

ANÁLISIS DE LOS DETERMINANTES DE LA DECISIÓN DE VIAJAR DE LOS SENIOR ESPAÑOLES

M^a Nieves Losada Sánchez^{*}
M^a Elisa Alén González^{**}
Trinidad Domínguez Vila^{***}
Universidad de Vigo, Ourense - España

Resumen: Los senior representan un mercado de especial relevancia para un gran número de industrias. Entre ellas destaca el sector turístico, por ser uno de los mayores beneficiarios de los cambios en los estilos de vida de la población mayor, actualmente más orientada al disfrute del tiempo libre que las generaciones anteriores y por tanto, más propensa al viaje. Este colectivo destaca por su enorme potencial, pero también por su heterogeneidad en lo que respecta a su condición de viajeros. En este contexto, el objetivo de este trabajo consiste en la identificación de las variables determinantes de la participación en viajes de las personas mayores de 55 años en España. Para identificar cuáles son las variables que determinan su tendencia al viaje se utilizó un análisis de regresión logística binaria. Los resultados revelan que, más allá de la renta y el tiempo disponible, la participación en viajes por parte de este segmento va a estar explicada por una serie de variables relacionadas con la edad interna/percibida del individuo, que es aquella que hace referencia a la etapa del ciclo de vida en la que se encuentra; el nivel sociocultural, que origina las diferencias entre las distintas cohortes generacionales, y ciertas variables subjetivas que suponen las principales barreras para el viaje de los senior y que denominamos factores auto-percibidos. Se extraen, además, una serie de implicaciones de gran relevancia para el sector turístico.

PALABRAS CLAVE: senior, propensión a viajar, ciclo de vida, comportamiento de compra, barreras para el viaje

Abstract: Analysis of the Factors Influencing the Travel Decision of Spanish Senior. The senior represent a market of particular relevance for a large number of industries. These include the tourism sector as one of the biggest beneficiaries of the changes in the lifestyles of the population, currently more geared to the enjoyment than previous generations and therefore more likely to travel. This group stands out for its enormous potential, but also by its heterogeneity with regard to their condition of travelers. In this context, the aim of this paper is to analysis the factors influencing the travel decision for people over 55 years in Spain. To identify the variables that determine their travel trend an analysis binary logistic regression was used. The results reveal that beyond income and time available, travelling will be explained by a set of personal variables, such as the internal or perceived age, the stage of the life cycle in which they are located, the sociocultural level, which causes the differences between the different generational cohorts, and certain subjective variables which

^{*} Doctora en Planificación y Dirección de Turismo por la Universidad de Vigo (Ourense, España). Investigadora colaboradora del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la misma institución. Su principal línea de investigación es turismo senior. E-mail: nieveslosada@uvigo.es

^{**} Doctora en Empresariales por la Universidad de Vigo (Ourense, España). Profesora en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la misma institución. Su principal línea de investigación es el marketing turístico. E-mail: alen@uvigo.es

^{***} Doctora en Empresariales por la Universidad de Vigo (Ourense, España). Profesora del Área de Organización de Empresas de la misma institución. Su principal línea de investigación es marketing turístico. E-mail: trinidad@uvigo.es

represent the main barriers for the senior trip. Those are called self-perceived factors. Finally, it is shown that there are many managerial implications of great importance for the tourism sector.

KEYWORDS: senior, travel decisions, life cycle, consumer behavior, barriers to travel.

INTRODUCCION

El envejecimiento demográfico que está experimentando la población a nivel mundial es especialmente notorio en las regiones más desarrolladas. Aparece como consecuencia de la reducción en la tasa de natalidad y el aumento en la esperanza de vida de la población, y se ha convertido en el fenómeno demográfico más importante del s. XXI, hasta el punto de constituir una de las prioridades en las políticas gubernamentales de los países más desarrollados.

Europa es actualmente el continente más envejecido a nivel mundial, y particularmente España, el país dentro de ella donde este fenómeno es todavía más acusado (Bloom & Canning, 2006; Gil, 2004). Resulta de la interacción en el tiempo de dos fenómenos totalmente contrapuestos, el *baby boom* o explosión demográfica de los años 1960/1970 y el *baby bust* de los años 1980/1990. Bajo estas premisas se espera que para el año 2050 la edad mediana de la población europea se sitúe en torno a los 49 años, frente a los 36 años a nivel mundial, siendo España el país con mayor índice de envejecimiento del continente, donde para el año 2050 una de cada dos personas tendrá, al menos, 55 años (United Nations, 2002).

Los datos expuestos con anterioridad han contribuido durante estos últimos años a la proliferación de estudios que hacen hincapié en los costes y consecuencias económicas asociados al proceso de envejecimiento demográfico (Sánchez, 2000). Se trata de estudios basados en informes emitidos por organismos internacionales (p. ej. Comisión Europea, 2006 y OECD, 2005) y que suponen el origen de la reformulación de las políticas estrechamente relacionadas con este fenómeno demográfico por parte de los gobiernos de las regiones más desarrolladas, sobre todo en materia sanitaria y de pensiones (Bloom et al., 2010).

Sin embargo, se detecta una falta de estudios que abarquen este fenómeno desde el punto de vista del comportamiento del consumidor (Sánchez, 2000), sobre todo teniendo en cuenta el enorme potencial que representa la población mayor para una gran variedad de mercados, entre los que destaca el sector turístico (Anken et al., 2008; Dann, 2007; Faranda & Schmidt, 1999; Mahadevan, 2014; Prayag, 2012; Yeoman et al., 2013). Asimismo se evidencia falta de consistencia en los pocos trabajos existentes al respecto derivada de la dificultad de definir la edad de corte para el mercado de los mayores (Bone, 1991; Le Serre, 2008; Patterson, 2006).

En lo que a turismo se refiere, la Organización Mundial de Turismo (OMT) calcula que para el año 2050 la población de 60 años en adelante llegará a representar más de 2 mil millones de viajes

internacionales, frente a los 593 millones que supuso en 1999 (Patterson, 2006). En España, en el año 2010, el colectivo de 51 a 64 años fue el tercero en cuanto a frecuencia viajera, siendo los mayores de 64 años los que más gasto realizaron en viajes (IET, 2010a; IET, 2010b).

Así pues, el cambio demográfico va a provocar que el turismo senior sea considerado como uno de los mercados en mayor crecimiento y más importantes dentro de la industria turística, conformando este segmento el “motor del crecimiento” en turismo (Schröder & Widmann, 2007). En este sentido, son varios los autores que apuntan a las generaciones envejecidas del *baby boom* como uno de los mercados más relevantes en el ámbito turístico (Cooper et al., 2007; Glover & Prideaux, 2009; Ryan, 1995).

Tradicionalmente se ha considerado relevante a este colectivo para la industria turística por el tiempo libre del que disponen y su poder adquisitivo (Fleischer & Pizam, 2002). Se debe, por un lado, que el tiempo libre de los mayores ha ido de la mano del disfrute del mismo mediante actividades de turismo y ocio por una gran parte de éstos (Armadans, 2002), demostrándose que existe una relación positiva entre el disfrute del tiempo de ocio y la satisfacción en la última etapa de la vida (Gibson, 2006). Por otro lado se considera que el poder adquisitivo de este colectivo es superior al de otros colectivos, como por ejemplo el de los jóvenes (Tréguer & Segati, 2005). Éstos mejoran su posición económica y su poder adquisitivo por motivos como la independencia económica de los hijos, la ausencia de hipotecas -o unas cuotas reducidas- y la disposición de ahorros o planes de pensiones privados además de la jubilación (Metz & Underwood, 2005; Oates et al., 1996; Reece, 2004).

Sin embargo, Faranda & Schmidt (1999) exponen que, a pesar de que los jubilados poseen más tiempo libre, la jubilación no determina la tendencia al viaje. En este sentido, hay que decir que las prácticas de ocio de los adultos que se encuentran en la etapa previa a la jubilación y de los jubilados no difieren sustancialmente en el tránsito de un estado a otro (Cuenca, 1995). Es más, en el último tercio de la vida, los patrones de consumo de viajes de los mayores suelen ser muy similares (Lohmann & Danielsson, 2001; Schröder & Widmann, 2007) y no suelen cambiar significativamente por factores como la jubilación (Blazey, 1992; Lohmann & Danielsson, 2001:357). Blazey (1992) y Romsa & Blenman (1989) señalan que la tendencia a la realización de viajes permanece prácticamente constante antes y después de la jubilación. Por su parte, Lohmann & Danielsson (2001), Oppermann (1995b), Schröder & Widmann (2007) y Zimmer et al. (1995) aseguran que existe una relación no lineal entre la edad y la tendencia al viaje de la población, aseveran que la tendencia al viaje se incrementa a partir de los 50 años y continúa prácticamente constante hasta los 75 años, cuando comienza a decaer, principalmente por motivos de salud.

Por otro lado hay que poner de manifiesto que la mayor parte de las iniciativas dirigidas a este colectivo forman parte de políticas de envejecimiento activo promovidas por el sector público, cuyo objetivo consiste en facilitar el acceso de los mayores a viajes mediante programas subvencionados. Tal es el caso de los programas de Vacaciones y Termalismo Social del IMSERSO en España, y a

nivel europeo el programa Europe Senior Tourism. Y es que, en España, se da por hecho que la “tercera edad” dispone de tiempo libre pero no goza de unas condiciones económicas o de salud óptimas, de ahí que la mayor parte de los viajes dirigidos a este colectivo hayan estado promovidos a través de políticas sociales (Álvarez, 1994).

Por tanto, y tal y como aseguran Faranda & Schmidt (1997:7), “el mercado maduro está lleno de contradicciones”, en el sentido de que lo que a priori consideramos como una fortaleza para el mercado turístico *senior* se convierte, en realidad, en una debilidad. De hecho, varios autores (Blazey, 1992; McGuire, 1984; VVAA en Nyaupane et al., 2008; Romsa & Blenman, 1989; Schröder & Widmann, 2007) señalan entre los principales impedimentos para viajar de los senior la falta de dinero y de tiempo, entre otros, demostrándose de este modo la gran heterogeneidad existente en el segmento de senior en su condición de viajeros en el sector turístico (Javalgi et al, 1992; Ryan & Trauer, 2005; Schröder & Widmann, 2007; Wu, 2003). Se considera que la forma de adaptarse a las distintas etapas del ciclo de vida, las características socioculturales de las distintas cohortes generacionales y la percepción de la salud, el estatus económico y el tiempo disponible van a influir en la decisión de viaje de este colectivo.

El objetivo de este estudio consiste en averiguar cuáles son las variables que influyen en la decisión de viajar de los senior españoles, dado el enorme potencial de este colectivo en la industria turística del país, en vista de las predicciones demográficas para los próximos años en España.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

La literatura en materia de viajes y turismo pone de relieve que los ingresos discretos, es decir, aquella cantidad resultante después de que todos los gastos hayan sido satisfechos, y el tiempo libre, son los principales factores que intervienen en la demanda de viajes (Nyaupane et al., 2008). Sin embargo, existen muchos otros factores que determinan la participación en los viajes, entre ellos, el estado de salud, las responsabilidades familiares o, simplemente, la falta de interés por viajar.

Las tres dimensiones jerárquicas de las barreras de ocio de Crawford et al. (1991) constituyen el punto de partida de los estudios de ocio y turismo en cuanto a las barreras para participar en actividades de ocio o viajar. La primera dimensión, barreras estructurales, hace referencia a la falta de renta, tiempo o aquellas barreras relacionadas con el ciclo de vida familiar. La segunda, barreras intrapersonales, alude al estado psicológico del individuo o a su situación personal. Y la tercera, las interpersonales, es el resultado de la interacción con las barreras intrapersonales y hace referencia a la dificultad para encontrar compañeros de ocio. Estas tres dimensiones siguen una estructura jerárquica en función de su importancia sobre el comportamiento de ocio de los individuos, desde la más próxima -la dimensión intrapersonal- a la más lejana -la estructural-, teniendo que superarse en

primer lugar las barreras más inmediatas para poder llegar a superar las más distantes (Crawford et al., 1991).

En cuanto a las barreras de ocio de los senior, destacar entre los primeros estudios el de McGuire, que identifica como las principales barreras de ocio de este colectivo los recursos externos (p. ej. falta de información, la falta de dinero y falta de medio de transporte), los factores temporales (p. ej. falta de tiempo, necesidad de trabajar, interrupción de la rutina normal y demasiada carga de otras cosas), la desaprobación por parte de familia y amigos, la falta de compañía y aquellas relacionadas con la salud o la edad (McGuire, 1984; Zhang & Cui, 2013).

Entre las principales barreras que influyen en la decisión de viaje de los mayores destacan (Blazey, 1992; Romsa y Blenman, 1989; Schröder & Widmann, 2007): la salud, el estatus económico autopercebido y el tiempo disponible. Blazey (1992), además, relaciona la situación laboral de éstos con las barreras, argumentando que los que todavía están activos en el mercado de trabajo están más influenciados por las barreras de tipo económico y temporal que los que están jubilados; mientras que aquellos que ya están jubilados presentan mayores barreras para viajar relacionadas con la salud que los que no lo están.

ESTUDIOS EMPÍRICOS: PARTICIPACIÓN EN VIAJES POR PARTE DE LOS SENIOR

Los estudios empíricos existentes, en cuanto a la participación en viajes por parte de los senior, utilizan una serie de variables sociodemográficas (p. ej. edad, sexo, nivel educativo, nivel de ingresos, etc) así como variables subjetivas relacionadas con el estatus económico y la salud, con el objeto de discriminar entre los senior que viajan y los que no lo hacen (Tabla 1).

Tabla 1: Estudios empíricos: participación en viajes por parte de los senior

Autor (es)	Muestra	Método de análisis	VARIABLES SIGNIFICATIVAS
Zimmer et al. (1995)	Mayores de 65 años en adelante (Canadá)	Análisis discriminante	-Estado civil, propiedad de la vivienda, renta del hogar, edad, nivel educativo, estado de salud y características actitudinales
Fleischer y Pizam (2002)	Mayores de 55 años en adelante (Israel)	Análisis probit	-Salud y renta
Wu (2003)	Mayores de 60 años en adelante (Taiwan)	Regresión logística	-Edad y estatus económico autopercebido
Shim et al. (2005)	Mayores de 55 años en adelante (Estados Unidos)	Análisis de regresión múltiple	-Experiencia de viaje previa
Huh (2006)	Población de 18 años en adelante (Estados Unidos)	ANOVA y Test T	-Renta del hogar, lugar de residencia, tamaño del hogar y lugar de origen
Nyaupane et al. (2008)	Suscriptores de revistas de viajes (Estados Unidos)	Análisis de regresión logística	-Estado civil y renta
Chen y Wu (2009)	Mayores de 50 años en adelante (Taiwan)	Regresión logística	-Motivación, barreras personales, edad, estado civil, situación laboral y procedencia de la renta
Jang y Ham (2009)	Mayores de 50 años en adelante (Estados Unidos)	Análisis probit	-Edad, edad ² , estado civil, lugar de origen, tamaño del hogar, nivel educativo, región y renta del hogar

Fuente: Elaboración propia

El estudio llevado a cabo por Zimmer et al. (1995) supone el punto de partida de los estudios empíricos acerca de la participación en viajes por parte de los senior. Éstos, encontraron que los senior mayores de 65 años residentes en Manitoba (Canadá) con mayor tendencia a viajar fueron aquellos que estaban casados, propietarios de la vivienda, con un nivel de ingresos alto y un elevado nivel educativo.

Entre los estudios más recientes nos encontramos con los de Fleischer & Pizam (2002), Wu (2003), Shim et al. (2005), Nyaupane et al. (2008), Chen y Wu (2009) y Jang y Ham (2009). Esta serie de estudios se caracterizan por ampliar el rango de edad de los senior analizados, prestando especial atención a la generación del *baby boom*.

Fleischer & Pizam (2002) detectaron la existencia de una relación positiva entre la salud autopercebida y la renta de los senior israelíes mayores de 55 años con la probabilidad de viajar. Wu (2003), en un estudio realizado con la población mayor de 60 años en Taiwan, obtuvo que la tendencia al viaje disminuía con la edad y aumentaba a medida que el estatus económico autopercebido mejoraba. Shim et al. (2005) obtuvieron que la experiencia de viaje pasada de los mayores de 55 años en Estados Unidos guardaba una relación positiva con la intención de viaje. Nyaupane et al. (2008) obtuvieron que el estado civil y la renta determinaban la probabilidad de viaje de los residentes en Estados Unidos en función del grupo de edad de pertenencia. Chen & Wu (2009), que analizaron la intención de viaje de los mayores de 50 años en Taiwan, obtuvieron que aquellos que viajaron para socializarse y que presentaron barreras personales tuvieron menor propensión al viaje, mientras que los mayores de 60 años, independientes económicamente, jubilados y que viajaban motivados por conocer nuevos lugares o relajarse tuvieron una mayor propensión a viajar. Jang & Ham (2009), que analizaron la tendencia al viaje de los mayores en Estados Unidos, dividiéndolos en dos grupos, los *baby boomer* y los *senior*, obtuvieron que, para ambos grupos, el estar casado, contar con un nivel educativo superior y tener rentas altas, supuso una mayor probabilidad de viaje. En el caso de los *baby boomer*, cuyo cabeza de familia era de raza blanca, tuvieron una mayor probabilidad de viaje disminuyendo ésta a medida que aumentaba el tamaño del hogar. En cuanto a los *senior*, aquellos que vivían en regiones occidentales presentaron una mayor tendencia al viaje frente a los que residían en otras regiones. Además, estos autores ponen de manifiesto la existencia de una relación no lineal entre la edad y la tendencia al viaje, demostrando empíricamente las teorías anteriormente mencionadas al respecto de Lohmann & Danielsson (2001), Opperman (1995b), Schröder & Widmann (2007) y Zimmer et al. (1995). De este modo, obtuvieron que en un primer momento la tendencia a viajar de los individuos analizados decrece hasta los 58 años, cuando comienza a aumentar, tornándose de nuevo negativa a partir de los 74 años.

Finalmente, Huh (2006), que llevó a cabo un estudio longitudinal en Estados Unidos con la población mayor de 18 años, obteniendo resultados para los senior que merecen ser destacados. Concretamente, identificó que los individuos de raza blanca, residentes en el estado de Michigan y

con una renta familiar más elevada tenían mayor propensión a viajar, mientras que los hogares de gran tamaño mostraban una menor tendencia al viaje.

DISCUSIÓN TEÓRICA

Cooper et al. (2007) y Romsa & Blenman (1989) exponen que tanto la propensión a viajar como el tipo de experiencia turística van a estar determinadas por la edad interna del individuo, que es aquella que hace referencia a la etapa del ciclo de vida que ha alcanzado éste, definida por la edad cronológica, estructura del hogar y situación en el mercado de trabajo y que se encuentra controlada por la renta y el tiempo discrecional. De este modo, las barreras para viajar van a variar a lo largo del ciclo de vida, reflejando patrones de consumo turístico muy heterogéneos (Nyaupane et al., 2008; Le Serre & Chevalier, 2013).

Los estudios empíricos repasados anteriormente revelaron la existencia de relación entre las variables del ciclo de vida –edad, renta del hogar y composición del hogar (Chen & Wu, 2009; Fleischer & Pizam, 2002; Huh, 2006; Jang & Ham, 2009; Nyaupane et al., 2008; Zimmer et al., 1995)– y la propensión al viaje de éstos.

A este respecto, afirmar que son varios los autores que utilizan esta herramienta, el ciclo de vida/la etapa del ciclo de vida, para caracterizar la demanda turística (Bojanic, 1992; Cosenza & Davis, 1981; Fodness, 1992; Hong et al., 2005; Pennington-Gray & Kerstetter, 2002; Sakai et al., 2000). Teniendo en cuenta que es durante la edad adulta, concretamente entre los 50 y los 60 años, cuando se experimentan los cambios más significativos relacionados con las etapas del ciclo de vida como la jubilación, emancipación de los hijos, pérdida del cónyuge o convertirse en abuelos (Moschis, 1992; Silvers, 1997), ésta parece la herramienta adecuada para el estudio del comportamiento turístico de los *senior*. Y es que a medida que la gente vive más años y está expuesta a un mayor número de cambios sociales (p. ej. el divorcio, segundas familias, mayor acceso a la educación, etc.) el curso de vida se vuelve menos lineal, por lo que la segmentación basada en la edad será un indicador menos útil de las necesidades del turista que aquella basada en la etapa de la vida (UNWTO, 2010).

Con todo, el ciclo de vida no va a captar los cambios en los patrones de comportamiento turístico que se originan en función de la cohorte generacional de pertenencia (March, 2000; Oppermann, 1995a; Zimmerman, 1982), variable que tiene una especial relevancia en el ámbito de la investigación del comportamiento turístico de los mayores (Chen, 2009; Huh, 2006; Jang & Ham, 2009; Sakai et al., 2000; You & O'Leary, 2000).

La mayor parte de los estudios que utilizan la cohorte generacional para caracterizar a los mayores en el ámbito turístico distinguen entre los *baby boomer* y los *senior*, considerando que la pertenencia a una u otra cohorte determinará su comportamiento turístico (Chen, 2009; Jang & Ham,

2009). Sin embargo, los estudios que utilizan la cohorte generacional para segmentar a los mayores el mercado turístico no devuelven resultados significativos (Chen, 2009, Huh, 2006; Jang & Ham, 2009; Sakai et al., 2000; You & O'Leary, 2000).

Indagando en los factores que originan las diferencias entre las cohortes y que son susceptibles de incidir en el comportamiento turístico de los mayores, se considera que aquellas variables relacionadas con el nivel sociocultural del individuo como la experiencia de viaje previa, la ocupación, el nivel educativo o el poder adquisitivo –determinado por la procedencia de la renta y la propiedad de la vivienda–, son las variables más adecuadas para medir las diferencias en el comportamiento turístico de los mayores entre las distintas cohortes generacionales.

Así, variables como la experiencia de viaje pasada, nivel educativo, procedencia de la renta y propiedad de la vivienda determinan, según Chen & Wu (2009), Jang & Ham (2009), Shim et al. (2005) y Zimmer et al. (1995), la tendencia al viaje de los senior.

Finalmente, destacar que los factores autopercebidos –salud y estatus económico–, que varían a lo largo del ciclo de vida del individuo, también guardan relación con la tendencia al viaje de los senior, tal y como lo demuestran los estudios de Fleischer & Pizam (2002), Wu (2003) y Zimmer et al. (1995), anteriormente mencionados.

De este modo, se considera que la participación en viajes por parte de los *senior* españoles va a estar influenciada por las variables que conforman el ciclo de vida del individuo, las variables relacionadas con su nivel sociocultural, susceptibles de originar las diferencias entre las distintas cohortes generacionales y la autopercepción de tres variables subjetivas íntimamente ligadas a la etapa del ciclo de vida en la que se encuentran éstos, la salud, la renta y el tiempo disponible, denominadas factores autopercebidos.

METODOLOGIA

MÉTODO DE MUESTREO Y OBTENCIÓN DE LOS DATOS

Para la obtención de los datos, se recurrió a la entrevista telefónica realizada a los mayores de 55 años residentes en España. La edad de corte se decidió, fundamentalmente, en base a que por un lado, es la edad media utilizada en los estudios que versan sobre mayores y turismo, tal y como quedó de manifiesto en el marco teórico de esta investigación y, por otro, tal y como argumentan Plog (2005), Prideaux et al. (2001) y Ramos (2005), será la generación del *baby boom*, que a día de hoy en España ronda los 55 años de edad, la que va a introducir profundos cambios en la composición de los mercados en general y, según Cooper et al. (2007), en el mercado turístico en particular.

En España los mayores de 55 años en el año 2010 suponían el 27,6 % de la población, 12.990.731 personas (INE, 2010) y, de éstos, un 44,19 % realizó al menos un viaje con pernoctación en el destino durante ese mismo año (IET, 2010a).

Con la finalidad de conseguir los datos necesarios para la contrastación de las hipótesis de la investigación se optó por un muestreo probabilístico en dos etapas. En una primera etapa se dividió a la población objetivo en subpoblaciones –conglomerados– en función del área geográfica de residencia, concretamente por provincias. A partir del número de mayores de 55 años por provincias y el total de viajeros mayores de 55 años por CCAA se calculó el número de viajeros por provincias. Posteriormente, se procedió a calcular el tamaño muestral por provincias proporcional al número de viajeros.

Finalmente, se obtuvieron un total de 620 cuestionarios. Una vez eliminados aquellos que presentaban incoherencias, datos atípicos o una gran cantidad de casillas vacías, esta cifra se redujo a 602 cuestionarios válidos, que fueron los utilizados para el análisis estadístico (ver Tabla 2).

Tabla 2: Ficha técnica

Universo	Españoles de 55 años o más, con residencia en territorio nacional
Ámbito geográfico	Nacional, 17 CCAA –excepto Ceuta y Melilla–
Tamaño muestral	602 cuestionarios válidos
Error muestral	±4%. Máxima diferencia relativa 9,01%
Nivel de confianza	95% $z=1,96$ proporción verdadera=0,44
Diseño muestral	Muestreo bietápico por conglomerados

Fuente: Elaboración propia

TÉCNICA DE ANÁLISIS DE DATOS

Para el análisis de los datos se llevó a cabo una regresión logística binaria. La regresión logística binaria se utiliza para predecir la presencia o ausencia de una característica o resultado según los valores de un conjunto de variables predictoras cuando la variable dependiente es dicotómica y las variables independientes son continuas y/o categóricas (Cea, 2002).

Se trata de comprobar la probabilidad de ocurrencia de un evento a partir de la observación de una serie de variables independientes. Para su interpretación se utiliza el *odds ratio* –exp (B)– que representa la probabilidad de que se presente un evento respecto a la probabilidad de que no ocurra. Un odds próximo a 1 indica que las dos probabilidades, de ocurrencia y no ocurrencia de un evento son iguales (o casi iguales); si *odds* >1 existe más probabilidad de que el evento ocurra que de su no ocurrencia, y; si *odds* <1 la probabilidad de que el evento ocurra es menor que de su no ocurrencia. El porcentaje de probabilidad de ocurrencia de la variable dependiente ante el aumento en una unidad de la variable independiente se podría calcular como (Cea, 2002): $(e^B - 1) \times 100$

Tabla 3 – Variables y medidas

Variable dependiente	
Tendencia al viaje	Sí o No: 1 si viajaron durante el último año, 0 en caso contrario
Variables independientes	
Edad	Edad en años
Edad²	Edad en años al cuadrado
Sexo	1 si es hombre, 0 en caso contrario (0 es el grupo de referencia)
Nivel de ingresos (€/año)	
Menos de 8000	1 si los ingresos son menores de 8000 €/año, 0 en caso contrario
Entre 8000-12000	1 si los ingresos están entre los 8000-12000 €/año, 0 en caso contrario
Entre 12001-16000	1 si los ingresos están entre los 12001-16000 €/año, 0 en caso contrario
Entre 16001-20000	1 si los ingresos están entre los 16001-20000 €/año, 0 en caso contrario
Entre 20001-24000	1 si los ingresos están entre los 20001-24000 €/año, 0 en caso contrario
(Más de 24000)	(grupo de referencia)
Estatus laboral	
Jubilado	1 si está jubilado, 0 en caso contrario
Desempleado	1 si está desempleado, 0 en caso contrario
Inactivo/Ama de casa	1 si es inactivo/ama de casa, 0 en caso contrario
Trabajador por cuenta ajena	1 si es trabajador por cuenta ajena, 0 en caso contrario
Empresario/Autónomo	1 si es empresario/Autónomo, 0 en caso contrario
Funcionario	(grupo de referencia)
Tipo de hogar	
Unipersonal	1 si hogar unipersonal, 0 en caso contrario
Nuclear	1 si hogar nuclear, 0 en caso contrario
Nuclear con hijos y/o otros	1 si hogar nuclear con hijos y/o otros, 0 en caso contrario
Monoparental/Otros	(grupo de referencia)
Tamaño del hogar	Número de miembros en el hogar
Nº de miembros dptes. Ecmte	Número de miembros en el hogar dependientes ecmt del entrevistado
Experiencia de viaje previa	
Ninguna	1 si ninguna experiencia de viaje, 0 en caso contrario
Poca	1 si poca experiencia de viaje, 0 en caso contrario
Mucha	(grupo de referencia)
Nivel educativo	
Sin estudios (no lee/escribe)	1 si sin estudios (no lee/escribe), 0 en caso contrario
Sin estudios (lee/escribe)	1 si sin estudios (lee/escribe), 0 en caso contrario
Ed. Primaria/Escuela	1 si Ed. Primaria/Escuela, 0 en caso contrario
Ed. Secundaria/Bachiller/FP	1 si Ed. Secundaria/Bachiller/FP, 0 en caso contrario
Título Universitario	(grupo de referencia)
Procedencia de los ingresos	
Trabajo	1 si ingresos procedentes del trabajo, 0 en caso contrario (0 grupo de referencia)
Pensión	1 si ingresos procedentes de pensión, 0 en caso contrario (0 grupo de referencia)
Ahorros/Inversiones	1 si ingresos procedentes de Ah./Inv., 0 en caso contrario (0 grupo de referencia)
Otros (fam., org. públicos)	1 si ingresos procedentes de Otros, 0 en caso contrario (0 grupo de referencia)
Propiedad de la vivienda	1 si propietario de la vivienda, 0 en caso contrario (0 grupo de referencia)
Salud autopercebida	Salud autopercebida, escala de 1, muy mala a 5, excelente
Estatus económico autopercebido	Estatus económico autopercebido, escala de 1, muy difícil a 5, muy abundante
Tiempo disponible autopercebido	Tiempo disponible autopercebido, escala de 1, ninguno a 5, mucho

Fuente: Elaboración propia

La bondad de ajuste del modelo de regresión logística se estimó utilizando el R^2 de Nagelkerke en lugar del R^2 de Cox y Snell ya que, el primero de ellos cubre el rango de 0 a 1, mientras que para el segundo, el valor máximo teórico que puede tomar el R^2 puede ser menor que 1.

En la tabla 3, se muestran las variables utilizadas en el análisis y su nivel de medida. Las variables independientes fueron las que conforman el ciclo de vida –edad, edad², sexo, ingresos, estatus laboral, tipo de hogar, tamaño del hogar y número de miembros dependientes económicamente–, el nivel sociocultural –experiencia de viaje pasada, nivel educativo, procedencia

de los ingresos y propiedad de la vivienda– y los factores autopercebidos –salud, estatus económico y tiempo disponible– y la variable dependiente fue la propensión al viaje durante el último año (No=0/Sí=1).

RESULTADOS

PERFIL DE LA MUESTRA

Como se desprende de la Tabla 4, del total de individuos entrevistados (n=602), casi un 60% (n=358) realizó al menos un viaje con pernoctación en el destino durante el último año. La edad media de los encuestados fue de 69,5 años. De éstos, la mayor parte fueron mujeres (62,3%). El nivel de ingresos de la muestra fue relativamente bajo, destacando las rentas menores de 8000 €/año (36,6%) y entre 8000-12000 €/año (22,7%). Además, la mayor parte de los encuestados fueron jubilados (64,6%).

En cuanto al tipo de hogar, destacaron los hogares compuestos por dos miembros y hogares nucleares (45,8%), sobre el resto. Con todo, la mayor parte de los encuestados eran independientes económicamente, siendo la media de los miembros dependientes económicamente del entrevistado de 0,3.

Destacar que algo más de la mitad aseguró tener mucha experiencia de viaje (54%) y que la mayor parte contaba con algún tipo de estudios, fundamentalmente estudios primarios (34,2%). Por otro lado, y acorde con la situación laboral del individuo, la mayor parte de los ingresos de la muestra fueron los procedentes de la pensión (69,6%). Con todo, destacar que un 10,8% de los encuestados aseguró tener ahorros o inversiones. Además, un 89,2% aseguraron tener en propiedad la vivienda principal.

Finalmente, destacar que la salud y el tiempo disponible autopercebido fueron los factores con mejor autopercepción, con un 3,7 y un 3,8 de media, respectivamente, mientras que la renta disponible no alcanzó el umbral de suficiente, quedándose en el 2,7 de media.

Tabla 4: Principales descriptivos

Variable	(%)	Media
Viajeros		
Sí	59,5%	
No	40,5%	
Edad		69,5
Sexo (ref. Mujer)	(62,3%)	
Hombre	37,7%	
Nivel de ingresos (ref. Más de 24000 €/año)	(13,8%)	
Menos de 8000 €/año	36,6%	
Entre 8000-12000 €/año	22,7%	
Entre 12001-16000 €/año	13,1%	
Entre 16001-20000 €/año	6,6%	
Entre 20001-24000 €/año	7,2%	
Estatus laboral (ref. Funcionario)	(3%)	
Jubilado	64,6%	
Desempleado	6,1%	
Inactivo/Ama de casa	13,1%	
Trabajador por cuenta ajena	9%	
Empresario/Autónomo	4,2%	
Tipo de hogar (Monoparental/Otros)	(11,8%)	
Unipersonal	22,5%	
Nuclear	45,8%	
Nuclear con hijos y/o otros	19,9%	
Tamaño del hogar		2,1
Número de miembros dptes. ecmt		0,3
Experiencia de viaje previa (ref. Mucha)	(54%)	
Ninguna	20,6%	
Poca	25,4%	
Nivel educativo (ref. Título Universitario)	(19,3%)	
Sin estudios (no lee/escribe)	4%	
Sin estudios (lee/escribe)	23,7%	
Ed. Primaria/Escuela	34,2%	
Ed. Secundaria/Bachiller/FP	18,8%	
Procedencia de los ingresos (%Sí)		
Trabajo (ref. No)	17,9%	
Pensión (ref. No)	69,6%	
Ahorros/Inversiones (ref. No)	10,8%	
Otros -familiares, org. públicos-. (ref. No)	12,3%	
Propiedad de la vivienda (ref. No)	(10,8%)	
Sí	89,2%	
Salud autopercibida		3,7
Estatus económico autopercibido		2,7
Tiempo disponible autopercibido		3,8

Fuente: Elaboración propia

REGRESIÓN LOGÍSTICA BINARIA

La Tabla 5 muestra que las variables que actúan como predictoras en el modelo de regresión logística binaria explican un 68% de la variación en la tendencia al viaje de los senior de 55 años en adelante en España (R^2 de Nagelkerke=0,680) y clasifican de forma correcta el 85,8% de los casos.

Las variables que resultaron ser significativas en el modelo fueron la edad² ($p=0,005$); ingresos menores a 8000 €/año ($p=0,001$), entre 12001 y 16000 €/año ($p=0,046$) y entre 16001 y 20000 €/año

($p=0,034$); ninguna ($p=0,000$) y poca ($p=0,000$) experiencia de viaje; ingresos procedentes de ahorros/inversiones ($p=0,016$); salud autopercebida ($p=0,000$) y tiempo disponible autopercebido ($p=0,028$).

En primer lugar, se aprecia que, a partir de una cierta edad, la probabilidad de viajar se reduce exponencialmente a medida que el individuo envejece, siendo ésta para el primer año un 3,2% menor ($\exp(B)=0,968$). Esta tendencia viene determinada por el término cuadrático de la edad, al que denominamos edad².

Tabla 5: Regresión logística binaria (método por pasos hacia delante Wald)

Variable independiente	B	Wald	p	Exp (B)
Constante	1,332	1,362	0,243	3,790
Edad ²	-0,033	7,885	0,005	0,968
Ingresos (ref. Más 24000 €/año)		20,200	0,001	
Menos 8000 €/año	-2,231	11,824	0,001	0,107
Entre 8000 y 12000 €/año	-0,964	2,209	0,137	0,381
Entre 12001 y 16000 €/año	-1,371	3,979	0,046	0,254
Entre 16001 y 20000 €/año	-1,596	4,497	0,034	0,203
Entre 20001 y 24000 €/año	-0,886	1,147	0,284	0,412
Experiencia viaje (ref. Mucha)		98,978	0,000	
Ninguna	-4,098	79,882	0,000	0,017
Poca	-2,312	56,316	0,000	0,099
Ingresos procedentes de Ahorros/Inversiones (Ref. No)				
Sí	1,223	5,768	0,016	3,398
Salud autopercebida	0,661	17,478	0,000	1,937
Tiempo disponible autopercebido	0,283	4,823	0,028	1,327
-2 Log likelihood	345,504			
R² de Cox y Snell	0,506			
R² de Nagelkerke	0,680			
% casos bien clasificados	85,8%			

Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta al nivel de ingresos, el signo negativo en las categorías que resultaron significativas indica que los perceptores de ingresos de menos de 8000 €/año, entre 12001 y 16000 €/año y entre 16001 y 20000 €/año presentaron un 89,3% ($\exp(B)=0,107$), 74,6% ($\exp(B)=0,254$) y 79,7% ($\exp(B)=0,203$) menos de probabilidad de viajar, respectivamente, que aquellos con ingresos de más de 24000 €/año.

Por otro lado, aquellos con ninguna o poca experiencia de viaje presentaron un 98,3% ($\exp(B)=0,017$) y un 90,1% ($\exp(B)=0,099$) menos de probabilidades de viajar, respectivamente, que aquellos con una amplia experiencia de viaje en el pasado.

Además, en cuanto al poder adquisitivo de los individuos analizados, determinado por la propiedad de la vivienda y la procedencia de la renta, decir que, aquellos individuos con ahorros/inversiones presentaron un 239,8% de probabilidades más de viajar que los que no contaban con este tipo de ingresos.

Y, finalmente, en cuanto a los factores autopercebidos, señalar que, a medida que aumentaba en una unidad la salud autopercebida, la probabilidad de realizar algún viaje era un 93,7% mayor (exp (B)=1,937); de igual modo, a medida que el estatus económico autopercebido se incrementaba en una unidad, aumentaba en un 32,7% (exp (B)=1,327) la probabilidad de viajar entre los senior analizados.

CONCLUSIONES

En este estudio se demuestra que además de la edad, la tendencia al viaje de los *senior* viene determinada por otro tipo de variables relacionadas con la etapa del ciclo de vida en la que se encuentra el individuo, su nivel sociocultural y ciertos factores autopercebidos que incentivan/desincentivan el viaje, rechazando la idea de que se trata de un segmento de mercado homogéneo. En este sentido, señalar que la utilización de estas variables supone una aportación empírica a los pocos estudios existentes al respecto hasta el momento.

En relación a los resultados obtenidos hay que decir que, aquellos individuos con rentas altas, con una amplia experiencia de viaje, que cuentan con ahorros/inversiones además de la renta principal y con una buena percepción de su estado de salud y del tiempo disponible para viajar, presentaron una tendencia al viaje positiva. Sin embargo, esta tendencia se invierte a medida que el individuo envejece.

Así, a medida que se incrementa la edad de los individuos analizados, la probabilidad de viajar se reduce considerablemente, coincidiendo en este aspecto con lo obtenido por Jang & Ham (2009), Wu (2003) y Zimmer et al. (1995). Chen & Wu (2009) por su parte, establecen que los mayores de 60 años tienen mayor probabilidad de viajar que los de menor edad. Con todo, y a pesar de que no se ha podido demostrar la existencia de una relación no lineal entre la edad y la tendencia al viaje, ya que sólo una de las dos variables utilizadas para ello resultó significativa –edad²–, se puede decir que, al llegar a un cierto umbral de edad –Jang & Ham (2009) establecen este umbral en torno a los 74 años de edad–, la tendencia al viaje es menor, en línea con lo expuesto por Lohmann & Danielsson (2001), Opperman (1995b), Schröder & Widmann (2007) y Zimmer et al. (1995).

En cuanto al nivel de ingresos, son varios los autores que coinciden en señalar el nivel de ingresos de los mayores como una de las variables predictoras en lo que respecta a la tendencia al viaje. Concretamente, y coincidiendo con los resultados obtenidos en esta investigación, Fleischer & Pizam (2002), Huh (2006), Jang & Ham (2009), Nyaupane et al. (2008) y Zimmer et al. (1995) indican la existencia de una relación positiva entre el nivel de ingresos y la tendencia al viaje de los *senior*. De este modo, se puede hablar de una elasticidad-renta de la demanda de viajes positiva por parte del colectivo de los *senior*, tal y como adelantaba Huh (2006). Así, a medida que aumenta/disminuye la renta de los mayores de 55, permaneciendo el resto de factores constantes, aumenta/disminuye la probabilidad de viajar de éstos.

Con respecto a la experiencia de viaje previa, los senior con mayor experiencia de viaje, presentaron una mayor probabilidad de viajar que aquellos que contaban con ninguna o poca experiencia de viaje previa, acorde con los hallazgos de Shim et al. (2005). Además, Jang et al. (2003:89) establecen una relación entre los kilómetros que recorre una persona y su nivel cultural “viajar mil Li (lo que equivale a unas 311 millas) es igual que leer diez mil libros”. Se podría considerar entonces, que la experiencia de viaje previa y el nivel educativo son las variables que conforman el nivel cultural del individuo. A tenor de los resultados obtenidos, la experiencia de viaje previa de los *senior* analizados parece tener mayor peso en la tendencia al viaje de este colectivo que el nivel educativo. De este modo, la experiencia de viaje previa se torna en una variable más representativa del nivel cultural de los *senior* que su nivel de estudios, en lo relativo a la demanda de viajes por parte de este colectivo.

En lo que respecta a la procedencia de la renta, Chen & Wu (2009) indican que aquellos individuos cuyas rentas proceden del trabajo tienen una mayor tendencia al viaje que aquellos cuyas rentas proceden de la pensión, ahorros u otros familiares. En esta investigación, hay que tener en cuenta que las rentas procedentes de ahorros/inversiones complementan a otro tipo de ingresos, como la pensión o el salario –no son excluyentes como en el estudio de Chen & Wu (2009)–, generando un estatus económico autopercebido mayor, por lo que cabría decir, entonces, que un mayor poder adquisitivo del individuo es el que determina una mayor tendencia al viaje, independientemente de donde proceda la renta principal.

Por otro lado, en cuanto a la salud autopercebida, los resultados obtenidos están en consonancia con los hallazgos de Fleischer & Pizam (2002) y Zimmer et al. (1995). Así, mientras Zimmer et al. (1995) aseguran que la probabilidad de viajar es menor a medida que el estado de salud autopercebido empeora, Fleischer & Pizam (2002) sostienen que existe una relación positiva entre el estado de salud autopercebido y la tendencia al viaje.

Y, finalmente, a pesar de no contar con evidencias empíricas previas al respecto, los resultados obtenidos permiten afirmar que a medida que los individuos perciben que disponen de más tiempo para viajar, la probabilidad de viaje se incrementa. En este sentido, los resultados ponen de manifiesto la existencia de una relación entre el tiempo disponible para viajar y la tendencia al viaje, reforzando de esta manera las teorías expuestas por Blazey (1992), McGuire (1984), VVAA en Nyaupane et al. (2008), Romsa & Blenman (1989), Schröder y Widmann (2007), quienes aseguraban que la falta de tiempo constituye uno de los principales impedimentos para viajar de los *senior*.

Una de las principales aportaciones de esta investigación gira en torno a la capacidad predictiva de las variables que conforman el ciclo de vida, aquellas que originan diferencias entre las distintas cohortes generacionales, relacionadas con el nivel sociocultural del individuo, y las principales barreras para el viaje de los *senior*, denominadas factores autopercebidos, en lo que respecta a la tendencia al viaje de este colectivo.

En cuanto a las principales implicaciones que se pueden extraer para el sector, en primer lugar hay que tener en cuenta la elasticidad-renta de la demanda turística en lo que respecta a la tendencia del viaje. Y es que, la continua pérdida de poder adquisitivo que se viene produciendo en los pensionistas españoles durante los últimos años, principalmente por la falta de adecuación de sus pensiones a las condiciones de vida actuales –como consecuencia de la no revalorización de sus pensiones conforme al IPC–, puede provocar una caída en la demanda de viajes por parte de este colectivo, sobre todo de aquellos con rentas más modestas y con menor capacidad para afrontar este tipo de gasto. Siendo la renta una de las variables que más incide en la propensión al viaje, se contemplan los viajes respaldados por el sector público en España, a los que hacíamos referencia al comienzo de esta investigación, como una forma de paliar la pérdida de poder adquisitivo de este colectivo, toda vez que éste recuperará con creces lo invertido, obteniendo además importantes beneficios económicos, tal y como se extrae del estudio realizado por Price Waterhouse et al. (1997). Por otro lado, dado que aquellos individuos que presentaron una mayor probabilidad de viaje fueron los senior con más experiencia de viaje, el sector debería por empeño en profundizar en el perfil de estos viajeros, concretamente desde el punto de vista de las satisfacciones, dado que, parece probable que se trate de un segmento muy exigente dada su amplia experiencia de viaje.

Destacar además que esta investigación no está exenta de limitaciones. La primera de las limitaciones encontradas es de origen metodológico y se deriva del marco de muestreo utilizado para la obtención de los individuos a entrevistar. Y es que, a pesar de que la utilización de las bases de datos de teléfonos supone un método rápido y eficaz de cara a la identificación de la población meta, ésta también conlleva la desventaja de que no representa al 100% del público objetivo. Y es que, no todos los mayores de 55 años ó más residentes en España disponen de teléfono fijo y, entre los que sí que disponen de éste, no todos constan en la base de datos utilizada. Por otro lado, señalar que la capacidad predictiva de los estudios de tipo transversal, como este, es muy limitada, tal y como indica Wooldridge (2006), si bien este mismo autor señala que los datos de corte transversal son los más utilizados en economía y en otras ciencias sociales.

En relación a futuras líneas de investigación, se propone realizar un estudio longitudinal con las mismas variables utilizadas para esta investigación, con el objeto de salvar la principal limitación de los estudios transversales, en cuanto a la poca capacidad predictiva que éstos ofrecen, comentada anteriormente. Este tipo de enfoque, ha sido ya recomendado por otros autores (Huh, 2006; Wang, 2005) en el ámbito del comportamiento turístico de los senior por la capacidad que ofrecen éstos para captar los cambios relacionados con el comportamiento de viaje a lo largo del tiempo en el momento en que éstos se producen.

Agradecimientos: Este artículo se enmarca en una línea de investigación incluida como papel de trabajo de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial (<http://catedrafundacionarecesdc.uniovi.es>)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, A.** (1994) "El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas". Bosch, Barcelona
- Anken, A. K., Chaipooopirutana, S. & Combs, H.** (2008) "Psychographics and patronage behaviour of mature consumers in Thailand" *International Review of Business Papers*, 4 (1), 45-56
- Armandans, I.** (2002) *Actividad de ocio-turístico y personas mayores: Análisis de diferencias psicosociales entre "viajeros" y "no viajeros"*. Tesis doctoral. Universidad de Barcelona, España.
- Bojanic, D. C.** (1992) "A look at a modernized family life cycle and overseas travel" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1 (1), 61-79
- Blazey, M. A.** (1992) "Travel and retirement status" *Annals of Tourism Research*, 19, 771-783.
- Bloom, D. & Canning, D.** (2006) "Booms, busts and echoes" *Finance & Development*, International Monetary Fund, 43(3), 8-13, september
- Bone, P.** (1991) "Identifying mature segments" *The Journal of Consumer Marketing*, 8 (4), 19-32
- Cea, M. A.** (2002) *Análisis multivariable: teoría y práctica en la investigación social*. Madrid: Síntesis
- Chen, H. W. J.** (2009) *Baby boomers' and Seniors' Domestic Travel Motivations: An examination of citizens in Tainan, Taiwan*. Master Thesis. University of Waterloo. Canada
- Chen, C. & Wu, C.** (2009) "How motivations, constraints, and demographic factors predict seniors' overseas travel propensity" *Asia Pacific Management Review*, 14 (3), 301-312
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S.** (2007) "El turismo: teoría y práctica". Síntesis, Madrid
- Comisión Europea** (2006) "The impact of ageing on public expenditure: projections for the EU25 Member States on pensions, health care, long term care, education and unemployment transfers (2004-2050)
- Cosenza, R. M. & Davis, D. L.** (1981) "Family vacation decision making over the family life cycle: a decision and influence structure analysis" *Journal of Travel Research*, 20 (2), 17-23.
- Crawford, D., Jackson, E. & Goodbey, G.** (1991) "A hierarchical model of leisure constraints" *Leisure Sciences*, 13, 309-320
- Cuenca, M.** (1995) "El tiempo libre y ocio en las personas mayores". En *Seniors Españoles para la Cooperación técnica*, (Eds.), *Las actividades económicas de las personas mayores*, (pp. 83-98) Madrid.
- Dann, S.** (2007) "Branded generations: baby boomers moving into the seniors market" *Journal of Product & Brand Management*, 16 (6), 429-431
- Faranda, W. T. & Schmidt, S. L.** (1999) "Segmentation and the senior traveler: Implications for today's and tomorrow's aging consumer" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8 (2), 3-27
- Fleischer, A. & Pizam, A.** (2002) "Tourism constraints among Israeli seniors" *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 106-123
- Fodness, D.** (1992) "The impact of family life cycle on the vacation decision-making process" *Journal of Travel Research*, 31 (2), 8-13
- Gibson, H. J.** (2006) "Leisure and later life: past, present and future" *Leisure Studies*, 25 (4), 397-401

- Gil, E.** (2004) "El «poder gris». Consecuencias culturales y políticas del envejecimiento de la población", *Consecuencias de la Evolución Demográfica en la Economía. Información Comercial Española*, ICE: Revista de Economía, 815, 219-230, mayo-junio
- Glover, P. & Prideaux, B.** (2009) "Implications of population ageing for the development of tourism products and destinations" *Journal of Vacation Marketing*, 15 (1), 25-37
- Hong, G. S., Fan, J. X., Palmer, L. & Bhargava, V.** (2005) "Leisure travel expenditure patterns by family life cycle stages" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 18 (2), 15-30
- Huh, C.** (2006) "A study of changes in patterns of travel behavior over time: a cohort analysis approach". Tesis Doctoral. Michigan State University. United States
- IET** (2010a) "Instituto de Estudios Turísticos. Encuesta de los Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur)" Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Anuales/Informe%20anual%20de%20Familitur.%20A%C3%B1o%202010.pdf>
- IET** (2010b) "Instituto de Estudios Turísticos. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur), Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur)" Disponible en: [http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20\(Frontur\)%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20\(Egatur\)%202010.pdf](http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20(Frontur)%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20(Egatur)%202010.pdf)
- INE** (2010) "INEbase. Demografía y población. Padrón. Población por municipios". Disponible en: <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&file=pcaxis&path=%2Ft20%2Fe245%2Fp04%2F%2Fa2010>
- Jang, S. (Shawn) & Ham, S.** (2009) "A double-hurdle analysis of travel expenditure: baby boomers seniors versus older seniors" *Tourism Management*, 30, 372-380
- Le Serre, D.** (2008) "Who is the senior consumer?", Disponible en: http://www.marketing-trends-congress.com/sites/default/files/papers/2008/2008_fr_LeSerre.pdf
- Le Serre, D. & Chevalier, C.** (2012): "Marketing travel services to senior consumers", *Journal of Consumer Marketing*, 29 (4), 262-270
- Lohmann, M. & Danielsson, J.** (2001) "Predicting travel patterns of senior citizens: How the past may provide a key to the future" *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), 357-366
- Mahadevan, R.** (2014) "Understanding senior self-drive tourism in Australia using a contingency behavior model", *Journal of Travel Research*, 53 (2), 252-259.
- March, R.** (2000) "The Japanese travel life cycle" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9(1/2), 185-200
- McGuire, F. A.** (1984) "A factor analytic study of leisure constraints in advanced adulthood" *Leisure Sciences*, 6(3), 313-326
- Metz, D. & Underwood, M.** (2005) "Older, richer, fitter: identifying the customer needs of Britain's ageing population. Age Concern England, London
- Moschis, G. P.** (1992) "Marketing to older consumers: a handbook of information for strategy development. Quorum Books, Westport
- Nyaupane, G. P., McCabe, J. T. & Andereck, K. L.** (2008) "Seniors' travel constraints: stepwise logistic regression analysis" *Tourism Analysis*, 13 (4), 341-354

- Oates, B., Shufeldt, L. & Vaught, B.** (1996) "A psychographic study of the elderly and retail store attributes" *Journal of Consumer Marketing*, 13(6), 14-27.
- Oppermann, M.** (1995a) "Family life cycle and cohort effects: a study of travel patterns of German residents" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 4 (1), 23-44
- Oppermann, M.** (1995b) "Travel life cycle" *Annals of Tourism Research*, 22 (3), 535-552
- Patterson, I.** (2006) *Growing older. Tourism and leisure behaviour of older adults.* Cabi, Cambridge
- Pennington-Gray, L. A. & Kerstetter, D. L.** (2002) "Testing a constraints model within the context of nature-based tourism" *Journal of Travel Research*, 40 (4), 416-423
- Plog, S. C.** (2005) Targeting segments: more important than ever in the travel industry. En W. F. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (3ª ed.), pp. 271-293. Butterworth-Heinemann, Boston
- Prayag, G.** (2012): "Senior travelers' motivations and future behavioral intentions: The case of nice", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29 (7), 665-681
- Price Waterhouse, Mundo Social, AECA, ZONTUR, ANET, EMER-GFK, IMSERSO** (1997) "Incidencia socioeconómica de los programas de vacaciones para mayores y termalismo social del IMSERSO". Instituto de Migraciones y Servicios Sociales, Madrid
- Prideaux, B., Wei, S. & Ruys, H.** (2001) "The senior drive tour market in Australia" *Journal of Vacation Marketing*, 7 (3), 209-219
- Ramos, I.** (2005) "El estilo de vida de las personas mayores y la comunicación publicitaria. Un análisis empírico". Tesis doctoral. Universidad de Alicante. España
- Reece, W. S.** (2004) "Are senior leisure travelers different?" *Journal of Travel Research*, 43, 11-18, august
- Romsa, G. & Blenman, M.** (1989) "Vacation patterns of the elderly German" *Annals of Tourism Research*, 16 (2), 178-188
- Ryan, C.** (1995) "Learning about tourists from conversations: the over-55s in Majorca" *Tourism Management*, 16(3), 207-215
- Ryan, C. & Trauer, B.** (2005) Aging populations: trends and the emergence of the nomad tourist. En W. F. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (3ª ed.), pp. 510-528. Butterworth-Heinemann, Boston
- Sakai, M., Brown, J. & Mak, J.** (2000) "Population aging and Japanese international travel in the 21st century" *Journal of Travel Research*, 38, 212-220
- Sánchez, P.** (2000) "Sociología de la vejez versus economía de la vejez" *Papers. Revista de Sociología*, 61, 39-88. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona
- Schröder, A. & Widmann, T.** (2007) "Demographic change and its impact on the travel industry: Oldies-nothing but goldies?" En R. Conrady & M. Buck (Eds.), *Trends and issues in Global Tourism*, (pp. 3-17) Springer, Berlín
- Shim, S., Gehert, K. C. & Siek, M.** (2005) "Attitude and behaviour regarding pleasure travel among mature consumers: a socialization perspective" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 18 (2), 69-81
- Silvers, C.** (1997) "Smashing old stereotypes of 50-plus America" *Journal of Consumer Marketing*, 14 (4), 303-309
- Wang, Y.** (2005) "An exploratory study of travel constructs in mature tourism". Tesis Doctoral. Clemson University. South Carolina. United States

- Wooldridge, J. M.** (2006) "Introducción a la econometría: un enfoque moderno". Thomson Learning, Madrid
- Wu, C. M. E.** (2003) "An exploratory study of Taiwanese seniors' travel motivations and travel behavior". Tesis Doctoral. Kansas State University. United States
- Yeoman, I., Schanzel, H. & Smith, K.** (2013) "A sclerosis of demography: How ageing populations lead to the incremental decline of New Zealand tourism" *Journal of Vacation Marketing*, 19 (2), 91-103
- You, X. & O'Leary, J. T.** (2000) "Age and cohort effects: an examination of older Japanese travelers" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9 (1/2), 21-42
- Zhang, Q. & Cui, L.** (2013): "Regional senior tourism marketing strategy research", *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 5 (11), 3087-3091
- Zimmer, Z., Brayley, R. E. & Searle, M. S.** (1995) "Whether to go and where to go: identification of important influences on seniors' decisions to travel" *Journal of Travel Research*, 33 (3), 3-10
- Zimmerman, C. A.** (1982) "The life cycle concept as a tool for travel research" *Transportation*, 11, 51-69

Recibido el 27 de enero de 2014

Reenviado el 05 de mayo de 2014

Aceptado el 11 de mayo de 2014

Arbitrado anónimamente