el valor y la importancia que puede tener para los que viajan el salir y ocupar el tiempo libre con actividades diversas de ocio.

**Tabla 10. Viajar o no viajar según la realización de salidas de ocio**

	VIAJEROS (n=221)	NO VIAJEROS (n=132)	SIGNIFICACIÓN
<b>SALIDAS OCIO</b>	61,6%	26,5%	p<0,001
<b>FRECUENCIA</b>			n.s.
<b>TIPO DE SALIDAS</b>			n.s.

### **Las compras y los paseos**

Se pudo comprobar la existencia de diferencias entre viajeros y no viajeros en cuanto a las compras y a los paseos que realizaban. *Los viajeros realizan más compras (p<0,001) que los no viajeros. El tipo de compras muestra relación con viajar (p<0,046), en el sentido que los viajeros realizan en mayor medida, además de las compras diarias las que son exclusivamente por afición.* También, los viajeros realizan más paseos (p<0,001). Una vez más, posiblemente el componente activo, curioso e inquieto podría ser alguna de las explicaciones a estos resultados que se muestran en la tabla 11. Además, una mayor predisposición al gasto en el consumo que se realiza por placer y/o afición.

**Tabla 11. Viajar o no viajar según la realización de compras y de paseos**

	VIAJEROS (n=221)	NO VIAJEROS (n=132)	SIGNIFICACIÓN
<b>COMPRAS</b>	84,6%	68,2%	p<0,001
<b>TIPO DE COMPRAS</b>			p<0,046
diarias	61,6%	76,7%	
afición	3,2%	2,2%	
ambas	35,1%	21,1%	
<b>FRECUENCIA</b>			n.s.
<b>PASEOS</b>	90,5%	78%	p<0,001
<b>FRECUENCIA</b>			n.s.

Por lo que se refiere a los demás aspectos preguntados, tales como la participación social, ver la tv y la realización de otras actividades. Estos no mostraron diferencias significativas con respecto a la actividad de viajar. En este caso, pues

encontramos tanto personas viajeras como no viajeras que ven la TV y/o están vinculados con alguna asociación, así como desarrollan con distinta frecuencia actividades diversas. Esto significa que son actividades de tiempo libre que pueden caracterizar en mayor o menos medida a todas las personas mayores estudiadas, pero no podemos decir que por si solas estas variables puedan distinguir el que viaja del que no viaja, al observar tal como muestra la tabla 12 porcentajes muy similares. De todos modos, si que pensamos que al interaccionar con otras es posible que puedan adquirir mucha más importancia para discriminar a los viajeros de los no viajeros. Por ejemplo, las personas de una edad determinada, puede que sean más activas tanto socialmente como en la realización de otras actividades.

**Tabla 12. Viajar o no viajar según la participación social, ver TV, otras actividades**

	VIAJEROS (n=221)	NO VIAJEROS (n=132)	SIGNIFICACIÓN
<b>PARTICIPACIÓN SOCIAL</b>	31,4%	33,3%	n.s.
<b>TIPO PARTICIPACIÓN</b>			n.s.
<b>FRECUENCIA</b>			n.s.
<b>TV</b>	97,3%	97%	n.s.
<b>FRECUENCIA</b>			n.s.
<b>OTRAS ACTIVIDADES</b>	64,3%	62,9%	n.s.
<b>TIPO DE ACTIVIDADES</b>			n.s.
<b>FRECUENCIA</b>			n.s.

### **Consideraciones finales**

En definitiva, las actividades que realizan en el tiempo libre las personas mayores pueden estar incidiendo en la actividad de viajar aquellas que tienen un componente de actividad (ej. deporte), de relación social y de descubrimiento del entorno (ej. paseos) y de actitud y predisposición al consumo (ej. salidas de ocio; compras). Estas actividades pueden estar caracterizando un tipo de personas que tienen por un lado, determinadas aspiraciones y además posiblemente estén inmersas en un contexto cultural y social estimulador de todo ello.

### **7.1.2. Experiencia y relación con el viaje turístico.**

Las personas mayores de la muestra estudiada, en general, tienen experiencia y/o están en contacto con la actividad de viajar, ya sea por el contacto con otras personas que viajan o por su experiencia misma. Estos, han acumulado experiencia por el tipo de viajes que han realizado en el pasado, los que realizan actualmente y por la intención que poseen en realizarlos en el futuro. En relación a todo esto, se ha podido apreciar la existencia de diferencias estadísticamente significativas con respecto de los que viajan a los que no viajan en concreto según: 1) *la cantidad de amigos viajeros que se poseen* 2) *la cantidad de viajes realizados (tanto en el pasado como actualmente, como en el deseo futuro de viajar)* 3) *el tipo de viajes realizados (tanto en el pasado como actualmente)* 4) *por el tipo de preferencias y preocupaciones que se tienen al decidirse por viajar o no viajar*. Con ello, se pudo comprobar que los viajeros poseen mucha más experiencia en viajar, están en contacto con otras personas que también viajan, han estructurado una percepción y predisposición favorable a la actividad de viajar y al elegir el viaje turístico valoran y/o consideran de forma diferente algunos aspectos que tiene que ver con viajar, tales como el precio, el lugar donde se viaja, el tipo de agencia, el tipo de actividades y el servicio.

Por todo ello, vamos a comentar seguidamente, los principales resultados que nos han permitido distinguir los que viajan de los que no viajan considerando los diferentes aspectos estudiados referidos a la experiencia y relación con el viaje turístico que poseen las personas mayores de nuestra muestra estudiada.

#### ***El viajar de los hijos y los amigos***

A las personas mayores se les preguntaba si tenían hijos y amigos que también hubiesen viajado. El tener amigos que también han viajado mostró una relación significativa con el hecho de viajar ( $p < 0,001$ ) tal como muestra la tabla 13, en el sentido que los viajeros tienen más amigos que viajan que los no viajeros. Por otro lado, el tener hijos que viajan no mostró ninguna diferencia entre viajeros y

no viajeros, únicamente se podía observar que los viajeros tenían un porcentaje algo superior en cuanto a tener hijos que también viajaban. Esto, puede estar reflejando la influencia que pueden estar ejerciendo los grupos de referencia al tomar decisiones de viajar o no viajar. También, posiblemente el hecho de tener amigos que viajen actúe como un factor estimulador del factor interpersonal de la actividad de viajar.

**Tabla 13. El viajar o no viajar según los viajes de hijos o de amigos**

	VIAJEROS (n=221)	NO VIAJEROS (n=132)	SIGNIFICACIÓN
<b>VIAJE HIJOS</b>			n.s.
si, todos	55,7%	51,8%	
algunos si, otros no	22,9%	20,5%	
no, todos	13,5%	27,7%	
<b>VIAJE AMIGOS</b>			p<0,001
si, todos	52%	34,4%	
algunos si, otros no	33,9%	29%	
no, todos	14%	36,6%	

### ***Importancia del viaje turístico***

A la muestra estudiada se les preguntó si para ellos era importante o no viajar y cuanto era de importante. Observamos que a pesar de que tanto para los viajeros como para los que no lo son, suele tener importancia el viajar, los viajeros le dan más importancia según la tabla 14, reflejándose en los datos una relación significativa con el viaje ( $p<0,001$ ). Esto, significa que las personas viajeras han interiorizado en mayor medida los beneficios y la utilidad del viaje turístico. Por consiguiente, el conceder importancia al viaje puede estar incidiendo en la decisión de viajar.

**Tabla 14. El viajar o no viajar según la importancia que tiene el viaje**

	VIAJEROS (n=221)	NO VIAJEROS (n=132)	SIGNIFICACIÓN
<b>IMPORTANCIA VIAJE</b>			p<0,001
Mucha o bastante	44,3%	23,5%	
Medianamente	31,2%	18,9%	
Un poco	18,6%	15,2%	
Nada	3,7%	15,9%	

### **Recomendación y motivos para viajar**

A la muestra estudiada se les preguntaba si recomendarían viajar a su mejor amigo y cuales eran los motivos por los cuales lo recomendarían o en el caso que no lo recomendasen porque razones o motivos. Esta ultima pregunta era de tipo abierto, y fue posteriormente categorizada. Las personas mayores podían contestar si lo deseaban con más de una razón o motivo. En este caso lo que obtuvimos fue un porcentaje de cada motivo aludido y estos fueron comparados con la principal variable “viajar” para encontrar las diferencias.

En general, **tanto viajeros como no viajeros manifestaron que seria recomendable el viaje turístico**. Estos, aludían en primer lugar a razones de tipo cultural, en segundo lugar de diversión-entretenimiento, seguido de relación social y comunicación, necesidad de salir de la monotonía y repercusión en “uno mismo”, por último mencionaban el descanso-comodidad y el clima-entorno ambiental en último lugar tal como podemos observar en la tabla 15. No obstante, se pudo comprobar que existen diferencias significativas entre los viajeros y los no viajeros ( $p<0,001$ ), en el sentido que los que viajan recomiendan más viajar tal como muestra la tabla 15. En cuanto a los motivos por los cuales recomiendan viajar únicamente se encontró una relación significativa con el hecho de viajar con el miedo de los transportes, mareos, etc... ( $p=0,016$ ), en el sentido que los no viajeros hacen referencia a este aspecto en mayor medida que los viajeros.

Todo ello, nos esta indicando que a pesar de que existe una buena predisposición a viajar hay algunas diferencias claras entre los que viajan y los que no. Posiblemente, el que viaje tenga mucho más claro los beneficios que le reporta el viaje turístico, además de estar mucho más habituado. Por otro lado, los no viajeros pueden mantener creencias y razones limitadoras tanto fundadas como infundadas de la actividad de viajar como ocurre con el miedo a los transportes y mareos.

**Tabla 15. El viajar o no viajar según si se recomienda viajar y los motivos aludidos**

	VIAJEROS (n=221)		NO VIAJEROS (n=132)		SIGNIFICACIÓN	
<b>RECOMENDACIÓN VIAJE</b>	97,7%		84,4%		p<0,001	
	VIAJERO		NO VIAJERO		TOTAL	
MOTIVOS RECOMENDACIÓN	N	%	N	%	N	%
Conocimiento-cultural	148	67,3	84	66,1	232	66,9
Repercusión en "uno mismo"	66	30	26	20,5	92	26,5
Comodidad-reparación-descanso	43	19,5	27	21,3	70	20,2
Relación social-comunicación	78	35,5	43	33,9	121	34,9
Diversión-entretenimiento	79	35,9	46	36,2	125	36
Necesidad salir de la monotonía	65	29,5	27	21,3	92	26,5
Clima, aire puro, entorno ambiental	8	3,6	8	3,6	16	4,6
Miedo transportes, mareos..	5	2,3	11	8,7	16	4,6
No se puede recomendar	7	3,2	4	3,1	11	3,2

\* p = 0,016 resto = n.s.

### **El dinero gastado en el viaje turístico**

También, se les preguntó cuanto dinero destinaban a viajar, lógicamente los viajeros gastan más en viaje y también esta variable mantiene una relación significativa con el viajar (p<0,002) tal como muestra la tabla 16. De hecho, a pesar de que dispongas de una renta económica más o menos alta el destinar más o menos dinero puede estar en función también de otros factores, tales como el que

sea importante para ti, el que te suponga beneficios, el que tengas amigos que también viajan, etc...

**Tabla 16. Viajar o no viajar según el dinero-gastado en viajes**

	VIAJEROS (n=221)	NO VIAJEROS (n=132)	SIGNIFICACIÓN
<b>DINERO-GASTADO VIAJE</b>			p<0,002
<100.000	33,2%	65,8%	
entre 100.000-150.000	26,1%	21,1%	
entre 150.000-200.000	12,5%	7,9%	
más de 200.000	20,1%	5,3%	
no planifica-improvisa	8,2%	---	

### **Experiencia actual en viajar**

A las personas mayores les preguntamos si viajaban actualmente diferenciando entre las excursiones (entre 1 y 3 días) y los viajes de ocio (más de 3 días). Además, también les preguntamos referente a la cantidad de viajes y a los lugares visitados. Muchos de los no viajeros, no referían ningún tipo de experiencia reciente. Esto supuso contar con menos personas de la muestra estudiadas para estas características. Además, se preguntó sobre la cantidad, el tipo de excursiones o viajes de ocio realizados y los lugares que fueron visitados. En cuanto a estas últimas variables, las personas mayores se les dejaba que contestasen a más de una característica, por tanto lo analizamos en base a la división entre viajeros y no viajeros y el porcentaje de características que habían mencionado, comparándolo con la principal variable viajar.

En general, pudimos observar que se realizaban más excursiones que viajes de ocio. Esto posiblemente ocurra al ser las excursiones mucho más accesibles en costes y/o días de estancia o desplazamientos. Se pudo comprobar que los viajeros viajaban más que los no viajeros tanto en excursiones como en viajes de ocio, obteniendo así una relación estadísticamente significativa ( $p<0,001$ ). También, se muestra como los viajeros realizan mayor cantidad tanto de excursiones como de

viajes de ocio, tanto por su cuenta como por agencia-empresa ( $p < 0,001$ ) tal como muestran las tablas 17 y 18. En cuanto a las salidas y/o excursiones realizadas se visita fundamentalmente Cataluña y los que viajan visitan mucho más Cataluña y también España ( $p < 0,001$ ). En cuanto a los viajes de ocio existen diferencias significativas ( $p < 0,001$ ) entre los viajeros con respecto los no viajeros, en el sentido que los viajeros se dirigen más a lugares de todo tipo y con distancias geográficas de toda índole, aunque los viajes a España y Andorra suelen ser los más habituales, tal como podemos observar en la tabla .

**Tabla 17. Viajar o no viajar según la experiencia habitual en excursiones**

	VIAJEROS (n=220)	NO VIAJEROS (n=132)	SIGNIFICACIÓN
<b>EXCURSIONES</b>	82,3%	12,9%	$p < 0,001$
<b>CANTIDAD</b>			$p < 0,001$
<2 al año	8,4%	42,9%	
entre 2 y 5	43,7%	28,6%	
más de 6	47,9%	28,6%	

TIPO DE EXCURSIÓN	VIAJERO		NO VIAJERO		TOTAL		
	N	%	N	%	N	%	
Por su cuenta	109	49,5	20	15,5	129	36,6	*
Agencia-empresa	100	45,5	5	3,8	105	29,8	*
Visitas familiares	11	5	6	4,5	17	4,8	

LUGAR VISITADO	VIAJERO		NO VIAJERO		TOTAL		
	N	%	N	%	N	%	
Pueblos y ciudades de Cataluña	155	74,5	12	9,3	167	49,6	*
España	58	27,9	4	3,1	62	18,4	*
Fuera de España	17	8,2	---	---	17	5	

\*  $p < 0,001$  resto = n.s.

**Tabla 18. Viajar o no viajar según la experiencia habitual en viajes de ocio**

	VIAJEROS (n=221)	NO VIAJEROS (n=132)	SIGNIFICACIÓN
<b>VIAJES DE OCIO</b>	88,2%	22,3%	p<0,001
<b>CANTIDAD</b>			p<0,001
<2 al año	51,8%	85,7%	
entre 2 y 5	41,9%	14,3%	
más de 6	6,3%	---	

TIPO DE VIAJE DE OCIO	VIAJERO		NO VIAJERO		TOTAL		
	N	%	N	%	N	%	
Por su cuenta	79	36,1	7	5,3	86	24,6	*
Agencia-empresa	117	53,4	10	7,6	127	36,3	*
Visitas familiares	4	1,8	--	---	4	1,1	

LUGAR VISITADO	VIAJERO		NO VIAJERO		TOTAL		
	N	%	N	%	N	%	
Pueblos y ciudades de Cataluña	33	15,8	14	10,6	47	13,8	
España y Andorra	142	67,9	18	13,6	160	46,9	*
Europa y Países nórdicos	72	34,4	9	6,8	81	23,8	*
África, países árabes y exóticos	18	8,6	2	1,5	20	5,9	*
Australia, América y/o larga distancia	20	9,6	--	---	20	5,9	*

\* p < 0,001 resto = n.s.

### **Experiencia pasada en viajar**

En relación a si habían viajado anteriormente en el pasado se observó que la mayoría, tanto los que viajaban como los que no, tenían experiencia en viajar, no obstante los viajeros tenían más experiencia, al obtener en este caso una relación significativa con viajar (p=0,013). Asimismo, también pudimos comprobar que existían diferencias en el tipo de viaje realizado, en el sentido que los viajeros han viajado más al extranjero, a nivel nacional, en excursiones frecuentes, en ir al pueblo natal tal como muestra la tabla 19. Únicamente los viajes de trabajo y cambios de residencia no mostraron ningún tipo de diferencia significativa. Esto, nos puede estar

indicando que las personas mayores viajeras se han socializado con los viajes a través de sus experiencias y contactos con las experiencias pasadas en los viajes turísticos.

**Tabla 19. Viajar o no viajar según la experiencia pasada en realizar viajes**

	VIAJEROS (n=221)	NO VIAJEROS (n=132)	SIGNIFICACIÓN	
<b>EXP. PASADA</b>	89,1%	79,5%	p=0,013	

TIPO DE VIAJE	VIAJERO		NO VIAJERO		TOTAL		
	N	%	N	%	N	%	
Viajes de ocio al extranjero	118	53,4	51	38,9	169	48	*
Viajes de ocio nacional	165	74,7	67	51,1	232	65,9	**
Excursiones frecuentes	89	40,3	38	29,9	127	36,1	***
Pueblo natal	92	41,6	39	29,8	131	37,2	****
Trabajo y cambios de residencia	68	30,8	31	23,7	99	28,1	

\* p < 0,009

\*\* p < 0,001

\*\*\* p < 0,033

\*\*\*\* p < 0,026

resto = n.s.

### **Último viaje realizado y deseo de ir a otro lugar al elegido**

A las personas mayores de la muestra estudiada se les preguntó cual era el ultimo viaje que habían realizado, el lugar en concreto que habían visitado. También, se les preguntó si era el lugar que habían deseado ir o existía otro lugar deseado. Para algunos el último viaje realizado era muy reciente y para otros, como los no viajeros, podía referirse a un viaje pasado. No se reflejó ningún tipo de diferencia significativa en cuanto a los lugares visitados. Tampoco, en cuanto al deseo de ir a otro lugar diferente del que habían elegido tal como muestran las tablas 20 y 21. Los viajes al extranjero son los menos visitados por este colectivo y únicamente los viajeros han ido a lugares que hemos denominado de larga distancia como Australia, América y otros continentes. Posiblemente, en general tanto en los viajeros como en los no viajeros haya cierto tipo de personas que tengan un interés y deseo por viajar a lugares diversos y conscientes de que tienen algunas limitaciones no lo puedan hacer realidad.

**Tabla 20. Viajar o no viajar según el último viaje realizado**

ULTIMO VIAJE REALIZADO	VIAJERO		NO VIAJERO		TOTAL		
	N	%	N	%	N	%	
Pueblos y ciudades de Cataluña	50	22,9	26	29,2	76	24,8	n.s
España y Andorra	119	54,6	48	53,9	167	54,4	n.s
Europa y Países nórdicos	29	13,3	12	13,5	41	13,4	n.s
Africa, países árabes y exóticos	7	3,2	3	3,4	10	3,3	n.s
Australia, América y/o larga distancia	13	6	---	---	13	4,2	n.s

TIPO DE VIAJE	VIAJERO		NO VIAJERO		TOTAL		
	N	%	N	%	N	%	
Por su cuenta	88	39,8	49	37,4	137	38,9	
Agencia-empresa	131	59,3	36	27,5	167	47,4	*
Excursión	48	21,8	17	13,2	65	18,6	**
Viaje de ocio	135	61,4	48	37,2	183	52,4	*
Visitas familiares	15	6,8	16	12,4	31	8,9	

\* p < 0,001 \*\* p < 0,045 resto = n.s.

**Tabla 21. Viajar o no viajar según si existía otro lugar deseado**

	VIAJEROS (n=221)	NO VIAJEROS (n=132)	SIGNIFICACIÓN
<b>VIAJE DESEADO</b>	40,6%	38,2%	n.s.

LUGAR DESEADO	VIAJERO		NO VIAJERO		TOTAL		
	N	%	N	%	N	%	
Cataluña y/o España	32	43,8	18	58,1	50	3,8	n.s.
Europa (incluye países nórdicos)	25	34,2	6	19,4	31	29,8	n.s.
Resto continentes	16	21,9	7	22,6	23	22,1	n.s.

### **Factores de elección y/o preferencia**

También, se quiso saber cuales habían sido los factores de elección y/o preferencia, es decir, que habían considerado con más o menos importancia las personas mayores al elegir el último viaje que habían realizado. Como no todos pudieron contestar a esta pregunta, dado que algunos no habían referido realizar ningún tipo de viaje, obtuvimos diferentes grupos de personas que divididas en viajeros y no viajeros valoraban el factor de más o menos importante. Esto, lo comparamos con la variable principal “viajar” para obtener las principales diferencias en cuanto a viajeros y no viajeros.

### **El factor precio**

En cuanto al factor “precio” los viajeros consideraban en mayor medida este aspecto, mostrando diferencias significativas ( $p < 0,001$ ) tal como muestra la tabla 22. Posiblemente, el hecho de que realizan cantidad de viajes les obliga a gestionarse lo mejor posible el presupuesto del viaje turístico y su experiencia en viajar les capacita para considerar y valorar los precios.

**Tabla 22. El viajar o no viajar según el factor elección “precio”**

	VIAJEROS (n=217)	NO VIAJEROS (n=84)	SIGNIFICACIÓN
<b>PRECIO</b>			$p < 0,001$
Mucho o bastante	27,2%	9,5%	
Medianamente	28,6%	25,0%	
Un poco	12,9%	9,5%	
Nada	31,3%	56,0%	

### **El factor lugar y motivos de elección**

Los viajeros mostraron diferencias significativas con respecto los no viajeros al elegir el último viaje que realizaron en cuanto a la valoración de la elección del lugar que visitaron ( $p = 0,008$ ), en el sentido que consideraban mucho más el lugar

que decidían visitar tal como muestra la tabla 23. También, en este caso, se les preguntó cuales eran los motivos por los que consideraban que era importante el lugar que visitaban y se pudo comprobar que valoran mucho más que los no viajeros el lugar de destino globalmente ( $p=0,016$ ), el poder visitar un aspecto concreto del lugar ya sea por que tienen un recuerdo o porque están interesados en aquel aspecto, así como el servicio que les ofrecen o las referencias que han obtenido previamente del lugar ( $p<0,001$ ). También, el clima que tiene el destino turístico ( $p=0,027$ ). Esto, se puede explicar posiblemente por el hecho que los viajeros poseen mucha más información concreta de todo lo que acontece al viaje turístico, ya sea por experiencia propia o la que les han contado. Además, intentan sacar el máximo beneficio del viaje, como podría ser el hecho de que un determinado clima puede ser más adecuado a su edad y/o condiciones biológicas.

**Tabla 23. El viajar o no viajar según el factor elección “lugar”**

	VIAJEROS (n=132)	NO VIAJEROS (n=42)	SIGNIFICACIÓN
<b>LUGAR</b>			$p=0,008$
Mucho o bastante	60,8%	51,2%	
Medianamente	21,7%	13,4%	
Un poco	4,6%	11,0%	
Nada	12,9%	24,4%	

MOTIVOS ELECCIÓN “LUGAR”	VIAJERO		NO VIAJERO		TOTAL		
	N	%	N	%	N	%	
Conocer destino globalmente	47	22	15	11,6	62	18,1	*
Conocer aspecto concreto y/o recordar	42	19,6	8	6,2	50	14,6	**
Ver familiares, enfermos, obligaciones...	55	25,7	34	26,4	89	25,9	
Repetir servicio y/o por las referencias...	32	15	3	2,3	35	10,2	**
Indiferente	41	19,2	18	14	59	17,2	
Volver al pueblo natal	5	2,3	5	3,9	10	2,9	
El clima del destino	8	3,7	---	---	8	3,7	***
El tipo de naturaleza y/o el paisaje	7	3,3	1	0,8	8	2,3	

\*  $p=0,016$  \*\*  $p<0,001$  \*\*\*  $p=0,027$

### **El factor agencia**

En cuanto a si consideraban la agencia de viajes que les suministraba el viaje turístico, los viajeros lo hacían en mayor medida, siendo significativa la relación con viajar ( $p < 0,001$ ) tal como muestra la tabla 24. De hecho, son los que más utilizan los servicios de las agencias de viaje y por consiguiente han de tener mucha más experiencia y al elegir el viaje haber aprendido que la agencia de viaje puede ser un factor importante para que el viaje resulte satisfactorio.

**Tabla 24. El viajar o no viajar según el factor elección "agencia"**

	VIAJEROS (n=180)	NO VIAJEROS (n=67)	SIGNIFICACIÓN
<b>AGENCIA</b>			$p=0,001$
Mucho o bastante	37,8%	25,4%	
Medianamente	23,9%	9,0%	
Un poco	8,9%	7,5%	
Nada	29,4%	58,2%	

### **Factor de elección "actividades"**

En este caso se les preguntaba si habían considerado las actividades que se realizaban en el viaje turístico. El análisis mostró la existencia de diferencias significativas con respecto los que viajaban ( $p < 0,001$ ), en el sentido de que estos consideran en mayor medida las actividades que están incluidas en el viaje turístico tal como muestra la tabla 25. Esto, puede ser explicado también de igual forma por el hecho de poseer mayor experiencia y así esto les capacita para saber de antemano que actividades u otras les podrán resultar más satisfactorias al viajar, por el contrario los que no viajan al no tener tanta experiencia seguramente no poseen tantos criterios cuando eligen el viaje.

**Tabla 25. El viajar o no viajar según el factor elección “actividades”**

	VIAJEROS (n=187)	NO VIAJEROS (n=67)	SIGNIFICACIÓN
<b>ACTIVIDADES</b>			p<0,001
Mucho o bastante	47,1%	22,4%	
Medianamente	16,0%	23,1%	
Un poco	9,1%	4,5%	
Nada	27,8%	59,7%	

**Factor de elección “servicio”**

Aquí, se les pregunto si consideraban el servicio que se incluía en el viaje turístico, en el sentido de “valor añadido” además de lo que les proporcionaba el viaje turístico en sí. Una vez más, en este caso los viajeros mostraron una diferencia significativa (p<0,001), al considerar en mayor medida este aspecto tal como muestra la tabla 26. También, esto lo podríamos interpretar por el hecho de que los viajeros poseen mayor experiencia y por tanto estructuran muchas más expectativas en relación al viaje turístico y por consiguiente valoraran mucho más este aspecto en la decisión turística.

**Tabla 26. El viajar o no viajar según el factor elección “servicio”**

	VIAJEROS (n=193)	NO VIAJEROS (n=66)	SIGNIFICACIÓN
<b>SERVICIO</b>			p<0,001
Mucho o bastante	53,4%	24,2%	
Medianamente	18,1%	16,7%	
Un poco	12,4%	9,1%	
Nada	12,0%	12,7%	

### **Factor elección “amigos”**

A las personas mayores, también se les preguntó si consideraban al elegir el viaje los amigos que también viajaban con ellos. En este caso, se comprobó que no existían diferencias significativas entre viajeros y no viajeros tal como muestra la tabla 27. Así, el considerar los amigos que viajan puede ser un factor que no permite diferenciar los viajeros de los no viajeros.

**Tabla 27. El viajar o no viajar según el factor elección “amigos”**

	VIAJEROS (n=192)	NO VIAJEROS (n=68)	SIGNIFICACIÓN
<b>AMIGOS</b>			n.s
Mucho o bastante	54,2%	45,6%	
Medianamente	10,4%	14,7%	
Un poco	7,8%	4,4%	
Nada	20,4%	35,2%	

### **Consideraciones finales**

Así, por lo que se refiere a la experiencia y relación con el viaje turístico se puede asumir que los viajeros han tenido y tienen mucha más experiencia, ya sea por los grupos por los cuales se encuentran vinculados (ej. amigos que viajan), por los viajes que han realizado en el pasado y los que realizan habitualmente. Esto, lógicamente les capacita y faculta para valorar de forma diferente aspectos que tienen que ver con la compra del viaje turístico (precio, agencia, actividades, etc...). También, se caracterizan por tener percepciones y actitudes más proclives a viajar. No obstante, en este caso deberíamos también diferenciar entre aquellos aspectos que caracterizan la vida cotidiana de la persona mayor, como el tener amigos que viajan, o el valorar el hecho de viajar con aquellos aspectos que son consecuencia de haberse convertido en viajeros, como es la experiencia turística que tienen y los factores de elección que consideran al viajar. En este sentido, por tanto pensamos que las influencias que uno tiene para viajar, en los viajeros puede deberse

mayoritariamente a la propia experiencia de viajar y en los no viajeros por el tipo de relaciones y contactos que establecen con todo lo que les pueda poner en contacto con los elementos que comporta el viajar, tales como grupos, personas y/o actividades.

## **7.2. Identificación de las principales variables que permiten clasificar al “viajero” del “no viajero”.**

Después de identificar las variables que nos podían distinguir el que viaja del que no lo hace, a través del análisis bivalente realizado que comentamos en el apartado anterior, nos planteamos conocer hasta que punto cuando están actuando juntas estas variables, es decir, de forma multivariable, podían resultar unas más relevantes que otras para poder distinguir o predecir el comportamiento de los “viajeros” y los “no viajeros”, o cuales podían ser del conjunto de variables las que con un mejor acierto y mínimo error podíamos utilizar como criterio para clasificar el que viaja del que no lo hace.

De hecho, no hay que olvidarse que la realidad es también multivariable y/o multidimensional y el mero hecho que una persona mayor pueda presentar un comportamiento como es el de “viajar” o el de “no viajar” no podemos contentarnos en pensar que únicamente porque es significativa estadísticamente una variable, solo teniendo en cuenta este criterio acertaríamos en saber si la persona mayor será viajera o no, ya que en cualquier caso podría depender de otros factores, como por ejemplo el estilo de vida que tenga, o la importancia que le de al hecho de viajar, entre otros.

No obstante, el que las personas mayores viajen al no depender exclusivamente de un solo factor y/o característica, al estar incidiendo al mismo tiempo más de una característica, era preciso considerar el valor discriminante de todas ellas considerando sus interrelaciones (tanto de las que nos habían salido significativas estadísticamente como las que no). Por esta razón, nos propusimos analizar nuestros datos en base a dos tipos de técnicas que permitían analizar nuestros datos buscando una función discriminante y seleccionar entre todas las variables las que tenían mayor peso en la variable principal (viajar y no viajar). Tal como ya hemos comentado específicamente en el apartado de Metodología y Procedimientos el habernos propuesto analizar los datos en base a dos técnicas diferentes se justifica por el hecho de que hemos partido siempre de la idea que la realidad que estamos analizando es “compleja” no se puede pensar que entre las

variables existen únicamente relaciones lineales y las redes neuronales suponen relaciones no lineales entre las variables entre otras ventajas que ya hemos comentado en el apartado 6.2.4. Además, al mismo tiempo, estábamos contrastando que nuestros datos nos aportasen una información acertada y que en cualquier caso lo que estábamos evitando es que nuestros datos dependieran exclusivamente de haber usado un tipo de técnica de análisis.

Así, a través de los análisis de función discriminante, el de Fisher y el de las Redes neuronales, pudimos distinguir entre todas las variables medidas, las que aportaban una mejor información y/o caracterizaban a la persona mayor, y que al interactuar junto con otras variables, y en función de estas observaciones conocer qué variables eran las más relevantes para saber a qué grupo pertenecía la persona mayor (viajeros o no viajeros). Todo ello, además nos aportó los criterios imprescindibles para poder predecir y distinguir entre “viajeros” y “no viajeros” con el mejor rendimiento y considerando la mejor validación de los datos en un 77,6% el de Fisher (seleccionando 11 variables) y en un 80,88% el de las redes neuronales (seleccionando 13 variables).

Obtuvimos que algunas variables como **LA EDAD, SI VIAJABAN LOS AMIGOS, LAS SALIDAS DE OCIO, LAS COMPRAS, EL LUGAR DE RESIDENCIA, LA IMPORTANCIA QUE LE DAN A VIAJAR, LA CONVIVENCIA CON LA PAREJA Y LA CONVIVENCIA CON LOS FAMILIARES** aparecieron como relevantes en ambos análisis, lo cual significa que son variables que pueden ser consideradas como buenas predictoras. Otras variables, tales como **EL TIPO DE ASOCIACIONES, LOS MOTIVOS FAMILIARES-PERSONALES** (porque uno se ha jubilado), nos aparecieron en el de Fisher y en cambio en las redes neuronales nos aparecieron también otras variables como **LA SALUD SUBJETIVA, EL SEXO, LA RECOMENDACIÓN DE VIAJAR, EL ESTADO CIVIL, EL DEPORTE Y LA PROFESION**, lo cual nos sirvió para comprender la importancia que puede tener también el considerar la diversidad de circunstancias sociales, psicológicas y biológicas que pueden estar incidiendo en que la persona mayor viaje o no viaje. No obstante, al fin y al cabo todas estas variables nos estaban confirmando la incidencia

de muchas relaciones que pueden existir en el comportamiento de viajar o no viajar y que ya hemos señalado en el apartado 5.1.

De todos modos, ahora vamos a comentar por separado los resultados obtenidos por los dos análisis realizados, el de Fisher y el de las redes neuronales para poder pasar a considerar finalmente los principales variables que nos pueden clasificar al “viajero” del “no viajero” teniendo en cuenta ambos resultados.

### ***Análisis discriminante de Fisher***

Mediante este análisis multivariante (ver apartado 6.2.4) se pretendió obtener una regla discriminante para poder decidir, en función de la observación de determinadas variables que fueran seleccionadas, con una cierta probabilidad de error las características medidas o atributos conocidos que distinguen la persona mayor “viajera” de la “no viajera”. Por todo ello, veamos cuales fueron los resultados que finalmente obtuvimos.

### ***Coefficientes de la función y resultados de la clasificación***

Así, tal como se muestra en la tabla 28, las 39 variables preguntas del cuestionario se convirtieron en 108 variables. El método de selección de variables utilizado seleccionó las 11 variables que mediante el uso de esta función discriminante permiten discriminar mejor a los dos grupos de viajeros y no viajeros. Esto significa, según este análisis, que para saber si una persona mayor viaja o no viaja deberíamos conocer la información que proporciona este grupo de variables.

**Tabla 28. Coeficientes de la función de clasificación lineal de Fisher**

	<b>VIAJAR</b>	
	<b>no viaja</b>	<b>si viaja</b>
<b>*EDAD</b>	1,884	1,823
<b>*VIAJE AMIGOS</b>	,503	-1,512
<b>*SALIDAS OCIO</b>	1,896	3,696
<b>*COMPRAS</b>	8,485	9,930
<b>*RESIDENCIA</b>	1,665	3,076
<b>*MOTIVOS FAMILIARES PERSONALES (jub.)</b>	-6,104	-4,242
<b>*IMPORTANCIA VIAJE</b>	,935	-1,646
<b>*CONVIVE CON LA PAREJA</b>	9,132	9,992
<b>*CONVIVE CON LOS FAMILIARES</b>	9,838	8,214
<b>*ASOC. POLITICAS</b>	4,586	6,584
<b>*ASOC. OTRAS</b>	4,539	12,143
<b>(Constante)</b>	-77,872	-75,391

**Funciones discriminantes lineales de Fisher**

Además, tal como muestra la tabla 29 el 81,3% de los individuos fueron clasificados correctamente. Del grupo de viajeros (n = 218), la función clasifica correctamente a 184 individuos (84.4%) y de los no viajeros (n = 130), la función clasifica correctamente a 99 (76.2%). Por tanto, obtenemos que de los resultados de la clasificación se tuvo mayor éxito con los viajeros. Esto posiblemente, nos esté indicando una falta de información en nuestros datos de variables relacionadas más específicamente con el comportamiento de no viajar. Esto se debe seguramente a que la muestra de viajeros es mayor que la de no viajeros.

De los individuos eliminados debido a que tenían alguna variable con valor faltante se añadieron de nuevo a la muestra aquellos a los que no le faltaba ningún valor en las 11 variables seleccionadas. Solamente 5 individuos de la muestra inicial no se pudieron introducir de nuevo debido a la presencia de al menos una observación faltante en alguna de las 11 variables

Para evaluar el rendimiento del discriminante se utilizó el método de validación cruzada (leave one out) obteniéndose un **77.6%** de promedio. En la tabla 29 se muestran los resultados obtenidos para cada clase.

**Tabla 29. Resultados de la clasificación y de la validación cruzada**

		VIAJAR	Grupo de pertenencia pronosticado		TOTAL
			no viaja	si viaja	
<b>Original</b>	<b>Recuento</b>	<b>no viaja</b>	99	31	130
		<b>si viaja</b>	34	134	218
	<b>%</b>	<b>no viaja</b>	76,2	23,8	100,0
		<b>si viaja</b>	15,2	84,4	100,0
<b>Validación cruzada</b>	<b>Recuento</b>	<b>no viaja</b>	92	38	130
		<b>si viaja</b>	40	178	218
	<b>%</b>	<b>no viaja</b>	70,8	29,2	100,0
		<b>si viaja</b>	18,3	81,7	100,0

- a. La validación cruzada sólo se aplica a los casos de los análisis. En la validación cruzada, cada caso se clasifica mediante las funciones derivadas a partir del resto de los casos.
- b. Clasificados correctamente el 81,3% de los casos agrupados originales.
- c. Clasificados correctamente el 77,6% de los casos agrupados validados mediante validación cruzada.

Así, tal como se puede observar en la tabla 28, las variables con mayor peso a la hora de asignar a un individuo al grupo de viajeros son **ASOCIACIONES OTRAS**, **CONVIVE con su pareja**, **COMPRAS**, y **CONVIVE con familiares**; las variables con mayor peso para clasificar a los individuos en el grupo de no viajeros son también **CONVIVE con familiares**, **CONVIVE con su pareja**, **COMPRAS**

además de **MOTIVOS familiares y/o personales**. Con menor peso en la capacidad de discriminar a uno u otro grupo aparecen las restantes variables: **ASOCIACIONES políticas, SALIDAS OCIO, RESIDENCIA, EDAD, IMPORTANCIA VIAJE nada y VIAJE AMIGO ninguno**.

Estos resultados nos están indicando la importancia que tiene en primer lugar, el **estilo de vida** de las personas mayores, en el sentido de estar vinculado a asociaciones, realizar compras, salidas de ocio. En segundo lugar, la importancia de las **circunstancias sociodemográficas** que las personas mayores tienen, tales como el convivir con la pareja o los familiares, haberse jubilado por motivos familiares y/o personales, la edad, el lugar de residencia y por último la importancia y el valor que suponen la **socialización y/o la experiencia** hacia el hecho de viajar, reflejado a través de las variables que señalan que no dar importancia a viajar y no tener ningún amigo que viaje tiene un peso en el comportamiento de viajar. Esto significa que habrá que considerar para poder predecir o distinguir entre “viajeros” y “no viajeros” los 3 tipos de variables estudiadas y que relacionamos a continuación ordenadas de mayor a menor peso según han sido seleccionadas por la función discriminante.

**Tabla 30. Principales variables seleccionadas por el discriminante de Fisher**

<i>Sociodemográficas</i>	<i>Actividades tiempo-libre</i>	<i>Experiencia-relación V.T.</i>
Convive con familiares	Asociaciones otras	Importancia viaje=nada
Convive con la pareja	Compras	Viaje amigos=ninguno
Motivos familiares y personales	Asociaciones políticas	
Lugar de Residencia	Salidas ocio	
Edad		

Además, vamos también a considerar el comportamiento que presentaba cada variable en la muestra dividida en viajeros y no viajeros, tal como mostramos en la tabla 31.

**Tabla 31. Variables seleccionadas por el discriminante de Fisher y datos descriptivos de la variable.**

	VIAJEROS	NO VIAJEROS
EDAD*	68,35 (7,51)	74,13 (8,29)
MOTIVOS FAMILIARES-PERSONALES	9,6%	6,7%
ASOCIACIONES OTRAS	0,9%	---
ASOCIACIONES POLITICAS	2,3%	2,3%
RESIDENCIA*	Barcelona (66'5%) Fuera (33'5%)	Barcelona (48,5%) Fuera (51,5%)
SALIDAS OCIO*	61,6%	26,5%
CONVIVE PAREJA*	pareja (74,1%)	Pareja (25,9%)
CONVIVE FAMILIARES*	Familiares (42,1%)	Familiares (57,9%)
COMPRAS*	84,6%	68,2%
VIAJE-AMIGOS*	No, ninguno (14%)	No, ninguno (36,6%)
IMPORTANCIA V. *	Mucho o bastante (44,3%) Un poco (18,6%) Nada (3,7%)	Mucho o bastante (23,5%) Un poco (15,2%) Nada (15,9%)

\* Variables estadísticamente significativas (análisis bivalente)

De este modo observando estos resultados, podemos apreciar que la mayoría de variables ya nos habían salido significativas estadísticamente en los resultados obtenidos mediante el análisis bivariado expuesto en el apartado 7.1. No obstante, nos aparece también la característica de haberse jubilado por motivos familiares y personales, así como la característica de pertenecer a asociaciones otras o políticas. Tal vez, esto nos pueda estar indicando que tanto la situación de jubilación como el hecho de la participación social junto con otras variables puede ser un dato que hay que considerar para saber si las personas mayores van a acceder o no a viajar. De todos modos, estos resultados nos confirman que evidentemente para predecir si las personas mayores viajan o no viajan deberíamos conocer información de los 3 tipos de variables estudiadas y acertaríamos en un **77,6%**, pero la cuestión estaría en saber si otro conjunto de criterios y/o características podrían ser más efectivos además de considerar otro tipo de relaciones que se pueden dar entre las variables y esto fué lo que nos llevó a aplicar el análisis que comentamos en el siguiente apartado.

### **Análisis mediante redes neuronales**

Mediante este análisis (ver apartado 6.2.4) se pretendió obtener las variables que mejor podían clasificar al “viajero” del “no viajero” con un mejor acierto, además de detectar otras posibles variables y relaciones con la variable principal “viajar”.

Nos planteamos si mediante este sistema se podían captar muchas de las relaciones tanto lineales como no lineales que habíamos supuesto que podían existir en el problema de investigación tal como lo teníamos planteado (ver apartado 5.1), para que en definitiva se pudiera captar mejor la estructura subyacente de los datos y de este modo mejorar los resultados. Todo ello, además, se encontraba justificado al considerar que el comportamiento de ocio-turístico de los mayores es complejo, multidimensional y puede estar determinado por diversidad de variables y sus interrelaciones.

Al igual que con el discriminante de Fisher se eliminaron los sujetos con datos faltantes y se utilizó también un método de selección de variables (sequential backward elimination) tal como se describe en Sopena et al. (2000) y Selva et al. (2002) y ya hemos señalado en el apartado 6.2.4. Una vez seleccionadas las variables se añadieron de nuevo a la muestra los sujetos que no poseían ningún valor faltante en las variables seleccionadas. La muestra fue ligeramente distinta que en el caso del discriminante de Fisher ya que las variables seleccionadas no eran exactamente las mismas. Finalmente tan sólo 4 sujetos no pudieron ser incluidos en la muestra final. El test se realizó utilizando también el método de validación cruzada (leave one out).

Los resultados que se obtuvieron para cada clase se muestran a continuación. El resultado medio final fue de **82.7%** de individuos correctamente clasificados.

<b>NO VIAJEROS</b>	<b>73,9</b>	26,1	100,0
<b>VIAJEROS</b>	12,7	<b>87,3</b>	100,0

Las variables que el sistema de análisis reflejó como más importantes (de más a menos importante) fueron:

- 09 IMPORTANCIA VIAJE
- 01 EDAD
- 10 SALUD SUBJETIVA
- 14 CONVIVENCIA
- 02 RESIDENCIA
- 60 RECOMENDACIÓN DEL VIAJE
- 13 ESTADO CIVIL
- 05 SITUACIÓN LABORAL
- 18 VIAJE AMIGOS
- 19 DEPORTE
- 03 SEXO
- 22 SALIDAS DE OCIO
- 25 COMPRAS
- 08 PROFESIÓN

Así, tal como observamos en la relación expuesta, deberíamos utilizar como criterio para poder clasificar si una persona mayor es “viajera” o es “no viajera” información de las siguientes variables:

- 1.- SI LE DA O NO LE DA IMPORTANCIA A VIAJAR
- 2.- SABER QUE EDAD TIENE
- 3.- CONOCER LA VALORACIÓN DE LA SALUD QUE TIENE
- 4.- CONOCER CON QUÉ PERSONAS “CONVIVE”
- 5.-SABER EN QUÉ LUGAR RESIDE
- 6.-SABER SI O NO RECOMIENDA VIAJAR
- 7.- CONOCER SU ESTADO CIVIL
- 8.- CONOCER SU SITUACIÓN LABORAL
- 9.-CONOCER SI SUS AMIGOS VIAJAN

- 10.-SABER SI REALIZA O NO DEPORTE
- 11.-SABER SI PERTENECE AL SEXOMASCULINO O FEMENINO
- 12.- SABER SI REALIZA O NO REALIZA SALIDAS DE OCIO
- 13.- SABER SI REALIZA O NO COMPRAS
- 14.-CONOCER CUAL HA SIDO O ES SU PROFESIÓN RELEVANTE

Estos resultados, nos están informando del peso que tiene en el comportamiento de viajar tanto las variables sociodemográficas, como las de ocupación de tiempo libre, como las de experiencia y contacto con viajar (ver tabla 32). Este análisis nos indica que necesitamos conocer la información de 14 variables para poder predecir si la persona mayor es “viajera” o “no viajera” y que habiendo validado los resultados podríamos acertar en la práctica en un resultado medio en un **82,7%** de los casos. Mediante este análisis (a diferencia del de Fisher) no se considera la participación social pero en cambio EL RECOMENDAR EL VIAJE, EL ESTADO CIVIL, EL REALIZAR DEPORTE, EL SER DE UN SEXO U OTRO Y EL HABER TENIDO O TENER UNA PROFESIÓN DETERMINADA también han sido variables que el sistema ha seleccionado.

Posiblemente, esto se pueda explicar por el tipo de relaciones que mantienen entre si las variables y que se comentará en la discusión. No obstante, también nos vuelve a ocurrir que el porcentaje de éxito es superior para la clase de los viajeros, lo cual nos vuelve a indicar que posiblemente falte información para predecir a los no viajeros.

**Tabla 32. Principales variables que fueron seleccionados por la red neuronal**

<i>Sociodemográficas</i>	<i>Actividades tiempo-libre</i>	<i>Experiencia-relación V.T.</i>
Edad	Deporte	Importancia viajar
Salud subjetiva	Salidas ocio	Recomendación del viaje
Convivencia	Compras	Viaje-amigos
Lugar de residencia		
Estado civil		
Sexo		
Jubilación		

<b>Profesión</b>		
------------------	--	--

Además, también vamos a considerar el comportamiento que presentaba cada variable en la muestra dividida en viajeros y no viajeros, tal como mostramos en la tabla 33.

**Tabla 33. Variables seleccionadas en las redes neuronales y datos descriptivos de la variable.**

	VIAJEROS	NO VIAJEROS
<b>EDAD*</b>	68,35 (7,51)	74,13 (8,29)
<b>SEXO</b>	hombre (38,5%) mujer (61,5%)	hombre (40,9%) mujer (59,1%)
<b>RESIDENCIA*</b>	Barcelona (66,5%) Fuera (33,5%)	Barcelona (48,5%) Fuera (51,5%)
<b>PROFESIÓN</b>	Comercio (20,8%)* Titulados (12,2%) No titulados (27,6%) Administrativos (9%) Profesiones (17,6%) Sus labores (14,5%)	Comercio (11,4%) Titulados (9,8%) No titulados (28%) Administrativos (4,5%) Profesiones (24,2%) Sus labores (18,9%)
<b>SITUACIÓN LABORAL</b>	<b>Jubilados (66,5%)</b> <b>Activos (34,8%)</b>	<b>Jubilados (73,5%)</b> <b>Activos (26,5)</b>
<b>SALUD SUBJETIVA*</b>	Muy buena (16,4%) Buena (51,1%) Regular (30,6%) Mala (1,8%)	Muy buena (12,1%) Buena (34,1%) Regular (39,4) Mala (14,4%)
<b>ESTADO CIVIL</b>	Soltero (53,3%) Divorciados (50%) Viudos (47,7%)* Casados (72,9%)*	Soltero (46,7%) Divorciados (50%) Viudos (52,3%) Casados (27,1%)
<b>CONVIVENCIA</b>	Pareja (74,1%)* Familiares (42,1%)* Hijos (59,6%) Solo (59%)	Pareja (25,9%) Familiares (57,9%) Hijos (40,4%) Solo (41%)
<b>DEPORTE*</b>	31,7%	16%
<b>SALIDAS OCIO*</b>	61,6%	26,5%
<b>COMPRAS*</b>	84,6%	68,2%
<b>VIAJE-AMIGOS*</b>	Si, todos (52%) Unos si otros no (33,9%) No, ninguno (14%)	Si, todos (34,4%) Unos si otros no (29%) No, ninguno (36,6%)
<b>IMPORTANCIA V. *</b>	Mucho o bastante (44,3%) Medianamente (31,2%) Un poco (18,6%) Nada (3,7%)	Mucho o bastante (23,5%) Medianamente (18,9%) Un poco (15,2%) Nada (15,9%)
<b>RECOMENDACIÓN V.*</b>	97,7%	84,4%

\* Variables estadísticamente significativas (análisis bivariante)

### **Comentarios finales**

Así, observando estos resultados podríamos considerar que los factores que influyen en que las personas mayores viajen o no viajen tienen que ver con los 3 tipos de características que hemos estudiado. ***Es decir, para poder predecir si una persona mayor es viajera o no lo es deberemos conocer tanto sus circunstancias sociodemográficas, como las actividades que realiza en su tiempo libre, como el tipo de experiencias y relaciones que mantiene con el viaje turístico.***

En el anterior apartado ya nos hemos referido a muchas de estas variables y cómo podían estar distinguiendo el que viaja del que no lo hace. Pero ahora nos encontramos que algunas se han mantenido como importantes pero otras como es el sexo y la *situación laboral* han sido también seleccionadas por la función discriminante de las redes neuronales. Esto puede estar indicando que en función del sexo (hombre o mujer) y/o la situación laboral (jubilado o activo) podría ser que existieran pautas de comportamiento distintas. Por ejemplo, posiblemente el realizar compras o el estar casado y/o viudo, entre otras variables importantes, afecte de forma distinta en función del sexo y/o también si la persona mayor está jubilada o activa. En cualquier caso, esto sugiere que debería ser investigado en futuros trabajos.

Además, las variables *estudios, paseos, experiencia pasada y los motivos de recomendación del viaje*, que habían sido estadísticamente significativas no nos han aparecido en los análisis de función discriminante.

Estas variables, posiblemente nos estén proporcionando una información redundante e innecesaria que ya están aportando las demás variables. Por ejemplo, en cuanto a los *estudios* las personas con mayores estudios (diplomados y superiores) residen la mayoría en la ciudad de Barcelona. Por otro lado, el realizar paseos una actividad que diferencia de forma significativa los viajeros de los no

viajeros, posiblemente la persona mayor que pasea también realice compras en mayor medida. En cuanto a haber tenido *experiencia pasada* o no, esto de hecho puede estar muy relacionado con el lugar de residencia, los hábitos de ocio adquiridos y actuales, el haber estructurado una percepción determinada hacia el viajar, y por tanto puede ser una información innecesaria si conocemos otras informaciones. Por último, los *motivos de recomendación de viajar* y en concreto el de los miedos a los transportes que nos salió significativo estadísticamente, este puede ser muy concomitante con el recomendar viajar, en el sentido que los que posean esta característica probablemente también recomienden no viajar. También, puede coincidir que las personas que residan fuera de Barcelona poseen en mayor medida esta característica al no estar tan habituadas a la diversidad de transportes que se deben usar en la ciudad.

Por consiguiente, podríamos considerar finalmente que para predecir si una persona viaje o no viaja deberíamos obtener información al respecto de todas estas variables mostradas en la tabla 32, únicamente haciendo uso de alguna de estas variables estaríamos manejando insuficiente información y por tanto tendríamos bastantes probabilidades de no acertar. Por tanto, dichas variables o influencias que clasifican al viajero del que no lo es, mantienen entre si unas relaciones que al combinarlas entre ellas nos proporcionan una información válida y absolutamente necesaria para determinar si la persona mayor es viajera o no viajera en un nivel de acierto del 82,7% según las redes neuronales y en un 77,6% según el análisis de Fisher.

En resumen, por lo que se refiere a la tendencia de las personas mayores a viajar podríamos clasificar en viajeras las que son jóvenes, mujeres, residen en Barcelona, están activas laboralmente o están jubiladas con buena salud, están ejerciendo o han ejercido una profesión de comerciantes o han trabajado en un comercio, están casadas o conviven con la pareja, realizan deporte, salidas culturales y de ocio, compras de todo tipo, probablemente estén participando socialmente (aunque no siempre se da esta circunstancia), tienen amigos que también viajan, le dan importancia y recomiendan viajar a sus mejores amigos. De lo contrario, por lo que se refiere a la tendencia a no viajar, podríamos clasificar en no

viajeras las que son mayores, residen fuera de Barcelona, están jubiladas y poseen una salud deficiente, son viudas o conviven con familiares, no suelen realizar deporte ni salidas culturales ni de ocio, realizan menos compras tanto cotidianas como de afición, puede que estén participando socialmente en algunos casos pero no tienen ni amigos que viajen y le dan menos importancia y recomiendan viajar en menor medida. No obstante, también nos podríamos encontrar que personas mayores que reúnan estas condiciones tanto las que favorecen viajar como las que no, en algunos casos, no acertaríamos en la clasificación, ya que debemos tener en cuenta para análisis futuros que alrededor de un 20% no podríamos acertar. Esto, significa que para trabajos futuros deberemos seguir analizando si existen otras variables predictoras que no hayan sido utilizadas en este estudio, y tal vez prescindir de algunas que nos han proporcionado información innecesaria y no absolutamente relevante para el problema de investigación planteado.

## 8. DISCUSIÓN

En este apartado vamos a discutir en primer lugar, las **principales características que favorecen o limitan el viaje turístico de las personas mayores en nuestra sociedad actual**, tratando de encontrar implicaciones teóricas y prácticas a los resultados obtenidos. Específicamente, centraremos nuestra atención en aquellas características de tipo sociodemográfico, de actividades realizadas en el tiempo libre y en las de experiencia-relación con el ocio-turístico, que nos han servido para poder distinguir las personas mayores que viajan de las que no viajan. En segundo lugar, analizaremos los principales factores que nos han permitido caracterizar específicamente al viajero “mayor” del “no viajero” desde una perspectiva psicosocial a partir de los resultados obtenidos en los análisis de función discriminante.

Con ello, pretendemos establecer nuestras consideraciones finales que van a señalar el final del recorrido del itinerario del viaje por esta investigación para dejarnos en un punto que no sea un “punto final” sino un *volver a empezar* para diseñar y planificar futuros trabajos que esperamos y deseamos puedan motivar a los lectores interesados en esta temática de investigación.

### 8.1. Principales características que favorecen o limitan el viaje turístico de las personas mayores en nuestra sociedad actual.

En base a nuestros resultados, en general podemos decir que el hecho que las personas mayores viajen o no viajen es debido tanto a las **condiciones de vida**, ya sea por edad, situación familiar, adaptación al envejecimiento, ciclo vital, etc..., así como al **impacto o influencias por parte de la sociedad**, respecto al tipo de vinculaciones sociales, grupos de referencia, **experiencias y relaciones mantenidas con el ocio-turístico**. En cuanto a lo que favorece o limita el que las personas viajen o no viajen hemos podido discriminar entre características sociodemográficas, actividades realizadas en el tiempo libre y experiencia y relación con el ocio-turístico. Tanto en los análisis de función discriminante como en el

bivariante han resultado ser importantes las variables que tienen que ver con los 3 tipos de variables que hemos estudiado. Esto, significa que en nuestra sociedad actual el viaje turístico de las personas mayores puede estar favorecido o limitado por diversas condiciones culturales, sociales y/o personales y deberían ser consideradas en su dimensionalidad.

Por todo ello, **el tipo de productos y/o destinos turísticos que las personas mayores consuman y/o elijan va a estar determinado en función del tipo de características sociodemográficas, de ocupación del tiempo libre y/o de experiencia y relación con el viaje turístico**. Por ejemplo, personas mayores con una determinada edad, que estén casadas, que mantengan un estilo de vida saludable y que piensen que viajar es muy recomendable podríamos pensar que viajaran, aunque posiblemente los beneficios, utilidades funcionales y psicológicas que deseen consumir sean muy diferentes de otras que posean otras características, como puede ser por ejemplo el que está soltero o viudo, el que lleva un estilo de vida poco saludable y el que le da poca importancia al hecho de viajar. En este sentido, y tal como comenta Bosch (1996) si el contexto cultural puede facilitar y/o dificultar los hábitos turísticos, el hecho de conocer cuáles son las características que distinguen a los “viajeros” de los “no viajeros” nos están proporcionando al mismo tiempo criterios para diseñar y mejorar los productos turísticos que se dirigen a las personas mayores, ya que todo esto, además de estar informándonos que considerar únicamente variables sociodemográficas o de estilo de vida u otras podría ser un método inefectivo, también nos está indicando que la persona mayor puede tener diferentes usos, motivaciones y preferencias hacia viajar en función de si pertenece al grupo de “viajeros” o de “no viajeros”.

Nuestros datos apoyan lo que ya se ha sugerido en la literatura previa, concretamente la necesidad de discriminar entre comportamientos turísticos a partir de **factores sociodemográficos** (Bosch, 1996; McPherson, 1999; Hudson et al., 2000), del **uso que se hace del tiempo libre en una edad avanzada** (Harahousou, 2000), y de como influyen **experiencias, relaciones y percepciones** que las personas mayores tienen hacia la actividad turística (Backman et al., 1999; Cleaver et al., 1999; Moisey et al, 1999; Pearce, 1999; You et al, 1999; Zimmer et al., 1995).

Asimismo, también hemos podido observar que el factor del envejecimiento, como único componente, ha resultado ser insuficiente para poder describir el tipo de comportamiento del turista mayor, coincidiendo con lo que Moscardo et al., (1999) ya señalaron. En este sentido, hemos interpretado que será **la posible combinación de varias circunstancias culturales, psicosociales y biológicas las que van a dotar de sentido el que las personas mayores se encuentren limitadas o favorecidas para viajar**. No obstante, en nuestros resultados se ha puesto de manifiesto que el conocimiento de la población estudiada, de las características específicas de tipo sociodemográfico, de las actividades realizadas en el tiempo libre y de experiencia y contacto con el viaje turístico, que vamos a comentar seguidamente, nos puede ayudar a comprender mucho mejor el porque unas personas viajan o no viajan.

Por todo ello, vamos a analizar algunos de los resultados que nos han parecido más significativos para tratar de conocer sus implicaciones tanto teóricas como prácticas.

### **8.1.1. Características sociodemográficas.**

Las características sociodemográficas reflejan en base a nuestros datos, un diferencial de comportamientos en el consumo del viaje turístico que ayuda a la comprensión de los factores específicos del ciclo vital que pautan y/o delimitan la participación turística y/o el consumo turístico al final de la vida en la misma línea que otros autores ya enfatizaron (Bosch, 1996; Hudson et al., 2000).

#### ***Viajar o no viajar en función de las condiciones vitales...***

En nuestros resultados se pone de manifiesto que a mayor edad las personas mayores que dejan de viajar, y por tanto podríamos decir, en general, que **existe un declive en la participación turística conforme avanza la edad** ( $p < 0.001$ ). Estos resultados coinciden con otros estudios que también informan sobre este aspecto

(Iso-Ahola, 1980; Miranda, 1992; Fernandez-Ballesteros y otros 1996; Cis, 1996; Mannell and Kleiber, 1997; Moscardo et al., 1999; Generalitat de Catalunya, 2000). De hecho, el tener una edad “cronológica” es un factor que claramente está condicionando el ocio-turístico de nuestros mayores, tal como ya teorizó y estudió Alvarez Sousa (1994).

En base a nuestros datos la edad es una variable que aparece como importante para distinguir los viajeros de los no viajeros en los dos análisis de función discriminante realizados (ver tablas 30 y 32), junto con otras variables seleccionadas. Esto sugiere que se debería considerar la influencia que tiene la edad en el hecho de que una persona mayor viaje. De hecho, la edad, además de ser indicativa de las diferencias meramente biológicas y/o psicológicas también pauta y delimita diversas situaciones sociales y personales (ej. estado civil, convivencia, salud subjetiva, grupos de pertenencia, jubilación...), las cuales pueden a su vez constituirse como una fuente de diferenciación psicosocial, para participar o no en el viaje turístico, en la misma línea que otros autores ya han destacado (Fernández-Ballesteros, 1992; Alvarez Sousa, 1994).

En este sentido, se puede interpretar que ***la edad puede condicionar tanto la situación objetiva de tiempo libre que tiene la persona mayor (una vez se jubila), como la percepción de dicho tiempo, la actitud hacia este, como la manera de ocupar el tiempo libre***, como es el caso, en general, de la situación de “después del trabajo” que se corresponde con el final del ciclo vital estudiado por Dumazedier (1988).

Por otro lado, Moscardo et al., (1999) sin negar que la variable de la edad influye en la participación en el turismo, encontró además, que *en función del tipo de actividades que se realizaban* (nocturnas o diurnas) o *el lugar donde se residía*, así como el *tiempo de estancia* podía ocasionar en lugar de un declive en participar un relación inversa. También, otros estudios indican una “relación curvilínea” con viajar, en el sentido que *en edades tempranas se viajaría más incrementándose hasta cierta edad pero se produciría un declive al final de la vida* (Hong et., al, 1999). Esto sugiere, coincidiendo con Schewe (1990) que ***el considerar la edad únicamente***

**podría ser un método inefectivo para comprender el comportamiento de participación turística.** También, consideramos que la edad no debería ser utilizada como único criterio en el diseño y preparación de productos y/o destinos turísticos ya que a pesar que claramente condiciona el ocio-turístico tanto a nivel de demanda (ej. jubilación) como de oferta (ej. políticas turísticas) el hecho de tener una edad estará condicionado a la situación psicosocial que la persona mayor tenga, en el sentido, por ejemplo, de sentirse más o menos joven, de estar más o menos activa, de estar en contacto con otras personas que viajan, etc...

Si observamos nuestros resultados nos daremos cuenta que pueden existir otras variables que ejercen influencia en el comportamiento, tales como el realizar compras, el convivir con la pareja o con los familiares, el estar vinculado a otras asociaciones, entre otras variables e incluso el ser de un sexo u otro (según las redes neuronales). En este sentido, los gestores de productos turísticos deberían considerar otras variables sociodemográficas, además de la edad, y plantearse si los diseños turísticos están realmente adaptados a las necesidades y condiciones de las personas mayores que los usan tal como ya se ha sugerido en la literatura (McPherson, 1999). De hecho la perspectiva de estudio teniendo en cuenta el ciclo de vida (Life cycle) ha resultado ser muy fructífera conceptualmente y analíticamente para poder comprender e investigar los aspectos que pueden estar limitando o favoreciendo el que las personas viajen a lo largo del ciclo vital, por ejemplo al final de la vida (Hudson and Gilbert, 2000), pero en nuestro caso además nos vemos obligados a señalar que se deberían tener en cuenta otros aspectos.

También, es importante considerar que los cambios que se producen por la edad, al estar vinculados también al proceso multidimensional del envejecimiento (comentado en el apartado 2.2.) pueden ser vivenciados por la persona mayor tanto de forma “objetiva” como “subjetiva”, en el sentido de que una persona a pesar de tener una edad (cronológica) se puede sentir como si tuviera otra edad (más joven o mayor). De hecho, algunas investigaciones ya sugieren la necesidad de tener en cuenta la “age cognitive” como constructo (Jacoby et al., 1998). Otras investigaciones también encuentran que las personas se pueden sentir más válidas y autónomas en función del lugar que habitan (ej. sus propios domicilios,

residencias, localidades pequeñas), de los contactos interpersonales y de la satisfacción que tienen con la vida (Fernández-Ballesteros, 1996). De hecho, en nuestros datos hemos encontrado diferencias entre viajeros y no viajeros, además de la edad, con el lugar de residencia, el estado civil y la convivencia, entre otros aspectos que más adelante comentaremos. En este sentido, tal vez en futuras investigaciones, se debería estudiar la edad “subjetiva” relacionada con otros aspectos, para entender mejor las diferencias de comportamiento en la participación turística de las personas mayores.

Asimismo, esta cuestión también debería ser relacionada a nivel teórico con el concepto de **cohorte o generación** en el sentido que **el diferencial de comportamientos va a estar afectado, a su vez, por el hecho de pertenecer a una misma generación** (Pérez, 1996). Esto significa que para comprender como la edad podría estar favoreciendo o delimitando diversos modos de comportamiento se debería considerar esta variable en función de las vivencias adscritas a un periodo temporal, entre miembros que participen de una misma generación. También, se debería considerar la evolución de los valores sociales de los ancianos en la sociedad del siglo XXI (Sabater, 2000). Las personas mayores de nuestra muestra podrían perfectamente pertenecer a más de una generación. Por ejemplo, la mayoría de los más mayores habrían pasado por la vivencia de una guerra civil, y sus experiencias vitales estaban profundamente condicionadas por ello, cuando fueron entrevistados, y esto además de coincidir con lo que ya comentó Triadó et al., (2000), podría suponer una influencia en las elecciones y decisiones turísticas al compartir determinados valores y creencias (Mannell et al, 1997). El hecho de que sean las personas más jóvenes las que más viajen, podría estar perfectamente relacionado con los cambios que se han y/o están produciendo en las “sociedades del tiempo libre” (jubilaciones, trabajo, salud, relaciones intergeneracionales...) señaladas por Dumazedier (2000). Concretamente, con las posibilidades de actividades y disfrute de estas últimas generaciones señalado por algunos estudios (Ministerio de Asuntos Sociales, 1996) en comparación con anteriores generaciones (Delisle (1993) citado en Ouellette (1996); Cleaver et al., 1999; Moscardo et al., 1999). En relación a esto Elder (1999) teoriza que de hecho el “curso vital” es el resultado del entretejido de trayectorias sociales graduadas en base a la época,

como el trabajo y la familia, que están sujetas a condiciones cambiantes y a opciones futuras; y a transiciones a corto plazo que se extienden desde el nacimiento a la jubilación y a la muerte.

No obstante, los estudios indican que a pesar de todo ello uno de los motivos principales para dejar de viajar es la edad (Cis, 1996). Nosotros de hecho coincidimos en esta apreciación, pero considerando también la existencia de otros factores tales como el nivel de actividad, la vinculación social, etc... que deberían ser estudiados y no siempre van a ser explicados por la mera presencia del envejecimiento como es el hecho de residir en la ciudad o fuera de ella. Otros autores comentan que tal vez el efecto cohorte de las últimas dos décadas ha actuado en favor del aumento de las actividades culturales, artísticas y/o turísticas a causa de la existencia de valores diferentes, mayor educación e ingresos que poseen las personas de las sociedades industriales avanzadas. Ahora bien, las personas mayores del futuro al haber pertenecido a otra generación, a otras vivencias inscritas en otro periodo temporal, posiblemente tengan también otras posibilidades para viajar y por consiguiente manifiesten otro tipo de comportamiento turístico, el cual deberá ser investigado.

Todo esto sugiere que los criterios que los gestores turísticos deberían utilizar en el diseño y mejora de sus productos turísticos dirigidos a las personas mayores, además de tener en cuenta la edad con todos los matices ya comentados, se deberían estudiar otros factores vinculados a las experiencias psicosociales y culturales que les puedan predisponer a viajar. Por ejemplo, personas mayores que hayan estado viajando en su juventud a determinados lugares turísticos tal vez la misma experiencia turística les haya creado nuevas necesidades.

En relación al **sexo biológico** nuestros resultados nos aportaron que esta variable debe ser considerada junto a otras, para poder explicar el porque en función de la condición de ser hombre y/o mujer unas personas mayores viajan o no viajan. En nuestro análisis bivariante no se pudieron evidenciar diferencias significativas con respecto a viajar o no viajar, pero en cambio el análisis discriminante (multivariable) hecho mediante las redes neuronales nos señaló que es necesario considerar esta

situación. De hecho, esto nos refleja que **no únicamente la condición de ser hombre y/o mujer nos indica si las personas mayores viajan o no, sino que son también importantes otras variables que estuvieran relacionadas con este hecho**. En este sentido, los resultados nos pueden estar reflejando perfectamente la incidencia de diferentes condiciones tanto físicas, psicológicas, sociales y culturales que afectan a las personas mayores en el caso de ser hombre o mujer. Por ejemplo, las situaciones de *jubilación*, la *situación familiar*, y el *estado físico y/o psicológico*.

También, el proceso de jubilación (ver apartado 2), por ejemplo, afecta de forma diferente a los hombres y a las mujeres (Berjano et al., 1996), estas últimas suelen tener una mejor imagen de ella. Además, nos encontramos que la mayoría de mujeres a partir de una cierta edad son viudas (a diferencia de los hombres que suelen volver a casarse), se adaptan mucho mejor a la viudedad y sienten una necesidad de ocupar el tiempo libre. También, tienen una expectativa de vida más alta (Ministerio de Asuntos Sociales, 1995; Fundación Caja de Madrid, 1996; Kleiber, 1999; Gallardo, 2001). Cabe también considerar que existe una mayor presencia en la denominada “tercera edad” de hogares solitarios femeninos, y también algunos estudios se refieren a la cuestión de la *feminización de la vejez* (Alvarez Sousa, 1994; Ministerio de Asuntos Sociales, 1996).

No obstante, este crecimiento y mayor supervivencia femenina también podría provocar que en edades avanzadas ocurra el fenómeno conocido como “sobreenvjecimiento” con los posibles costes sociales y factores negativos que este comporta (ver apartado 2.1. y 2.2.4), teniendo en cuenta, además tal como algunos autores destacan, que en un futuro nos podemos encontrar con mujeres ancianas, solitarias, con pocos recursos económicos y una salud precaria (Flaquer, 2001). Por ello, probablemente en un futuro sean las mujeres solas o viudas, las que constituyan una oportunidad de mercado para el viaje turístico, aunque habrá que considerar estos aspectos psicosociales mencionados.

También, otros estudios indican diferencias según el sexo con respecto a la salud física y psicológica (Tous et al., 1997). Otros encuentran, específicamente, un patrón de comportamiento más saludable para las mujeres, viudas, de edad

avanzada, y que viven en instituciones, mientras que se observa otro menos saludable que afecta a los hombres, casados, más jóvenes y que viven en casa o con la familia (Ortuño, 1996).

Esto nos sugiere que esta variable puede estar reflejando los cambios bio-psico-socio-culturales de nuestras sociedades del tiempo libre (Dumazedier, 2000), y por este motivo debería ser considerada en futuros estudios. También, debería tenerse en cuenta la especificidad del sexo en el consumo y/o elección de productos turísticos, en cuanto a los diferentes usos, motivaciones y/o preferencias hacia las actividades que se planifiquen. De hecho, no puede ser olvidado el sexo como criterio si consideramos que tanto la situación sociodemográfica, como la expectativa de vida, y las condiciones culturales y sociales afectan de forma distinta a la mujer y al hombre.

En este sentido, ***si en general, las mujeres viven más tiempo y poseen mejor salud, poseen una mejor disposición hacia el tiempo libre y algunas otras condiciones vitales les afectan de forma diferente (ej. jubilación, viudez...), probablemente también esto va a implicar distintas necesidades y comportamientos hacia el viaje-turístico.*** Como dato curioso, cuando nosotros realizamos el trabajo de campo, concretamente al realizar las entrevistas personales, nos encontramos con bastantes situaciones en las que los hombres que estaban pasando por un proceso de viudedad, se hallaban bastante afectados por ello, y algunos como consecuencia de esto renunciaron a viajar, en cambio algunas mujeres a las que pudimos entrevistar que habían enviudado recientemente, parecía haberseles abierto el mundo para nuevas actividades y oportunidades. No obstante, esto no significa que se puedan dar situaciones sociales precarias y/o con pocos recursos económicos y sociales que puedan hacer variar estas realidades.

Por otro lado, también en nuestros resultados la variable ***salud subjetiva***, se nos ha revelado como significativa, en el sentido bivariante, entendiéndose que ***los que viajan poseen una mejor percepción de salud subjetiva*** ( $p < 0,001$ ). Asimismo, en el análisis multivariable de las redes neuronales obtuvimos que ***la salud subjetiva es una información importante a considerar para poder clasificar el***

*viajero del no viajero*. Así, la salud subjetiva, en el sentido de la “valoración que uno hace de tener salud” (independientemente de si la tiene o no de forma objetiva) condiciona la decisión de viajar. No obstante, esto coincide con datos que aporta Imserso/Cis (1995) en que del 15% de personas que viajan el 80% de estas no necesitan cuidados especiales en el tema de la salud. Esto, lógicamente está reflejando la importancia de una condición bio-psico-social característica del bienestar y calidad de vida en la vejez (Fernández-Ballesteros, 1996) que a su vez se encuentra relacionada con muchos otros aspectos (edad, sexo, lugar de residencia....) y/o decisiones que las personas mayores deben enfrentar en este último periodo vital, tales como realización de actividades de tiempo libre, aceptación de pérdidas de miembros familiares, preparación para la muerte, entre otros.

De hecho, en general, la importancia de tener *salud*, el poseer *condiciones físicas* y/o movilidad para viajar, así como el tener capacidad para viajar, de hecho favorece o limita la participación en actividades de ocio tal como ha sido destacado por varios estudios (Blazey, 1992; Zimmer et al, 1995; Patterson, 1996; Moscardo et al., 1999). Además, cabe añadir que tal como algunos estudios han señalado, las personas mayores están principalmente motivadas y preocupadas por la salud (Olabarri et al., 2000), el enriquecimiento personal y el realizar actividades físicas y de aire libre, a diferencia de los más jóvenes (Moisey et al., 1999). ***Esto nos hace pensar que los productos y/o destinos turísticos deberían estar diseñados considerando como criterio lo que les preocupa en relación a este tema, así como considerar que posiblemente algunas personas consumirían productos turísticos si estuvieran adaptados a su estado de salud.***

Otras investigaciones se refieren a que las personas mayores de estas últimas generaciones poseen un diagnóstico de salud positiva (Ministerio de Asuntos Sociales, 1995), especialmente al llegar a edades avanzadas, no obstante existen determinados momentos críticos de riesgo social y psicológico, como puede ser la *jubilación* o la *viudedad*, entre otros que como vamos a comentar en los siguientes apartados, y que también pueden afectar a la salud física y/o psicológica. Esto también puede afectar al tipo de uso y consumo que se hacen de los productos y/o destinos turísticos, por ejemplo, se puede dar el caso que se cambien las

motivaciones en relación a esta etapa crítica. En una ocasión, en nuestro trabajo de campo nos encontramos con una persona mayor del sexo masculino que había enviudado recientemente y que nos comentó que le resultaba imposible realizar los mismos viajes con el mismo sentido que había vivenciado cuando estaba casado con su mujer y que ahora le producían un recuerdo traumático bastante insoportable.

Así, por una parte el hecho de llegar a edades avanzadas con mejor salud comporta una oportunidad para viajar, además de constituir la salud por si misma una posible motivación, entre otras, para el viaje. Pero, por otro lado se debería tener en cuenta que pueden también existir aspectos que favorecen o limitan el poder viajar, tales como la percepción que tiene uno mismo de la salud que tenga, el que se tengan problemas de dependencia y se requiera atención de terceras personas (ver apartado 2.1 o 2.2.4), o así como los estímulos que reciba para consumir el producto turístico. En este sentido, probablemente las características que posean los productos turísticos dirigidos a las personas mayores, tales como el disponer de atención sanitaria y/o cuidados especiales, entre otros pueda *facilitar* o *dificultar* el que las personas con menos salud subjetiva accedan a viajar, coincidiendo con lo que ya se ha destacado en algunos estudios (Villar, 1999; Gerontología, 1992). Aunque, tal como señalan algunos estudios solo las personas mayores de la “cuarta edad”, es decir los que necesitan ayuda para viajar buscan un producto turístico diseñado para ellos (Actt, 1996), posiblemente intentan evitar al máximo la estigmatización y estereotipos que les afectan (Fernández-Ballesteros, 1992).

### ***Viajar o no viajar en función de condiciones psicosociales...***

En nuestros datos también se reflejaron diferencias estadísticamente significativas entre el lugar de residencia, así las personas que ***más viajan son las que residían en la ciudad*** ( $p < 0,001$ ), interpretando que ***el lugar de residencia esta posibilitando o limitando el acceso a viajar***. De hecho en los dos análisis discriminantes (multivariantes) realizados nos apareció como una variable, junto con otras, que va a contribuir a que la persona mayor pueda o no ser viajera. Según el

censo de población de 1991 el mayor número de personas era “urbano” (Ministerios de Asuntos Sociales, 1995) aunque en la muestra estudiada contábamos con un 60% las que residían en Barcelona versus un 40% que residían fuera de la ciudad. De hecho, posiblemente las personas que habitan en las ciudades pueden tener mayores necesidades de viajar, además de contar con muchas más posibilidades para acceder al viaje turístico. Esto coincide con lo que teoriza y analiza Alvarez Sousa (1994) y también con otros estudios de la literatura que han considerado esta variable como predictora para conocer si las personas mayores viajan o no viajan, así como el tipo de participación turística que realizan (Zimmer et al., 1995; Moscardo et al, 1999).

Además, el mero hecho de residir en un lugar configura determinados estilos de vida y actividades que se realizan, marcos de referencia y modos de conducta, tal como muchos autores ya han teorizado y estudiado (Munné, 1995; Alvarez Sousa, 1994; Stebbens, 2000). No obstante, no van a ser suficientes para explicar diferencias en el consumo turístico (Williams, 1994). Posiblemente se pueda explicar por el hecho de que el factor cultural por si solo puede facilitar y/o dificultar los hábitos turísticos (Bosch, 1996) y que las personas que residen en la ciudad tienen fundamentalmente muchas más oportunidades. Tal vez en un futuro se debería considerar que tal vez las personas que residen en lugares que no son urbanos tengan otras necesidades y obligue a incorporar nuevos criterios en la gestión de la oferta turística.

Además, concretamente a las personas mayores les afecta el residir en un lugar u otro, al tipo de condiciones de vida, así como a su calidad de vida (Fernández-Ballesteros, 1996). Por ejemplo, algunos estudios destacan el “poder viajar” como una pauta más bien “urbana” vinculado a la oferta de servicios públicos, así como a la propensión y tendencias de las próximas generaciones en dotar de un contenido activo el tiempo de ocio (Fundación Caja de Madrid, 1996). Esto sugiere que se deberían hacer en un futuro estudios que profundizaran en la comparación de la situación psicosocial de las personas mayores en función del lugar de residencia y la incidencia real en acceder al viaje turístico. De ahí, se podrían extraer implicaciones prácticas a nivel de influencia por parte de los agentes

de socialización en un sitio u otro para lograr que las personas mayores viajen o no viajen.

También, en nuestros datos nos encontramos con diferencias significativas en la variable **nivel de estudios alcanzado** entre los que viajan y los que no viajan, concretamente entre los que poseen un nivel de estudios más alto alcanzado (superiores, diplomados) ( $p=0,022$ ), los cuales viajarían más, según el análisis bivariante realizado. Esto apoya algunos de los estudios empíricos que también han encontrado que la educación está relacionada con la actividad de viajar (Zimmer et al., 1995; Generalitat de Catalunya, 2000) en el sentido de que **viajan más las personas que más educación tienen**. Esto, a su vez, coincide con la mayoría de estudios que han relacionado el factor cultural con una mayor probabilidad de realizar el viaje turístico (Alvarez Sousa, 1994). Asimismo, Zimmer et al., (1995) concluye que la educación, además de la edad y la movilidad, es un factor que discrimina al viajero mayor del no viajero.

De hecho, el nivel de estudios podría ser un indicador de determinadas clases sociales, estilos de vida y/o valores sociales propios del contexto sociocultural que pauta y delimita estos aspectos particulares, condicionando a su vez, el comportamiento de consumo-turístico. Esto, significaría que junto con el nivel de estudios, probablemente otros indicadores como la profesión, el lugar de residencia, las pautas de consumo, el nivel de ingresos, entre otros... podrían estar favoreciendo o limitando el viaje turístico. En este sentido, por el mero hecho de pertenecer a un tipo de sociedad que provoque una diferenciación en los comportamientos de ocio-turístico las personas mayores viajaran o no viajaran en la misma línea teorizada por Alvarez Sousa (1994). Además, cabe también considerar que el factor cultural por si mismo ya constituye un motivador para consumir la mayoría de productos turísticos (San Martín, 1997; McCabe, 2000). En este sentido, por ejemplo algunos estudios indican que las personas mayores recientemente están más interesadas en visitar lugares de interés cultural (Espunya, 1997; Villar, 1999). Por todo ello, probablemente, más que considerar únicamente el nivel de estudios deberíamos comprender el efecto de los diferentes condicionamientos culturales, ya sea por grupos de pertenencia, status, clases sociales, estilos de vida y/o valores sociales.

No obstante, en los análisis multivariantes de función discriminante esta variable no fue considerada importante para clasificar al viajero del no viajero. De hecho, esta variable probablemente nos puede estar reflejando, la situación cultural y social de una generación o cohorte que se caracteriza precisamente por tener una “escasa dotación formativa”, ya que el 88% no alcanzaron el nivel de estudios primarios según datos de Imserso (1995). En este caso, el hecho que viajen más las personas mayores que tienen más estudios puede ser explicado más que por esto únicamente, por el lugar que residen junto con las oportunidades culturales y/o de viaje (ej. Imserso), la franja de edad en la que estén situadas como generación, o el tipo de actividad que se encuentren realizando (trabajo o actividades de tiempo libre). Y, posiblemente por todo ello, pueda haber sido una información redundante y no suficientemente relevante para discriminar. Además, probablemente el nivel de estudios no pueda ser un fiel reflejo del nivel cultural que posean las personas mayores que hemos estudiado, ya que precisamente como consecuencia de haber estado privados de formación presentan un cierta inquietud cultural, lo cual podría significar que personas con pocos estudios pudieran tener también cierto bagaje cultural. Además, también cabe considerar que los viajes promocionados por el Imserso han contribuido a una gran “culturización” sobre el viaje turístico por haber provocado que pudieran acceder a viajar personas mayores con diferentes niveles culturales. Esto sugiere que tal vez en futuros trabajos se debería comprobar hasta que punto puede influir el hecho de poseer un cierto nivel cultural con el realizar determinadas elecciones turísticas. Por ejemplo, el nivel cultural como indicador de sociedades avanzadas según Alvarez Sousa (1994) está relacionado con la cantidad de viajes que se realizan al extranjero, pero en cambio podría ser irrelevante para las excursiones de 1 a 3 días, que son tan populares entre las personas mayores. Por tanto, el tener en cuenta el criterio del factor cultural debería estar sujeto al tipo de viaje y consumo que se realice. En este sentido, el tener en cuenta el nivel de estudios de las personas mayores podría ser relevante para planificar o diseñar viajes turísticos que estuvieran adaptados a las necesidades culturales de estos, lo cual sugiere que debería ser investigado en más profundidad en posteriores trabajos.

Por otro lado, en relación a la variable relativa a la **situación laboral** nuestros datos pusieron en evidencia que no exclusivamente por el hecho de estar jubilado o activo se viaja o no se viaja. Concretamente, en el análisis bivariante que realizamos no pudimos encontrar diferencias significativas, en nuestra muestra estudiada, aunque había una *mayor presencia de no viajeros que eran jubilados y viajeros que estaban activos laboralmente*. Esto nos puede estar indicando que únicamente por el hecho de estar “activo” o “jubilado”, no podríamos interpretar que las personas mayores, en general, van o no a viajar, más bien esto podría depender de otros aspectos, tales como la actitud y propensión a “viajar”, la adaptación y significados que pueda tener la jubilación (Buendía y Riquelme, 1994), las diferentes condiciones vitales en que uno se encuentre, las identidades y pautas sociales de comportamiento adquiridas a través del ciclo vital, ya sea con la realización de alguna profesión (status work) o con la pertenencia a grupos sociales, etc..., (Berjano et al., 1996; Fundación Caja de Madrid, 1996; Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 1996; Triadó et al., 2000).

Posiblemente por esta razón en el análisis discriminante (multivariante) de las redes neuronales la situación laboral fue seleccionada como una variable importante y significativa, al estar relacionada con algunos de estos aspectos comentados que pueden favorecer o limitar el viaje turístico. Considerar también que según el análisis discriminante de Fisher la situación de haberse jubilado por motivos familiares y/o personales ejerce una influencia en discriminar a los viajeros de los que no lo son. De hecho, la motivación que uno tiene para enfrentar el periodo de jubilación puede ser crucial para las decisiones que deba tomar al respecto de su tiempo libre. La mayoría de personas estudiadas en la muestra eran jubiladas (68,3%), lo cual significaba que muchos disponían de un “tiempo no laboral” susceptible de ser ocupado mediante el ocio-turístico y no todos lo hacían. No obstante, posiblemente esto pueda explicarse debido a las características y circunstancias que comporta jubilarse en nuestra sociedad actual (Alvarez Sousa, 2000; 1994), a la pérdida del rol o papel social, al constituir un momento crítico de la vida, y a los efectos que tiene en otras áreas de la vida (pareja, expectativas, desarrollo...) (Mishara, y Riedel, 1986; Berjano et al., 1996 ), así como al posible

impacto psicosociológico que supone la pérdida del empleo y/o las posibles efectos en la identidad y en la autoestima (Blanch, 1996; Triadó et al., 2000).

De hecho, algunos estudios previos ya habían informado de que no por el hecho de retirarse las personas viajaban más (Blazey, 1992), sino que más bien empezaban a viajar a partir de los tres años de haberse jubilado (Ouellette, 1996), una vez estaban adaptados a su nuevo rol. En este sentido, las teorías de los roles pueden ayudar a comprender lo que supone la adaptación al nuevo rol de “jubilado” (ver apartado 2.3.5). También, según la Teoría de la Actividad (ver apartado 2.3.3.) esta nueva situación (de jubilado) obligaría a la persona mayor a restablecer sus actividades, para compensar las pérdidas de función social y personal que le ocasiona el cese laboral (Blanch, 1996). Pero, según los postulados de las Teorías de la desvinculación social y el retraining (ver apartado 2.3.2) las personas mayores al envejecer disminuyen la realización de actividades y de contactos sociales, produciéndose un estado de “desvinculación transitoria” ocasionado por la jubilación (Ortiz, 2000), que lógicamente podría estar afectando a la elección de viajar (Miranda, 1992).

Por otro lado, según la Teoría de la continuidad las personas se adaptarían al envejecimiento manteniendo una coherencia de las pautas de comportamiento, las que han tenido exclusivamente un significado en sus vidas. Zimmer et al., (1995) vincula esta cuestión además a los efectos que puede tener el lugar que uno reside, la educación y las actitudes hacia las actividades recreativas. En relación a esto, por ejemplo, algunos estudios encontraron, por ejemplo, que el 90% de las personas mayores de España una vez jubiladas no realizaron ni emprendieron ninguna actividad de ocio que antes no hubieran iniciado, y que sólo el 3,8% de las personas mayores de España se iniciaron en el viaje-turístico (Ministerio de Asuntos Sociales, 1995; Fundación Caja de Madrid, 1996). En la misma línea Roberts (2000) indica que tras la jubilación no se producen innovaciones en nuevos comportamientos que no estuvieran asimilados anteriormente. Esto puede significar que posiblemente las personas mayores al haberse liberado de las obligaciones del trabajo, actúen condicionadas por las hábitos y pautas anteriores, inercias adquiridas, estímulos y facilidades, adaptación a los distintos eventos propios del envejecimiento como es la

jubilación. Esto sugiere, además, desde esta perspectiva, que sería interesante estudiar el sentido y el significado de las actividades de ocio-turístico de las generaciones y sociedades actuales para poder anticiparnos a los comportamientos del turista mayor del futuro.

En este sentido, posiblemente, las personas mayores al llegar a jubilados pueden poseer diferentes características que favorezcan el que viajen o no viajen, como puede ser el hecho de residir en una ciudad, o el poseer un determinado nivel de estudios, el haberse socializado en determinadas actividades que les pueda poner en contacto con viajar o el poder acceder a un determinado tipo de viajes de turismo social, entre otros. Todo ello, podría estar implicando el impacto de la situación psicosocial del proceso de jubilación o “pérdida del trabajo” teniendo en cuenta el marco de referencia social compartido, además de los efectos “objetivos” y “subjetivos” en la incidencia de favorecer o limitar el que las personas mayores puedan viajar. En este sentido, estudios tanto teóricos como empíricos señalan y concluyen la importancia que puede tener las distintas formas de envejecer, por ejemplo en lo que respecta a la adaptación al retiro y/o jubilación para dar cuenta de una mayor o menor participación en el viaje turístico (Blazey, 1992; Ouellette, 1996). Por todo ello, el diseñar y gestionar productos turísticos orientados únicamente a personas mayores “jubiladas” no sería muy efectivo, más bien se deberían tener en cuenta, otras variables.

También, en nuestros resultados se observa que deberíamos tener en cuenta **la profesión que se ejerce o se ha ejercido**, dado que en el análisis discriminante (multivariable) de las redes neuronales fue seleccionada como una de las variables importantes para clasificar al que viaja del que no lo hace, aunque la situara en último lugar de la jerarquía (ver pàg. 244-245) De hecho, considerando lo que ya fue teorizado y estudiado por Blanch (1996) la profesión dota de sentido la vida, estructura la trayectoria vital de la persona, aporta status y la cualifica personalmente. En esta línea, otros estudios teóricos y empíricos también destacan la relación del ocio con el trabajo (Neulinger, 1974), además de la que tiene con el bienestar personal y la participación social (Harlow et al., 1996), además de su vinculación con el proceso de jubilación (Buendía y Riquelme, 1994; Berjano et al.,

1996). Esto sugiere, que probablemente hubiera que considerar en futuros estudios el tipo de profesión como algo que puede estar favoreciendo y limitando el poder viajar al final de la vida, por el tipo de efectos psicosociales que provoca también en otros ámbitos muy relacionadas con poder viajar (jubilación, edad, estado vital, socialización, etc...). En nuestros resultados, encontramos mediante el análisis bivalente, diferencias significativas concretamente en los que habían ejercido o estaban ejerciendo la profesión de comerciantes y dependientes ( $p=0,029$ ). Este dato, nos podría estar indicando que posiblemente por las características específicas que comporta esta profesión, tales como “dedicación horaria, relación social continuada, ingresos económicos, etc...” podría influir en la propensión a viajar. Curiosamente, una profesional que trabaja en una agencia de viajes nos comentaba un día personalmente que estaba notando en el tipo de turistas que le acompañaban en sus viajes que la mayoría eran comerciantes de edades avanzadas. Esto sugiere que posiblemente existan potenciales consumidores que posean esta característica y que por tanto debería ser considerada por los gestores turísticos. De todos modos, esto se debería comprobar en futuros estudios si realmente puede estar incidiendo esta circunstancia laboral.

También, otras situaciones como el **estado civil** y/o la **convivencia** de las personas mayores resultó ser significativo, tanto en el análisis bivalente como en el discriminante (multivariable) de las redes neuronales. Además, el análisis discriminante de Fisher (coincidiendo con el bivalente) nos señala que convivir con la pareja y convivir con los familiares es una variable importante a considerar. Esto, apoya la idea de que **la estructura familiar incide en los comportamientos de ocio-turístico**. En este sentido, la estructura familiar podría estar actuando como un condicionante sociodemográfico psicosocial que podría favorecer o limitar el acceso al ocio-turístico. Además, también cabe considerar los cambios que caracterizan nuestras sociedades industriales avanzadas, en general, (número de personas que componen el hogar, nuevos modelos de convivencia como hogares unipersonales, monoparentales, etc...) y en concreto en las personas mayores, la presencia de hogares solitarios femeninos (ya comentado antes), la mayoría de los hombres están casados y existen muchas más viudas que viudos (Fundación Caja Madrid, 1996). También otros estudios encuentran además la presencia de diferencias individuales,

y aspectos relativos a la salud física y psicológica en general, al tener en cuenta del proceso del envejecimiento el estado civil de la persona, además del sexo, la edad, y la personalidad (Tous et al., 1997). También, otros autores (Triadó et al., 2000) enfatizan que el “estar casado” y en el caso de que exista satisfacción conyugal en la pareja, esto va a comportar el tener una *mejor salud* y evitar la *soledad*. Estas situaciones (estar casado y/o vivir en pareja), lógicamente pueden estar afectando las motivaciones que posiblemente tengan las personas mayores para viajar o no viajar en la línea de lo que ya teoriza y estudia Alvarez Sousa (1994).

En nuestros resultados encontramos que de una forma significativa ***se viaja más cuando las personas mayores están casadas y/o viven en pareja*** ( $p > 0,001$ ). Además, esto coincide con datos del Inmerso/Cis (1995) en los que refieren que del 15% que viajan el 70% son parejas. También, puede ser interpretado en el sentido del apoyo social positivo que en este caso aporta esta situación en la decisión de viajar. Por ejemplo, la mayoría de matrimonios posiblemente por el hecho de contar con la compañía de su pareja, ya les sea suficiente. Esto, coincide con que los matrimonios acostumbren a viajar por su cuenta, más que los que están sin pareja, coincidiendo con lo que también se encontró en un estudio realizado por el Ayuntamiento de Vic (1993). Por otro lado, estar soltero ha sido relacionado con un mayor índice de mortandad (Gallardo, 2001). Esto, se encontraría en la línea de lo que teoriza Jerusalem et al., (1999) al considerar que “el tener una pareja íntima” tiene una influencia positiva en las relaciones sociales y en el bienestar psicológico, físico, además de prevenir contra el estrés. También, cabe decir que la situación habitual de las personas mayores de 65 años de nuestra sociedad es la de “estar casado”, más que el estar divorciado/a, separado/a, o soltero/a, y cuando se pierde el cónyuge suele provocar un acontecimiento crítico, a veces traumático y doloroso que a su vez puede provocar cambios en la vida cotidiana de la persona mayor, especialmente si se es hombre (Belsky, 1996; Triadó et al., 2000; Gallardo, 2001).

Por otro lado, también en nuestros resultados obtenemos diferencias significativas cuando las personas están viudas o viven con familiares en el sentido en este caso que ***se viaja menos cuando las personas mayores están viudas y/o***

**viven con familiares** ( $p > 0,001$ ). Por consiguiente, estas situaciones vitales, no favorecerían el acceso a viajar. Esto, apoya la idea de que al haber alterado las relaciones y dinámicas familiares propias de la pareja íntima (Belsky, 1996), la persona mayor experimenta otras necesidades y al intentar adaptarse y/o intentar rehacer su vida, se produce también un cambio en las actividades que venía realizando o decide realizar. Esto coincide con los estudios que señalan lo difícil que resulta para las personas mayores adaptarse a la situación de viudedad, por su relación con el estrés y la participación en actividades de ocio (Patterson, 1996). No obstante, algunos estudios indican que la mujer se adapta mejor al estado de “viudedad”, y además, tienen mucha más facilidad para vincularse en actividades de tiempo libre (Kleiber, 1999; Gallardo, 2001). Por otro lado, probablemente algunas personas mayores, ya sea por problemas de salud o movilidad decidan irse a vivir con sus familiares, en busca del apoyo social que requieren, lo cual significa que deberán adecuar sus actividades a una nueva situación familiar. Lo mismo ocurre con las nuevas familias llamadas “boumerang” en la que los hijos vuelven a su hogar familiar, ya sea por separación, divorcio u otras problemas. Por ejemplo, en el estudio realizado por el Ayuntamiento de Vic (1993) se encontró que las personas mayores que vivían con algún hijo acostumbraban a pasar las vacaciones en familia. Esto podría significar que en este caso la adaptación a estas nuevas situaciones, no estarían favoreciendo el acceso al consumo del viaje turístico.

Según los postulados de las teorías de los “interaccionistas simbólicos” (ver apartado 2.3.10) la influencia ejercida por los aspectos subjetivos, ambientales, y los individuos entre sí al interaccionar, incidiría en hacer que la persona mayor disminuyera su participación en el ocio-turístico. Esto tal vez se podría explicar por el hecho de que las personas mayores hubieran estado afectadas al haber variado su condición psicosocial, haber perdido “poder familiar”, “status” o “identidad”, entre otros. También, se podría haber producido un efecto de reactancia, al restringir la libertad y/o el provocar algunos conflictos (ej. suegras....) o al haberse producido el efecto del etiquetado social por la condición psicosocial que significa el tener una edad determinada. Todo esto, sugiere que se debería seguir indagando cuáles pueden ser las limitaciones concretas que provocan que las personas mayores viajen al enviudar o vivir con familiares. Por el momento, es importante tener en

cuenta la influencia que tienen las estructuras familiares para condicionar el comportamiento de ocio-turístico, al coincidir también con que la familia es una de las principales preocupaciones que tienen las personas mayores al final de la vida (Triadó et al., 2000). Y también, en relación a esto, señalar que sería interesante tener en cuenta que al diseñar y mejorar los productos turísticos, estas situaciones familiares se tuvieran en cuenta como criterio de gestión turística, de cara a facilitar el acceso y/o participación y/o satisfacción de posibles necesidades, como es el caso de las personas que han enviudado o las mujeres que vuelven a rehacer sus vidas.

En relación al **número de hijos** que habían tenido las personas mayores, esta variable ni fue seleccionada como una información importante para clasificar ni mostró ningún tipo de diferencias significativas entre viajeros y no viajeros. En este caso, el hecho de tener hijos al ser una preocupación más típica de la adultez (Triadó et al., 2000), posiblemente ni favorezca ni limite la elección de viajar. Ahora bien, cabe pensar que el hecho de tener nietos por el mero hecho de ocupar el tiempo libre, tal vez podría ser más significativo. En nuestro estudio empírico, al preguntar sobre la cantidad de tiempo ocupado en otras actividades de tiempo libre deberíamos haber reflejado esta cuestión. No obstante, curiosamente, en otros estudios Olabari et al. (2000) comprobaron que sólo el 26,1% de los abuelos cuida 1 vez a la semana o más a sus nietos. Así, el hecho de que puedan o no puedan viajar por el hecho de tener que cuidar nietos no estaría del todo claro. Además, esto también podría estar afectando a la vinculación en todo tipo de actividades de tiempo libre. Y en el caso de las familias “bumerang” (hijos que vuelven al hogar), el hecho de viajar se podría relacionar más bien con la incidencia del tipo de convivencia (vivir con familiares), como se encontró en un estudio empírico (Ayuntamiento de Vic, 1993) en donde los que vivían con algún hijo acostumbraban a pasar las vacaciones en familia.

En definitiva, las características sociodemográficas estudiadas van a favorecer o limitar el viaje turístico en función de la incidencia que tenga en las pautas y socialización en el consumo turístico de las personas mayores, en el impacto y adaptación que tengan en el proceso de envejecimiento y en todos

aquellos factores que configuran la existencia vital de la persona mayor. Deberán pues ser consideradas como criterios junto a otras características en el diseño y mejora de los productos y/o destinos turísticos.

Específicamente, factores como la **edad**, el **lugar de residencia**, la **profesión**, la **salud subjetiva**, el **estado civil** y la **convivencia** han resultado ser aspectos significativos del comportamiento para el consumo de viaje turístico y por consiguiente deberían ser factores a considerar en un futuro para estudiar las personas que viajan de las que no viajan. También, otros factores, como por ejemplo el **nivel de estudios** nos ha ayudado a caracterizar mucho mejor las personas mayores estudiadas entre las que viajan y las que no viajan. Además, otros aspectos también estudiados como el **sexo biológico** y/o la **situación laboral** (activos o jubilados) nos ha permitido entender muchas situaciones bio-psico-sociales que pueden estar incidiendo en la decisión de viajar.

Además, interpretamos que cada una de estas características está reflejando una significación cultural, social y psicológica, que esta a su vez, está condicionando el comportamiento turístico. No obstante, únicamente considerar estas características no resultaría un método efectivo para poder comprender una multitud de componentes que pueden incidir en el hecho que las personas mayores viajen o no viajen en nuestra sociedad actual, en el sentido de tener en cuenta su complejidad, tal como hemos comentado en el apartado 1.6. Por ello, vamos a tener que considerar además otras variables que también van a incidir en esta realidad de viajar o no viajar, en mayor o menor medida, las cuales pasamos a comentar en los siguientes apartados. Por el momento, nos ha servido para comprobar que se cumplen las relaciones específicas que hemos mostrado en el diagrama 1, en el sentido de que las variables sociodemográficas inciden en facilitar y/o limitar factores tanto intrapersonales, interpersonales como transpersonales y por consiguiente en el acceso al viaje turístico.

### **8.1.2. Actividades realizadas en el tiempo libre**

En base a nuestros resultados, pudimos comprobar que tanto el tipo como la cantidad de actividades que realizaban las personas mayores en su tiempo libre, estaban incidiendo en favorecer o limitar el viaje turístico. En general, ***el hecho de realizar ciertas actividades, como el deporte, salidas de ocio, compras (como afición), participación social (vinculado a alguna asociación), resultaron ser significativas para distinguir el viajero del no viajero.*** Estas actividades, además estaban contribuyendo a ocupar el tiempo libre de las personas mayores de forma positiva, mediante la socialización en destrezas, habilidades sociales, así como enfrentar cambios vinculados a la vejez (ej. “cercanía de la propia muerte”, “identidades”, “etapas evolutivas”, etc...) ( Arbelo y Hernández, 1981, citado en Hombrados, 1993; Conde, 1997; Bandura, 1999; Harahousou, 2000 ).

Por otro lado, se pudo comprobar que el factor bio-psico-socio-cultural de “***estar activo***” era un aspecto significativo a tener en cuenta. En general, la mayoría de las personas mayores de la muestra estudiada se caracterizaban por tener *una baja participación en las actividades de tiempo libre* (a excepción del paseo, las compras y el ver la TV), coincidiendo con los resultados de estudios de la literatura (Codina et al., 1999; Fundación Caja de Madrid, 1996; Imsero/Cis, 1995). No obstante, en base a nuestros resultados, comprobamos que entre las personas mayores que más participaban y específicamente en determinadas actividades, tal como comentaremos seguidamente, las probabilidades de viajar se mostraban superiores.

En este sentido, se pudo determinar, específicamente, que tipo de actividades realizadas en el tiempo libre podrían estar favoreciendo y/o limitando el viaje turístico y a su vez, comprender la incidencia que podían tener los grupos de pertenencia y/o referencia en la socialización, en el estilo de vida y a la postre, en la ocupación del tiempo libre.

### ***Viajar o no viajar en función del tipo de estilo de vida y la ocupación del tiempo libre...***

A partir de nuestros resultados se pudo observar que las personas mayores que realizaban salidas culturales (museos, cine, teatros...), compras (las de afición además de las “diarias”), hacían deporte y paseaban, de forma significativa eran viajeros ( $p < 0,001$ ). En base a estos datos, cabe decir que probablemente el hecho de ***mantener un cierto estilo de vida “activo” está incidiendo en la actividad de viajar***. Esto nos puede estar sugerir que posiblemente estas personas por el hecho de realizar estas actividades se estén socializando en determinadas pautas, actitudes y/o estilos de vida que actúen como referencia, a su vez, en su modo de comportamiento y en el sistema de valores subyacente. Todo ello, nos sugiere que sería interesante estudiar en futuros trabajos las motivaciones y los valores subyacentes de estas actividades y su relación con el comportamiento turístico. Esto apoyaría muchos de los estudios tanto teóricos como empíricos que confirman esta cuestión, como es por ejemplo el hecho de la influencia que tiene el sistema de valores en el comportamiento turístico (Muller, 1991; Pitts et al., 1986) y en los estilos de vida (Shih, 1986; Veal, 1993).

Además, todo esto, se encuentra relacionado, en general, a la adaptación que hacen las personas mayores al envejecer al tener que tomar decisiones en ocupar el tiempo libre que obtienen (gracias a la jubilación o a las nuevas situaciones familiares...). Específicamente, en relación con el concepto de “auto-eficacia”, (ver Bandura, 1999) en el sentido de poseer “control personal” y un “sentido de la vida” que les permite hacer frente a las diversas circunstancias y sucesos vitales, obteniendo bienestar psicológico y/o satisfacción a través de la vivencia del ocio y/o el turismo (Roelofs, 1999). Considerando, a su vez, que el tiempo libre y el ocio puede ser vivido y condicionado tanto de forma subjetiva (autocondicionado) como objetiva (heterocondicionado) en el sentido teorizado por Munné et al., (1996) o también puede ser fruto de una “construcción social” (Alvarez Sousa, 2000) afectando lógicamente el estilo de vida.

La actividad de viajar puede o no llegar a formar parte también del estilo de vida en función de: 1) una socialización en determinados valores proclives a viajar 2) un comportamiento individual de adaptación al envejecimiento. En este sentido, a pesar de que se comenta que existe una “propensión a viajar”, sólo el 3,8% de la población se inicia en esta actividad, así como también pocos son los que se inician también en actividades culturales, deportivas y de aprendizaje si no se hubieran iniciado antes de los 65 años, según datos del estudio de Imserso/Cis (1995). Esto, tal vez, se podría explicar posiblemente por la *teorías de la continuidad* que postulan que la adaptación y el estilo de vida se hallan principalmente determinados por los estilos, hábitos y gustos adquiridos a lo largo de toda la vida. Aunque, esto no significa que precisamente existan otro tipo de personas que, a pesar de su avanzada edad, puedan estar motivadas por nuevas aventuras y oportunidades de aprendizaje y no se lo impida ningún tipo de limitación vinculada a la edad (ej. estereotipos, salud, etc...) en la línea de las nuevas teorías explicativas que asumen la metáfora de “envejecer en el país de Ulises” (ver apartado 2.3.11). Esta, precisamente podría ser la situación en que se encuentran algunas mujeres que enviudan y cambian radicalmente de modo de vida. También, en nuestro estudio de campo nos encontramos con algunas mujeres que empezaron a viajar a partir de quedarse “viudas”, así como a vincularse a muchas actividades de tiempo libre, las cuales anteriormente, en su vida de “casadas” no habían podido acceder.

No obstante, también es importante considerar en la misma línea que el estudio realizado por Olabarri et al., (2000) ***la existencia de una diversidad de estilos de vida y de ocio en el colectivo de personas mayores***, lo cual significa prestar atención también a los diferentes motivos, intereses y/o opiniones por el cual la persona mayor realiza la actividad con el objeto de poder comprender hasta que punto estas actividades pueden estar favoreciendo o limitando la participación en el viaje turístico. Por ejemplo, en relación al mencionado estudio (Olabarri et al., 2000) encuentran que entre personas mayores de 55 años de la población vasca, algunas tipologías viajaban debido al interés cultural, otros por su afición lúdica o hedonista, y otros debido al tipo de preocupaciones que tenían (familiares, hobbies, etc...). Algunos de estos, organizaban su tiempo libre considerando estos aspectos y algunos dejaban de viajar también por este motivo. Otros estudios también se han

interesado por obtener tipologías de viajeros, basados en sus motivaciones, valores y estilos de vida (Cleaver et al., 1999) con el fin de adaptar mejor los diseños de los productos turísticos. Por otro lado, otros estudios refieren que para lograr un estilo de vida óptimo cabe considerar la combinación entre prácticas de ocio serio y causal (ver Stebbins, 2000 y Codina, 1999). De ahí, que posiblemente el conocer como y de que manera las personas mayores viven, valoran y opinan acerca de la actividad de viajar debería ser un dato importante para saber hasta que punto los diseños de productos turísticos dirigidos a este tipo de personas están lo suficientemente adecuados a sus particularidades y estilos de vida. En este sentido, tal vez determinadas personas mayores que llevan un estilo de vida “activo” en su vida cotidiana prefieran al participar en el viaje turístico, productos y/o destinos turísticos en que puedan mantener su nivel de actividad o tal vez prefieran todo lo contrario. En cualquier caso, podría ser un tema interesante a investigar en el futuro.

En relación a todo esto, nuestros datos mostraron, por ejemplo, a través del análisis bivalente, que **las personas mayores que eran viajeros de una manera significativa realizaban más deporte** ( $p < 0,001$ ), concretamente la gimnasia y la natación. El realizar deporte también fue una variable considerada discriminativa en el análisis multivariable de las redes neuronales. Así, el hecho que las personas mayores que viajan sean principalmente deportistas, significa que hacen frente a este periodo vital, de una manera activa, integrándose socialmente a través de estas prácticas y haciendo frente a las posibles pérdidas personales y sociales ocasionadas por el envejecimiento (Erikson, 1963; Kleiber, 1999).

Asimismo, en nuestros datos (análisis bivalente) también se pudo comprobar que **los viajeros también paseaban más de forma significativa** ( $p < 0,001$ ), actividad que es realizada con frecuencia por este colectivo (Imsero/Cis, 1995). El hecho de pasear al igual que el realizar deporte en general, implica estar “activo”, ocupar el tiempo libre relacionándose con el entorno social y mantener en cierta medida un estilo de vida *saludable*. También, en esta línea, se encuentran varios estudios de la literatura que indican que **la participación en actividades físicas se relaciona con mantener un estilo de vida saludable**, tener satisfacción y calidad de vida en el retiro, así como evitar el aislamiento y la depresión, entre otros

aspectos vinculados a estos últimos años de vida como es el hecho de tener una percepción de salud y una autoimagen positiva (Armadans et al., 1998; Sport 3, 1993; Codina et al., 1995; Fernández-Ballesteros, 1997; Kelly, 1997; Espejo et al., 1998; Patterson et al., 1999; Harahousou, 2000).

También, otros encuentran que verdaderamente existe una motivación e interés por la realización de actividades físicas y/o de aire libre entre las personas mayores que viajan concretamente en nuestras sociedades industriales avanzadas (Moisey et al., 1999). Esto coincide, además, con el estudio que se realizó a personas mayores con un itinerario deportivo importante (Esport 3, 1993) en el que también, concretamente, se podían encontrar muchas personas que combinaban sus actividades deportivas con su afición a viajar, ya sea por la propia combinación intrínseca a la actividad (ej. caso del cicloturismo) o para complementar esta (ej. gimnasia de mantenimiento). También, se observa en este estudio cualitativo (ver apartado 3.3.2) que la combinación del viaje turístico con la práctica deportiva en las personas mayores contribuye a dar un sentido a su vida, reforzador de la identidad personal y social, además de estar reflejando la presencia de diversos valores y preocupaciones que reflejan un estilo de vida propio de nuestra época, tales como el “cuidado del cuerpo”, “la salud”, “sensibilidad por la naturaleza”, “el hedonismo (aunque aquí el placer es riesgo con medida)”, etc... (Armadans, 1999). Por otro lado, la actividad de “pasear” al ser una actividad que es recomendada por los servicios sanitarios y de salud, comporta en cierto sentido, una vida activa “sana” y además también pone en contacto a la persona con los estímulos externos del medio ambiente.

Por otro lado, dado que no todas las personas que realizaban deporte y que paseaban eran viajeras, en algunos casos, podría también existir otro tipo de condicionantes para la actividad de viajar, ya sea por preferencias hacia la actividad específica de viajar, prioridades, etc.... En relación a esto, por ejemplo y según el análisis bivalente, nos encontramos que la variable que media la frecuencia y regularidad con que se realizaba la actividad deportiva, indicaba de forma significativa que precisamente los que no viajaban la realizaban con más regularidad ( $p < 0,012$ ). Esto, nos sugiere, una vez más (al igual que sucedía con la edad) que

pueda existir una relación “curvilínea” de la variable deporte con la de viajar, **en el sentido de que a mayor práctica deportiva mantenida de forma frecuente y regular, tal vez la misma actividad ocasione que no se pueda viajar**. De hecho en nuestro estudio empírico nos encontramos con alguna experiencia personal que nos contaba que no podía viajar precisamente para no dejar la vida organizada y sistemática que tenía alrededor del deporte. Tal vez en estos casos, el hecho de que pueda ser relevante el hacer deporte, sugiere que deberían existir criterios para los gestores turísticos para que los destinos y/o productos turísticos proporcionaran la posibilidad de no permitir que la persona mayor hubiera de dejar de practicar la actividad (ej. deporte, pasear...). También, podría ser interesante investigar en un futuro si los motivos que llevan a una persona a realizar actividades físicas de que forma se relacionan con la actividad de viajar, ya que como dato curioso en nuestro estudio empírico nos ocurrió que nos invitaron a visitar un grupo de deportistas de avanzada edad que tenían “fama” de ser muy activos y que se tenía la convicción de que posiblemente viajarían. La sorpresa fue, que muchos de ellos no viajaban ya que realizaban la actividad deportiva la mayoría por prescripción médica y una convicción muy específica de la utilidad del deporte y el viajar lo consideraban más bien otro tipo de actividad muy distinta.

Por otra parte, la práctica deportiva como “conducta recreativa”, como forma de ocio, contiene las tres dimensiones diferenciadas de *actividad*, *escenario* y *experiencia* según el modelo de Driver y Rosenthal aplicado por Castro et al., (1997), comporta el que sea una experiencia subjetiva, que implica una libertad percibida y en la que sus manifestaciones deben producirse en un escenario de conducta (Castro, 1994: 1997; Wicker, 1979; Goytia, 1999). Esto significa considerar que las personas mayores, además de viajar han debido tener o tienen oportunidades para realizar este tipo de actividades, posiblemente, gracias al lugar que residen, a la socialización por generación, edad, sexo, grupos de pertenencia y a las actitudes y preferencias que han desarrollado hacia el viajar (Zimmer et al., 1995; Harahousou, 2000). Por tanto, esto nos sugiere la relación que mantienen los factores estructurales con los intrapersonales (ej. estar “activo) y también con los interpersonales (ej. mantener la relación con el grupo de pertenencia, buscar apoyo social...).

Por otro lado, en relación a las **salidas culturales y de ocio** (ir a museos, cines, teatros, etc... nos encontramos que esta resultó ser también una variable muy significativa para discriminar entre viajeros y no viajeros. En concreto, según el análisis bivalente, **viajan más los que también realizan más salidas culturales y de ocio** ( $p < 0,001$ ) y en cuanto a los dos análisis multivariantes también resultó ser una variable que aportaba una información importante para clasificar al viajero del no viajero. De hecho, el realizar este tipo de actividades comporta el poseer implícitamente las condiciones de personas mayores que, además, tienen una calidad de vida en la vejez personal, social y ambiental (Fernández-Ballesteros, 1997), en el sentido de que poseen salud, se pueden valer por sí mismos, tienen unas mínimas condiciones económicas (pensión o renta), mantienen relaciones sociales, se mantienen activos y hacen uso de los servicios (ej. museos o cines con descuentos...). Esto, sugiere que las actividades culturales y de ocio que los destinos y/o productos turísticos posean pueden resultar interesantes para ellos y es por este motivo que los gestores turísticos deberían considerarlos. También, posiblemente sean personas que puedan estar más satisfechos con la vida y aprovechen mucho mejor las oportunidades culturales y de aprendizaje. En este sentido, algunos estudios teóricos y empíricos consideran que un envejecimiento óptimo tendría que suponer por un lado el mantenimiento de los niveles de actividad en la edad avanzada y/o en la jubilación (Hombrados et al., 1995; McGuire et al., 2000), considerar el uso que hacen las personas mayores de su tiempo libre (Harahousou, 2000) y aportar significado a la última etapa vital y satisfacción a través del ocio, para evitar los efectos negativos de la ausencia de actividades de tiempo libre (Gutiérrez, 1990; Erikson, 1963; Kleiber, 1999; Roelofs, 1999).

También la variable de la actividad de las **compras** reflejó que **los viajeros de forma significativa realizan más compras que los no viajeros** ( $p < 0,001$ ), y en concreto las que son por “afición” además de las “diarias” ( $p < 0,046$ ). De hecho para las personas mayores, en general, el comprar representa un placer más que una obligación, les permite mantener relaciones sociales (Villar, 1999) y ocupar el tiempo libre manteniéndose activos. Además, posiblemente el hecho de ser aficionado a las compras puede estar reflejando también una actitud más proclive al consumo y al

gasto (You et al., 1999), lo cual también les facilita el que sean más expertos en esta actividad. También el viaje-turístico depende en cierta medida de las pautas de consumo y/o el gasto que potencialmente exista en las personas y en los grupos en función de su situación social y personal en las sociedades industriales avanzadas (Alvarez Sousa, 1994; Valls, 1999), además de las características que posean los productos turísticos.

Asimismo, en nuestros datos la variable **comprar** se manifestó también como una información importante para poder clasificar el viajero del no viajero, a través de los dos análisis realizados de función discriminante. Esto nos está indicando que este tipo de actividad, que es muy practicada por las personas mayores, a su vez está incidiendo en el hecho que sean o no viajeros. Estos, pueden conseguir "*mantenerse activos*" y útiles y disfrutar de los placeres cotidianos. En relación a esto además nuestros datos reflejaron que, **las personas que viajan compran más todo tipo de compras, además de las cotidianas las que son por afición** ( $p < 0,046$ ). Así, posiblemente el hecho de realizar más compras esté también relacionado con el hecho de pertenecer a un grupo de edad, cohorte o generación con las posibilidades que ello puede comportar en las condiciones de vida, y a las tendencias en los modos de conducta, sentimientos y actitudes hacia todo tipo de consumo (Pérez, 1996). También, en este sentido posiblemente la misma actividad al facilitar el contacto interpersonal, la experiencia y a lo sumo el placer funcione para que las persona mayor al mismo tiempo consiga un desarrollo psicosocial satisfactorio, evitando la desesperación y buscando la integración vital (Erikson, 1982; Papalia, 1990) que de manera simbólica (Dimanche, 1994) le sirve para asumir identidades personales y sociales, similar a lo que ocurre cuando la persona consume el viaje turístico. Esto sugiere que la actividad de "comprar" o la de "shopping" que algunos gestores turísticos utilizan como reclamo también es una actividad que se debería considerar como criterio al diseñar y planificar un producto y /o destino turístico adaptado a las personas mayores.

Una de las variables en la que no pudimos obtener diferencias significativas a través del análisis bivariante fue la referida a la **participación social** (vinculados a alguna asociación). No obstante, diversos estudios han relacionado la participación

social con el tener calidad de vida y/o niveles de satisfacción (Harlow et al., 1996; McGuire et al., 2000). Ahora bien, posiblemente no por el hecho únicamente de participar socialmente las personas van a ser viajeras o no viajeras, muchas de ellas pueden estar vinculadas a alguna asociación por motivos muy diversos, que no necesariamente pueden tener que ver con la actividad de viajar. O también, puede ser un indicador importante el hecho de que no estén vinculados a asociaciones.

No obstante, esta variable si que fue considerada importante para poder clasificar al viajero y al no viajero en la respuesta específica de si pertenecen o no a otras asociaciones y en los que están vinculados a asociaciones políticas en el análisis discriminante de Fisher. Tal vez esta variable pueda estar indicando la *baja participación en las actividades de tiempo libre* (Codina et al., 1999; Fundación Caja de Madrid, 1996; Imsero/Cis, 1995) y en especial en lo que tiene que ver con la participación en grupos sociales de las personas de 65 y más años y las personas que vivieron los largos años de dictadura, los cuales no propició la libre asociación (Hombrados et al., 1995; Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 1996).

Por otro lado, el considerar el ocio-turístico como actividad o ocupación destaca el que sea una acción que comporta *participación social voluntaria* (Dumazedier, 1971; Munné, 1980) en el sentido de que la persona mayor al convertirse en turista, se identifica de manera totalmente voluntaria con la identidad del turista (Sousa, 1994), socializándose a su vez en determinados valores y habilidades sociales, lo cual repercute en el nivel de autoestima y bienestar psicológico de forma positiva, en el caso que la experiencia haya sido satisfactoria. En relación a esto, algunos programas de turismo han destacado el poder dinamizador y socializador que tiene el hecho de viajar para favorecer la participación social o el asociacionismo (Esport-3, 1992). Probablemente, las personas que estén asociadas por algún motivo, ya sea por ideas políticas, por una condición de edad (asociaciones de mayores), por realizar una actividad física como deporte, también están expuestas a múltiples influencias que supone el estar en contacto con otros. De todos modos, el que la participación social pueda favorecer o limitar el viaje turístico en última instancia podría depender de la relación que tenga esta con otros condicionantes sociodemográficos, como la situación familiar, la edad,

el lugar de residencia, la percepción del tiempo que uno tiene (Ajuntament de Barcelona, 1994), el estado físico y psicológico, así como el tipo de experiencia y relación que se establezca con el viaje turístico. Esto sugiere que se debería seguir indagando para tratar de encontrar la relación que se establece entre el asociacionismo o participación social y viajar y no viajar. Podría ser perfectamente que algunas personas estuvieran vinculadas a alguna asociación que precisamente no favoreciera el que las personas viajaran. A nivel de los criterios que se deberían tener en cuenta en la gestión de los productos turísticos podría ser el considerar que los consumidores podrían ser susceptibles de ser localizados en determinadas asociaciones y no en otras, además de tener en cuenta la relación que puede tener la *participación social* con el hecho de viajar o no viajar y en estar mejor identificados con el tipo de destino y/o producto turístico.

En relación a las otras actividades de tiempo libre que también fueron estudiadas en la muestra, tales como ver la TV y realización de otras actividades diversas, como la lectura, las manualidades, el cuidar “nietos” o “enfermos”, etc... estas no mostraron diferencias significativas entre viajeros y no viajeros, en el análisis bivalente, así como tampoco fueron seleccionadas como variables importantes en los análisis de función discriminante. Estas, pueden estar indicando la presencia de mayor o menor actividad (ej. TV) y características complementarias (ej. lectura..) a otras que son de por sí ya significativas (ej. estudios). Esto significa que el poseer estas determinadas características no tiene porque estar ni favoreciendo ni limitando el que se pueda viajar o no se pueda viajar. No obstante, estas constituyen un reflejo de algunas ocupaciones objetivas que caracterizan el tiempo “no laboral” que es propio de las personas mayores, en donde por ejemplo, por un lado, *se puede observar que ver la TV es una actividad preferida en un 97% tanto por viajeros como por no viajeros*. También, la realización de otras actividades en que las personas mayores ocupan su tiempo libre son *diversas y heterogéneas*, y algunas son también probablemente las características de esta generación/es, por ejemplo la lectura (ver anexos). Además todo ello, coincide con los datos que ya aportaron los estudios de Imsero/Cis (1995). También, cabe señalar tal como comentan algunos autores, que el hecho de que este colectivo realice turismo ocupando su tiempo libre, va a depender del significado que tenga el ocio como

turismo , así como la administración que haga de su tiempo libre en función de intereses y criterios personales (Ruiz, 1995; Zorrilla, 1995) y a pesar de que exista tiempo libre disponible no siempre se ocupará en la realización de turismo (ver apartado 3.1.). No obstante, el conocer el tipo de actividades de tiempo libre que son más practicadas y/o preferidas por las personas mayores también puede ayudar para establecer criterios de que tipo de actividades deberían proporcionar los productos y/o destinos turísticos para satisfacer el colectivo de personas mayores.

### **8.1.3. Experiencia y relación con el viaje turístico.**

En base a nuestros resultados pudimos comprobar que existían diferencias significativas entre viajeros y no viajeros al considerar, las *relaciones y contactos con otras personas “viajeras”* , la *experiencia viajera* y las *preferencias y percepciones hacia la actividad de viajar*. Además, concretamente **el tener amigos que viajasen**, la **importancia del viaje turístico** y la **percepción de si viajar era o no “recomendable”** fueron variables que nos ayudaron a distinguir el que viajaba del que no lo hacía al aplicar los análisis de función discriminante. Todo ello, ponía de manifiesto que el turismo como “experiencia” psicológica y social esta vinculado a la influencia que tiene en la conciencia de la persona mayor por el mero hecho de mantener o haber mantenido relaciones con “otros” significativos, así como el poseer determinadas ideas “proclives a viajar” expresado a nivel de valoraciones y percepciones, propio de la *experiencia subjetiva* que comporta el turismo. Esto, apoya la idea de los que defienden el ocio como una experiencia humana subjetiva (Cuenca, 1995; Goytia, 1999), en la que están implicadas las actitudes, las percepciones, los significados que tiene la actividad (Csikszentmihalyi et al., 1991), así como el considerar el nivel interpersonal como un factor que puede favorecer o limitar la participación y/o realización del viaje turístico en la misma línea defendida en el modelo de Crawford et al. (1991). Por otra parte, cabe suponer que las personas mayores han interiorizado lo que conlleva la acción viajera del “turismo”, el tener que actuar en un escenario diferente ajeno a la rutina diaria (San Martín, 1997), el desplazarse y relacionarse con otras y/o la cuestión de la distancia espacial (Ruiz, 1995). En este sentido, en función de las diferentes experiencias y relaciones

que estas hayan mantenido o mantengan hacia la actividad de ocio-turístico se podrán considerar las distintas influencias que favorecen o limitan el viajar. Asimismo, también deberemos considerar que existirán una diversidad de experiencias turísticas, dentro del mercado heterogéneo de personas mayores, en función de otras características sociodemográficas, estilos de vida, intereses, motivaciones y/o valores, así como pautas de consumo (Cleaver et al., 1999; You et al., 1999). Por todo ello, vamos a comentar, concretamente, cuales fueron los principales resultados obtenidos en cuanto a las variables más importantes en relación a la experiencia y relación con el viaje turístico, así como señalar también sus implicaciones teóricas y prácticas.

### ***Viajar o no viajar en función de las relaciones y contactos con el viaje turístico...***

Nuestros datos reflejan de manera significativa en el análisis bivalente que ***los “viajeros” han tenido mayor relación y contacto con personas “amigas” también viajeras*** ( $p < 0,001$ ). Además, la variable “amigos que viajan” también fue considerada como importante para ayudar a distinguir los viajeros de los no viajeros según los dos análisis de función discriminante realizados. Esto significa que los grupos de referencia es posible que sean un factor importante a considerar como un elemento “*culturalizador*” y “*socializador*” en esta última etapa vital (Gerontología, 1992; Leon et al., 1998). Asimismo, estos grupos de referencia, pueden ejercer una influencia positiva evitando los peligros que puede comportar la vejez ya señalados por Conde (1997) y otros autores que han sido referidos a lo largo del marco teórico.

También cabe considerar que en esta etapa vital tiene mucha importancia la presencia de los “otros” significativos, que además de la importancia que pueda tener el papel de la familia, se encuentran las vinculaciones grupales por razón de edad (cronológica o subjetiva), intereses comunes, circunstancias sociales y personales. En este sentido, por ejemplo, las relaciones y contactos con amigos (no familiares) que también reúnen características similares (viaje), supone una manifestación positiva del apoyo social (Gubriun, 1973) dado que favorece el que las

personas sean “viajeras” y al mismo tiempo puede estar evitando el aislamiento social, propio de la vejez, en la línea de la tendencia que postula la Teoría del retraimiento o desvinculación social (ver apartado 2.3.2). Cabe destacar que a partir de edades avanzadas es posible que las personas mayores se identifiquen con sus iguales. En relación a esto, Rose (1962/1965) destaca la importancia de la vinculación con grupos por razones culturales por el hecho de formar una subcultura, o la influencia que puede tener el pertenecer a un mismo estrato social (ver apartado 2.3.9). Además, respecto a elegir si viajar o no viajar, considerándolo como un acto genérico de compra, por ejemplo, Van Raaij (1986 citado en Milman, 1998) indica que el mero hecho de decidir al respecto de tomar unas vacaciones puede implicar una *comparación social* con otros, incluso de tu mismo entorno familiar. Aunque, cabe considerar que en las personas mayores estudiadas posiblemente el factor de cohorte o generacional pueda explicar el hecho de que pueda existir comparación con sus “iguales” dado que pueden sentir que comparten acontecimientos y vivencias comunes (Pérez, 1996). Esto sugiere, que la influencia que ejercen los amigos que viajan podría ser utilizada como criterio al diseñar y gestionar productos y/o destinos turísticos ya que por ejemplo, el mero hecho que la experiencia psicosocial haya sido satisfactoria en los turistas mayores, probablemente incidirá en la posibilidad de que otras personas mayores también deseen viajar. Por ello, esto sugiere estudiar en próximos trabajos, con más profundidad, que tipo de amigos son los que en realidad influyen, por qué motivos y en que condiciones se producen estas influencias con el objeto de poder explicar mejor la influencia que pudiera llegar a tener el factor interpersonal en la elección y participación turística.

Por otro lado, *el hecho de tener hijos que viajasen*, en este caso no nos permitió encontrar diferencias entre los que viajaban y los que no viajaban. Así, el tipo de influencia que puede tener el hecho de tener hijos o no en las sociedades industriales avanzadas en las personas mayores ya lo hemos comentado anteriormente (ver apartado 8.1.1) y hemos visto que no constituía un factor de incidencia clara para distinguir los que viajan de los que no viajan y posiblemente por estas mismas razones, tampoco se manifestó como una variable de influencia importante, el tener hijos que viajasen. También cabe considerar, que si bien antes hemos comentado que la estructura familiar incide en el comportamiento turístico,

los hijos formando parte de esta, posiblemente influyan cuando exista una determinada relación y convivencia con las personas mayores, lo cual puede estar en función de otros factores, la adaptación a las nuevas situaciones de convivencia, como el caso de los hijos que vuelven a sus casas (“familias boumerang”). Y tal vez, los destinos y/o productos turísticos no resulten lo suficientemente adaptados a las peculiaridades de los que conviven con familiares, ya que tal como hemos comentado viajan menos que los que conviven en pareja.

También, es interesante recordar en relación a todo esto que posiblemente **el hecho de que los viajeros tengan más amigos que viajan de forma significativa** sea para evitar la limitación interpersonal que podría suponer el no tener amigos que viajasen para tener alguien que les acompañe (el factor interpersonal) y además sirva como estímulo para decidirse a viajar, compartiendo con ellos las vivencias y sentimientos que les provoquen los viajes (Crawford et al., 1991).

### ***Viajar o no viajar en función de la experiencia “viajera”...***

En relación con la experiencia “viajera” nosotros les preguntamos a las personas mayores, además de si tenían amigos y/o hijos que viajasen, *cual era la importancia que le daban a viajar*, cuanto habían viajado, y/o que tipo de viaje habían realizado. Teniendo en cuenta, que para realizar los análisis de función discriminante no utilizamos estos 2 últimos tipos de variables. **Los viajeros de manera significativa daban más importancia al hecho de viajar** ( $p < 0,001$ ), según el análisis bivariante. Además, esta variable permitió distinguir el que viaja del que no lo hace, también, según los análisis con función discriminante. Esto, significa que el hecho que los viajeros estudiados le otorguen mayor valor a viajar, posiblemente se pueda explicar, a nivel general, en función de razones culturales, sociales, psicológicas y biológicas (Iso-Ahola, 1980; Pearce, 1994); San Martín, 1997). En este sentido, por la influencia que supone estar condicionado por situaciones culturales y sociales en la sociedad que uno vive (Alvarez Sousa, 1994), en el comportamiento meramente unipersonal en relación al consumo turístico (Munné, 1995), en la incidencia que tiene el comportamiento turístico en los valores y los

estilos de vida (Muller, 1991; Pitts et al., 1986; Shih, 1986; Veal, 1993).

En función de las experiencias turísticas anteriores y/o actuales, estas personas mayores han tomado conciencia del valor y la importancia que tiene para ellos la actividad de viajar. Así, en este caso el hecho de que se considere la actividad de viajar *importante* supone que se considera el viajar como una de las prioridades vitales, un valor y/o una preocupación que puede contribuir inevitablemente en la calidad de vida (San Martín, 1997; Moreno et al., 1999; Hernández y Valera, 2001) y además puede contribuir, concretamente, además, en algunas de las dimensiones personales que forman parte de la calidad de vida en la vejez (Fernández-Ballesteros, 1997). A pesar del valor que posee el ocio, o el turismo como ocio para las personas mayores, esto no significa que necesariamente, las experiencias psicosociales de viaje sean satisfactorias. No obstante, existen iniciativas por parte de las administraciones que se orientan a promover la calidad de estas experiencias turísticas para que los entornos y/o productos turísticos respondan a las necesidades y peculiaridades de este colectivo, como refleja la Carta de Recife de Turismo de personas mayores” de la OMT, (1996). Por otra parte, esto sugiere que se debería investigar con más profundidad que aspectos van a determinar la evaluación positiva de sus viajes, considerando muchas otras variables que pueden incidir en la línea apuntada por Ryan (1994) y/o Milman (1998), tales como el nivel o el tipo de viaje, entre otras. Por otro lado, si los que no viajan no consideran tan *importante* viajar posiblemente sea porque se hayan desarrollado psicosocialmente haciendo uso de otros caminos alternativos que existen para conducirles a una integridad vital (Erikson, 1982; Papalia, 1990) o en su defecto estén padeciendo algunas de las limitaciones (estructurales, interpersonales, intrapersonales) explicitadas en el modelo de Crawford et al., (1991) por las que prefieren o no pueden viajar.

Por otra parte, en relación a nuestros resultados hemos podido observar, además, que las principales diferencias que han resultado ser significativas entre viajeros y no viajeros en cuanto a la experiencia “viajera”, según el análisis bivariante son que **Los viajeros tienen más cantidad de experiencias “actuales” y “pasadas” que los no viajeros** ( $p < 0,001$ ). Por consiguiente, los viajeros “seniors”

parece que aprovechan las oportunidades de consumo turístico que les brinda la sociedad actual (Goytia, 1998; Garau,1998), aunque cabe considerar que según datos de Imsero/Cis (1995) sólo es el 15% de personas mayores las que viajan. También, podría ser que coincidieran con las que realizan mayor cantidad de actividades de tiempo libre, ya que como hemos comentado en apartados anteriores existe también un bajo porcentaje. Esto sugiere a los diseñadores y gestores de productos turísticos la existencia de un potencia de “no viajeros” que tienen menos experiencias viajeras y que tal vez deberían ser considerada la posibilidad de que se pudieran convertir en “viajeros”. Por otro lado, posiblemente el factor “socializador” y “culturalizador” de las iniciativas sociales como Imsero de los programas de turismo, así como las influencias de las vinculaciones sociales y culturales estén ejerciendo el efecto en los hábitos de consumo de estos viajeros mayores (Bosch, 1996). No obstante, probablemente estos viajeros “mayores” han sido socializados en estas actividades por muchos otros diversos motivos, como es por ejemplo el pertenecer a asociaciones (Sport 3, 1992), o el haber sido educadas sus aptitudes para el ocio en pro de una mentalidad favorable al viaje turístico (Buendía et al., 1994; Berjano et al., 1996; Sousa, 1994:2000). Además, cabe considerar que ya de por sí la *socialización*, el desear estar expuesto a situaciones nuevas o evadirse del estrés de la vida cotidiana fue encontrado como una de las características específicas de los viajeros de estas edades (Hagan et al., 1991, citado en Zimmer et al., 1995).

Por todo ello, además, la idea que existe que el número de personas mayores que viajan ha aumentado en los últimos años, posiblemente coincida con las conclusiones de Ouellette (1996), en las que refiere que más bien esto se pueda explicar observando que **los que viajan lo hacen más a menudo**. En el sentido, que una vez las personas mayores acceden al viaje turístico los mismos beneficios personales y sociales que obtienen posiblemente estén actuando como un estímulo motivador para viajar más. En este sentido, por ejemplo el hecho de que el viaje turístico tenga un impacto positivo en el bienestar y en la felicidad (Milman, 1988), además de posibilitar la comunicación entre familiares y amigos (Sousa, 1994) o el que pueda satisfacer el deseo de visitar amigos y familiares (Anderson y Langmeyer, 1982; Romsa et al., 1989, Shoemaker, 1989), entre otros efectos, probablemente

haga que una vez que se descubre el placer de viajar la tendencia sea, en función de las posibilidades, viajar cada vez más. En estudios sobre el mercado de la gente mayor se detectó que las visitas familiares juegan un papel importante en el interés para viajar en las personas mayores (Brewer, K.P; Poffley, J.K; Pederson, E.B, 1995). Cabe añadir que, el valor familiar es importante en este grupo. Todo esto sugiere que uno de los criterios importantes que deberían utilizar los que diseñan y planifican viajes turísticos para las personas mayores debería ser el mantener el nivel de calidad, así como la atractividad de los productos y/o diseños turísticos, así como asegurarse de que las personas mayores están realmente satisfechas y son felices viajando.

Por otro lado, también hemos podido observar que **existen diferencias en cuanto al tipo de viajes que realizan los viajeros y los no viajeros** ( $p < 0,001$ ). En general, los que viajan realizan en más cantidad tanto “excursiones” como “viajes de ocio”, pero si que pudimos comprobar, específicamente, según el análisis bivalente, que los “viajeros” **viajaban más por su cuenta y por agencias-empresas** ( $p < 0,001$ ). De hecho, los “viajeros” han acumulado más experiencia “viajera” y ello les ha podido aportar una autoeficacia más alta en el mismo sentido que es teorizado por Bandura (1987) (ver apartado 3.1) y por lo que las personas mayores, probablemente, se sienten mejor capacitadas para elegir el tipo de viaje que les puede resultar exitoso en función de sus experiencias (directas, vicarias, de persuasión verbal y de activación fisiológica). De hecho, esto además coincide con estudios anteriores que informan que las personas mayores “viajeras” en comparación con personas más jóvenes acuden más frecuentemente a las agencias de viaje y también en un 75% suelen viajar por su cuenta (Acctt, 1996). También, específicamente, en cuanto a la **experiencia pasada en viajar** los viajeros de manera significativa, según el análisis bivalente, realizaron más excursiones ( $p < 0,033$ ), viajes de ocio, tanto al extranjero ( $p < 0,009$ ) como a nivel nacional ( $p < 0,001$ ), y también han visitado de forma más frecuente su pueblo natal ( $p < 0,026$ ).

En definitiva, esto sugiere, que los viajes turísticos y la tendencia a seguir viajando a través del tiempo, posiblemente se pueda explicar por las influencias que ello tenga en el bienestar mental, físico y social de la persona mayor (Vellas, 1986).

Lo cual significa que pueda seguir siendo una área de interés en el futuro para los investigadores psicosociales y de la gerontología (Gerontología, 1992). También, debería ser considerado como un criterio relevante para diseñar y/o planificar productos y/o destinos turísticos para los consumidores mayores del próximo milenio.

Por otro lado, no se encontraron diferencias significativas, según el análisis bivariante, entre los destinos que eligen actualmente los “viajeros” y los “no viajeros” ni tampoco en cuanto al deseo de viajar a otros lugares, diferente del escogido. Esto puede significar que a pesar de que los viajes, (tanto de los viajeros como de los no viajeros) más frecuentes se realizan en el territorio nacional, la elección de las actividades vacacionales, esta a su vez, vinculada a los valores personales de los mayores (Pitts et al., 1986) y como colectivo social y cultural puede estar condicionada por muchos aspectos que inciden en el comportamiento de ocio-turístico en las sociedades industriales avanzadas (Sousa, 1994), los cuales pueden estar afectando a toda la población mayor.

### ***Viajar o no viajar en función de las preferencias y percepciones hacia la actividad de viajar...***

Además, de la experiencia viajera, en base a nuestros resultados, comprobamos que existían diferencias significativas, según el análisis bivariante, entre “viajeros” y “no viajeros”, al elegir el viaje turístico en sus preferencias y consideraciones personales, en la cuestión del **precio**, **el lugar que visitaban**, la **agencia**, las **actividades** y el **servicio** que incluía el viaje. Teniendo en cuenta que estos aspectos que ellos se refirieron eran los que habían tenido en cuenta al elegir un determinado tipo de viaje turístico, y por consiguiente podía haber influido en la determinada elección turística que efectuaron. Por otro lado, no se pudieron encontrar diferencias en el considerar si viajaban amigos. Tal vez, el considerar si viajaban amigos o no teniendo en cuenta que la mayoría de los que viajan son “parejas” no sea suficientemente importante. En este sentido Pearce (1993<sup>a</sup>) ya argumentó que las personas a lo largo del ciclo vital pueden estar motivadas por

diferentes aspectos y esto puede influir en sus elecciones turísticas, aunque cabe también tener en cuenta que esto puede cambiar en una experiencia turística específica, lo cual sugiere que estos datos solo nos están orientando a nivel general sobre algunos de los principales aspectos que consideran las personas mayores cuando viajan, y además nos informan de algunas de sus principales preocupaciones en relación al viaje. En base a nuestros resultados, **los viajeros consideran más el factor precio que los no viajeros** ( $p < 0,001$ ). Esto, puede estar reflejando la necesidad que las personas mayores tienen de administrar su “seguridad económica”, además si tenemos en cuenta que los que viajan lo hacen a menudo, creemos que no es tanto por el hecho de que el precio, en el sentido de que sea barato (en la línea de uno de los estereotipos populares existentes sobre estas personas) constituya una de las principales prioridades al elegir destino (Villar, 1999) sino más bien creemos que la experiencia “viajera” con que ellos cuentan también les hace expertos en discriminar mejor la relación que puede existir en la relación calidad-precio de los productos turísticos. Por otro lado, **los viajeros consideran más el factor de elección del lugar que visitan** ( $p < 0,008$ ). En relación a este hecho, Mill et al, (1998) ya se refirió en cuanto a la elección de destinos a las capacidades que reúnen los “viajeros” mayores para percibir los que les pueden aportar una mayor satisfacción y ser adecuados para ellos. (Mill et al., 1998). En este sentido, por ejemplo en estudios de consumo anteriores se han destacado algunas características que consideran las personas mayores en los viajes, tales como el clima, la distancia de los desplazamientos, la duración, etc... (Zimmer et al., 1995; Villar, 1999). Además, posiblemente, las personas mayores viajen a ciertos lugares que visitan en función de muchas particularidades que les atraen, de la percepción e imagen que tienen del lugar y de los beneficios psicosociales que obtienen en la interacción (Castro, 1994; Castro y otros, 1997; San Martín, 1997). Esto sugiere, la necesidad de seguir investigando por la incidencia que puede llegar a tener la combinación de recursos socio-ambientales en una destinación determinada con el objeto de adecuar mucho mejor estos destinos a las particularidades de estos consumidores turísticos (Armadans, 1997; Centro de Estudios Técnicos Turísticos, 1995). También, **los viajeros consideraron más la agencia que les proporcionaba el viaje, así como las actividades y el servicio que se incluía en el viaje** ( $p < 0,001$ ). En relación a esto, los estudios sobre consumo

ya informan que los viajeros son principalmente usuarios de las agencias de viaje y por tanto en este sentido poseen cierta experiencia e información de cual les conviene para la planificación de su viaje turístico (Villar, 1999). También, el que los viajes turísticos posean ciertas características como un diseño especial para algunos de ellos (Actt, 1996), se visiten determinados lugares o por ejemplo se puedan realizar compras (Villar, 1999) puede constituir un valor añadido que vaya en pro de la elección que han efectuado. Además, una vez han consumido el viaje turístico la tendencia será a reducir la “disonancia” y a ser fieles a los productos turísticos que reúnen las características adecuadas para serles satisfactorios en el sentido enfatizado por Ryan (1995).

Además, también **resultó ser significativo el que los viajeros recomendaran de forma positiva el viaje turístico** ( $p < 0,001$ ), aunque fue interesante observar, que en general, se recomienda viajar, en un 97,7% los viajeros y en un 84,4% los no viajeros y sólo **se encontraron diferencias en los motivos aludidos en cuanto a los miedos y mareos a los transportes** ( $p < 0,016$ ).

Por todo ello, el fenómeno del ocio-turístico para las personas mayores se establece como un componente fundamental del último trayecto del final del viaje de la vida, algunos han expresado una *edad ideal para viajar* (Espunya, 1997). Otros, enfatizan la necesidad de conocer mejor el significado y la percepción del viaje turístico en esta última etapa vital (Gerontología, 1992; McPherson, 1990; Zimmer et al., 1995), de cara a conocer el valor que supone viajar para ellos. El hecho de haber encontrado diferencias significativas en cuanto a los miedos y mareos a los transportes puede ser explicado por una falta de experiencia “viajera” y/o también por la relación que puede tener con el estado de salud de la persona mayores no viajeras coincidiendo con algunos datos encontrados en estudios anteriores (Miranda, 1992). También, podríamos pensar que posiblemente la falta de información asociada al comportamiento de consumo característica de los que no viajan podría ser una limitación que a nivel perceptivo actuara reflejándose en miedos y resistencias hacia los desplazamientos en transportes.

En definitiva, creemos que de cara a considerar criterios para el diseño y mejora de los productos turísticos orientados a las personas mayores, para favorecer su uso, su acceso y participación la IMPORTANCIA que supone para la persona mayor el viajar vinculado al hecho de si recomienda o no viajar; el TIPO Y CANTIDAD DE EXPERIENCIAS PASADAS que ha tenido; el tipo de preferencias y/o percepciones en cuanto a PRECIOS, LUGARES QUE VISITA, AGENCIAS proveedores de los viajes vinculado a las ACTIVIDADES y SERVICIOS que ofrecen, así como si existen motivos como el de los MAREOS/TRANSPORTES que limiten el viaje deberían ser tenidos en cuenta para poder ser investigados en los consumidores de los viajes turísticos en futuros estudios y de ahí adaptar los productos turísticos a las preferencias y/o percepciones de sus consumidores mayores.

## **8.2. Principales aspectos que distinguen los “viajeros” de los “no viajeros”.**

A partir de los resultados de esta investigación podemos sustentar que se pueden distinguir los que viajan de los que no viajan considerando como base los siguientes tipos de variables estudiadas: **sociodemográficas, actividades realizadas en el tiempo libre y experiencia-relación con la actividad de viajar.**

El colectivo de personas mayores presenta diversidad de características de comportamiento turístico, presenta además una heterogeneidad al distinguir entre viajeros y no viajeros tal como se aprecia en nuestros resultados. Esto, coincide con la mayoría de estudios previos realizados en el ámbito del consumo, o los que han tratado de conocer el porque las personas mayores viajan (Pitts and Woodside, 1986; Zimmer et al., 1995; Ouellette, 1996; Moisey et al, 1999; Backman et al., 1999; Pearce, 1999; Cleaver et al., 1999; You et al., 1999). Este hallazgo permite seguir planteando la necesidad de identificar grupos homogéneos del colectivo de personas mayores, considerando comportamientos subyacentes a viajar o a no viajar, con el objeto de adaptar mejor los diferentes productos y destinos turísticos susceptibles de consumo turístico, en la misma línea que otros autores ya se han planteado (Cleaver et al., 1999; Castro y otros, 1997; Olabarri y otros, 2000). Esto también se puede

relacionar con la imposibilidad de conocer a partir de una única característica que posean las personas mayores el comportamiento desencadenante, por ejemplo el hecho de tener una edad y viajar o no viajar, tal como hemos podido observar en nuestros resultados.

Esto sugiere de cara a los planificadores y diseñadores turísticos la utilización de métodos efectivos para determinar el tipo de personas mayores que viajan o puedan ser susceptibles de viajar. Estos, deberían considerar muchas otras variables que están en la base del comportamiento en línea con lo que muchos autores ya han enfatizado (Schewe (1990; McPherson, 1999; Moscardo et al., 1999; Jackson, 1993, citado en Hudson et al., 2000).

Por todo ello, de entre todas las variables estudiadas, las que nos han permitido caracterizar al viajero del no viajero las resumimos en 3 factores que comentamos a continuación:

#### **A) Factores intrapersonales:**

Serán todos aquellos aspectos que se encuentran en el comportamiento meramente unipersonal (Munné, 1995a ) y que a pesar de que son el resultado de una interacción social, actúan en la persona mayor inhibiendo o motivando el deseo para viajar. En este sentido, pues la edad, el sexo, la salud subjetiva, la importancia de viajar y el recomendar el viaje.

#### **B) Factores interpersonales:**

Aquí consideramos todos aquellos aspectos que forman parte de la red de interacciones sociales, los vínculos con otros relacionados, específicamente, con el viaje turístico que por su cualidad tienen potencialmente la capacidad de influencia en la persona mayor. Consideramos que el estado civil y la convivencia, el realizar determinadas actividades de tiempo libre (deporte, salidas ocio, compras,

participación social) y el tener amigos que viajan incide en la creación de vínculos sociales, en apoyos sociales y en la socialización de la persona mayor, aunque todo ello, a su vez, está condicionado por factores ambientales y pautas y normas de comportamiento que emanan de estructuras sociales y culturales.

### **C) Factores estructurales:**

Entre estos aspectos, se van a encontrar todos los que caracterizan el contexto social y cultural, propio de la época a la que se refiera. Estos factores, no actúan necesariamente a nivel de conciencia de las personas mayores, pero pautan, delimitan y estructuran las condiciones de vida de estas. El lugar de residencia, la situación laboral de estos, así como la profesión que han ejercido esta posibilitando o limitando el que existan necesidades interpersonales y a su vez, condiciona unas identidades intrapersonales y pautas de comportamiento. Además, también el que las personas mayores tengan y/o mantengan unas determinadas condiciones de vida y/o estilo de vida como el hecho de realizar salidas de ocio, deporte y/o participar socialmente, entre otras requiere que las estructuras culturales y sociales lo favorezcan y/o permitan.

## **9. CONCLUSIONES**

En cuanto a los objetivos que nos hemos planteado en esta investigación podemos decir que se han conseguido en gran medida. Es decir, nos propusimos estudiar los factores que distinguen a los “viajeros” mayores de los “no viajeros”, además de explorar los principales aspectos que intervienen en el uso y consumo del ocio-turístico de las personas mayores y nuestros datos finalmente nos van a permitir concluir aportando un poco más de luz al comportamiento psicosocial turístico propio de las personas mayores.

En relación al primer objetivo de esta tesis hemos podido distinguir entre “viajeros” y “no viajeros” determinando entre una serie de variables de tipo sociodemográfico, de estilo de vida (ocupación del tiempo libre) y de experiencia-relación con el ocio-turístico. Para conseguir este objetivo nos planteamos el poder discriminar entre muchas de las características posibles que forman parte de la vida cotidiana de las personas mayores, además de tener en cuenta en todo momento una perspectiva psicosocial. También, nos hemos dado cuenta que a pesar de que hemos conseguido determinar muchas variables que influyen en el viaje turístico sería interesante seguir investigando hasta que punto todo esto es útil para los agentes turísticos y planificadores de los productos y/o destinos turísticos. Con ello, estamos sugiriendo la posibilidad de validar todos estos datos con la práctica turística real en la tarea de decidir hasta que punto las personas mayores son viajeras o no lo son. Además, también será interesante seguir indagando en la validez y fiabilidad de las principales variables que nos han salido significativas al repetir los tres análisis, en concreto la **EDAD, CONVIVENCIA, RESIDENCIA, COMPRAS, SALIDAS DE OCIO, IMPORTANCIA VIAJE Y VIAJE AMIGOS.**

En relación al segundo objetivo de esta tesis hemos podido establecer entre las variables más relevantes las que nos pueden ofrecer criterios de diseño y de mejora de productos turísticos para que puedan producir beneficios, útiles, funcionales y psicológicos (Altes, 1993). Para conseguir este objetivo, hemos necesitado primero analizar el valor y sentido de cada resultado obtenido en relación con otros estudios de la literatura, para poder hacer la extensión a su aplicación práctica que ni más ni

menos se debería focalizar en el buen uso y consumo de los productos turísticos desde una perspectiva de *salud, desarrollo y enriquecimiento*.

Esta investigación nos ha aportado, además, un conocimiento del tipo de características que pueden llegar a tener las personas mayores que viajan y no viajan en nuestra sociedad actual, obteniendo, además, las variables que mejor nos pueden caracterizar el viajero del no viajero. De hecho, la combinación de actividades varía a lo largo de la vida de cada persona, conforme a factores como la edad, el sexo y estado de salud, el status socioeconómico y el lugar de residencia (Stebbins, 2000) entre otras. Además, por el hecho de realizar actividades recreativas las personas mayores se socializan en valores, actitudes y estilos de vida actuando en su vida como una referencia y pauta de conducta.

Así, en la primera parte de esta tesis hemos presentado y analizado las diferentes teorías y conceptos que nos ayudan a comprender lo que pone en relación la actividad de ocio-turístico y las personas mayores. El fenómeno social del turismo se manifiesta en la vida de cualquier persona a lo largo del ciclo vital inmerso en un contexto sociocultural que pauta y estructura los comportamientos del turista y posibilita el acceso a esta experiencia de consumo e incide en las elecciones del turista. Las personas mayores eligen viajar siempre y cuando se encuentren favorecidas por su entorno cultural, sus condiciones sociodemográficas y sus construcciones sociales personales, percepciones, utilidades, sentidos y propiedades terapéuticas que se asocian al viaje turístico. De lo contrario, por sus limitaciones ya sean estructurales, interpersonales o intrapersonales deciden no viajar.

Las personas mayores deben enfrentarse al último trayecto de la vida, considerando las posibilidades que ofrece la ocupación del tiempo libre mediante el turismo para conseguir envejecer satisfactoriamente. Mayoritariamente, las teorías y conceptos expuestos ponen el acento en la importancia de las relaciones, vivencias y actividades de esta última etapa vital y cómo el ocio-turístico puede afectar a una socialización positiva y al bienestar físico, mental y social de las personas mayores (Vellas, 1986). No obstante, la mayoría de las veces no se presta la debida atención

a las diferencias y peculiaridades que puede presentar este colectivo, existiendo la tendencia a homogeneizar (“tercera edad” “mayores”, etc...) y no distinguiendo los diferentes aspectos de su realidad psicosocial.

Así, mediante el estudio empírico hemos observado esta realidad focalizando nuestra atención en lo que determina que unas personas mayores se puedan convertir en viajeros y otros no. En definitiva, tratando de encontrar los principales aspectos que influyen o limitan el acceso al viaje turístico.

De ahí, hemos deducido criterios y valoraciones para mejorar tanto el diseño como la planificación de los productos turísticos para personas mayores, así como la orientación de trabajos futuros que se deberían plantear.

Por todo ello y a nivel de conclusiones destacamos las siguientes:

1. Los principales aspectos psicosociales que intervienen en el uso y consumo del viaje turístico de las personas mayores en nuestras sociedades industriales avanzadas son ***un envejecimiento en unas mejores condiciones vitales (edades, salud...) y con más calidad de vida; un estilo de vida “activo” y proclive al consumo junto con las oportunidades culturales y las experiencias que mantienen con “otros” significativos relacionados con el viaje turístico.***
2. El acceso al uso y consumo del viaje turístico por parte de las personas mayores va a estar condicionado; por ***factores estructurales***, referidos al lugar que habitan (lugar de residencia), la disposición de “tiempo libre”, junto con las oportunidades culturales turísticas según cohorte y/o generación, además de otras características propias de su situación biosocial (edad, sexo, salud subjetiva, nivel de estudios...); por ***factores interpersonales*** según el tipo de relaciones interpersonales que mantengan (estado civil y/o convivencia, amigos, participación social...). También, por ***factores intrapersonales***, como resultado de la manera de enfrentar el propio envejecimiento y sus procesos (jubilación, ocupación del tiempo libre...), el realizar determinadas actividades (pasear,

comprar, salidas ocio, deporte....) y desarrollando una percepción positiva y útil (dar importancia y recomendar viajar) hacia el viaje turístico como un medio para satisfacer necesidades psicosociales.

3. Los principales factores que distinguen a las personas mayores “viajeras” es que suelen ser tener una edad más joven, vivir en la ciudad, sentirse bien de “salud”, realizar mayores actividades como paseos, especialmente el comprar, salidas de ocio, participación social, actividades físicas y/o deporte. La mayoría de estas actividades están basadas en el consumo de bienes culturales y/o materiales y configuran un determinado estilo de vida inquieto y curioso, y están reflejando el que tengan unas condiciones de vida que se pueden permitir el viajar (ej. tener tiempo libre y mínimo nivel económico). En general suelen vivir en pareja y/o estar casados y tienen amigos que también viajan. Además, puede que en algunos casos determinadas situaciones se corresponden con personas del sexo femenino y/o en determinadas situaciones sociales les favorezca por ejemplo el viajar el haber “enviudado” o los “motivos por los cuales se han jubilado” o el “tipo de profesión que han ejercido” en las anteriores etapas vitales. También, poseen una experiencia “viajera” , un contacto y relación con el fenómeno turístico que les hace valorar y considerar el viajar de forma “positiva” haciendo que exista la tendencia a viajar más y poder discriminar algunos aspectos relativos a la elección turística, tales como los precios, las agencias que les suministran los viajes, los lugares que eligen y los servicios que les ofrecen.
  
4. Los principales factores que distinguen a las personas mayores “no viajeras” es que suelen tener una mayor edad, suelen residir fuera de Barcelona, valoran su salud peor y realizan menos actividades, tales como pasear, comprar, salidas de ocio, participaciones sociales, actividades físicas y/o deporte. El estilo de vida de estas personas está más centrado en las actividades hogareñas y en actividades de tiempo libre que les resultan más significativas y les llenan lo suficiente como para no necesitar el viaje turístico. En general suelen convivir con familiares, solos o estar viudos o separados-divorciados, y en algunas situaciones son hombres que han enviudado. En general, poseen poca experiencia “pasada” viajera y para ellos no suele ser importante ni representa un valor lo

suficientemente motivador para ellos el viajar, y en algunos casos existen miedos y limitaciones de información posiblemente por el mínimo contacto que tienen con el entorno del fenómeno turístico ya que la mayoría tampoco tienen amigos que viajan.

5. Por todo ello, los productos turísticos que se diseñen y planifiquen para personas mayores deberían considerar la diversidad de situaciones que se pueden encontrar estas personas y la disposición a viajar en función de sus limitaciones o facilidades para viajar. Así, será mucho más efectivo considerar además de la edad, también el estilo de vida, las experiencias anteriores y preferencias turísticas. La utilidad y beneficios psicológicos de los productos van a serlo en función de las necesidades psicosociales que presenten estas personas y las situaciones cambiantes sociales y culturales en que estén inmersas.
  
6. A partir de los resultados de esta investigación será interesante seguir indagando en muchas relaciones específicas que se han mostrado significativas, como el tener una edad determinada y dejar de viajar, o el hecho de estar “casado” o “viudo” o ser de un sexo u otro para viajar o no viajar, o el hecho de mantenerse “activo” y ser “viajero” que esté relacionado con un mayor bienestar subjetivo y calidad de vida. A partir de esta investigación hemos podido comprobar que se cumplen las relaciones entre factores sociodemográficos, de ocupación de tiempo libre (o estilo de vida) y los de experiencia y relación con el viaje turístico en el sentido de facilitar y/o limitar factores intrapersonales, interpersonales y estructurales para viajar o no viajar. Y tal vez, se debería seguir indagando específicamente en como determinadas variables como por ejemplo la edad, el ser de un sexo u otro, convivir con la pareja o familiares que tipo de efectos causan, ya sean interpersonales u otros.

También, cabe tener muy presente que esta tesis solo es una pequeña muestra de muchos de los aspectos que deberían ser estudiados sobre este tema. Sería interesante complementar todas estas informaciones extraídas con nuevas aplicaciones con otros instrumentos de medida debidamente estandarizados y validados, así como ampliar más conocimientos sobre los diferentes condicionantes

psicosociales que permiten el acceso de las personas mayores a viajar (ej. “los grupos de referencia”, “los lugares de residencia”, “los entornos culturales”, “los sentidos que tiene viajar”, “las características que deberían tener los productos turísticos”, etc... De ahí, que el conocer, por ejemplo, mediante estudios longitudinales los cambios que se van produciendo o a través de otro tipo de estudios transversales que reflejaran otras situaciones y modos de vida cotidianos específicamente definidos.

## 10. BIBLIOGRAFÍA.

Acthley, R.C. (1977). The leisure of the elderly. *The humanist*, 14-19.

Acthley, R.C. (1989). “ A Continuity Theory of Normal Aging”. *The Gerontologist*, 29, 183-190.

Actt (Agència Catalana de Tecnologia Turística). (1996). El turisme de la gent gran (1). Quadern bimestral maig/juny, núm. 13. Generalitat de Catalunya: Departament de Comerç Consum i Turisme.

Agüi López, J. L. (1994). Definiciones: Turismo-Turista. *Estudios Turísticos* (14-15, pp.19-25).

Aguiló Pérez, E. (1996). Las transformaciones del actual modelo turístico. Desarrollo de nuevos segmentos de mercado, en ponencias XXIII Reunión de estudios regionales. *Revista Valenciana d'estudis autonòmics*, 21 (Número extraordinario XXIII) 249-263.

Ajuntament de Barcelona. (1994). *El temps lliure de la gent gran: utilització d'equipaments*. Colecció Barcelona y tu. (Consell Municipal de Benestar Social, DL.)

Ajuntament de Vic. (1993). *La gent gran de Vic*. Anàlisi sociològica de les característiques i condicions de vida de la població. Barcelona: Biblioteca de la Universitat

Altes Machin, C. (1993). *Marketing y Turismo*. Barcelona: Síntesis.

Alvarez Sousa, A. (1994). *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*. (1ª ed.) Barcelona: Editorial Bosch.

Alvarez Sousa, A. (2000). Ocio y sociedad anciana. Prognosis de futuro. En M. Cuenca (Ed), *Ocio y desarrollo humano* (pp. 145-154). Bilbao: Universidad de Deusto.

Anderson, B.B., y Langmeyer, L. (1982). The under-50 and over 50 travelers: A profile of similarities and differences, *Journal of Travel Research*, 15 (4), 20-24.

Argyle, M. (1996). *The social Psychology of Leisure*. London: Penguin Books.

Armadans, I, Llinós y Pol, E. (1996). Destinación Turística: su consumo y marketing. *Monografías Psico-socio ambientales Ciudad y Medio Ambiente*. (pp 140-145).

Armadans, I, Sopena, J.M<sup>a</sup> y Pol, E. (2000). Ocio-turístico de la gente mayor y redes neuronales. *6º Congreso Mundial de Ocio. Ocio y Desarrollo Humano*, Bilbao, 3-7 julio (cd-rom).

Armadans, I. (1999). Tendències dels turistes a les portes del 2000. *ETC. Estudis de Turisme de Catalunya*, 4, 18-23.

Armadans, I. y Pol, E. (2000). Ocio-turismo y gente mayor: incidencia de las preferencias ambientales. *En Aplicaciones de Psicología Social*. (pp. 407-413).

Armadans, I., Pérez Guillorme, A.C., y Franco N., (1998). Actividad deportiva recreativa y tercera edad: algunos criterios de gestión para potenciar su demanda. *Revista Multidisciplinar de Gerontología*, 8, (1): 31-36.

Arnaiz Burne S.M y César Dachary A. (1998). Turismo una conceptualización necesaria. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 7, 47-62.

Ashworth, G.J, (1991). Products, places and promotion: destination images in the analysis of the tourism industry. En M.T. Sinclai y M.J. Stabler (Eds.). *The Tourism Industry: an International Analysis*, Wallingford, CAB International Books, 121-142.

Backman, K. F. , Backman, S.J. & Silveberg K.E. (1999). An investigation into the Psychographics of senior nature-based travellers. *Tourism Recreation Research*, 24, (1), 13-22.

Baltes, P.B. y Baltes, M.M. (1990). Selective optimization with compensation. En P.B. Baltes y M.M. Baltes (Eds.). *Annual Review of Gerontology and Geriatrics*, Tomo 11, New York: Springer, 311-337.

Bandura, A. (1986). *Pensamiento y acción*. Barcelona: Martínez Roca.

Bandura, A. (1999). Ejercicio de eficacia personal y colectiva en sociedades cambiantes. En A. Bandura (Ed.). *Auto-eficacia: Cómo afrontamos los cambios en la sociedad actual* (pp. 19-54). Bilbao: Desclée De Brouwer.

Barron, A. R. and Barron, R.L., (1988). Statistical learning networks: a unifying view. In E.J. Wegman, D.T. Gantz, and J.J. Miller (Eds.). *Computing Science and Statistics: 20<sup>th</sup> Symposium on the Interface*, pp. 192-203. Fairfax, Virginia: American Statistical Association.

Baudrillard, J. (1988). *El sistema de los objetos*, México: Siglo XXI.

Belsky, J.K. (1996). *Psicología del envejecimiento* (Lienas, B., Trad.). California, EE. UU.: Masson. (2<sup>o</sup> ed. de la obra original inglesa en 1990)

Berjano, E. y Llopis, D. (1996). *Jubilación: Expectativas y tiempo de ocio*. (inf. téc. n<sup>o</sup> 2, 1<sup>a</sup> edición). Madrid, España: Fundación Caja de Madrid.

Berjano, E., Corts, P. y Llopis, D. Influencia de la salud, la vivienda y el grado de asociacionismo en las actitudes de las personas mayores ante la jubilación, en Conde Viéitez, J. A. Isidro de Pedro, A.I. (comps.). *Psicología comunitaria, salud y calidad de vida*. Madrid: Ediciones de la Universidad Complutense, pp. 101-113.

Bishop, C.M. (1995). *Neural Networks for Pattern Recognition*. Oxford University Press. Inc, New York.

Blanch, J.M. (1996). Psicología Social del trabajo. En J.L. Álvaro, A. Garrido, y J.R. Torregrosa (Eds) *Psicología social aplicada* (pp. 429-448). Madrid: MCGraw Hill.

Blazey, M.A. (1992). Travel and retirement status. *Annals of Tourism Research*, 19, 771-783.

Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and method*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Bosch R. (1996). *Análisis del comportamiento del consumidor turístico*. Publicacions Universitat de Barcelona. (Tesi doctoral)

Botella, L. y Feixas, G. (1990). El grupo autobiográfico como modelo constructivista de intervención gerontológica primaria: propuesta teórica y estudio de un caso. *Anuario de Psicología*, 44, 47-60.

Brewer, K.P, Poffley, J.K. & Pederson, E.B. (1995). Travel interest among special

seniors: continuing care retirement community residents. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 4 (2) 93-98.

Buendía, J. y Riquelme, A. (1994). Jubilación, salud y envejecimiento. En Buendía, J. (comp.), *Envejecimiento y psicología de la salud* (1ª. ed., pp. 69-87). Madrid: Siglo XXI de España Editores S.A.

Busch, E. (2001). *La visión ciudadana ante un escenario de conducta urbano: las Galerías Comerciales de Barcelona ciudad*. Publicacions Universitat de Barcelona (Tesi doctoral).

Cals, J. (1991). *Els canvis turístics. Incidència en els municipis costaners de Barcelona*. Barcelona: Diputació de Barcelona (1ª ed.)

Capella, L.M., y Greco, A.J. (1987). Information Searches for Elderly Vacation Decisions. *Annals of Tourism Research*, 14 (2), 148-151.

Casas, F. (1989). *Técnicas de investigación social: Los indicadores sociales y psicosociales. Teoría y práctica*, Barcelona: PPU.

Castro, R. de (1994). “Psicología ambiental, turismo y medio ambiente”. En B. Hernández, J. Martínez Torvisco y E. Suárez., (Comps.). *Psicología Ambiental y responsabilidad ecológica*. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de las Palmas de Gran Canaria (pp. 191-203)

Castro, R. de, Arias, M.A. y Galindo, MªP. (1997). Usos psicosociales del espacio verde urbano. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 7 (2-3) (pp. 35-52).

Centro de Estudios Técnicos Turísticos (Cett), (1995). *Plan Estratégico de desarrollo turístico de la Comarca del Pla de l'Estany*. Girona: Consejo Comarcal del Pla de l'Estany.

Chon, Ks. (1992). Self-image/destination image congruity. *Annals of Tourism Research*, 19, 2, 360-363.

Clary, D. (1991). *Las motivaciones recientes del turista y la emergencia de los productos turísticos. Crisis del turismo? Las perspectivas en el nuevo escenario Internacional*. Sevilla: UIMP, Casa de Velázquez y Unicaja.

Cleaver, M., Muller Thomas E., Ruys Hein H.M & Wei S. (1999). Tourism Product Development for the senior market, based on travel-motive research. *Tourism Recreation Research*, 24 (1): 5-11.

Codina, N. (1999). Tendencias emergentes en el comportamiento de ocio: el ocio serio y su evaluación. *Revista de Psicología Social*, (14) 2-3, 331-346.

Codina, N. y del Cerro, A. (1991). Actividad física y tiempo libre. En R. de Castro (comp.). *Psicología Ambiental: Intervención y Evaluación del Entorno*. (pp. 279-286). Sevilla: Arquetipo Ediciones.

Codina, N., Jimenez M.J. y Rufat, M.J. (1995). Benefits of sport in old age. A psychosocial view. En J.R. Nitsch y R. Seiler, *Movement and sport psychological foundations and effects*. Vol. IV. Health sport-movement therapy. Proceedings of the VIII European Congress of Sport Psychology (1993). Sankt Augustin: Verlag.

Codorniu, J.M. (2000). El gasto social de las personas mayores. *Revista Multidisciplinar de Gerontología*, vol. 3, núm. 3. 168-176.

Cohen, E. (1974). "Who is a tourist? A conceptual classification, *The sociological Review* (122).

Coleman, D. & Iso-Ahola, S. (1993). Leisure and health: the role of social support and self-determination. *Journal of Leisure Research*, 25, 111-128.

Coleman, P.G & McCulloch, A.W. (1985). The study of psychosocial change in later life: Some conceptual and methodological issues. In Munnichs, J.M.A., Mussen, P., Ibrich, E. & Coleman, P.G. (Eds.). *Life-span and change in a gerontological perspective*. London: Academic Press.

Conde, J. L. (1997). Subjetivación y vinculación en el proceso de envejecimiento. *Anuario de Psicología*, 73. 71-87.

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. and Wanhill, S. (1993). *Tourism Principles and Practice*. Essex: Longman.

Cornfield, J (1962). Joint dependence of risk of coronary heart disease on serum cholesterol and systolic blood pressure: a discriminant function approach. *Fed. Amer. Socs. Exper. Biol.. Proc. Suppl.* 11, 58-61.

Corniero, M., y Alvaro, J.L. (1990). El turismo desde una perspectiva psicosocial en Calidad de Vida, educación, deporte y medio ambiente, 4, 123-130.

Cross SS. , Harrison RF, Kennedy RL, (1995). Introduction to neural networks. *The Lancet*, 346, 1075-1079.

Csikszentmihalyi, M. & Kleiber, D. A. (1991). Leisure and self-actualization. En Driver, B.L, Brow, P.J and Peterson, G.L. (eds.). *Benefits of Leisure*. Pennsylvania: Venture Publishing, Inc. (pp. 91-102).

Csikszentmihalyi, M. y Csikszentmihalyi, Y.S. (1988). Optimal experience. Cambridge: Cambridge University Press.

Cuadras, C M (1991). Métodos de Análisis Multivariante. PPU. Barcelona.

Cuenca, M. (1993). Leisure and New Citizenship Ocio y Nueva ciudadanía. *VIII Congreso asociación E.L.R.A (European Leisure and recreation association)*. Bilbao.

Cuenca, M. (1995). Aproximación al turismo de los estudios de ocio en (Escuela de turismo U.D.eds.). *Turismo y tiempo libre. Actividades Métodos y Organización*. Bilbao: Universidad de Deusto. (pp. 53-64).

Cuenca, M. (2001). Ocio y desarrollo humano. Propuestas para el 6º Congreso Mundial de Ocio. Cuenca, M. (ed.). Bilbao: Universidad de Deusto.

Cybenko, G. (1989). Approximation by superpositions of a sigmoidal function. *Mathematics of Control, Signals and Systems*, 2, 304-314.

Dayhoff, J.E. y DeLeo, J. (2001). Artificial Neural Networks. Opening the Black Box. *Conference on Prognostic Factors and Staging in Cancer Management: Contributions of Artificial Neural Networks and Other Statistical Methods*. American Cancer Society. pp. 1615-1635.

Dimanche, F., & Samdahl D., (1994). Leisure as Symbolic Consumption: A conceptualization and Prospectus for Future Research. *Leisure Sciences*, 16, 119-129.

Duda, R.O and Hart, P.E., (1973). *Pattern classification and scene analysis*. New York: John Wiley.

Dumazedier, J. (1971). “Realidades del ocio e ideologías” . En Joffre Dumazedier, Kaes René, et al., *Ocio y sociedad de clases*. Barcelona: Fontanella (pp. 9-46).

Dumazedier, J. (1971). *Ocio y sociedad de clases*. Barcelona: Fontanella.

Dumazedier, J. (1988). *Revolution Culturelle du temps libre, 1968-1988*. París: Méridiens Klincksieck.

Dumazedier, J. (2000). Metamorfosis del trabajo y surgimiento de una sociedad del tiempo libre. En Manuel Cuenca Cabeza (ed.). *Ocio y desarrollo humano*. Propuestas para el 6º Congreso Mundial de Ocio. (pp. 19-23) Bilbao: Universidad de Deusto.

Echtner, Charlotte M., and Brent Ritchie, J.R. (1991). The meaning and Measurement of Destination Image. *Journal of Tourism Studies*, 2 (2), 2-12.

Echtner, Charlotte M., and Brent Ritchie, J.R. (1993). The Measurement of Destination Image: An empirical Assessment. *Journal of Travel Research*, Spring, 3-13.

Elder, G.H. (1999). Trayectorias vitales en sociedades cambiantes. En A. Bandura (Ed.). *Auto-eficacia: Cómo afrontamos los cambios en la sociedad actual* (pp. 55-74). Bilbao: Desclée De Brouwer.

Erikson, E. H. (1963). *Childhood and Society*. W.W. Norton and Co, New York.

Erikson, E.H. (1982). *The life cycle completed*. New York: Norton.

Espejo, B., López, M.T. y Vega, T. (1998). Para Comprender el ocio. En F. Gil (Coord.) Navarra: Editorial Verbo Divino. *Colección Para Leer, comprender, vivir*, 68, 102-106.

Esport 3. (1992, abril/ junio). El turismo fomenta la actividad física y la animación en la Tercera Edad. *Esport 3* (dossier), 4, 2-6.

Esport 3. (1993, enero/ marzo). El turismo y el deporte son instrumentos socializadores de las personas mayores. *Sport 3* (dossier), 9, 2-5.

España, G. (1997, junio). El temps de descobrir, comunicar-se i compartir a través del lleure i del turisme. 2<sup>a</sup>. *Conferència sobre el Consum i la Gent Gran*. Barcelona.

Fernández-Ballesteros, R. (1992). *Mitos y realidades sobre la vejez y la salud*. (1<sup>a</sup> ed.). Barcelona: Fundación Caja Madrid.

Fernández-Ballesteros, R. (1997). Calidad de vida en la vejez: condiciones diferenciales. *Anuario de Psicología*, 73, 89-104.

Fernández-Ballesteros, R. (2000). La gerontología positiva. *Revista Multidisciplinar de Gerontología*, vol. 3, núm. 3. 143-145.

Fernández-Ballesteros, R., Zamarrón, M.D. y Macía, A. (1996). *Calidad de vida en la vejez en distintos contextos*. (1<sup>a</sup> ed.). Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (Insero).

Fisher, R A (1936). The use of multiple measurements in taxonomic problems. *Ann. Eugen.*, 7, 179-188.

Fix, E; Hodges, J L (1951). Discriminatory analysis-nonparametric discrimination: consistency properties. Report No. 4. Randolph Field, Texas: U S Air Force School of Aviation Medicine.

Fix, E; Hodges, J L (1952). Discriminatory analysis. Nonparametric: small sample performance. Report No. 11. Randolph Field, Texas: U S Air Force School of Aviation Medicine.

Flaquer, L. (2001, 27 mayo). Las consecuencias sociales del envejecimiento. El envejecimiento (Temas de debate). *La Vanguardia*. pp. 32-33.

Fleiss, J L (1981). *Statistical Methods for rates and proportions*. New York. Wiley & sons.

Flury, B; Riedwyl, H (1985). T tests, The linear Two-Group Discriminant Function and their Computation by Linear Regression. *The American Statistician*, volume 39, n. 1, pp 20-25.

Fodness, D. (1994). Measuring Tourist Motivation. *Annals of Tourism Research*, (21), 3, 555-581.

Foster, D.M. & Murphy, P. (1991). Resort Cycle Revisited. *The Retirement*

Connection. *Annals of Tourism Research*, 18, 553-567.

Fundación Caja de Madrid, (1996). *Envejecer en España. Manual Estadístico sobre el envejecimiento de la población*. Madrid: Fundación Caja de Madrid.

Gallardo, A. (2001, 23 de julio). *Los viudos mueren antes*. El Periódico de Catalunya, pág. 18.

Garau. J.B. (1998). El turismo senior, un segmento emergente: El caso de Baleares. En I Seminario de Marketing Turístico Aedemo. Alicante.

Generalitat de Catalunya (setembre 1997- maig 1998). *Jornades de debat. Estratègies turístiques per al segle XXI*. (Resum del grup de treball). Disponible en: [http://www.gencat.es/cat\\_dema/r10.htm](http://www.gencat.es/cat_dema/r10.htm).

Generalitat de Catalunya. Departament d'Indústria, Comerç i Turisme. Servei d'estudis i assessorament. (2000). *Els viatges dels catalans 1999*. Barcelona: Publicacions de la Generalitat de Catalunya.

Gerontologia I. (1992). *Monografies d'activitats professionals*. (1<sup>a</sup> ed.) Barcelona: Generalitat de Catalunya. Institut Català de noves professions. (pp. 36-38).

Giddens, A. (1991). *Sociología*. Madrid: Alianza.

Gognalons-Nicolet, M. (1994). Desarrollo, envejecimiento y realización personal. En Buendía, J. (comp.), *Envejecimiento y psicología de la salud* (1<sup>a</sup> ed., pp. 35-51). Madrid: Siglo XXI de España Editores S.A.

Gómez Jacinto, L. (1995). Psicología social del turismo. En M<sup>a</sup> Teresa Vega y M<sup>a</sup> del Carmen Tabernero (comp.), *Psicología Social de la Educación y de la Cultura, Ocio, Deporte y Turismo*. Salamanca: Eudema. (245-272).

Gómez Jacinto, L. y San Martín, J. (1999). A Model of Tourism Experience and Attitude Change. *Annals of Tourism Research*, vol. 26, n<sup>o</sup> 4, 1024-1027.

Gómez L., Canto, J. y San Martín, J. (1993). Roles turísticos. En S. Barriga y J.M. León. *Aspectos psicosociales del ambiente, la conducta deportiva y el fenómeno turístico*. Sevilla: Eudema.

Gonzalez, A. y Cervantes, M., (1998). La utilidad del estilo de vida en la segmentación del mercado turístico. En I Seminario de Marketing Turístico Aedemo. Alicante. (87-109).

Goytia Prat, A. (1998). Nuevas tendencias de ocio y turismo. *Papers de turisme*, 23, 90-97.

Goytia, A. (1999). Nuevos públicos y nuevas audiencias de ocio. *Editur*, suplemento: Nuevos escenarios para las industrias de ocio y turismo, 22-26.

Graça, E.M.F. (2000). Turismo en la Tercera Edad. *6º Congreso Mundial de Ocio. Ocio y Desarrollo Humano*, Bilbao, 3-7 julio (cd-rom).

Gubrium, J. (1973). *The Myth of the Golden Years: A socio-Environmental Theory of Aging*. Springfield, Ill.: Charles C. Thomas.

Gunn, C.A. (1993). *Tourism Planning. Basics Concepts Cases*. Taylor & Francis: UK, (3ª ed.)

Gutiérrez, M.A. (1990). Psicología del tiempo libre en la figura del anciano, en *III Congreso Nacional de Psicología Social. Libro de comunicaciones*, Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela. V. pp. 220-224.

Harahousou, Y. (2000). Ocio como potencial para el desarrollo personal y social de las personas de avanzada edad. En M. Cuenca (Ed), *Ocio y desarrollo humano* (pp. 155-163). Bilbao: Universidad de Deusto.

Harlow, R.E. & Cantor, N. (1996). Still Participating After All These Years: A Study of Life Task Participation in Later Life. *Journal of Personality and Social Psychology*, (71), 6, 1235-1249.

Hernández, B. (1997). Psicología Ambiental: la relación persona-ambiente. *Revista de Psicología Social Aplicada*. Vol 7, nº 2-3, 1997

Hernández, B. y Valera, S. (2001). Felicidad, bienestar y calidad de vida desde la Psicología Social. *Psicología Social Aplicada e Intervención de la Psicología Social*. (pp. 109-133).

Hombrados Mendieta, M.I., Martimportugués Goyenechea, C., Perles Novas, F. Luque Adarbe, M.V y Luque Rodríguez, J. (1995). Ocio y turismo en la tercera edad: Evaluación del entorno de una residencia de vacaciones. En Vega Mª.T y Tabernero,

M<sup>a</sup>.C. (comps.). *Psicología Social de la Educación y de la Cultura, Ocio, Deporte y Turismo*. (pp. 349-359). Salamanca: Eudema.

Hong, G.S., Kim, S.Y & J. Lee, (1999). Travel Expenditure Patterns of Elderly Households in the US. *Tourism Recreation Research*, 24 (1): 43-52.

Hudson, S. & Gilbert, D. (2000). Tourism constraints: the neglected dimension of consumer behavior research. En Woodside, A.G., Crouch, G.I, Mazanec, J.A., Oppermann, M. & Sakai, M.Y (eds.). *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*. Nueva York, NY, EE.UU: Cabi Publishing.

Imsero/Cis (1995). *Las personas mayores en España. Perfiles. Reciprocidad Familiar*. (Encuesta a la población de 65 y más años Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)). En Ministerio de Asuntos Sociales. Instituto Nacional de Servicios Sociales (ed.). Madrid.

Iso-Ahola, S. (1980). *The social psychology of leisure and recreation*. Dubuque, Iowa: Wm C. Drown Company Publishers.

Jacoby, J., Johar, G.V. and Morrin, M. (1998). Consumer behavior. *Annu. Rev. Psychol*, 49, 319-344.

Jansa, M. (2001, 21 de diciembre). Treball flexibilitzarà la jubilació anticipada. *El Periódico*, pàg. 27.

Jerusalem, M. & Mittag, W. (1999). Auto-eficacia en transiciones vitales estresantes. En A. Bandura (Ed.). *Auto-eficacia: Cómo afrontamos los cambios en la sociedad actual* (pp. 155-176). Bilbao: Desclée De Brouwer.

Jurdao Arrones, F. (1991). *Los mitos del turismo*. Madrid: Endymion.

Kelly, J. (1996). *Leisure*. Needham Heights, MA: Allyn and Bacon.

Kelly, J. R. (1982). *Leisure*- Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Kelly, J.R. (1997). Activity and ageing: challenge in retirement. En Haworth J.T. (ed.). *Work, Leisure and well-being* (pp. 165-179). Londres: Routledge.

Kelly, J.R. (2000). Asuntos en el milenio. Una perspectiva global. En Manuel Cuenca Cabeza (ed.). *Ocio y desarrollo humano*. Propuestas para el 6º Congreso Mundial de Ocio. (pp. 57-63) Bilbao: Universidad de Deusto.

Keng, K.A. & Cheng, J.L.L. (1999). Determining Tourist Role Typologies: An exploratory Study of Singapore Vacationers. *Journal of Travel Research*, 37, 382-390.

Kleiber, D. (1999). *Leisure Experience and Human Development*. New York: Basic Books.

Kleiber, D. (2000). Implicaciones del compromiso y la separación como experiencias de ocio relativas al desarrollo humano. En Manuel Cuenca Cabeza (ed.). *Ocio y desarrollo humano*. Propuestas para el 6º Congreso Mundial de Ocio. (pp. 65-74) Bilbao: Universidad de Deusto.

Lachenbruch, P A (1975). *Discriminant Analysis*. Hafner Press. New York.  
León Rubio, J. M<sup>a</sup>, Barriga Jiménez, S., Gómez Delgado, T., González Gabaldón, B., Medina Anzano, S., Cantero Sánchez, F.J. (1998). *Psicología Social. Orientaciones teóricas y ejercicios prácticos*. Madrid: McGraw Hill.

León, J.L. y Olábarri, E. (1991). *Conducta del consumidor y marketing*. Bilbao: Deusto.

Levi, L. y Anderson, L. (1975). *La Tensión Psicosocial: Población, Ambiente y Calidad de Vida*. México, El Manual Moderno, 1980.

Levy-Leboyer, C. (1977). *Étude Psychologique du Cadre de Vie*. Paris, Editions du CNRS. Monographies Françaises de Psychologie, nº 41.

Lillo Simon, J. (1998). Psicología social del ocio y la oferta recreativa. En I Seminario de Marketing Turístico Aedemo. Alicante, 335-346.

Lobo, F. (2000). La manifestación del desempleo como un obstáculo para el ocio y el desarrollo humano. En Manuel Cuenca Cabeza (ed.). *Ocio y desarrollo humano*. Propuestas para el 6º Congreso Mundial de Ocio. (pp. 75-83) Bilbao: Universidad de Deusto.

López Quintás, A. (2000). Tiempo de ocio, tiempo de creatividad. En Manuel Cuenca Cabeza (ed.). *Ocio y desarrollo humano*. Propuestas para el 6º Congreso Mundial de

Ocio. (pp. 85-91) Bilbao: Universidad de Deusto.

Machado, A. (2001, 27 mayo). Perspectivas de la longevidad humana. El envejecimiento (Temas de debate). La Vanguardia. pp. 32-33.

Mackay, K.J. and Fesenmaier D.R. (1997). Pictorial element of destination in image formation. *Annals of Tourism Research*, (24), 3, 537-565.

Madrigal, R. (1995). Personal values, Traveler Personality Type, and Leisure Travel Style. *Journal of Leisure Research*, (27), 2, 125-142.

Madrigal, R. and Kahle, L.R. (1994). Predicting Vacation Activity Preferences on the basis of Value-System Segmentation. *Journal of Travel Research*, winter (25).

Mannell, R.C., and Kleiber, D.A. (1997). *A social Psychology of Leisure*. Venture Publishing, State College, Pennsylvania.

Mardia, K V; Kent, J T; Bybby, J M (1979). *Multivariate Analysis*. Academic Press. London.

Martin, L., & Guido, M., (1997). Senior Citizens' Tourism: A simple approach to determine their future travel behavior. *Revue de Tourisme*, 3, 4-12.

Martinez, G. (1997). Las relaciones interpersonales en el marco de la familia: algunas reflexiones metodológicas. *Anuario de Psicología*, 73, 19-29.

Matusita, K (1956) Decision rule based on the distance, for the classification problem. *Ann. Inst. Statist. Math.* 8, 67-77.

McCabe, S. (2000). The problem of motivation in understanding the demand for leisure day visits. En Woodside, A.G., Crouch, G.I, Mazanec, J.A., Oppermann, M. & Sakai, M.Y (eds.). *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*. Nueva York, NY, EE.UU: Cabi Publishing.

McCanell, D. (1976). *The Tourist*. New York: Pergamon.

McGuire, F. y Tedrick, R. (2000). Envejecer en el país de Ulises. Desarrollo humano y ocio. En M. Cuenca (Ed). *Ocio y desarrollo humano* (pp. 165-171). Bilbao: Universidad de Deusto.

McKercher, B. (1999). A chaos approach to tourism. *Tourism Management*, 20, 425-434.

McPherson, B.D. (1999). Aging and Leisure Benefits: A Life Cycle Perspective. In B.L. Driver, P.J. Brown and G.L. Peterson (Eds). *Benefits of Leisure*. State College, Pennsylvania, Venture Publishing, Inc: 423-430.

Mead, G.H. (1934). *Mind, self and society*. Chicago: University of Chicago.

Mijares, T., Selva, A., Romero, E., Sopena, J.M., Solans, R., Labrador, M., Bosch, J. A y Vilardell, M. (2001). Predicción de neoplasia y muerte en pacientes con miopatía inflamatoria idiopática mediante redes neuronales. En 9è Congrés Català-Balear de Medicina Interna. Barcelona.

Mill, R.C. y Morrison, A.M. (1998). *The Tourism System: An Introductory Text*. (3ª ed.). Dubuque, IA: Kendall/ Hunt Publishing Company.

Milman, A. (1998). The Impact of Tourism and Travel Experience on Senior Travelers' Psychological Well-Being. *Journal of Travel Research*, 37, 166-170.

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (1997). *Incidencia socioeconómica de los programas de vacaciones para mayores y termalismo social del Imsero*. (1ª ed.) (doc. téc.). Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto de Migraciones y Servicios Sociales (IMSERSO).

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto Nacional de Servicios Sociales (IMSERSO) (1996). *Voluntariado y personas mayores. Una experiencia de investigación acción participativa (IAP)*. (1ª ed.). Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto Nacional de Servicios Sociales.

Miranda Montero, Mª.J. (1992). Las vacaciones de la Tercera Edad: Un tipo específico de Turismo *Cuadernos de Geografía*, 51, 111-124.

Mishara, B.L. y Riedel, R.G. (1986). *El proceso de envejecimiento*. Madrid: Morata.

Moisey, R.N. & Bichis, M. (1999). Psychographics of senior nature tourists: The katy nature trail. *Tourism Recreation Research*, 24 (1): 69-76.

- Montaner, J. (1991). *Estructura del Mercado Turístico*. Barcelona: Editorial Síntesis.
- Montaner, J. (1996). *Psicosociología del turismo*. Barcelona: Editorial Síntesis.
- Moragas, R. (1995). *Gerontología Social. Envejecimiento y calidad de vida*. (1ª reimpr.). Barcelona: Herder.
- Morales, J.F. (1999). *Psicología Social*. (2ª ed.). Madrid: Mc Graw Hill.
- Moreno, E. y Pol, E. (1999). *Nociones psicosociales para la intervención y la gestión ambiental*. (Monografías socio/ambientales ; 14). Publicaciones de la Universidad de Barcelona.
- Moreno, I. (2000). El ocio creativo: un camino para el desarrollo humano. En Manuel Cuenca Cabeza (ed.). *Ocio y desarrollo humano*. Propuestas para el 6º Congreso Mundial de Ocio. (pp. 93-98) Bilbao: Universidad de Deusto.
- Morin, E. (1997). *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa editorial: Barcelona.
- Moscardo, G. and Green, D. (1999). Age and activity participation on the great barrier reef. *Tourism Recreation Research*, 24, (1), 57-68.
- Muller, Thomas, E. (1991). Using Personal Values to Define Segments in an International Tourism Market, *International Market Review*, 8 (1), 57-70.
- Munné, F. (1980). *Psicosociología del tiempo libre. Un enfoque crítico*. México: Trillas.
- Munné, F. (1990). Tiempo libre, deporte y turismo: Balance y perspectivas desde la psicología social en Calidad de Vida, educación, deporte y medio ambiente, IV, 57-70.
- Munné, F. (1993). Epistemología y procesos psicosociales básicos. En I. Fernández Jimenez de Cisneros y M.F. Martínez García (comp.). Sevilla: Eudema.
- Munné, F. (1995a). *La interacción social. Teorías y ámbitos*. Barcelona: PPU.

Munné, F. (1995b). Las teorías de la complejidad y sus implicaciones en las ciencias del comportamiento. *Revista interamericana de Psicología*, 29, 1-12.

Munné, F. (1997). Utopía y realidad del tiempo libre: Una aproximación desde el caos y la complejidad. Comunicación presentada al V Congreso Nacional de Psicología Social. San Sebastian, setiembre de 1997.

Munné, F. (2000). Psicología del ocio, deporte y turismo. En VII Congreso Nacional de Psicología Social. Oviedo. 2000.

Munné, F. y Codina, N. (1996). Psicología social del ocio y del tiempo libre. En J.L. Álvaro, A. Garrido, y J.R. Torregrosa (Eds) *Psicología social aplicada* (pp. 429-448). Madrid: McGraw Hill.

Neugarten Bernice L. and Dail A. Neugarten (1986). Changing Meanings of Age in the Aging Society. In *Our Aging Society: Paradox and Promise*, Alan Pifer and Lydia Bronte (Eds) New York: W.W. Norton: 33-51.

Neugarten, B.L. (1979). Time, age and the life cycle. *American Journal of Psychiatry*, 136, 887-894.

Neulinger, J. (1981). *The psychology of leisure*. (2ª ed.). Springfield III: Charles C. Thomas.

Olabarri Fernández, E. y García Ureta, I. (2000). Los vascos mayores de 55 años: Estilos de ocio. 6º Congreso Mundial de Ocio. *Ocio y Desarrollo Humano*, Bilbao, 3-7 julio (cd-rom).

OMT (Organización Mundial del Turismo), (1996, 15 de setiembre). Carta de Recife sobre Turismo de Personas Mayores. Recife, Pernambuco (Brasil).

Ortega E. (1989). Las vacaciones de los españoles de la Tercera Edad. *Estudios Turísticos*, 102 (6), 75-112.

Ortiz Alonso, T. (2000). La Psicología de la vejez. *Revista Multidisciplinar de Gerontología*. (10), 2, 74-81.

Ortuño, I. (1996). *Autoconcepto y calidad de vida en personas de edad: un estudio empírico*. Murcia: Facultad de Psicología (Departamento de Psicología Basica). (Tesi

doctoral).

Ouellette, P. (1996). Ocio, envejecimiento y un modelo de participación para mujeres que pertenecen a una Universidad “Acadia” de la Tercera Edad. *Physical Activity and health in the Elderly*. (1ª ed.) Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.

Papalia, D. (1990). *Desarrollo humano*. México: McGraw-Hill.

Patterson, I. & Chang, M. (1999). Participation in Physical Activities by Older Australians: A review of the Social Psychological Benefits and Constraints. *Australasian Journal on Ageing*. (18), 4, 179-185.

Patterson, I. (1996). Participation in Leisure Activities by Older Adults after a Stressful Life. *International Journal of Aging and Human Development*, 42 (2), 123-142).

Pearce, P.L. (1982). *The social psychology of tourist behavior*. Oxford: Pergamon.

Pearce, P.L. (1985). A systematic comparison of travel-related roles. *Humans relations*, 38, 1001-1011.

Pearce, P.L. (1993a). Fundamentals of Tourist Motivation. In: D.G. Pearce and R. Butler (eds). *Tourism Research: Critiques and Challenges*. London: Cassell.

Pearce, P.L. (1993b). The Psychology of Tourism. En Khan M., Olse, M. & Vav, T. (eds.). *VNR'S Encyclopedia of Hospitality and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Pearce, P.L. (1999). Touring for Pleasure. *Tourism Recreation Research*, 24, (1), 35-42.

Pearce, P.L. y Caltabiano, M. (1983). Inferring Travel Motivation from Travellers' Experience. *Journal of Travel Research*, 22, 16-20.

Pérez L., (1996). *Las necesidades de las personas mayores. Vejez, economía y sociedad* (1ª ed. ). Barcelona: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Pitts, R,E, and Wooside, A.G., (1986). Personal Values and Travel Decision. *Journal*

*of Travel Research*, 25 (Spring: 20-25).

Pitts, R.E, and Woodside, A.G. (1991). Special Issue: Examining the Structure of Personal Values and Consumer Decision Making. *Journal of Business Research*, 22, 91-93.

Pol, E. (1987). *La apropiación del espacio*. Lección presentada para optar a la categoría de Profesor Titular en La Universidad de Barcelona.

Pol, E. (2001). La Psicología Social en su contexto: Nuevos escenarios, nuevos retos. En B. Hernández y S. Valera (pp. 157-179). *Psicología Social Aplicada e Intervención de la Psicología Social*.

Pol, E. y Valera, S. (1998). Calidad de vida, identidad y sostenibilidad. *Revista de Treball social*. nº 149.

Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. United Kingdom: Cab International.

PriceWaterhouseCoopers (1998). Las Vacaciones para Mayores en su estado actual. Preferencias de los usuarios y efectos de una posible descentralización. (Informe técnico no publicado, 18 de setiembre).

Przeclawaki, K. (1993). Tourism as the subject of interdisciplinary research. En D.G. Pearce y R. W. Butler. *Tourism research. Critiques and challenges*. London: Routledge.

Racionero, L. (1983). *Del paro al ocio*. Barcelona: Editorial Anagrama

René L'Écuyer. *El concepto de sí mismo*. Barcelona: Oikos-Tau, 1985.

Richard, M.D & Lippmann, R.P. (1991). Neural networks classifiers estimate Bayesian a posteriori probabilities. *Neural Computation* 3 (4), 461-483.

Robert M. & Lynn R. K. (1994). Predicting Vacation Activity Preferences on the basis of Value-System Segmentation . *Journal of Travel Research*, 25 (Winter), 22-28.

Roberts, K. (2000). Ocio y desarrollo humano en un futuro inmediato. En Manuel

Cuenca Cabeza (ed.). *Ocio y desarrollo humano*. Propuestas para el 6º Congreso Mundial de Ocio. (pp. 105-107) Bilbao: Universidad de Deusto.

Rodríguez Marin, J. (1995). Health Psychology and Quality of Life Research. *Proceedings of the 8<sup>th</sup> Annual Conference of the European Health Psychology Society*, Health Psychology Department and Univ. of Alicante (eds.). 855-868.

Rodríguez, A. (1994). Dimensiones psicosociales de la vejez. En Buendía, J. (comp.), *Envejecimiento y psicología de la salud* (1ª. ed., pp. 53-68). Madrid, España: Siglo XXI de España Editores S.A.

Roelofs, L.H. (1999). The Meaning of Leisure. *Journal of Gerontological Nursing*, 10, 32-39.

Romero, E. y Sopena, J.M. (en preparación). Métodos de selección de variables y redes neuronales: un estudio comparativo.

Romsa, G. & Blenman, M. (1989). Vacation patterns of the elderly German. *Annals of Tourism Research*, 16, 178-198.

Rose, A.M. (1962). The subculture of the aging: a topic for sociological research. *The gerontologist*, 2, 123-127.

Rose, A.M. (1965). The subculture of the aging: a framework for research in social gerontology. En Rose, A.M. & Peterson, W. (Eds.). *Older people and their social worlds*. Philadelphia, Pa., F.A. Davis Company, 3-16.

Ruiz Olabuenaga, J.I. (1995). Las nuevas formas del turismo moderno y la democratización del tiempo y del espacio. *Turismo y tiempo libre. Actividades, Métodos y Organización*. Bilbao: Universidad de Deusto. (pp. 13-31).

Ryan, C. (1994). “Leisure and Tourism-the application of leisure concepts to tourist behaviour- a proposed model”. *Tourism: The State of the Art*, Chichester, etc...: John Wiley & Sons. pp. 294-307.

Sabater, F. (2000). Evolución de los valores sociales: los ancianos en la sociedad del siglo XXI. *Gerokomos*, 11 (4):159-166.

San Martín García, J. E. (1997). *Psicosociología del ocio y el turismo*. Málaga:

Ediciones Algibe.

San Martín, J. E. (1998). Aspectos psicosociales del turismo. *Revista de Psicología Social*, (13) 2, 297-302.

San Martín, J. y Gómez Jacinto, L. (1998). Influencia del turismo en el cambio de actitud: una perspectiva intergrupala. *Revista de Psicología Social Aplicada*, vol. 2, nº 2, 5-20.

San Martín, J., López, A. y Esteve, R. (1999). Dimensionalización del constructo de ocio en universitarios. *Psicothema*, Vol. 11, 113-124.

Santos Arrebola, J.L. Las nuevas tendencias de los consumidores turistas. *Estudios sobre consumo* 1992; 23: 29-36.

Schaffer, H. R. (1989). *Interacción y socialización*. Madrid: Aprendizaje/visor.

Schewe, Ch. (1990). Get in position for the Older Market. *American Demographics*, 12, (6), 38-44.

Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (1983). *Consumer behavior*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Schiffman, L.G. & Sherman, E. (1991). Value orientations of New-Age Elderly: The coming of an Ageless Market. *Journal of Business Research*, 22, 187-194.

Schroeder, T. (1996). The relationship of Residents' Image of Their State as a Tourist Destination and Their Support for Tourism. *Journal of Travel Research*, Spring, 71-73.

Secretaría General de Turismo (1993). El Turismo Social en Europa y su futuro en España (Documento Resumen). *Estudios Turísticos*, nº 119-120, 139-151.

Seekings, J. (1997). Senior Travel Market. In *Proceedings of the Second International Conference on Senior Tourism*. World Tourism Organization, Madrid.

Selva, A., Mijares, T., Romero, E., Sopena, J.M., Solans, R., Labrador, M., Vilardell, M. (en prensa) Neural network as a predictor of cancer in patients with idiopathic

inflammatory myopathies. *Arthritis Rheum.*

Sennett, R. (2000). *La corrosión del carácter*. Barcelona: Editorial Anagrama.

Shiffman, L. G and Sherman, E. Value Orientations of New-Age Elderly: The Coming of an Ageless Market. *Journal of Business Research* 22, 187-194 (1991)

Shih, D. (1986). VALS as a tool of tourism marketing research: The Pennsylvania experience. *Journal of Travel Research*, Spring, 2-11.

Shoemaker, S. (1989). Segmentation of the senior pleasure market. *Journal of Travel Research*, 27, (3), 11-21.

Siegel, S; John Castellan, N (1995). Estadística no paramétrica aplicada a las Ciencias de la Conducta. Ed. Trillas, México.

Siguan, M., (1997). La vejez como objeto de estudio y como experiencia. *Anuario de Psicología*, 73 , (2), 131-136.

Smith S.L. (1990). *Dictionary of concepts in recreation and leisure studies*. New York: Greenwood Press.

Smith, S.L.J. (1994). The tourism product. *Annals of Tourism Research*, (21), 3, 582-595.

Sopena, J.M., Romero, E. and Alquézar, R. (1999). Neural Networks with Periodic and Monotic Activation functions: A Comparative Study in Classification Problems. 9<sup>th</sup>. *International Conference on Artificial Neural Networks*, 323-328.

Sopena, J.M., Sanz, E., Ramos, P., Romero, E., Alquézar, R. (2000). Puede el aleteo de una mariposa causar que una pareja de separe?. Un estudio del riesgo de divorcio mediante el uso de redes neuronales y métodos de selección de variables. To appear in *Computación y Sistemas*.

SPSS® 10.0 Syntax Reference Guide (1999). SPSS Inc. Printed in the USA.

Stebbins, R.A. (2000). Un estilo de vida óptimo de ocio: combinar ocio serio y casual en la búsqueda del bienestar personal. En Manuel Cuenca Cabeza (ed.). *Ocio y desarrollo humano*. Propuestas para el 6º Congreso Mundial de Ocio. (pp. 109-116) Bilbao: Universidad de Deusto.

Steinkamp, M. W., y Kelly, J.R. (1987). “Social integration, leisure activity, and life satisfaction in older adults: Activity theory revisited”. *International Journal of Aging and Human Development*, 25 (4), 293-307.

Streib, G. (1965). Are the aged a minority group?. En Gouldner, A. (Ed.). *Applied Sociology*, New York: The Free Press, 311-328.

Sureda, J. (1999). “El ocio y la percepción por parte de los Españoles, evolución 1998-1999”. *VII Simposio Internacional de Turismo, febrero de 1999*.

Tous, J.M. y Navarro, J. (1997). Las diferencias individuales en el proceso de envejecimiento humano. *Anuario de Psicología*, 73, 105-118.

Triadó, C. y Villar, F. (1997). Modelos de Envejecimiento y percepción de cambios en una muestra de personas mayores. *Anuario de Psicología*, 73 (2) 43-55.

Triadó, C., Martínez, G. y Villar, F. (2000). *Psicología del desenvolupament: adolescència, maduresa i senectut*. Barcelona: Edicions de Universitat de Barcelona. (colecció UB 43). (no la he citat encara)

Tuduri, C. (1997). *Imagen promocional y comunicación: El caso particular de las imagenes de Mallorca en la prensa británica*. Disertación doctoral no publicada, Universidad autonoma de Barcelona, España.

Urry, J. *The Tourist Gaze*. Sage. London, 1991.

Uysal, M. and M. Sherif El Roubi (1999). Artificial Neural Networks versus Multiple Regression in Tourism Demand Analysis. *Journal of Travel Research*, 38, 111-118.

Valera, S. y Pol, E. (1994).

Valero, D. (2001, 27 mayo). El impacto económico. El envejecimiento (Temas de debate). *La Vanguardia*. pp. 32-33.

Valls, J.F. (1999). Reclassificación de las actividades de ocio y el turismo al servicio de la gestión de la empresa. *Editur*, suplemento: Nuevos escenarios para las industrias del ocio y el turismo, 6-20.

Van Doren, C.S, K. Koh, K. and McCahill, A.. (1994). *Tourism Research: a state-of-the art citation analysis (1971-1990)* in: *Tourism The State of the Art*, Chichester, etc...: John Wiley & Sons, pp. 294-307.

Vander Zanden, J. W. (1986). *Manual de Psicología Social*. Buenos Aires: Paídos.

Vanhove, N. (1998). La globalización de la demanda turística y el impacto sobre la estrategia de mercado. *Papers de turisme*, 23, 90-97.

Veal, A.J. (1993). The concept of lifestyle: a review. *Leisure Studies*, 12 (4), 233-253.

Veal, A.J. *Research Methods for Leisure and Tourism: Is a practical Guide* . London: Pitman Publishing, 1996.

Veblen, T. (1971). *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura económica.

Vellas, P.(1986). Aspectos psicológicos y sociales del desarrollo del turismo en la tercera edad. *I Jornadas técnicas turismo y tercera edad*, Alicante.

Vera Rebollo, J. F. (1994). El Modelo Turístico del Mediterráneo español: Agotamiento y estrategias de reestructuración. *Papers de Turisme*, 14-15, 131-147.

Villar, A. (1999). *Target senior. Turismo emergente Costa Dorada*. Manuscrito no publicado. Barcelona: Esade.

Villar, F. (1997). Estrategias para afrontar el envejecimiento y diferencias asociadas a la edad: una aproximación a través del análisis de contenido. *Anuario de Psicología*, 73, 57-69.

Visauta, B. (1989). *Técnicas de investigación social*. Barcelona: PPU.

Welch, B L (1939). Note on discriminant functions. *Biometrika* 31, 218-220.

Wicker, A.W. (1979). Ecological psychology. *American Psychologist*, 34, 755-765.

Williams, A. M. (1994). Investigación turística en el Reino Unido: Hechos y tendencias recientes. *Estudios Turísticos*, 124, 31-46.

Yangzhou, H. and Brent Ritchie, J.R. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, Fall, 25-34.

Yiannakis, A. y Gibson, H. (1992). Roles tourists play. *Annals of Tourism Research*, 19, 287-303.

You, X. & O’Leary, J. (1999). Destination Behavior of older Uk Travellers. *Tourism Recreation Research*, 24 (1), 23-34.

Zimmer, Z., Brayley, R.E and Searle M.S. (1995). Whether to Go and Where to Go: Identification of Important Influences on Seniors’ Decisions to Travel. *Journal of Travel Research*. Vol. XXXIII, 3, 3-10.

Zorrilla, R., (1995). El turismo como ocio. (Escuela de Turismo U.D.eds.). *Turismo y Tiempo libre: Actividades y metodos de organización*. Bilbao: Deusto. (pp. 33-52)-