



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

**TURISMO SENIOR.
CONCEPTO, PERFIL Y
OPORTUNIDADES DE
MEJORA**

Alumno: Laura Duro García

Junio, 2016

RESUMEN

Este trabajo se centra en el turismo senior, al cual no se le había dado especial relevancia hasta hace unos años a pesar de mostrar grandes oportunidades para este sector. Esto se debe a que los senior actuales son más favorables a realizar viajes, ya que lo ven como una necesidad y no como un privilegio, y disponen de más medios que hace algunas décadas. Aunque este segmento del mercado turístico presenta grandes oportunidades, es necesario adecuar la oferta turística a ellos. El objetivo de este trabajo es identificar el perfil del turista senior, es decir, las características que estos turistas tienen y las motivaciones que les animan a realizar estos desplazamientos, para lo cual se realizó una encuesta a 48 personas pertenecientes a este grupo para conseguir ofrecer a este segmento una oferta turística que se adecúe a ellos.

Palabras clave: turismo senior, viajes, características, motivaciones.

ABSTRACT

This work focuses on senior tourism, which had not had special relevance few years ago despite of showing great opportunities for this sector. This situation is because current seniors are more favorable to travels, because they see it as a necessity and not as a privilege, moreover they have more means than a few decades ago. Although this segment of tourism market presents great opportunities, it is necessary to adapt the tourism offer them. The aim of this work is to identify the profile of the senior tourist, that is to say, the characteristics that these tourists have and the motivations that encourage them to make these travels, for which a survey was conducted to 48 people belonging to this group to get offer this segment a tourist offer that suits them.

Key words: senior tourism, travels, features, motivations.

ÍNDICE

Páginas

1. Introducción	5
2. Origen del marketing	5
3. Turismo senior	6
3.1 Concepto	6
3.2 Causas de su auge	6
3.2.1 Demografía y esperanza de vida	7
3.2.2 Tiempo libre y nido vacío	8
3.2.3 Nivel de renta	9
3.2.4 Condiciones de salud	10
3.2.5 Cambio de mentalidad	10
4. Perfil del turista senior	10
4.1 Encuesta	10
4.1.1 Datos obtenidos	11
4.1.2 Resultado	29
4.1.3 Valoración global de los resultados	29
4.1.4 Valoración de las distintas partes	30
5. Oportunidades de mejora	31
5.1 Oportunidades de mejora en Jaén	33
6. Conclusiones	34
7. Bibliografía	35
8. Documentos anexos	37

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el sector del turismo es, en general, muy importante para la economía de los países, ya que a día de hoy, como es en el caso de nuestro país, es el sector que más ha crecido y el que más empleo genera. Se trata de uno de los sectores que ha ido evolucionando positivamente en los últimos años, según Exceltur el año pasado supuso el 11,7% del PIB total español, y seguirá haciéndolo en los próximos periodos.

Esta evolución se ha producido gracias a que el sector del turismo ha sabido adaptarse a los cambios sociales y también económicos que se han desarrollado en estos años, y ofrece productos para todos los segmentos de mercado que existen en nuestros días, como pueden ser el turismo para solteros, homosexuales o seniors. Aunque no todos han sido desarrollados al mismo nivel, entre ellos el turismo senior, en el cual nos centraremos en este trabajo, es un mercado que sigue en desarrollo y que está viviendo un gran auge, ya que en estos últimos años es cuando los grandes turoperadores se están dando cuenta de su importancia, puesto que se está volviendo más numeroso debido al envejecimiento de la población, y se trata de una oportunidad clave para poder dejar a un lado la estacionalidad que tanto daña a la industria turística española.

2. ORIGEN DEL MARKETING

La palabra “marketing” se debe a la relación de intercambios de productos que se realizaban en la antigüedad, los cuales consistían en hacer el cambio recíproco de un objeto o producto. Con el tiempo estos fueron más numerosos y complejos, ya que no sólo eran elementos tangibles, sino también intangibles, por lo que no sólo se intercambiaban productos, sino además sentimientos y expectativas que afectaban al valor de lo que se intercambiaba, por ello se creó la necesidad de algo que ayudara a facilitar el intercambio de estos bienes, con lo que se empezó a realizar el marketing antiguo.

Después fue avanzando hasta llegar al marketing moderno, que empezó a utilizarse por primera vez en Estados Unidos debido a que hubo una sobreproducción de patatas que desbordó el mercado, por lo que en su zona no tenían ya gente que les comprara dicho producto, lo cual dio lugar a que los agricultores tuvieran que vender sus productos en otros mercados para poder así darles salida, y a raíz de este acto empezó a desarrollarse.

La definición del marketing ha ido evolucionando con los años teniendo distintos significados. A finales del siglo XX se definía como las actividades relacionadas con la

distribución y transmisión de propiedad de los bienes desde los productores a los consumidores. Actualmente, este concepto ha evolucionado y según la definición aprobada en julio de 2013 por la American Marketing Association (AMA), se define como “*la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, socios y sociedad en general*”. Es la mayor asociación de marketing del mundo, se trata de una comunidad esencial para los vendedores que tiene ya 75 años de historia. Esta asociación ha firmado un convenio con la Asociación de Marketing de España (MKT), la cual lleva en funcionamiento más de 50 años con sede en Madrid, para compartir conocimientos, es decir, tener acceso a todas las publicaciones y herramientas de ambos y desarrollar iniciativas conjuntas que beneficien el desarrollo y la promoción del marketing.

3. TURISMO SENIOR

3.1. CONCEPTO

El turismo senior, también llamado turismo de la tercera edad, gerontológico o turismo gris (“grey tourism” en los países hispanoamericanos), es un concepto que aún no tiene una definición concreta, es decir, no existe un consenso entre los autores sobre a partir de qué edad se considera a una persona como senior. Unos autores toman como franja de edad para definir a este segmento de turistas a los mayores de 60, otros a los de 65..., pero la clasificación más expandida y usada, sobre todo a la hora de realizar estudios y estadísticas, es la que dieron en una ponencia Hossain, Bailey y Lubulwa (2003), la cual divide a este tipo de turismo en dos grupos, turistas de 55 a 64 años, que serían los llamados “senior jóvenes” (younger senior), y de 65 años en adelante, que serían los “senior mayores” (older senior).

Aunque, normalmente, suele considerarse a una persona como senior cuando comienza otra etapa de su vida, la jubilación, sea a la edad cronológica que sea, lo cual es un elemento importante a tener en cuenta en el ámbito turístico, ya que es cuando la persona empieza a tener disponibilidad total para viajar y a vivir de sus pensiones y ahorros, lo que modificará también sus criterios a la hora de tomar una decisión en cuanto a los viajes.

3.2 CAUSAS DE SU AUGE ACTUAL

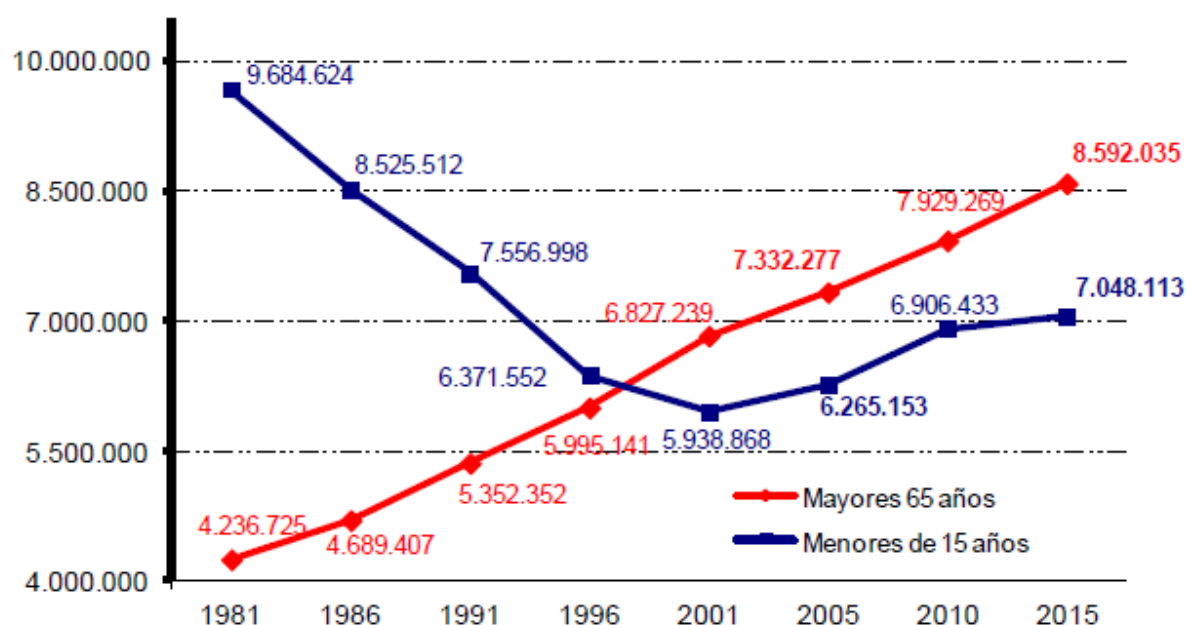
A continuación pasamos a analizar todos y cada uno de los factores que han propiciado el auge actual que vive este tipo de turismo.

3.2.1 DEMOGRAFÍA Y ESPERANZA DE VIDA

Uno de los elementos a tener en cuenta para saber por qué este tipo de turismo ha aumentado en nuestro país es la demografía, puesto que es uno de los principales.

Nuestro país se ha convertido en un país envejecido, según el Instituto de Política Familiar (IPFE), desde 1981 se ha duplicado progresivamente el número de personas mayores y reducido el número de jóvenes, como podemos ver en el Gráfico 1, siendo ya el 18,5% de la población personas de más de 65 años.

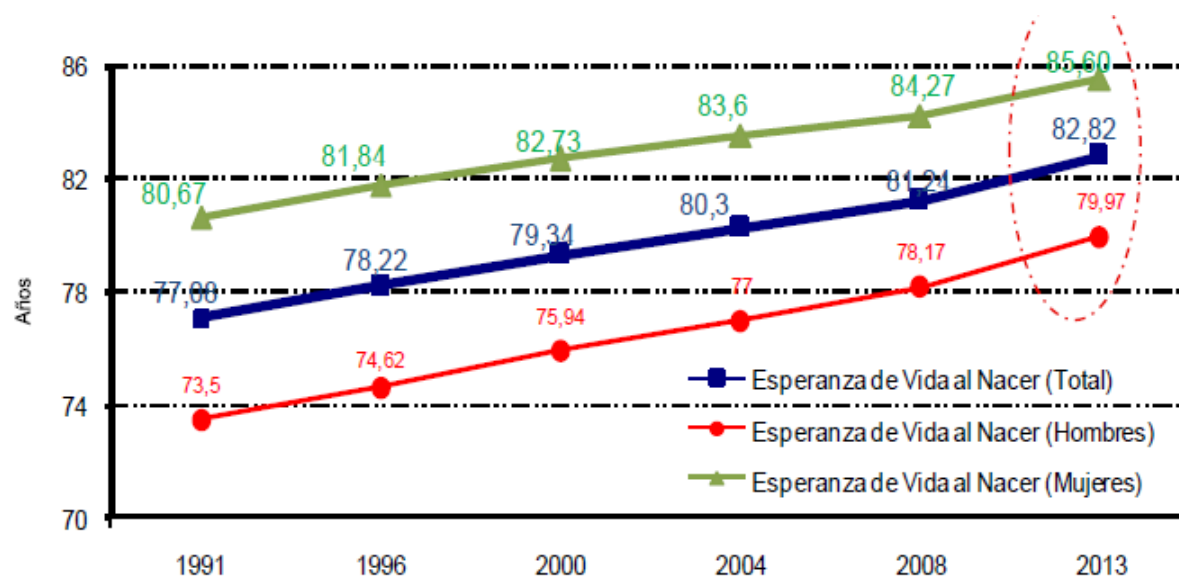
Gráfico 1. Evolución de la población mayor y juvenil en España a 1 de Enero de 2015.



Fuente: Instituto de Política Familiar (IPF) a partir de datos del INE.

Además, la esperanza de vida también ha aumentado, según IPFE, cada cinco años crece 1,3 años, siendo ya 80 años para el hombre y 86 años para la mujer, como apreciamos en el Gráfico 2.

Gráfico 2. Evolución de la Esperanza de Vida al nacer en España.



Fuente: Instituto de Política Familiar (IPF) a partir de datos del INE.

Esto ha dado lugar a que la edad media de la población española haya aumentado, estableciéndose ya en 42 años, y por lo que se prevee continuará creciendo en los próximos años. Además, la franja de población que posee mayor porcentaje es la de 40-50 años, y el número de personas mayores de más de 65 años ha crecido de forma considerable. A causa de estos dos factores, el número de personas mayores ha aumentado bastante, y lo seguirá haciendo en los próximos años, por lo que las personas que demandan el turismo senior también ha crecido.

3.2.2 TIEMPO LIBRE Y NIDO VACÍO

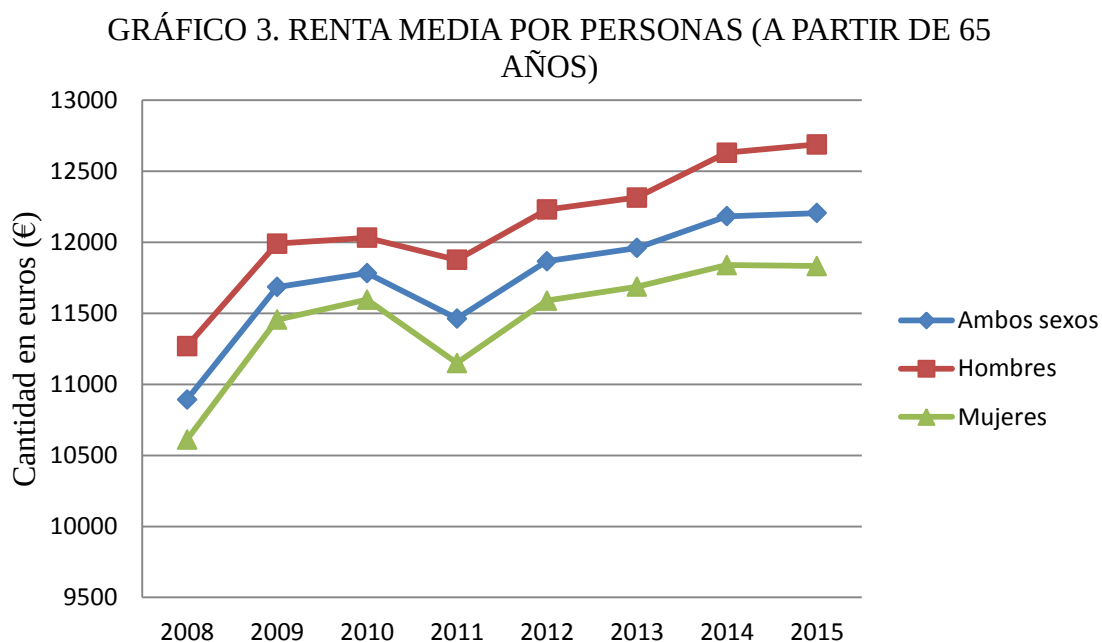
Las personas que se encuentran dentro del turismo senior suelen ser los turistas ya jubilados como he mencionado anteriormente, es decir, que han cesado su actividad laboral, y por esta razón ya tienen disponibilidad para realizar distintas actividades que no podían conciliar con la vida laboral, puesto que no todas las personas disponen de tener libres los fines de semana ni las mismas condiciones en cuanto al periodo vacacional.

Además, a esa edad, en el mayor número de casos, si dichas personas tienen hijos, estos suelen estar ya emancipados, así que no tienen que hacerse cargo de ellos, lo que les da más libertad para realizar distintas actividades de ocio y viajar, y de esta manera conocer nuevos destinos turísticos y tener unos días de tranquilidad y descanso.

Esta situación también da lugar a que muchas de estas personas se sientan vacías, es decir, poco útiles y sin saber qué hacer en su día a día al estar desocupadas y, en algunos casos vivir solas, por lo que muchas de ellas viajan no para tener unos días de descanso, sino para relacionarse y poder distraerse durante unos días, es decir, romper con su rutina.

3.2.3 NIVEL DE RENTA

Otro de los factores a tener en cuenta es la renta de los hogares. En los últimos años el nivel de renta medio de las personas mayores ha ido evolucionando positivamente, exceptuando el año 2011, como podemos ver en el Gráfico 3, en el que analizamos la renta de las personas mayores de 65 años (senior mayores), y en el cual podemos apreciar dicha subida. Este aumento ha posibilitado que nuestros mayores posean más dinero que en décadas anteriores, lo que les permite tener capacidad adquisitiva para dedicar parte de sus ingresos a la realización de viajes o actividades lúdicas, es decir, actividades relacionadas con el sector turístico.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

3.2.4 CONDICIONES DE SALUD

Un aspecto clave que explica el incremento de este tipo de turismo es la condición de salud de las personas mayores actualmente. Debido a los avances médicos y medicamentos de los que hoy disponemos, la salud de los mayores de nuestros días no tiene nada que ver con la de generaciones anteriores, por lo que ahora, generalmente, en el periodo de la jubilación suelen disfrutar de un buen estado de salud que les facilita poder desplazarse sin ningún problema, y para las personas que no gozan de esa suerte hoy día la mayoría de infraestructuras y transportes de nuestro país cuentan con medios adecuados para ayudar a las personas con movilidad reducida o discapacitadas.

3.2.5 CAMBIO DE MENTALIDAD

Por último, un factor a tener también en cuenta es el cambio de mentalidad que se ha producido en las últimas décadas, ya que antes las personas mayores veían el viajar como un lujo y además innecesario, por lo que no destinaban ni su tiempo ni parte de sus ingresos a ello, pero esta situación se ha modificado y ahora el viajar y realizar actividades de ocio se ha convertido en una necesidad, la gente está deseando tener unos días libres o vacaciones para poder escaparse unos días para romper con la rutina y tener unos días de tranquilidad.

Todos estos elementos han propiciado que la toma de decisión de los turistas por viajar aumente positivamente, de esta forma, los turoperadores han visto una salida a la estacionalidad y una gran oportunidad de negocio en este turismo al ver crecer el número de viajes que realizan los pertenecientes a este segmento.

4. PERFIL DEL TURISTA SENIOR

4.1. ENCUESTA

Para poder definir a los turistas senior actuales, es decir, conocer sus características, gustos y motivaciones, se ha procedido a realizar una encuesta a un cierto número de personas, en concreto 48, y de esta forma obtener de primera de mano los datos correspondientes a este segmento de turistas.

Esta encuesta, que se encuentra en el Anexo 1, se realizó en la calle a nivel local, en Jaén. Se trata de una muestra no probabilística, puesto que se escogieron a personas al azar pero que

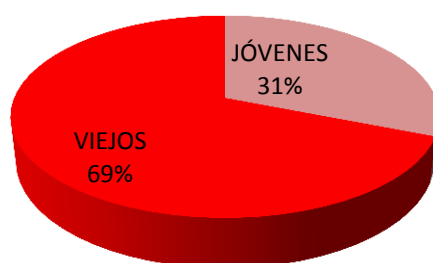
tuvieran los requisitos necesarios para completar la encuesta, es decir, iba dirigida a personas de 55 años en adelante, siguiendo la clasificación que mencionamos en el apartado 3.1, y que estuvieran jubiladas, que hubieran cesado ya su vida laboral.

4.1.1 DATOS OBTENIDOS A TRAVÉS DE LA ENCUESTA

Mediante la realización de esta encuesta podremos conocer todos los aspectos que están relacionados con el perfil de un turista, en concreto analizamos quince, para conocer con exactitud todos los aspectos importantes que tienen en cuenta este grupo de personas a la hora de viajar.

✚ En lo que respecta a la franja de edad de los encuestados, se ha realizado a personas de 55 años en adelante, todas ellas ya jubiladas como se ha mencionado con anterioridad. Esta franja, además de analizarla en su conjunto, se procede a dividirla en dos sectores para así realizar un análisis más exhaustivo. Como ya se mencionó anteriormente, estos sectores en los que lo dividimos son los “senior jóvenes” y los “senior mayores”, puesto que entre ellos presentan diferencias reseñables que se deben analizar independientemente unas de otras. Como se puede observar en el Gráfico 4, se encuestó a un mayor número de senior mayores que jóvenes, ya que estos son más numerosos. La edad media del total de los encuestados es de 72 años, pero si nos centramos en los jóvenes es de 59 años, y 77 años en el caso de los más mayores.

GRÁFICO 4. PORCENTAJE DE JÓVENES Y MAYORES

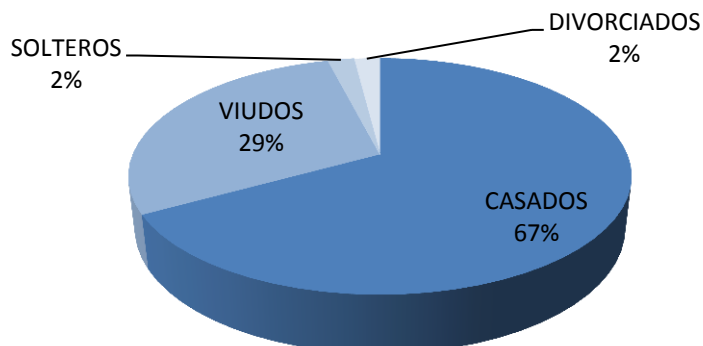


Fuente: Elaboración propia.

✚ En cuanto al estado civil de dichas personas, el total de los encuestados en su mayoría se encuentran casados, como podemos ver en el Gráfico 5, al igual que los más

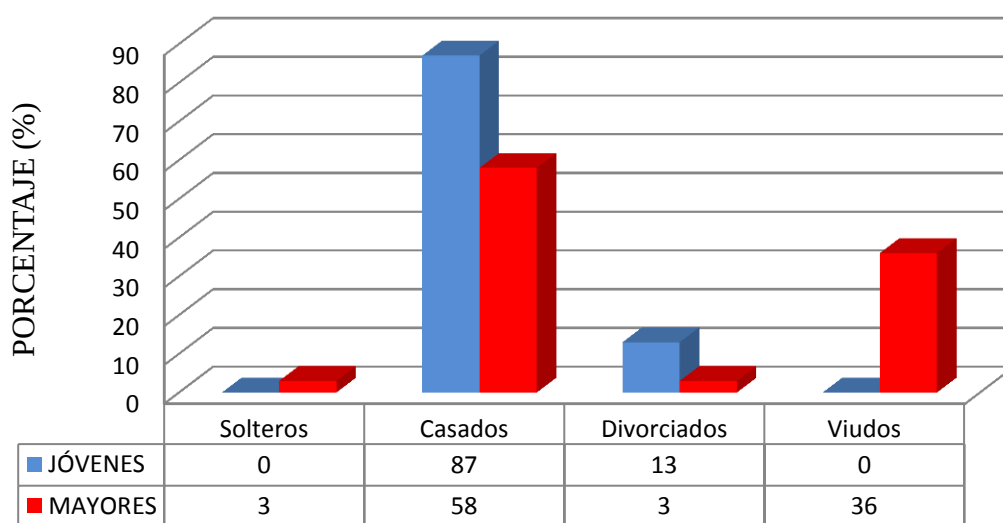
jóvenes, pudiendo sólo destacar que entre las los mayores sobresalen además de los casados el grupo de los viudos (Gráfico 6).

GRÁFICO 5. PORCENTAJE DEL ESTADO CIVIL DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 6. COMPARACIÓN DEL ESTADO CIVIL ENTRE JÓVENES Y VIEJOS

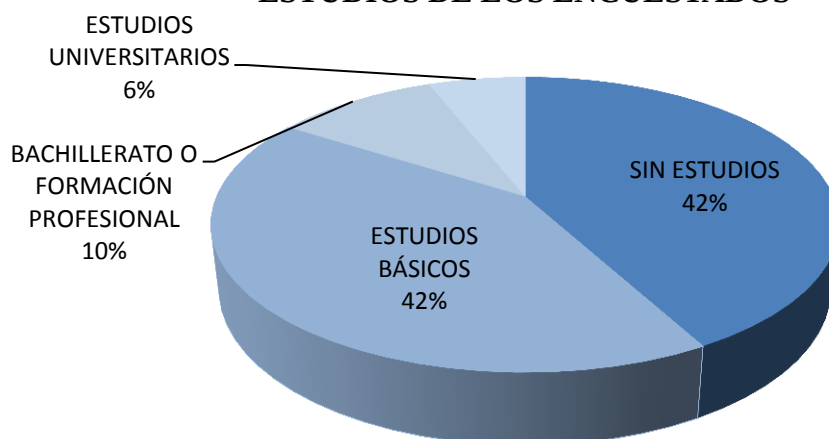


Fuente: Elaboración propia.

✚ El nivel de estudios de estas personas suele ser, en general como podemos ver en el Gráfico 7, a partes iguales entre la gente con estudios básicos y las personas que carecen de ellos. Si hacemos distinción entre los senior jóvenes y los senior mayores (Gráfico 8), en este caso podemos apreciar la diferencia de que la mayoría de los jóvenes tienen al menos los estudios básicos y que los mayores se distinguen entre los que no tienen estudios, que sería el 58%, y los que tienen el nivel de estudios mínimo

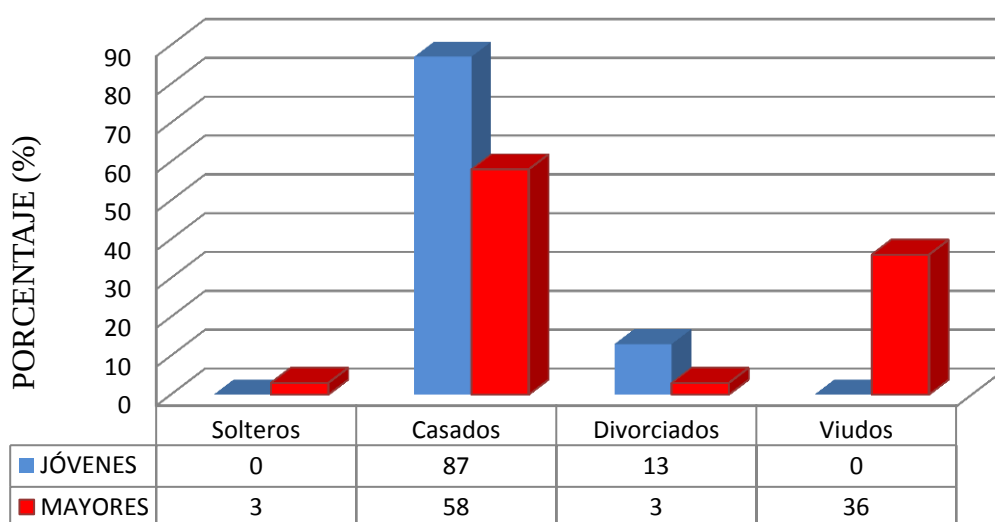
serían el 30%, ya que se tratan de personas de una edad más avanzada y que en su infancia no pudieron ir a la escuela por motivos económicos, puesto que tenían que ponerse muy jóvenes a trabajar para aportar ayuda a sus hogares.

GRÁFICO 7. PORCENTAJE TOTAL DEL NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 6. COMPARACIÓN DEL ESTADO CIVIL ENTRE JÓVENES Y MAYORES

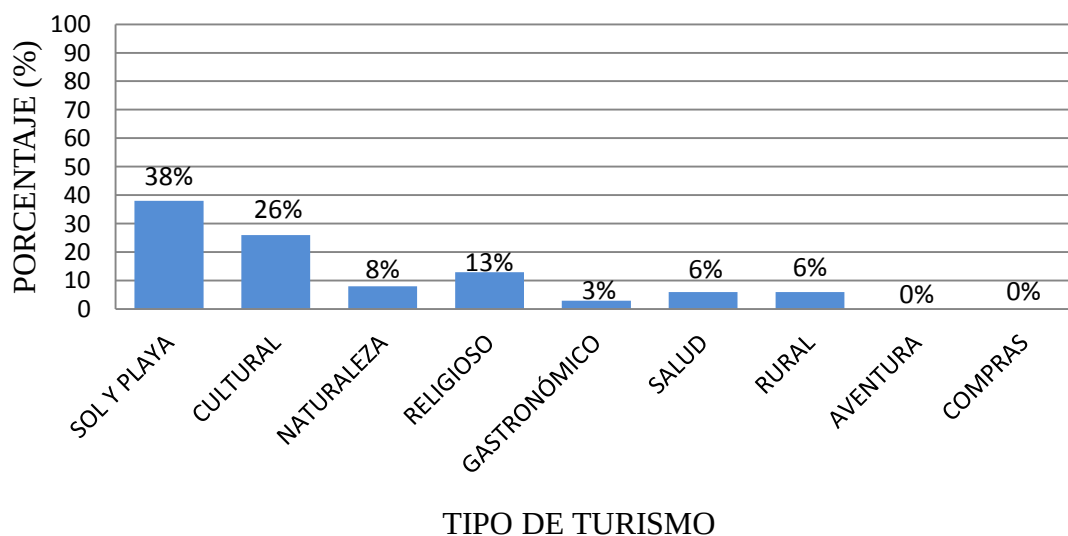


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al tipo de turismo que suelen realizar dichos encuestados, los que predominan son el turismo cultural y el de sol y playa (Gráfico 9). Este último se originó en los años 60, y se trata del más practicado y reclamado en nuestro país desde

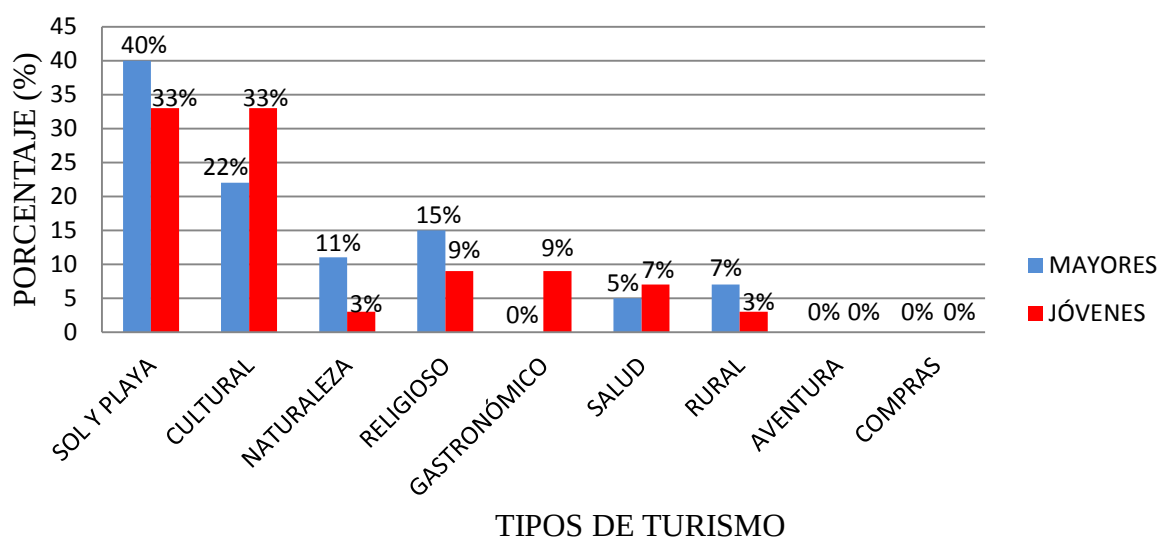
los comienzos del turismo, debido al gran número de costas y kilómetros de playas de los que disponemos. Entre los senior más jóvenes destacan los dos tipos de turismo que hemos comentado, pero entre los senior mayores, sobresale principalmente el turismo de sol y playa, y junto a éste pero en menor medida, el turismo cultural y el religioso, especialmente este último.

GRÁFICO 9. PORCENTAJE TOTAL DE LOS TIPOS DE TURISMO QUE PRACTICAN



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 10. COMPARACIÓN DE LOS TIPOS DE TURISMO PRACTICADOS ENTRE JÓVENES Y MAYORES



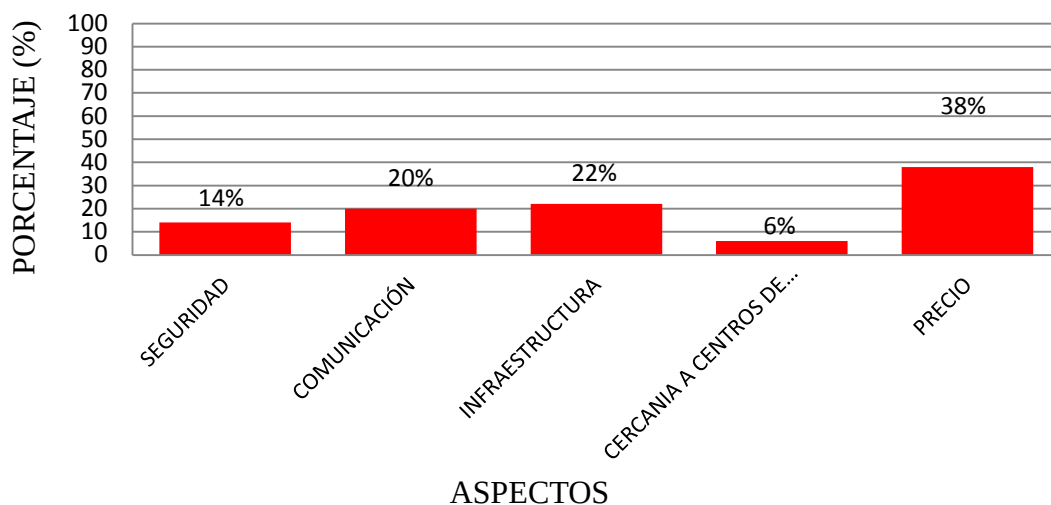
Fuente: Elaboración propia.

✚ Los aspectos que suelen este tipo de turistas tener en cuenta a la hora de elegir un destino para pasar sus vacaciones o realizar cualquier tipo de actividad turística son la seguridad, las comunicaciones entre el destino y la ciudad de origen, las infraestructuras de la ciudad de destino (como hoteles, restaurantes, instalaciones de ocio,...), la proximidad a hospitales, centros de salud y farmacias, y los precios del lugar de destino.

De estos aspectos, el que más suelen valorar ambos segmentos es el precio del lugar de destino (Gráfico 11), ya que al pasar varios días o incluso semanas en él se convierte en el factor más importante, debido a que por la crisis que hemos estado viviendo en los últimos años no todas las personas disponen del mismo dinero que anteriormente para disfrutar de sus vacaciones, por lo que suelen irse un menor número de días, buscar lugares que sean baratos y reservar en alojamientos más económicos.

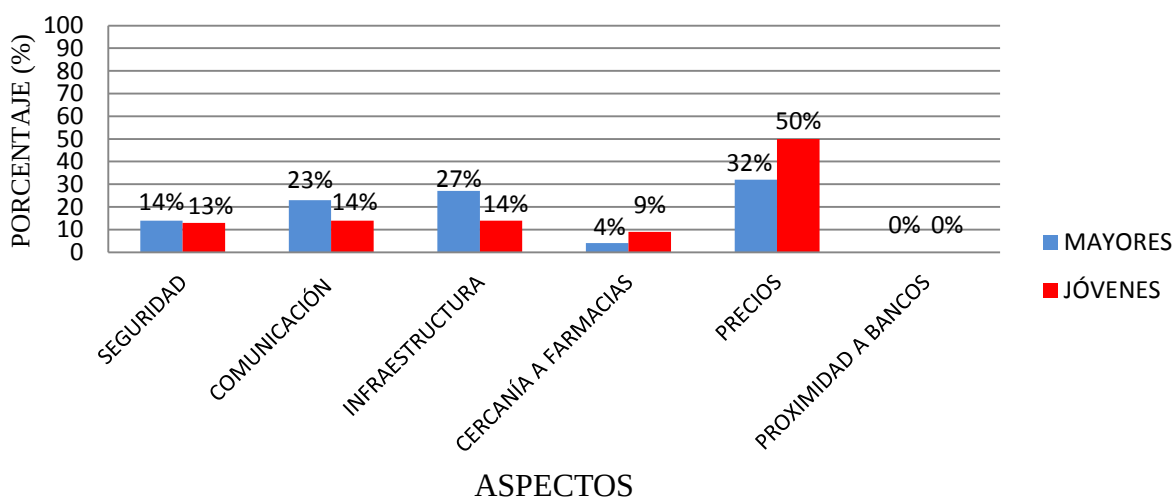
Aunque los senior mayores, además de este factor, suelen considerar también otros como las comunicaciones entre las ciudades y las infraestructuras principalmente, como muestra el Gráfico 12. Esto se debe a que muchos de ellos sólo tienen la posibilidad de desplazarse en tren o autobús ya que no disponen de vehículo propio, y a que ya que pueden viajar y tener unos días de tranquilidad quieren estar en alojamientos con unas condiciones básicas mínimas, puesto que después de estar durante toda su vida trabajando ahora quieren disfrutar de su vida todo lo que puedan. También tienen en cuenta, aunque en menor medida, la seguridad del lugar de destino, es decir, una ciudad en la que se produzcan altercados continuamente no será un sitio a valorar en la toma de decisión del destino vacacional.

GRÁFICO 11. PORCENTAJE TOTAL DE LOS ASPECTOS QUE TIENEN EN CUENTA



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 12. COMPARACIÓN DE LOS ASPECTOS QUE TIENEN EN CUENTA JÓVENES Y MAYORES

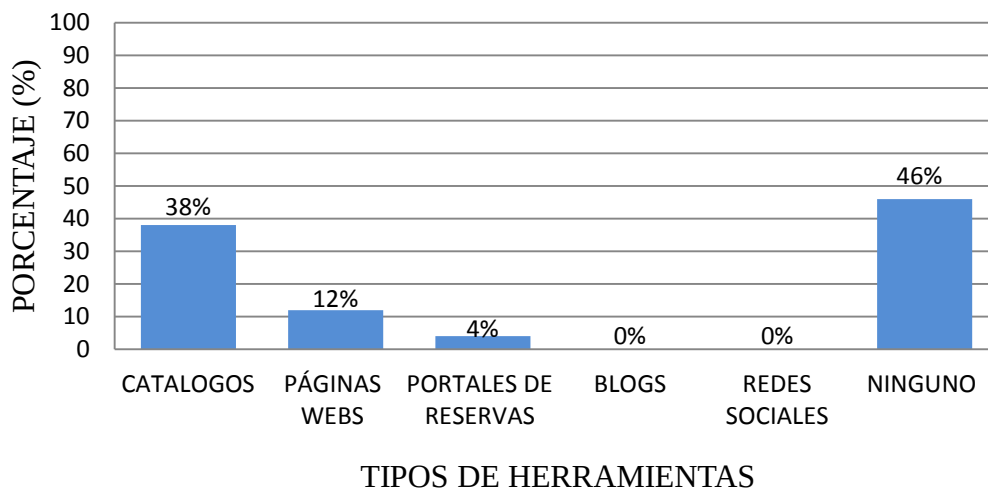


Fuente: Elaboración propia.

✚ En lo que respecta a las herramientas que utilizan estos turistas para decidir el lugar al que desplazarse para sus vacaciones, en su totalidad suelen utilizar los catálogos (Gráfico 13), ofrecidos por ejemplo en las agencias de viajes, o directamente no consultar nada antes de elegir un destino porque ya lo tengan decidido o porque prefieran ir directamente a la agencia de viajes para que allí les aconsejen. Cabe resaltar que entre los senior jóvenes, además de los catálogos, también usan las

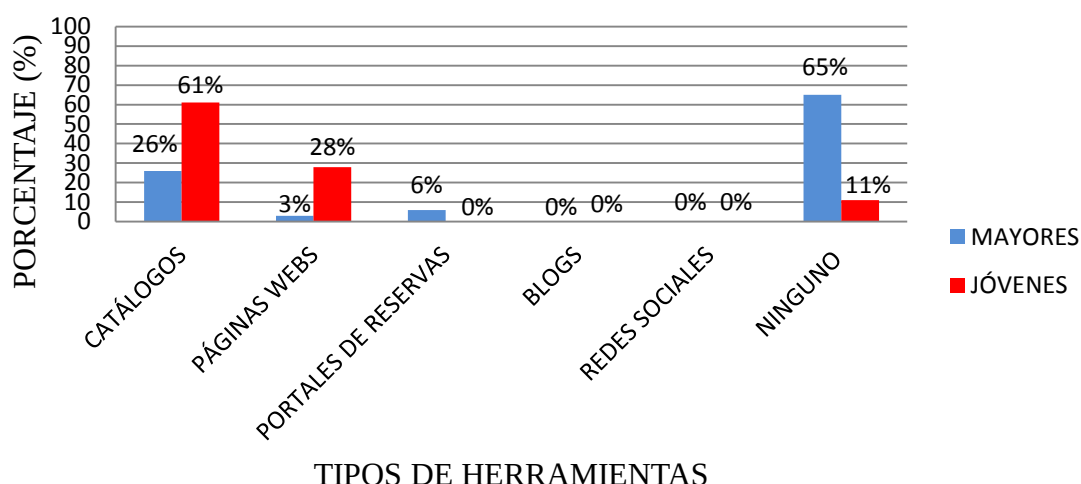
páginas webs de los prestatarios del servicio para ver las instalaciones de los alojamientos o informarse de cualquier actividad, como por ejemplo de ocio o excursiones, como vemos en el Gráfico 14. Hacen uso de estas webs porque han tenido las tecnologías más cerca, y muchos de ellos las han tenido que usar en sus correspondientes trabajos, pero a pesar de ellos no suelen hacer uso de las redes sociales, que actualmente están tan de moda, o de los blogs o portales de reservas, están acostumbrados a mirar solamente las instalaciones y características de los servicios que vayan a contratar, no miran los comentarios de otros clientes en blogs, redes sociales o portales de reservas, porque a pesar de que hacen uso de las tecnologías, el empleo de estas herramientas queda muy lejano aún para la mayoría de estos usuarios. En lo que respecta a los senior mayores, estos hacen uso de los catálogos porque les gusta contrastar las ofertas o paquetes que desean obtener antes de decidirse para asegurarse de que el producto que tienen delante es exactamente el que ellos van a adquirir, (Gráfico 14).

GRÁFICO 13. PORCENTAJE TOTAL DE LAS HERRAMIENTAS UTILIZADAS



Fuente: Elaboración propia.

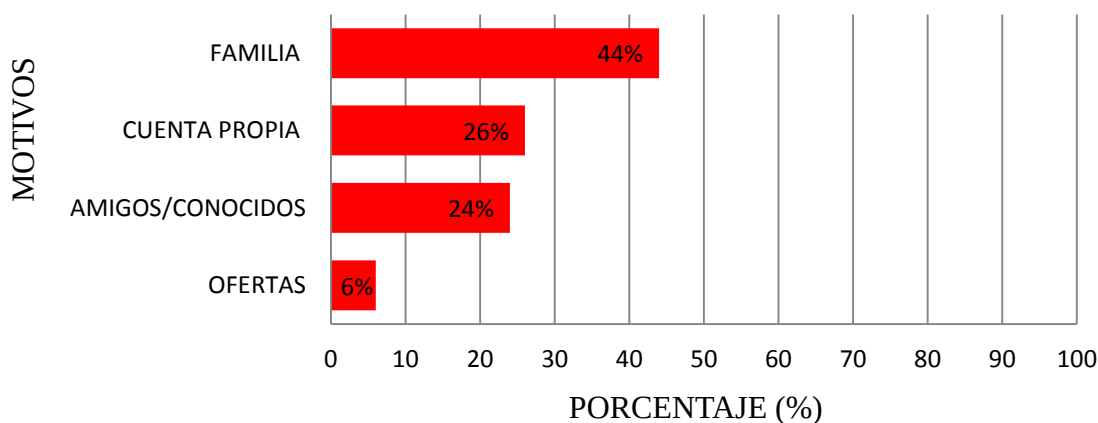
GRÁFICO 14. COMPARACIÓN ENTRE LAS HERRAMIENTAS USADAS POR JÓVENES Y MAYORES



Fuente: Elaboración propia.

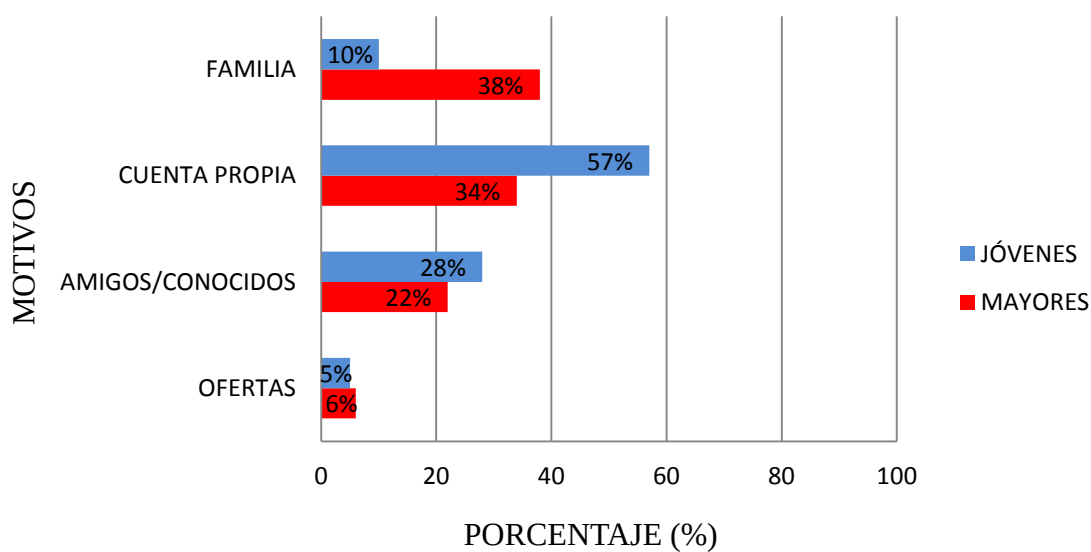
Entre las personas que les motivan a emprender un viaje, en general, la mayoría suelen ser animados por la familia para viajar (Gráfico 15). Especificando, como muestra el Gráfico 16, en el caso de los senior jóvenes, un 57% decide viajar gracias a la familia y un 28% por los amigos. En cambio, los senior mayores son impulsados a viajar además de por la familia (38%) y por los amigos (21%), por cuenta propia (34%), es decir, muchos de ellos se lanzan a viajar sin que nadie les anime, sino porque a ellos les guste y lo necesiten, y no les importe ir solamente con su pareja o solos para así poder relacionarse.

GRÁFICO 15. PORCENTAJE TOTAL DE LAS PERSONAS QUE LES ANIMAN A VIAJAR



Fuente: Elaboración propia.

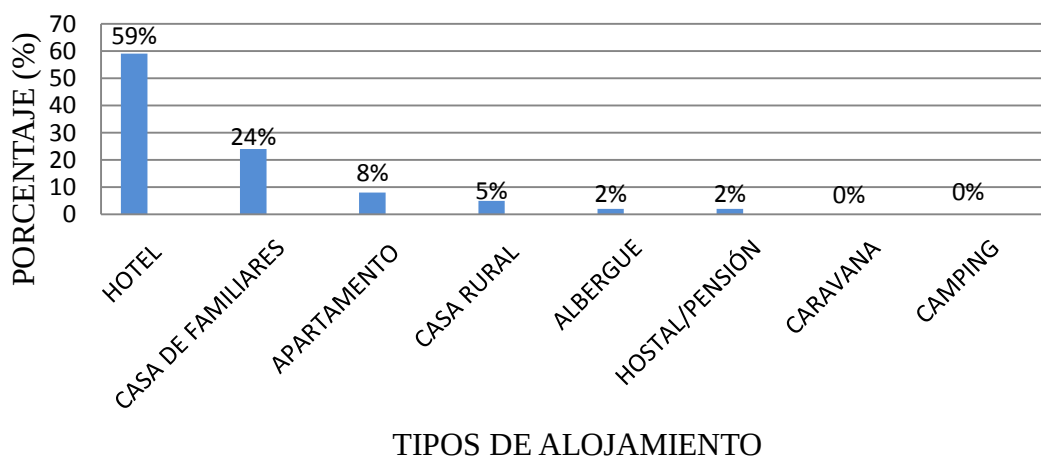
GRÁFICO 16. COMPARACIÓN DE LAS PERSONAS QUE LES ANIMAN A VIAJAR ENTRE JÓVENES Y MAYORES



Fuente: Elaboración propia.

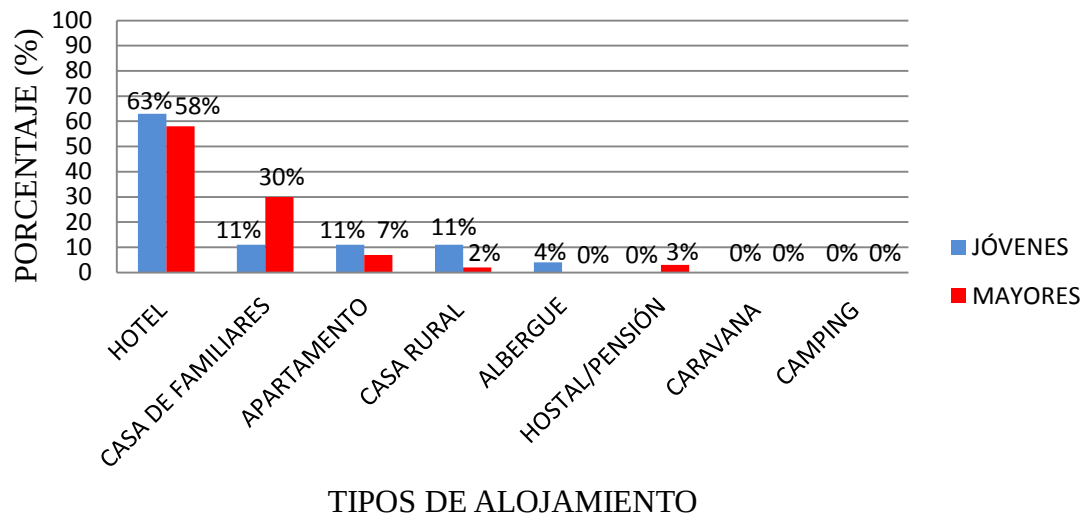
Relacionado con el tipo de hospedaje que más suelen utilizar a la hora de realizar viajes destacan con notable diferencia los hoteles, el 59% del total de los encuestados se aloja en ellos siempre que se desplaza (Gráfico 17). Sin embargo, los senior viejos, además de alojarse en hoteles, muchos de ellos se quedan en casas de sus familiares, ya sea porque vayan a visitarlos o para abaratar costes en su desplazamiento, por lo cual no tienen necesidad de buscar reserva en ningún alojamiento, como vemos en el Gráfico 18.

GRÁFICO 17. PORCENTAJE TOTAL DE LOS TIPOS DE ALOJAMIENTO MÁS USADOS



Fuente: Elaboración propia.

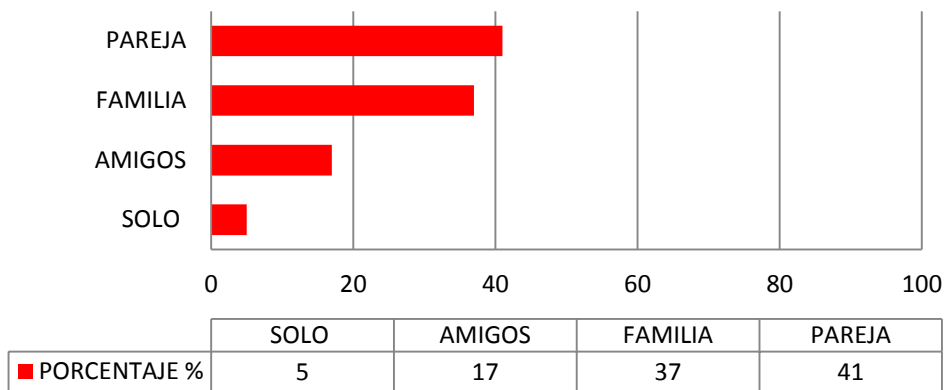
GRÁFICO 18. COMPARACIÓN DE LOS TIPOS DE ALOJAMIENTOS USADOS ENTRE JÓVENES Y MAYORES



Fuente: Elaboración propia.

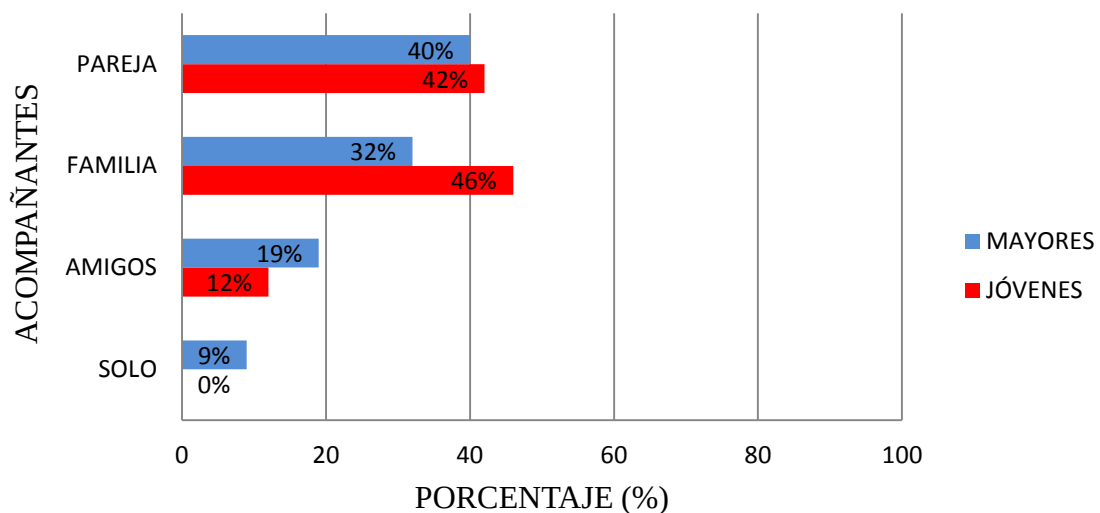
✚ A la hora de trasladarse a otro lugar para pasar las vacaciones, estos turistas suelen ir en su mayoría acompañados por su pareja, un 41%, o por la familia, además de su pareja, siempre y cuando la tengan, un 37%, como se observa en el Gráfico 19. Una minoría de los senior mayores, suelen hacerlo a veces con amigos, un 17%, debido a que no suelen viajar ya con la familia por diversos motivos o porque ya no tengan pareja con la que poder viajar, por lo que optan por hacerlo con amigos (Gráfico 20). Se trata de una buena opción para poder así seguir viajando y no hacerlo solo, aunque actualmente también hay muchos viajes para personas que se encuentren viudas o solteras y de esta forma puedan hacer nuevas amistades a la vez que pasan unos días de vacaciones y rompen con la rutina.

GRÁFICO 19. PORCENTAJE TOTAL DE LOS ACOMPAÑANTES HABITUALES



Fuente: Elaboración propia.

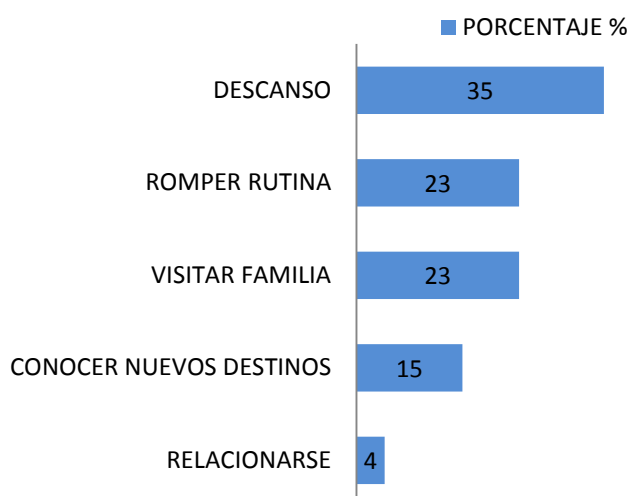
GRÁFICO 20. COMPARACIÓN DE LOS ACOMPAÑANTES HABITUALES ENTRE JÓVENES Y MAYORES



Fuente: Elaboración propia.

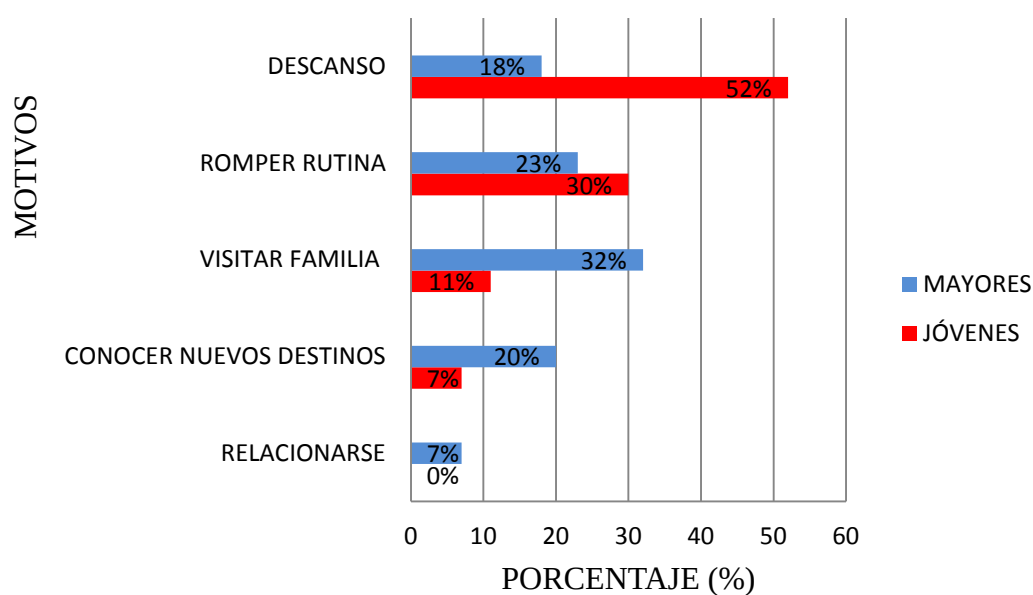
✚ En cuanto a los motivos que hacen a estos encuestados tomar la decisión de desplazarse en sus vacaciones y no pasarlas en su ciudad de origen, se encuentran los siguientes: conocer nuevos destinos, visitar a la familia, tener unos días de descanso y romper con la rutina. Estos dos últimos son las razones por las que todas estas personas se toman unos días de vacaciones, para tener unos días de tranquilidad un 35% y para romper con la vida del día a día un 23% (Gráfico 21). Pero además, un 31% de los senior mayores suelen realizarlo para visitar a la familia, y un 20% para conocer otros destinos de interés turístico (Gráfico 22).

GRÁFICO 21. PORCENTAJE TOTAL DE LOS MOTIVOS POR LOS QUE VIAJAN



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 22. COMPARACIÓN DE LOS MOTIVOS POR LOS QUE VIAJAR ENTRE JÓVENES Y MAYORES



Fuente: Elaboración propia.

✚ En lo que respecta al Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO), se les preguntó si tenían conocimiento de la existencia de este organismo del Gobierno de España, y por tanto, si sabían cómo funciona. El 46% respondió que sí saben cómo este organismo desempeña su labor, y un 54% contestó que no tenían conocimiento de

cómo debían proceder para poder favorecerse de los beneficios que esta institución ofrece, como vemos en el Gráfico 23. En cuanto a los jóvenes, la mayoría no tienen conocimiento de tal organismo, en cambio entre los más mayores podemos observar en el Gráfico 24 que más de la mitad de ellos si conocen el funcionamiento de esta institución, es decir, están más informados.

GRÁFICO 23. PORCENTAJE TOTAL DE PERSONAS QUE CONOCEN EL FUNCIONAMIENTO DEL IMSERSO

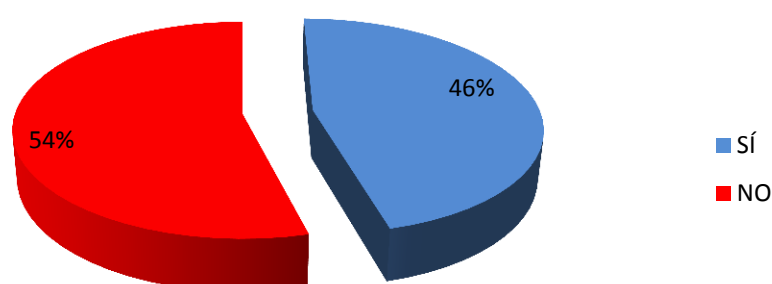
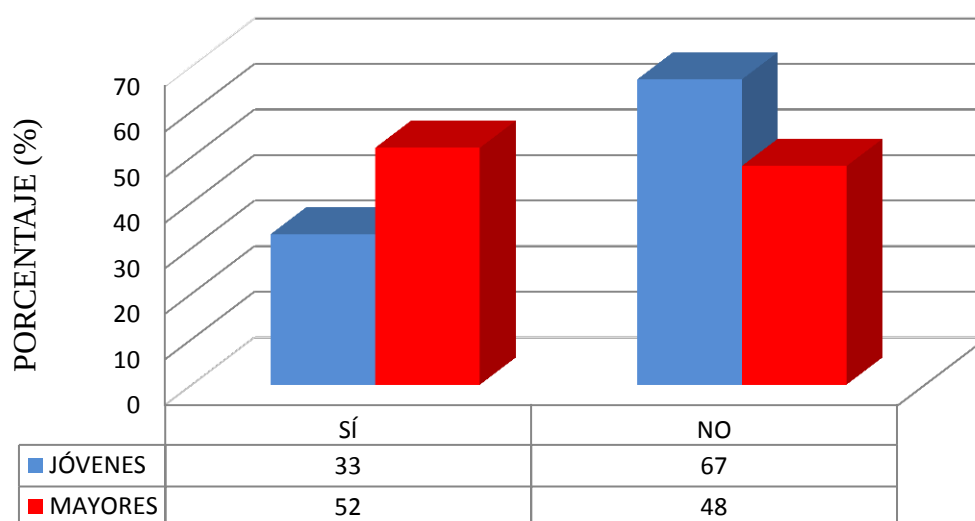


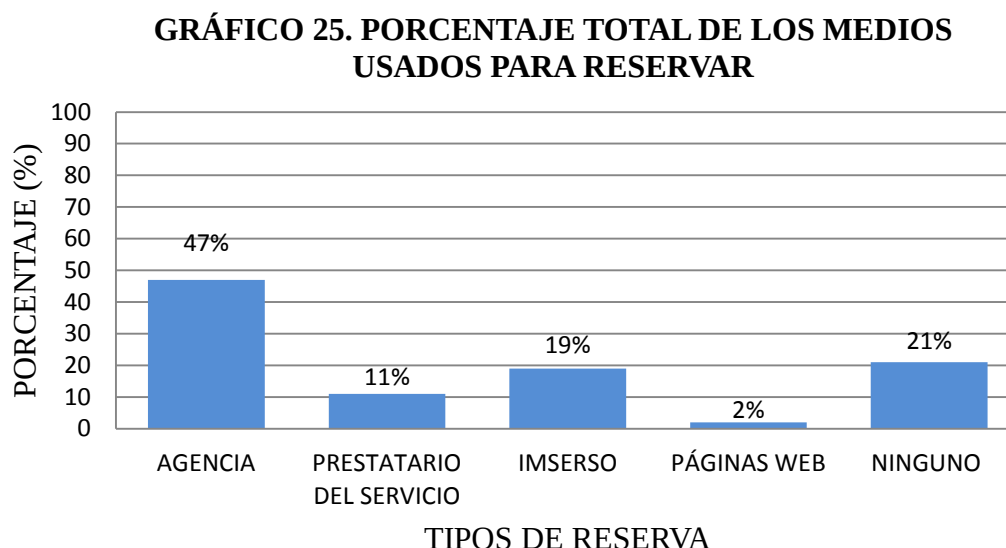
GRÁFICO 24. COMPARACIÓN DEL CONOCIMIENTO DEL IMSERSO ENTRE JÓVENES Y MAYORES



✚ A la hora de realizar la reserva de un viaje, los medios que acostumbran a usar para ello son las agencias de viajes (47%), el IMSerso (19%), las páginas webs (2%), y, en algunos casos, lo hacen directamente con el prestatario del servicio (11%), todo ello se observa en el Gráfico 25.

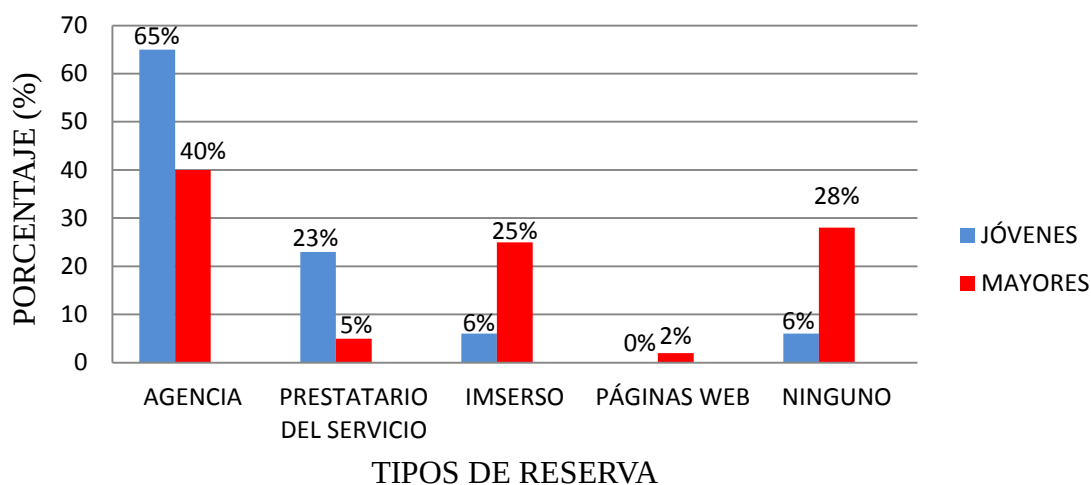
En el caso de los senior jóvenes, de todos los encuestados, la mayoría, un 65% de todos ellos, prepara sus vacaciones a través de las agencias de viajes. Este es el medio que más usan, y esto se debe a que, al tener menos de 65 años y no estar informados correctamente sobre el funcionamiento de este organismo, se creen que no tienen aún el derecho de poder beneficiarse de esta institución, ya que la mayoría de los ciudadanos piensan que la única condición para favorecerse de él es cumplir el requisito de tener más de 65 años, cuando no es así, hay varias formas de poder acceder a los beneficios que este organismo pone a disposición de los ciudadanos españoles.

Los senior mayores, además de emprender sus viajes mediante las agencias de viajes, que en este caso lo hacen en menor medida, un 40% del total, usan también el IMSERSO, un 25%, ya que este segmento de senior suele estar más informado de la actividad de esta institución, aunque tampoco totalmente como hemos podido comprobar en el apartado anterior, sólo la mitad de ellos (52%). En otros casos, un 27,5%, no necesitan ninguno de ellos porque para el transporte usan su propio vehículo y/o se alojan en casas de familiares, por lo que no hacen empleo en su desplazamiento u hospedaje de ningún servicio, en su caso lo harán en cuanto a actividades de ocio y servicios de restauración (Gráfico 26).



Fuente: Elaboración propia.

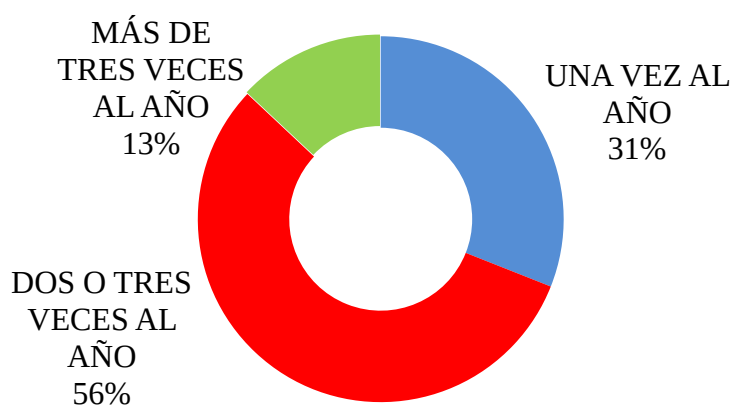
GRÁFICO 26. COMPARACIÓN DE LOS MEDIOS USADOS PARA RESERVAR ENTRE JÓVENES Y MAYORES



Fuente: Elaboración propia.

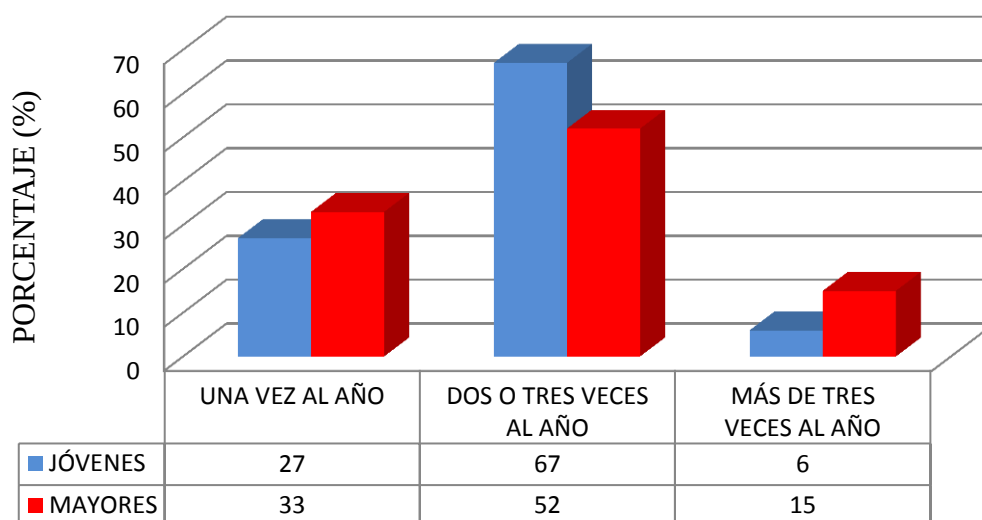
La frecuencia con la que viajan en general estos usuarios normalmente suele ser de dos a tres veces en un mismo año (Gráfico 27). Analizando ambas secciones de este segmento de turistas, las cuales vemos en el Gráfico 28, podemos decir que más de la mitad de los senior jóvenes cumplen esta generalización, en cambio, en cuanto a los senior mayores la mitad de ellos, un 52%, realizan dos o tres viajes al año, una minoría (15%) viajan más de tres veces al año, y un 33% solamente se desplazan una vez en el mismo año. Las causas de ello las veremos en el apartado siguiente.

GRÁFICO 27. PORCENTAJE TOTAL DE LA FRECUENCIA DE VIAJES



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 28. COMPARACIÓN DE LA FRECUENCIA DE VIAJES ENTRE JÓVENES Y MAYORES

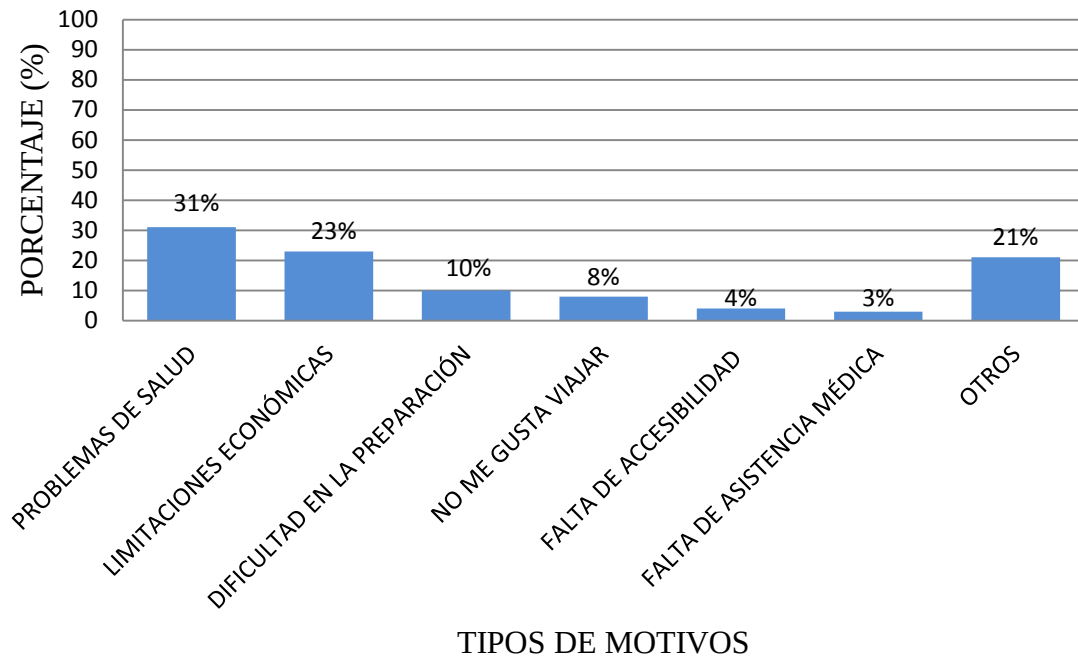


Fuente: Elaboración propia.

✚ En lo que concierne a las razones por las cuales las personas de este tipo de turismo no suelen viajar con más asiduidad encontramos las siguientes: limitaciones económicas, problemas de salud, dificultad en la preparación del viaje, falta de accesibilidad al lugar de destino, falta de cuidadores o asistencia médica durante el viaje, no les gusta viajar y otros motivos. Para la mayoría de personas los principales motivos son las limitaciones económicas y los problemas de salud (Gráfico 29), pero para cada sector de este segmento, un elemento es más importante que otro.

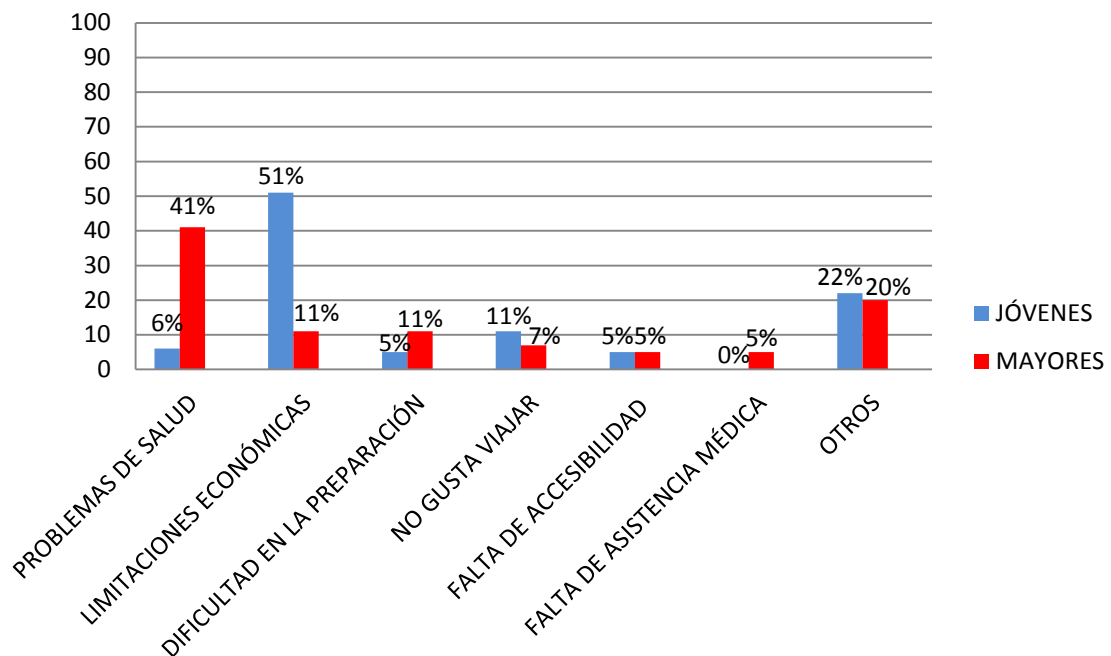
La razón primordial por la que los senior jóvenes no viajan es por limitaciones económicas, el 50% de ellos encuentran esta barrera a la hora de intentar planificar unos días de vacaciones. En cambio, la dificultad principal que impide a los senior mayores realizar viajes más a menudo es la salud, los problemas relacionados con su estado de salud, ya sea por alguna enfermedad o por problemas de movilidad, un 41%. Los otros motivos que caben resaltar por los que no practican el turismo con más frecuencia son por limitaciones económicas (11%), porque encuentren dificultad en organizar el viaje (11%) y por otros motivos diferentes a los mencionados anteriormente (20%), ello se aprecia en el Gráfico 30.

GRÁFICO 29. PORCENTAJE TOTAL DE LOS MOTIVOS POR LOS QUE NO VIAJAN MÁS



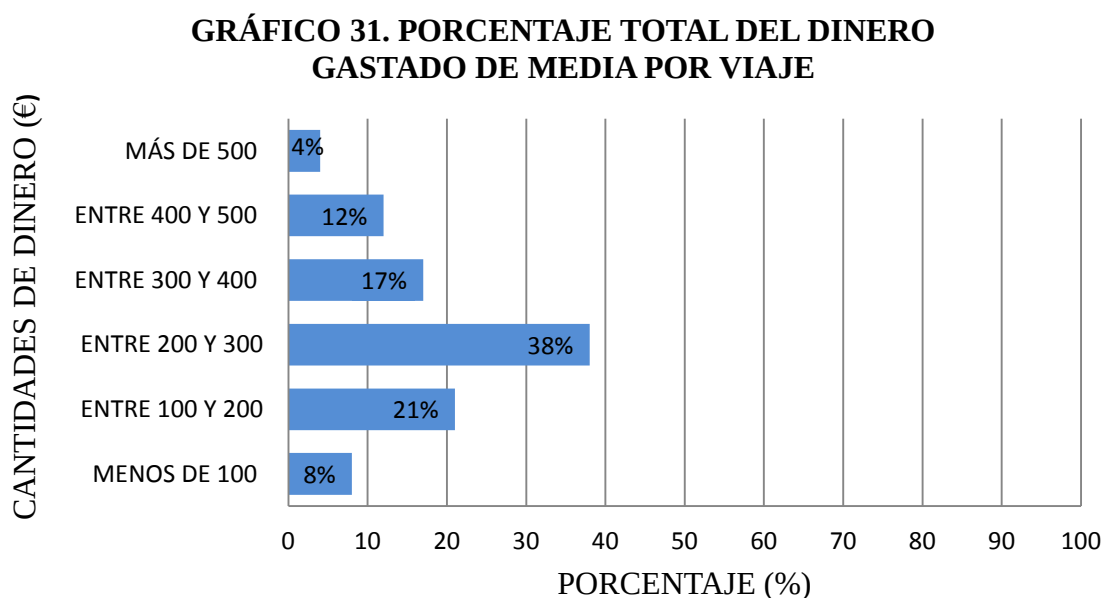
Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 30. COMPARACIÓN DE LOS MOTIVOS PARA NO VIAJAR ENTRE JÓVENES Y MAYORES



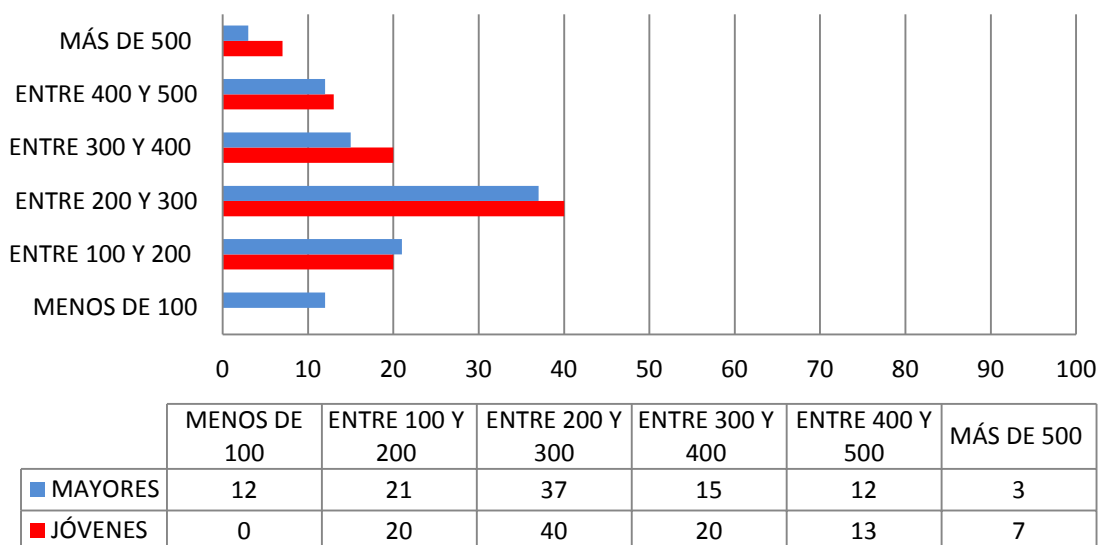
Fuente: Elaboración propia

✚ Para terminar con los aspectos a tener en cuenta para formar el perfil del turista senior tenemos que valorar la cantidad de dinero que estos turistas suelen gastarse de media en la organización de un viaje para sus vacaciones. En general, como vemos en el Gráfico 31, si analizamos a todos los encuestados en su conjunto, podemos decir que de media suelen hacer un gasto medio de entre 200 y 300 € en cada viaje que realizan. En cuanto a los senior jóvenes resaltamos que el 40% se gasta entre 200 y 300€ de media, y un 20% entre 300 y 400€. Los senior mayores, al igual que los jóvenes suelen gastarse entre 200 y 300€ y una menor parte entre 100 y 200€ en cada viaje (Gráfico 32).



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 32. COMPARACIÓN DEL DINERO GASTADO DE MEDIA POR VIAJE ENTRE JÓVENES Y MAYORES



Fuente: Elaboración propia.

4.1.2 RESULTADO DE LA ENCUESTA

Una vez obtenidos ya los resultados de todas las preguntas planteadas en esta encuesta podemos formar el perfil del turista senior, es decir, exponer con veracidad cuáles son sus gustos, motivaciones y características específicas.

Al dividir el segmento de los senior en dos, entre los jóvenes y mayores, se procederá a realizar tanto una valoración global de todos los senior en su conjunto como otra de cada uno de las secciones en las que hemos dividido este segmento de turistas.

4.1.2.1 VALORACIÓN GLOBAL DE LOS RESULTADOS

Comenzaremos a definir el perfil general de las personas pertenecientes al turismo de la tercera edad. Se trata de un usuario casado, con una edad media de 72 años, en su mayoría son personas sin estudios o solamente con los estudios básicos; el tipo de turismo que suelen practicar cuando realizan viajes en sus periodos vacacionales es prácticamente turismo de sol y playa, pero también cultural; los aspectos que acostumbran a valorar para elegir destino son los precios principalmente y las infraestructuras y las comunicaciones entre los distintos lugares; para informarse usan catálogos en su mayoría; deciden viajar gracias a sus familias; se alojan en hoteles y suelen ir acompañados de sus parejas o familiares para tener unos días

de descanso y así romper con la rutina o para visitar a la familia; la mayoría no conocen el funcionamiento del IMSERSO y realizan sus reservas en agencias de viajes; hacen entre dos y tres viajes durante un año y los motivos de no poder practicar más el turismo son las limitaciones económicas y los problemas de salud; y, el gasto medio que suelen tener en cada uno de los viajes que tienen la oportunidad de realizar es de unos 250€.

4.1.2.2 VALORACIÓN DE LAS DISTINTAS PARTES

	Senior jóvenes	Senior mayores
Edad	55-64 años	65 años - en adelante
Estado civil	Casados	Casados y viudos
Nivel de estudios	Estudios básicos	Sin estudios
Tipo de turismo que realizan	Sol y playa y cultural	Sol y playa
Aspectos que tienen en cuenta para viajar	Precios	Precios e infraestructuras
Herramientas para informarse	Catálogos	No suelen usar, pero si lo hacen, catálogos
Quién les motiva a viajar	Familia	Por cuenta propia y familia
Tipos de alojamiento	Hotel	Hotel y casas de familiares
Con quién suele viajar	Pareja y familia	Pareja
Motivos para viajar	Descansar unos días y romper la rutina	Visitar familia y descansar unos días
Conocimiento del IMSERSO	No	Sí
Medio de reserva	Agencias de viajes	Agencias de viajes e IMSERSO
Frecuencia de viajes al año	Dos o tres veces	Dos o tres veces, y en ocasiones sólo una
Motivos por los que no viaja más	Limitaciones económicas	Problemas de salud
Gasto medio por viaje	Entre 200 y 300 euros	Entre 200 y 300 euros y a veces menos

Tabla 1. Comparación del perfil de turistas senior jóvenes y mayores.

Como podemos observar en la Tabla 1, las principales diferencias entre ambos sectores de los turistas senior son las siguientes: los jóvenes suelen estar casados; tienen un mayor nivel de estudios; practican también el turismo cultural; no conocen el funcionamiento del programa del IMSERSO y muchos de ellos no saben ni si pueden beneficiarse de él; no viajan por limitaciones económicas, al contrario que los mayores que no lo hacen por problemas de salud, y por esta razón ellos suelen estar más pendientes de las infraestructuras del lugar de destino, ya que algunos tienen problemas de movilidad.

5. OPORTUNIDADES DE MEJORA

España es uno de los países que más está involucrado con el turismo de la tercera edad, y por tanto que más lo ha desarrollado, por lo que en nuestro país contamos con infinidad de empresas que se dedican a este segmento del turismo, además de organismos como el IMSERSO, el cual ya hemos mencionado con anterioridad. Sin embargo, a pesar de esto, nuestro país debe aún explotar más este turismo, que cada vez está teniendo más demanda por las razones como comentamos en el apartado 2.1, y realizar varios cambios y mejoras en relación a la organización de los viajes y a las infraestructuras, son los siguientes:

- Los turoperadores deben llevar a cabo varias modificaciones en la oferta de viajes que ofrecen a este grupo de personas, es decir, deben incluir innovaciones para poder adaptarse a las necesidades actuales de este segmento del turismo. A continuación pasamos a explicarlas:
- ✚ Crear una oferta diversificada para estos dos sectores del segmento del turismo senior, puesto que no suelen tener las mismas necesidades los más jóvenes, una persona de 60 años, que los viejos, otra de 80 por ejemplo. Además, también podrían organizar viajes centrados en las mujeres, ya que éstas tienen predominio en los escalones más elevados de la pirámide poblacional debido a que su esperanza de vida es mayor que la de los hombres, por lo que el número de mujeres viudas es superior. Por esta razón, proponer paquetes dedicados a ellas sería una opción recomendable, puesto que viajar solas tampoco suele gustar en general.
- ✚ Ofertar más variedad de paquetes adaptados a este segmento de turistas, es decir, no sólo paquetes de turismo de sol y playa aunque sea el turismo más realizado por estas personas, sino también ofrecer otros paquetes como culturales, religiosos o de naturaleza, que son los que también interesan a este segmento pero que realizan en

menor medida debido a ello, a la menor oferta de estos productos. De esta manera se conseguiría también disminuir aún más la estacionalidad gracias a los senior.

- ✚ Adaptar los circuitos o viajes organizados para estas personas, es decir, acondicionar los horarios y las rutas, puesto que este tipo de turistas suelen tener un horario distinto, suelen realizar las comidas a una hora más temprana y debido a su edad y a veces problemas de salud, no pueden realizar rutas largas en un día.
- ✚ Ofrecer descuentos especiales y paquetes económicos y asequibles en temporada baja para promover entre estas personas la realización de más viajes durante el año.
- ✚ Proponer asimismo en los viajes organizados, es decir, en los paquetes vacacionales, además del alojamiento y del transporte, actividades lúdicas para realizar a lo largo de su estancia en el lugar de destino. De esta forma tendrán la opción de probar nuevas experiencias y un aliciente que les llamará la atención y promoverá la decisión de realizar un viaje.
- ✚ Instaurar sistemas de apoyo para estas personas. Esta opción consistiría en que gente que se ofreciera voluntaria, por ejemplo, o contratada por la propia agencia de viajes o turoperador, viajara con estas personas para ofrecerles asistencia y ayuda en todos los aspectos que les sean difíciles en la transición del viaje. De esta forma, además de ayudarles, dichos voluntarios o empleados podrán hacerles compañía.
- ✚ Incluir en los circuitos o paquetes vacacionales de las agencias de viajes, turoperadores o asociaciones que ofrezcan estos viajes, la asistencia de médicos y enfermeros, como están haciendo en otros países como China, ya que muchos de estas personas tienen problemas de salud y no viajan a causa del riesgo de tener algún tipo de problema durante el viaje o porque necesitan a alguien que les asista a causa de que estén llevando a cabo un tratamiento o tengan que tomarse medicación y corran riesgo de que se les olvide, además los familiares de estas personas apoyarán que sus mayores viajen puesto que tendrán la tranquilidad de que viajan con expertos en medicina. Con esta medida se conseguiría cubrir esta necesidad y de esta forma aumentar el número de desplazamientos de estas personas.
- Contactar con este grupo e informarles de las ofertas a través del uso de folletos y catálogos mediante el buzoneo, ya que como hemos podido comprobar gracias a la encuesta realizada, estas personas no utilizan Internet para informarse de sus viajes ni para hacer reservas, por lo que sería una buena opción para la mayoría de estas personas puesto que no están adaptadas a las nuevas tecnologías.

- Adecuar un mayor número de playas a personas con problemas de salud, es decir, con problemas de movilidad que les impidan llegar a la orilla de la playa y poder disfrutar de un día en ella como cualquier otra persona, puesto que a esas edades hay muchos individuos que no gozan de la total movilidad a causa de enfermedades o accidentes producidos a lo largo de su vida, por lo que tienen necesidad de asistentes y artículos adecuados para ellos, que les ayuden a llegar a la orilla y les faciliten la acción de bañarse.

En nuestro país hay varias playas que poseen asistentes y sillas para facilitar el baño a estas personas, como la playa de la Misericordia, en Málaga, pero solamente cuentan con eso y tienen un horario más limitado. En cambio, en otros países como México, la adaptación de las playas para estas personas con problemas de movilidad está más desarrollada, puesto que allí se encuentra la primera playa adaptada totalmente para personas discapacitadas o con problemas de movilidad. En esta playa podemos encontrar, además de los asistentes y sillas acuáticas ya mencionados anteriormente, otros muchos elementos que ayudan al disfrute de la playa, entre ellos encontramos por ejemplo camas acuáticas, andadores anfibios, sombrillas adaptadas para sillas de ruedas, muletas adaptadas, rampas de acceso para sillas de ruedas hasta la orilla del mar y servicio de asistentes durante toda la jornada. Y en España no encontramos ni rampas que vayan hasta la misma orilla, ni muletas acuáticas, ni sombrillas adaptadas, con lo cual esto sería otra opción para mejorar la calidad de los viajes de estas personas, y de esta forma, aumentar su ganas de realizar este tipo de turismo.

5.1 OPORTUNIDADES DE MEJORA EN JAÉN

Puesto que la encuesta ha sido realizada en nuestra ciudad, Jaén, podemos mencionar también algunas oportunidades de mejora que los encuestados han mencionado y que sería adecuado tener en cuenta para poder atraer este tipo de turismo a nuestra ciudad. Estas posibles mejoras son las siguientes:

- 🚦 Mejorar las infraestructuras de transporte de nuestra provincia, especialmente la red ferroviaria, puesto que hay muchos turistas senior que no disponen de coche propio o no están ya en condiciones de conducir, y por esta razón necesitan desplazarse mediante otro tipo de transporte, y ya que en nuestra provincia no disponemos ni de

aeropuerto ni de AVE, la mejor opción sería renovar los trenes de los que disponemos y aumentar los trayectos. De esta forma además de conseguir que nuestros turistas senior puedan viajar a otros lugares con más facilidad, nuestra provincia vería aumentada también el número de llegadas de turistas.

- ✚ Promocionar el turismo de salud, ya que la mayoría de estas personas debido a su edad presentan distintos problemas de salud, ya sean enfermedades o problemas de movilidad y en nuestra provincia tenemos distintos balnearios, como el de Canena, Mengíbar, Marmolejo,... También para el turismo de la capital sería aconsejable poner en valor las ternas de Jabalcuz, las cuales se encuentran en ruinas debido a su abandono, pero serían un gran atractivo turístico gracias a su localización y antigüedad, además de que se tratan de termas naturales.
- ✚ Otra alternativa sería promover el turismo cultural y de naturaleza entre este segmento, puesto que en nuestra provincia es muy numeroso y no tiene estacionalidad, con lo cual se puede realizar durante todo el año sin ningún tipo de inconveniente, y según la encuesta realizada son los otros dos tipos de turismo que más practican los senior después del turismo de sol y playa. Entre los lugares que se pueden destacar para realizar estos tipos de turismo, se encuentran Úbeda y Baeza, las cuales son ya muy conocidas, y otros pueblos que por ejemplo podemos recorrer y conocer gracias a la Ruta de los Castillos y Batallas, que lleva unos años en funcionamiento pero que aún no es muy popular, a pesar de ser una gran oportunidad para conocer la provincia puesto que son rutas muy completas. En cuanto al turismo de naturaleza, contamos con zonas como la Sierra de Cazorla y la de Segura y las Villas, en las que se pueden realizar multitud de actividades y estar en contacto con la naturaleza.

6. CONCLUSIÓN

Como resultado de este trabajo podemos llegar a la conclusión de que cualquier edad es buena para viajar, siempre y cuando se ofrezcan los servicios y productos adecuados que cada grupo de personas necesita para realizar sus viajes, en nuestro caso los senior, los cuales tienen necesidad de sitios seguros, servicios de calidad y buenas comunicaciones entre los distintos lugares para poder viajar, siempre que las condiciones de salud y económicas lo

permitan. Para ello, es necesario diversificar las ofertas entre los senior más jóvenes y los más mayores, puesto que no presentan las mismas necesidades, y adaptar la oferta de viajes a estos grupos de personas, teniendo en cuenta tanto a las personas que se encuentran solas como a las que presentan problemas de salud, además de renovar y aumentar la calidad de las infraestructuras y medios de transporte.

Podemos decir que el turismo senior o de la tercera edad es un segmento muy importante para nuestro país, presenta grandes oportunidades puesto que ayuda a dejar a un lado la estacionalidad que tanto daña a este sector, ya que el turismo por excelencia en España es el de sol y playa, por lo que hay que proponer ofertas de otros tipos de turismo entre estas personas, no sólo de sol y playa, sino también cultural o de naturaleza entre otros, para disminuir aún más dicha estacionalidad y, de esta manera también apoyar a estas personas en esta etapa de su vida, la jubilación, ofreciéndole viajes económicos y distracciones para hacer dicha etapa más llevadera.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Alcántara, C., (2015), “Ven potencial en turistas de la tercera edad; crecerán un 90%”, *El Financiero*. Disponible on line en: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/ven-potencial-en-turistas-de-la-tercera-edad-creceran-un-90.html>
- Alén González, M^a L. Domínguez Vila, T. Fraíz García, A. (2010), “El turismo senior como segmento de mercado emergente”, *Cuadernos de Turismo*, nº 26, pp. 9-24.
- American Marketing Association (AMA), (2013), Definition of Marketing. Disponible on line en: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
- EXCELTUR (2016), “Índice Sintético del PIB Turístico Español (ISTE)”. Disponible on line en: <http://www.exceltur.org/indice-sintetico-del-pib-turistico-espanol-iste/>
- Grande Esteban, I. (1993), *Marketing estratégico para la tercera edad*, Madrid, ESIC Editorial.
- Hossain, A., Bailey, G. y Lubulwa, M. (2003): *Characteristics and Travel Patterns of Older Australians: Impact of Population Ageing on Tourism*. Ponencia presentada en la International Conference on Population Ageing and Health: Modeling our Future, Canberra, Australia.
- Instituto de Política Familiar Española (IPFE), (2015). “Demografía y natalidad en España”, Madrid, IPFE.

- Instituto Nacional de Estadística (INE), (2008-2015). “Encuesta de condiciones de vida. Evolución de la renta anual neta media por persona y unidad de consumo, por edad y periodo”. Disponible on line en: www.ine.es
- Losada Sánchez, M^a N. Alén González, M^a E. Domínguez Vila, T. (2015), “Análisis de los determinantes de la decisión de viajar de los senior españoles”, *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(1), 01-20.
- Marketing Directo, (2012), “La American Marketing Association y la Asociación de Marketing de España llegan a un acuerdo de colaboración”. Disponible on line en: <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/eventosyformacion/laamericanmarketingassociationylaasociaciondemarketingdeespanalleganaunacuerdodecolaboracion/>
- Porras, C. (2014), “Claves para atraer al viajero senior”, *HOSTELTUR*. Disponible on line: http://www.hosteltur.com/184190_claves-atraer-al-viajero-senior.html
- Rivera Camino, J., De Garcillán, M. (2007), *Dirección del marketing. Fundamentos y aplicaciones*, Madrid, ESIC Editorial.
- Rucai, L., “Jubilación feliz para la tercera edad”, *Vejez y vida*. Disponible on line en: <http://www.vejezyvida.com/jubilacion-feliz-para-la-tercera-edad/>

8. DOCUMENTOS ANEXOS

Anexo 1: Encuesta realizada sobre el perfil del turista senior.

ENCUESTA SOBRE EL TURISMO SENIOR

Laura Duro García, estudiante de Turismo

EDAD: Mujer ☐ Hombre ☐

ESTADO CIVIL:



UNIVERSIDAD DE JAÉN

➤ **¿Qué nivel de estudios tiene?**

- ☐ Sin estudios
- ☐ Estudios básicos (graduado escolar)
- ☐ Bachillerato o formación profesional
- ☐ Estudios universitarios

➤ **¿Qué tipo de turismo suele realizar cuando viaja?**

- | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|
| ☐ Cultural | ☐ Gastronómico |
| ☐ Aventura | ☐ Salud |
| ☐ Sol y playa | ☐ Rural |
| ☐ Naturaleza | ☐ Negocios |
| ☐ Religioso | ☐ Compras |

➤ **Indique cuáles de estos aspectos suele tener en cuenta a la hora de elegir un destino para su viaje.**

- ☐ Seguridad
- ☐ Comunicaciones (entre los destinos, transporte público...)
- ☐ Infraestructuras del lugar de destino (hoteles, restaurantes, instalaciones de ocio...)
- ☐ Proximidad a hospitales/centros de salud/farmacias
- ☐ Precios del lugar de destino
- ☐ Cercanía a entidades bancarias

➤ **Antes de comenzar un viaje, ¿consulta alguna de estas herramientas para informarse sobre el destino o los servicios que va a contratar?**

- | | | |
|---|--|---|
| ☐ Redes sociales | ☐ Páginas web del | |
| ☐ Blogs | prestatarario del | ☐ Portales de reservas |
| ☐ Catálogos | servicio | ☐ Ninguno |

➤ **Cuando decide realizar un viaje, ¿quién le motiva o anima a hacerlo?**

- | | |
|--|---|
| ☐ Por cuenta propia | ☐ Amigos/conocidos |
| ☐ Familia | ☐ Ofertas |

➤ **¿Qué tipos de alojamiento suele usar en sus viajes?**

- | | |
|---|--|
| ☐ Hotel | ☐ Casas de familiares |
| ☐ Hostal/Pensión | ☐ Camping |
| ☐ Apartamento | ☐ Caravana |
| ☐ Albergue | ☐ Casa rural |

➤ **Cuando viaja, ¿cómo suele hacerlo?**

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| ☐ Solo | ☐ Con familia |
| ☐ En pareja | ☐ Con amigos |

➤ **¿Qué le motiva a viajar?**

- | | |
|--|---|
| ☐ Relacionarse | ☐ Tener unos días de |
| ☐ Conocer nuevos destinos | descanso/tranquilidad |
| ☐ Visitar a la familia | ☐ Romper con la rutina |

➤ **¿Conoce el funcionamiento y los viajes que ofrece el IMSERSO?**

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| ☐ Sí | ☐ No |
|-----------------------------|-----------------------------|

➤ **¿Qué medio utiliza normalmente para realizar su reserva?**

- ☐ Agencia de viajes
- ☐ IMSERSO
- ☐ Páginas web (de agencias de viajes, portales de reservas,...)
- ☐ Directamente con el prestatario del servicio
- ☐ Ninguno (se aloja en casa de familiares)

➤ **¿Con qué frecuencia viaja?**

- | | | |
|---|---|--------------------------------------|
| ☐ Una vez al año | ☐ Dos o tres veces | ☐ Más de tres |
| | al año | veces al año |

➤ **Indique los motivos por los que no viaja con más frecuencia.**

- | | |
|---|--|
| ☐ Limitaciones económicas | ☐ Falta de accesibilidad a los destinos |
| ☐ Problemas de salud | ☐ Falta de cuidadores/asistencia médica |
| ☐ No me gusta viajar | ☐ Otros |
| ☐ Dificultad en la preparación del viaje | |

➤ **¿Qué cantidad suele gastarse en cada viaje por persona?**

- | | |
|--|--|
| ☐ Menos de 100 euros | ☐ Entre 300 y 400 euros |
| ☐ Entre 100 y 200 euros | ☐ Entre 400 y 500 euros |
| ☐ Entre 200 y 300 euros | ☐ Más de 500 euros |