



PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
ISSN: 1695-7121
info@pasosonline.org
Universidad de La Laguna
España

Factores explicativos de las barreras percibidas para viajar de los senior

Losada Sánchez, Nieves; Alén González, Elisa; Dominguez Vila, Trinidad

Factores explicativos de las barreras percibidas para viajar de los senior

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 16, núm. 2, 2018

Universidad de La Laguna, España

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88165994008>

DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.027>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.

Factores explicativos de las barreras percibidas para viajar de los senior

Determinants of senior's perceived barriers to travel

Nieves Losada Sánchez

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal
nlosada@utad.ptDOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.027>Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88165994008>

Elisa Alén González

Universidade de Vigo, España
alen@uvigo.es

Trinidad Dominguez Vila

Universidade de Vigo, España
trinidad@uvigo.es

Recepción: 25 Octubre 2016

Aprobación: 30 Agosto 2017

RESUMEN:

Los seniors constituyen una nueva y rentable oportunidad de mercado para el sector turístico, a causa del continuo envejecimiento de la población mundial. Concretamente, las nuevas generaciones de senior con un estilo de vida más orientado al ocio y disfrute del tiempo libre, mayor poder adquisitivo y mejores condiciones de salud que las generaciones anteriores, serán aquellas que harán crecer el volumen global del turismo. Por ello, el objetivo de este estudio consiste en averiguar si las barreras para el viaje de los seniors españoles están determinadas por la etapa del ciclo de vida de los seniors y su nivel sociocultural. Mediante la utilización del ANCOVA se obtuvo que ciertas variables relacionadas con la etapa del ciclo de vida y el nivel sociocultural de los seniors determinan las principales barreras para el viaje de este colectivo: salud, estatus económico y tiempo disponible autopercibido.

PALABRAS CLAVE: Seniors, Ciclo de vida, Nivel sociocultural, Barreras para el viaje, Comportamiento turístico.

ABSTRACT:

In view of the continued aging of the world population, seniors have become a new and potentially profitable market opportunity for the tourism sector. New generations of retired seniors with lifestyles oriented towards leisure and entertainment, greater purchasing power and better health than previous generations of seniors will boost the overall volume of tourism. This paper aims to find out whether the life cycle stage and socio-cultural level of Spanish seniors determines their travel constraints. Using ANCOVA, we found that specific variables linked to this group's life cycle stage and socio-cultural levels determine their main travel constraints: health, economic status and self-perceived time available.

KEYWORDS: Seniors, Life cycle, Socio-cultural level, Travel constraints, Tourism behavior.

1. INTRODUCCIÓN

Es una realidad que la población del mundo cada vez envejece más. En el 2050, la población mayor de 60 años pasará a representar el 21,1% del total, frente al 11,7% que supone en la actualidad (United Nations, 2013). De todos los continentes, Europa es hoy en día el más envejecido. Esto es resultado de la interacción en el tiempo de dos fenómenos totalmente contrapuestos, el “baby boom”, o explosión demográfica de los 60/70, y el “baby bust”, o descenso de la natalidad en los 80/90. Una mención especial merece el caso de España, donde el envejecimiento demográfico será todavía más acusado (Bloom y Canning, 2006), de tal manera que para el año 2050, una de cada dos personas tendrá al menos 50 años (United Nations, 2013).

Es evidente que este envejecimiento poblacional deriva en numerosos costes y consecuencias económicas (Berlemann, Oestmann y Thum, 2014). Sin embargo, también genera una serie de oportunidades desde el

punto de vista del comportamiento del consumidor (Berlemann, Oestmann y Thum, 2014), dado el enorme potencial de la población mayor para una gran variedad de mercados, entre los que destaca el sector turístico (Dann, 2007; Prayag, 2012). Tanto es así, que el envejecimiento demográfico que se está experimentando a nivel mundial 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 (Acevedo, 2003; Chen, Liu y Chang, 2013; Moschis y Unal, 2008; Schröder y Widmann, 2007). En este sentido, Carneiro et al. (2013), Chen y Shoemaker (2014), Cooper et al. (2007) y Ryan (1995) apuntan a las generaciones envejecidas del “baby boom”, con un estilo de vida más orientado al ocio y disfrute del tiempo libre mediante la realización de viajes que las generaciones anteriores (Dann, 2007; Kuo y Lu, 2013), como uno de los mercados más relevantes para la industria turística. Huang y Tsai (2003) indican que la evidencia sugiere que las personas mayores de 55 años representan el 80% del gasto vacacional en los Estados Unidos. Y los datos refrendan dichas afirmaciones. 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 de 1999 (Patterson, 2006). En el caso concreto de España, dicho potencial aún es mayor. En el año 2012, el 62,1% de los hogares compuestos por individuos de entre 51 a 65 años realizaron algún viaje, siendo los visitantes extranjeros mayores de 64 años los que más gasto realizaron en turismo (Instituto de Estudios Turísticos –IET#, 2012a; b).

Pero, aunque cada vez este segmento es más tenido en cuenta por los diferentes actores de la industria turística, así como su creciente relevancia en el ámbito de la investigación, existen diversos campos en los que aún no se ha profundizado. Es el caso de las barreras autopercibidas para viajar por parte de los senior. Durante el proceso de decisión se perciben las barreras para el viaje que, normalmente, son el tiempo, el dinero y la salud (Chen y Gassner, 2012; Fleicher y Pizam, 2002; Huang y Tsai, 2003; Kazemina, Del Chiappa y Jafari, 2015; Nyaupane, McCabe y Andereck, 2008), aunque también pueden ser problemas de idiomas, seguridad personal, etc. (Huang, 2007). Con todo, se considera que, los factores autopercibidos como la salud, el estatus económico y el tiempo disponible, que ejercen un efecto moderador en la frecuencia/propensión al viaje de los mayores, están influenciados por variables relacionadas con la etapa del ciclo de vida como son la edad, la situación laboral, la renta y la composición del hogar (Blazey, 1992; Huang y Tsai, 2003; McGuire, 1984; Nyaupane, McCabe y Andereck, 2008; Wang, 2005); así como con ciertas variables socioculturales que originan las diferencias entre las distintas cohortes generacionales, como son el nivel educativo y la experiencia de viaje previa (Huang y Tsai, 2003; McGuire, 1984; Wang, 2005). No se puede olvidar, que se ha considerado a los seniors como un segmento de especial relevancia en el ámbito turístico por tener un mayor poder adquisitivo que otros colectivos (Chen y Wu, 2009; Fleischer y Pizam, 2002; Metz y Underwood, 2005; Nyaupane, McCabe y Andereck, 2008; Prideaux, Wei y Ruys, 2001; Wang et al., 2013) y por el tiempo libre del que disponen, una vez alcanzada la jubilación (Schröder y Widman, 2007). Es decir, son personas que viajan con mayor frecuencia, tienden a recorrer distancias más largas y se quedan más tiempo que cualquier otro grupo de edad (Rosenfeld, 1986; Shoemaker, 1989), favorecido todo ello por el mayor nivel de renta disponible y tiempo de ocio y el deseo de viajar que poseen los senior hoy en día (Del Chiappa y Jafari, 2015).

Es por todo ello, que se hace imperativo profundizar en las variables que influyen en las barreras para el viaje, ya que, estas, pueden ser negociables –pueden ser superadas–, tal y como exponen Crawford, Jackson y Goodbey (1991) y Nyaupane, McCabe y Andereck (2008), y por lo tanto facilitar el establecimiento de estrategias efectivas por parte del sector turístico, que implementen el beneficio mutuo (Hudson, 2010). Por tanto, el objetivo de este estudio consiste en determinar si las variables relacionadas con el ciclo de vida y el nivel sociocultural de los seniors españoles influyen en las principales barreras para viajar de este colectivo: salud, estatus económico y tiempo disponible autopercibido.

2. BARRERAS PARA EL VIAJE DE LOS SENIORS

Las tres dimensiones jerárquicas de las barreras de ocio, desarrolladas por primera vez por Crawford y sus colaboradores (1987, 1991), constituyen el punto de partida de los estudios de ocio y turismo que versan sobre las barreras para participar en actividades de ocio o viajar (Huang, 2007). Éstos, dividen las barreras de ocio en tres categorías: las barreras estructurales, relacionadas con la falta de disponibilidad de los recursos necesarios para participar en actividades de ocio como la renta, el tiempo, las oportunidades y aquellos derivados del ciclo de vida familiar; las barreras intrapersonales, referidas al estado psicológico del individuo o a su situación personal, que incluyen factores como el estrés, la depresión, la ansiedad, creencias, actitud de los familiares y amigos y la percepción de las capacidades propias; y las barreras interpersonales, que resultan de la interacción con la dimensión intrapersonal e incluyen barreras relacionadas con la dificultad para encontrar compañeros de ocio (Crawford y Godbey en Crawford, Jackson y Goodbey, 1991). Estas tres categorías de barreras 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, Jackson y Goodbey, 1991).

Dicha propuesta no concuerda en su totalidad con uno de los primeros estudios acerca de las barreras de ocio de los seniors, el de McGuire (1984), que identifica como las principales barreras de ocio de este colectivo: los recursos externos #falta de recursos económicos, medio de transporte o información#; los factores temporales #falta de tiempo y demasiada carga de otras cosas#; la falta de aprobación por parte de familia y amigos; la falta de compañía; y problemas relacionados con la salud.

En general, de los estudios empíricos existentes al respecto se extrae que las principales barreras para el viaje de los seniors son: la salud, el estatus económico y el tiempo disponible autopercibido (Benevenuto, 2012; Blazey, 1992; Chen, 2009; Fleischer y Pizam, 2002; Huang y Tsai, 2003; Jang y Wu, 2006; Kazemina, Del Chiappa y Jafari, 2015; Nyaupane, McCabe y Andereck, 2008; Romsa y Blenman, 1989; Schröder y Widmann, 2007; Wu, 2003; Zimmer, Brayley y Searle, 1995). Con todo, Nyaupane, McCabe y Andereck (2008) afirman que éstas evolucionan de manera diferente a lo largo del ciclo vital del individuo, destacando así la idea de que no son homogéneas. En este sentido, Cooper et al. (2007) indican que la propensión a viajar guarda una estrecha relación con la edad interna del individuo, que es aquella que alude a la etapa del ciclo vital que ha alcanzado éste. De este modo los autores aseguran que los dos factores fundamentales que intervienen en la demanda turística #tiempo e ingresos discrecionales# evolucionan de una manera inversamente proporcional a lo largo del ciclo vital, produciéndose así fluctuaciones en la frecuencia de viaje en función de estos factores.

Es por ello, que a la hora de analizar el ciclo de vida es importante tener en cuenta que utiliza una combinación de variables demográficas y socioeconómicas para explicar el comportamiento de compra del consumidor con respecto a un gran número de productos y servicios (Wells y Gubar, 1966). Se trata de un constructo multidimensional utilizado frecuentemente en la segmentación de mercados (Fodness, 1992), que permite a los expertos en marketing dirigirse al consumidor de manera más provechosa (Hopkins *et al.*, 2014). Entre las definiciones más utilizadas, Fodness (1992) se hace eco de la de Wagner y Hanna (1983), quienes lo consideran como un concepto multivariable explicado por la edad, estado civil, situación laboral del cabeza de familia y edad del hijo más joven; mientras que You y O'Leary (2000) destacan las que hacen referencia al ciclo de vida como un constructo multidimensional que engloba la edad, estado civil, presencia de hijos en el hogar y renta del mismo. Con todo, el ciclo de vida en el ámbito turístico se presenta como una herramienta capaz de identificar segmentos de mercado específicos medidos en términos socioeconómicos y demográficos (March, 2000).

De este modo, y 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 (Diniz y Motta, 2006; Moschis, 1992; Del Chiappa y Jafari, 2013; Silvers, 1997), ésta parece la herramienta adecuada para el estudio del comportamiento turístico de los mayores. En este sentido, son varios los autores que se han hecho eco de la relación entre las principales barreras para el viaje de los seniors: salud, estatus económico y tiempo disponible autopercibido, y las variables relacionadas con la etapa del ciclo de vida del individuo: edad, situación laboral, estructura y tamaño del hogar y nivel de ingresos, por lo que a continuación se realiza un análisis más pormenorizado de dichas variables.

Se ha constatado en la literatura una relación inversa entre la salud autopercibida y la edad, de tal manera que los que no viajan por motivos de salud suelen ser individuos de edad más avanzada (McGuire, 1984; Nyaupane, McCabe y Andereck, 2008). Chen y Gassner (2012) recogen en los resultados de su estudio, que dentro del grupo de seniors que más viajan, los cuales tienen una menor media de edad en relación al resto (60,4 años), el 50% de ellos perciben que tienen una buena o excelente salud. En relación a la ocupación, Blazey (1992) encontró que aquellos que ya están jubilados presentan mayores barreras para viajar relacionadas con su salud que los que no lo están. Wang (2005), por su parte, obtuvo que a medida que aumenta la renta aumenta también el estado de salud autopercibido de los seniors para viajar. Por otra parte, se encontraron diferencias significativas entre las principales barreras de viaje de los seniors en función del nivel educativo y la experiencia de viaje previa. Se trata de variables que hacen referencia al nivel sociocultural de los individuos y que originan las diferencias entre las dos cohortes generacionales de mayores que coexisten en la actualidad; la generación del “*baby boom*”, mucho más formada y con mayor experiencia de viaje, y la “generación silenciosa” –considerada como los padres de la generación del “*baby boom*”–, caracterizada por un nivel educativo bajo y poca o ninguna experiencia de viaje (Kuo y Lu, 2013; Patterson, 2006; Plog, 2005). En este sentido, McGuire (1984) plantea que los seniors con un nivel educativo más bajo se sienten más limitados por cuestiones relacionadas con la salud. Finalmente, Wang (2005) obtuvo que la salud autopercibida de los seniors para viajar es mayor para aquellos individuos que viajan con más frecuencia.

H1: Las variables del ciclo de vida y el nivel sociocultural afectan a la salud autopercibida

Blazey (1992) argumenta que los que todavía están activos en el mercado de trabajo están más influenciados por las barreras de tipo económico que los que están jubilados, concordando con los resultados mostrados por Chen y Gassner (2012), donde aquellos senior que aún trabajaban tendían a viajar menos que el resto. Mientras Huang y Tsai (2003) obtuvieron que tanto los seniors que viven en pareja, como los que viven con hijos, están más limitados a la hora de viajar por este tipo de barreras. El mismo efecto fue encontrado por Nyaupane et al. (2008) quienes detectaron que los seniors más jóvenes están más influenciados por barreras de tipo económico que los más mayores. Huang y Tsai (2003), por su parte, consideran que los seniors con menor nivel educativo cuentan con restricciones de tipo económico para viajar.

H2: Las variables del ciclo de vida y el nivel sociocultural afectan a las barreras de tipo económico

McGuire (1984) indica que los individuos que no viajan por falta de tiempo suelen ser los que cuentan con rentas más elevadas, frente a aquellos que no experimentan este tipo de barreras. También identificó el mismo efecto para los seniors con mayor nivel educativo, al igual que Chen y Gassner (2012), que recogen en su estudio que los senior que menos viajan tienen en su gran mayoría un nivel educativo de bachiller o similar, tienen una edad media de 63,7 (la más alta en comparación con el resto de resultados) y son a los que más difícil les resulta encontrar tiempo para viajar.

H3: Las variables del ciclo de vida y el nivel sociocultural afectan al tiempo disponible autopercibido

3. METODOLOGÍA

Para alcanzar el objetivo fijado en esta investigación se optó por un análisis de tipo cuantitativo utilizando como método de recogida de datos la encuesta 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, repasados con anterioridad, y por otro, tal y como argumentan Cooper et al. (2007), Plog (2005) y Prideaux, Wei y Ruys (2001) 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 el mercado turístico, entre otros.

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 (INE, 2010) y el total de viajeros mayores de 55 años por CCAA (IET, 2010), se calculó el número de viajeros por provincias. Posteriormente, se procedió a calcular el tamaño muestral por provincias proporcional al número de viajeros. Relacionando este dato con el tamaño teórico de la muestra se identificó el número de respuestas necesarias por provincia, establecido de forma proporcional al número de viajeros. Finalmente, la selección de los individuos a entrevistar se generó en base a un número aleatorio por registro. El tamaño total de la muestra se calculó con error muestral de $\pm 4\%$ con máxima diferencia relativa de 9,01% y nivel de confianza del 95%, obteniéndose 602 cuestionarios válidos recogidos entre marzo y mayo de 2012.

Para la contrastación de las hipótesis propuestas se consideró apropiada la utilización del análisis de la covarianza, ANCOVA. El análisis de la covarianza es una técnica estadística de comparación de medias, que combina el análisis de varianza (ANOVA) y el análisis de regresión. Es utilizada para analizar la relación entre una variable dependiente (endógena) métrica y varias variables independientes (exógenas) métricas y categóricas (Pérez, 2005; Malhotra, 2008). Su utilización nos va a permitir determinar la influencia de las covariables y obtener una variable respuesta ajustada (sin la influencia de la covariable). Es decir, eliminamos cualquier error sistemático fuera del control del investigador que puede sesgar los resultados, además de tener en cuenta las diferencias en las respuestas debidas a las características propias de los encuestados. En este sentido, el objetivo de la covarianza es doble al eliminar cualquiera de los efectos que influyen solamente en una parte de los encuestados, como los que varían entre los encuestados (Badii, Castillo y Wong, 2008).

TABLA 1
Características sociodemográficas de la muestra

Variables	(%)	
Viajeros		
Sí	59,5%	
No	40,5%	
Edad		69,5
Sexo		
Hombre	37,7%	
Mujer	62,3%	
Nivel educativo		
Sin estudios (no sabe leer ni escribir)	4%	
Sin estudios (sabe leer y escribir)	23,7%	
Ed. Primaria/Escuela	34,2%	
Ed. Secundaria; Bachiller/FP	18,8%	
Título Universitario	19,3%	
Situación laboral		
Jubilado	79,3%	
Desempleado	4%	
Trabajador en activo	16,8%	
Tipo de hogar		
Unipersonal	22,5%	
Nuclear	45,8%	
Nuclear con hijos y/o otros	19,9%	
Monoparental/Otros	11,8%	
Tamaño del hogar		2,1
Miembros dptes. económicamente		0,3
Ingresos anuales		
Menos de 8.000 €/año	36,6%	
Entre 8.000 y 12.000 €/año	22,7%	
Entre 12.001 y 16.000 €/año	13,1%	
Entre 16.001 y 20.000 €/año	6,6%	
Entre 20.001 y 24.000 €/año	7,2%	
Más de 24.000 €/año	13,8%	
Experiencia de viaje		
Ninguna	20,6%	
Poca	25,4%	
Mucha	54%	
Salud autopercebida (1 - 5)		3,7
Estatus económico autopercebido (1 - 5)		2,7
Tiempo disponible autopercebido (1 - 5)		3,8

Como medida de la bondad de ajuste de los modelos de análisis de la covarianza se utilizó el coeficiente de determinación R^2 . Este coeficiente se define como la proporción de la variación explicada en comparación con la variación total (Wooldridge, 2006).

4. RESULTADOS

4.1. Perfil sociodemográfico de la muestra

Tal y como se desprende de la Tabla 1, 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%). Además, la mayor parte contaba con algún tipo de estudios, fundamentalmente estudios primarios (34,2) y la mayoría de los encuestados estaban jubilados (79,3%). 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. El nivel de ingresos de la muestra fue relativamente bajo, destacando las rentas inferiores a 12.000 €/año (59,3%) y algo más de la mitad aseguró tener mucha experiencia de viaje (54%). Finalmente, destacar que la salud y el tiempo disponible autopercibido 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.

4.2. ANCOVA factores autopercibidos: salud, estatus económico, tiempo disponible

Las variables independientes utilizadas para los tres ANCOVA fueron las que conforman el ciclo de vida –edad, ingresos, estatus laboral, tipo de hogar, tamaño del hogar y número de miembros dependientes económicamente– y el nivel sociocultural –experiencia de viaje pasada y nivel educativo–; siendo la salud, el estatus económico y el tiempo disponible autopercibido las variables dependientes utilizadas, una por cada análisis.

Seguendo a Cohen *et al.* (2003), para garantizar la idoneidad del uso de un análisis de la covarianza se comprobó que existía una relación lineal entre las covariables y las variables continuas para cada uno de los factores autopercibidos. También se realizaron distintos ANOVA para descartar que existiera una relación significativa entre las variables continuas y las variables categóricas. Cumplidas estas condiciones, se prosiguió con la implementación de los análisis necesarios para el contraste de las hipótesis.

Las variables incluidas en el primer ANCOVA explican, tal y como se muestra en la Tabla 2, el 35% de la varianza de la variable dependiente, en este caso la salud autopercibida. Las variables relacionadas significativamente con la salud autopercibida de los mayores entrevistados son la edad, nivel educativo, tipo de hogar, tamaño del hogar, nivel de ingresos y experiencia de viaje ($p<,05$). En concreto, la edad guarda una relación negativa con la salud autopercibida ($B=-,019$), es decir, a medida que aumenta la edad la salud autopercibida para viajar es menor. La salud autopercibida de aquellos que no tienen estudios, ni saben leer ni escribir ($B=-,921$) es peor que la de aquellos que tiene un título universitario. Los hogares unipersonales ($B=-,831$) tienen una peor salud autopercibida que los hogares monoparentales/otros. El tamaño del hogar influye negativamente en la percepción de la salud para viajar ($B=-,481$), a más miembros en el hogar menor salud autopercibida. Los que poseen rentas más bajas, concretamente inferiores a 8.000 €/año ($B=-,495$), tienen una salud autopercibida peor que la de aquellos con ingresos que superan los 24.000 €/año. Finalmente, la experiencia de viaje es síntoma de una peor salud autopercibida para aquellos con ninguna ($B=-,628$) o poca ($B=-,409$) experiencia de viaje frente a los que tienen una amplia experiencia de viaje. No resultaron tener influencia en la salud autopercibida, ni la situación laboral del entrevistado, ni el número de miembros dependientes económicamente de él. Ambas variables relacionadas con el ciclo de vida. Aun así y puesto que el ciclo de vida es una variable multidimensional creemos que estos resultados permiten contrastar positivamente la H1. Es decir, aquellos senior con más edad, menor nivel educativo, con hogares

unipersonales o con muchos miembros, con niveles de renta bajo y poca o ninguna experiencia de viaje tienen una concepción de la salud autopercebida peor que el resto del segmento, y por lo tanto, esta se presenta como una barrera para viajar.

TABLA 2
ANCOVA, Ciclo de vida, nivel sociocultural y salud
autopercebida Variable dependiente: salud autopercebida

Parámetro	B	t	Sig.
Intersección	6,840	11,647	,000
Edad	-,019	-3,090	,002
Nivel educativo (ref. Título Universitario)			
Sin estudios: no sabe leer ni escribir	-,921	-3,700	,000
Sin estudios: sabe leer y escribir	-,170	-1,019	,309
Ed. Primaria/Escuela	,035	,251	,802
Ed. Secundaria; Bachiller/FP	,082	,570	,569
Tipo de hogar (ref. Monoparental/Otros)			
Unipersonal	-,831	-2,966	,003
Nuclear	-,211	-1,439	,151
Nuclear con hijos y/o padres, etc.	,360	1,880	,061
Tamaño hogar	-,481	-2,667	,008
Ingresos (ref. Más 24000 €/año)			
Menos 8.000 €/año	-,495	-2,872	,004
Entre 8.000 y 12.000 €/año	,028	,168	,867
Entre 12.001 y 16.000 €/año	-,284	-1,646	,100
Entre 16.001 y 20.000 €/año	,048	,237	,812
Entre 20.001 y 24.000 €/año	,022	,114	,909
Experiencia viaje (ref. Mucha)			
Ninguna	-,628	-5,119	,000
Poca	-,409	-3,943	,000

R²=,356 (R² corregida=,332)

TABLA 3
ANCOVA Ciclo de vida nivel sociocultural y estatus económico
autopercebido Variable dependiente Estatus económico autopercebido

Parámetro	B	t	Sig.
Intersección	3,460	7,413	,000
Situación laboral (ref. Trabajador en activo)			
Jubilado	-,091	-,836	,403
Desempleado	-,494	-2,591	,010
Nº miembros dependientes económicamente	-,211	-3,108	,002
Ingresos (ref. Más 24000 €/año)			
Menos 8.000 €/año	-,919	-6,708	,000
Entre 8.000 y 12.000 €/año	-,457	-3,503	,001
Entre 12.001 y 16.000 €/año	-,304	-2,212	,027
Entre 16.001 y 20.000 €/año	-,287	-1,787	,075
Entre 20.001 y 24.000 €/año	-,132	-,867	,386
Experiencia viaje (ref. Mucha)			
Ninguna	-,537	-5,511	,000
Poca	-,400	-4,857	,000

R²=,326 (R² corregida=,300)

En cuanto al estatus económico autopercebido, el porcentaje de varianza explicado por el segundo ANCOVA fue de un 32%, tal y como refleja la Tabla 3. La situación laboral del individuo, el número de miembros dependientes económicamente, el nivel de ingresos y la experiencia de viaje guardan una relación significativa con la variable dependiente, estatus económico autopercebido ($p < ,05$). Sin embargo, esa relación no resultó significativa para el caso de la edad, el tamaño y tipo de hogar. Concretamente, los individuos que están desempleados ($B = \#,494$) tienen peor estatus económico autopercebido que los trabajadores en activo. El número de miembros dependientes económicamente se relaciona negativamente con el estatus económico autopercebido ($B = \#,211$), de modo que, a mayor número de miembros dependientes económicamente del entrevistado peor estatus económico autopercebido. Los perceptores de rentas menores de 8.000 €/año ($B = \#,919$), entre 8000 y 12.000 €/año ($B = \#,457$) y entre 12.001 y 16.000 €/año ($B = \#,304$) perciben su estatus económico peor que aquellos con rentas superiores a 24.000 €/año. Y, aquellos con ninguna ($B = \#,537$) o poca ($B = \#,400$) experiencia de viaje consideran que su situación económica para viajar es peor, comparada con aquellos que gozan de una mayor experiencia de viaje. La otra variable relacionada con el nivel sociocultural no resultó ser significativa. Los resultados alcanzados permiten aceptar parcialmente la H2. Por lo que se puede afirmar que aquellos senior desempleados, con miembros dependientes económicamente, ingresos de renta anuales bajos y con poca o ninguna experiencia de viaje, consideran que poseen un peor estatus económico autopercebido.

La varianza relativa al tiempo disponible autopercebido para viajar está explicada en un 20% por las variables introducidas en este tercer ANCOVA, según consta en la Tabla 4. Las variables relacionadas significativamente con el tiempo disponible autopercebido son la edad, la situación laboral del individuo y la experiencia de viaje ($p < ,05$), lo que sólo soporta parcialmente la hipótesis 3. De manera más precisa, a medida que aumenta la edad del entrevistado ($B = ,014$) aumenta la percepción del tiempo disponible para viajar del individuo. Aquellos que están jubilados ($B = ,812$) o desempleados ($B = 1,006$) consideran que disponen de más tiempo disponible para el viaje que aquellos que están activos en el mercado de trabajo. Y, finalmente, el tiempo disponible para aquellos individuos con ninguna experiencia de viaje ($B = \#,472$) es menor que el de aquellos con mucha experiencia de viaje. Aunque en menor medida que en las hipótesis anteriores, también se puede afirmar que, sí existe una relación parcial en la H3, pero sólo focalizada en 3 variables y con un modelo poco representativo.

TABLA 4
ANCOVA Ciclo de vida nivel sociocultural y tiempo disponible
autopercebido Variable dependiente Tiempo disponible autopercebido

Parámetro	B	t	Sig.
Intersección	1,811	2,857	,004
Edad	,014	2,107	,036
Situación laboral (ref. Trabajador en activo)			
Jubilado	,812	5,508	,000
Desempleado	1,006	3,882	,000
Experiencia viaje (ref. Mucha)			
Ninguna	-,472	-3,561	,001
Poca	-,213	-1,903	,058

$R^2 = ,202$ (R^2 corregida = ,172)

Se puede por tanto afirmar, que se pueden explicar parcialmente las barreras percibidas para viajar por parte de los senior en relación al ciclo de vida y nivel sociocultural, principalmente las vinculadas a salud (Chen y Gassner, 2012; Fleicher y Pizam, 2002; Huang y Tsai, 2003; Kazemina, Del Chiappa y Jafari, 2015; Nyaupane, McCabe y Andereck, 2008) y estatus económico autopercebido (Blazey, 1992; Chen y Gassner, 2012; Huang y Tsai, 2003), donde los principales factores son la edad (Chen y Gassner, 2012; McGuire,

1984; Nyaupane, McCabe y Andereck, 2008), ingresos (Wang, 2005) y experiencia viajera (Kuo y Lu, 2013; Patterson, 2006; Plog, 2005).

5. CONCLUSIONES

El envejecimiento demográfico que se está experimentando a nivel mundial ha provocado el auge, durante las últimas décadas, de estudios centrados en los efectos negativos asociados a este fenómeno demográfico, fundamentalmente aquellos relacionados con el gasto público en materia de sanidad y pensiones por jubilación. Sin embargo, se detecta una falta de estudios que abarque a este colectivo desde el punto de vista del comportamiento del consumidor, dado su potencial para un gran número de sectores, entre los que destaca el sector turístico. La mayor parte de los estudios existentes al respecto presentan a los seniors como un grupo homogéneo. No obstante, los seniors afrontan los viajes de forma muy diferente en función de la etapa de ciclo de vida en la que se encuentren y de ciertas características relacionadas con su nivel sociocultural y que originan las diferencias entre las distintas cohortes generacionales de mayores existentes en la actualidad. El objetivo de este estudio consiste en averiguar si las variables relacionadas con la etapa del ciclo de vida y el nivel sociocultural de los seniors determinan las barreras para el viaje por parte de éstos. Se recurrió al Análisis de la Covarianza (ANCOVA) para averiguar si las variables anteriormente mencionadas explican la salud, el estatus económico y el tiempo disponible autopercibido por los seniors para viajar, principales barreras de viaje detectadas para este colectivo. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto que las principales barreras para el viaje de los seniors están determinadas por las variables relacionadas con la etapa del ciclo de vida, así como por aquellas que hacen referencia a su nivel sociocultural.

En primer lugar, con respecto a la salud autopercibida, se encontró que a medida que aumenta la edad, la salud de los seniors entrevistados para viajar es menor, coincidiendo con los hallazgos de McGuire (1984) y Nyaupane, McCabe y Andereck (2008). Además, acorde con lo expuesto por McGuire (1984), un nivel educativo bajo favorece una percepción de la salud para viajar negativa. En cuanto al tipo de hogar, en aquellos hogares unipersonales se percibe una salud negativa, frente a los hogares monoparentales; si bien es cierto que, a medida que el tamaño del hogar aumenta, la salud autopercibida para el viaje se torna negativa. Finalmente, aquellos hogares con menores ingresos y escasa experiencia de viaje tienen una salud autopercibida negativa, frente a aquellos con rentas más elevadas y una amplia experiencia de viaje, acorde con los hallazgos de Wang (2005).

En segundo lugar, en relación al estatus económico autopercibido por los seniors para viajar, aquellos que están desempleados tienen una peor percepción de éste que los que están activos en el mercado laboral. Por otro lado, a medida que aumenta el número de miembros en el hogar dependientes económicamente del entrevistado, el estatus económico autopercibido es menor, acorde con lo expuesto por Huang y Tsai (2003). Además, aquellos individuos con rentas más bajas y menor experiencia de viaje tienen una percepción de su estatus económico autopercibido para el viaje peor que la de aquellos con rentas más altas y mayor experiencia de viaje previa.

Finalmente, el tiempo disponible autopercibido para viajar es mayor a medida que se incrementa la edad, acorde con los hallazgos de Nyaupane, McCabe y Andereck (2008); así como el de aquellos individuos que están jubilados o desempleados, frente a los que están activos, en línea con lo expuesto por Blazey (1992). Por último, los individuos que apenas tienen experiencia de viaje previa perciben que disponen de menos tiempo para viajar que aquellos con mucha experiencia de viaje.

Los resultados obtenidos en este estudio van a tener una serie de implicaciones, desde el punto de vista práctico, para la industria turística en nuestro país. Con respecto a la primera de las barreras analizadas, la salud autopercibida, decir que se trata de una barrera que depende, en gran medida, de la edad cronológica del individuo. Schröder y Widmann (2007) y Zimmer, Brayley y Searle (1995) aseguran que, a partir de cierta edad la tendencia al viaje de los seniors se reduce, principalmente por motivos de salud. Se trata, por

tanto, de una barrera difícil de superar una vez que los seniors llegan a cierta edad. En cuanto al estatus económico autopercebido, se considera oportuno que el sector público continúe promoviendo los viajes sociales entre los seniors, a través de programas como los del IMSERSO, de modo que esta barrera pueda ser superada por parte de aquellos individuos que poseen rentas más discretas. Con todo, hay que tener en cuenta que este esfuerzo que realiza la administración al poner a disposición de los mayores una oferta de viajes a precios asequibles tiene un retorno económico positivo para el estado, pues recupera lo invertido y obtiene importantes beneficios; pero también para el sector privado, que ve desestacionalizada la demanda turística gracias a esta tipología de viajes de Turismo Social (Almeida, 2011; Eusébio et al., 2013; Price Waterhouse et al., 1997). Sin embargo, se considera oportuna la actualización de este tipo de viajes pues, tal y como exponen Carneiro et al. (2013) y Chen y Shoemaker (2014), puede que los seniors más jóvenes no estén interesados en ellos, tal y como se conciben en la actualidad. En este sentido, los gestores de negocios orientados a turistas sénior que viajan con los programas subvencionados del IMSERSO deberán prestar especial atención a los cambios que se están produciendo en las pautas de consumo de este colectivo con el objeto de adaptarse y dar respuesta a sus necesidades. En lo que respecta al tiempo disponible autopercebido, los resultados muestran que se trata de una barrera que afecta, principalmente, a los seniors más jóvenes que todavía están activos en el mercado de trabajo. De este modo, una vez alcanzada la jubilación, el tiempo disponible no supondrá una barrera para el viaje de los seniors. Con todo, se considera que la limitación que suponen las obligaciones laborales de los seniors a la hora de viajar afecta en mayor medida a los viajes realizados por motivos de ocio que a otro tipo de viajes, como los motivados por trabajo. Y es que, según Blazey (1992) y Collins y Tisdell (2002) los seniors viajan más por motivos de trabajo que cualquier otro colectivo. Así, la industria turística deberá prestar especial atención a los viajes que realizan los seniors más jóvenes y todavía activos en el mercado de trabajo por motivos de negocios/trabajo, por su impacto económico y su capacidad para desestacionalizar la demanda al producirse en temporada baja (Mochón, 2008).

Es importante destacar que este trabajo presenta una serie de limitaciones. La primera de ellas, 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 o 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, indicar que la capacidad predictiva de los estudios de tipo transversal, como éste, 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. Este hecho, unido a que el mercado de los consumidores de edad está en constante cambio, supone una importante limitación para este tipo de estudios aplicados al segmento de consumidores de edad avanzada, tal y como indica Benevenuto (2012).

Señalar también, que las barreras para el viaje pueden tener distinta repercusión en función del propósito del mismo. Y es que, tal y como indican Hubbard y Mannell (2001), las barreras para la participación en actividades de ocio pueden ser superadas según la motivación de viaje. En este sentido, hay que considerar que los mayores no sólo viajan por motivos vacacionales, sino también por propósito de visita a familiares y/o amigos, salud y trabajo (Blazey, 1992; Chen, Liu y Chang, 2013; Collins y Tisdell, 2002). Es por ello que se plantea como futura línea de investigación, conocer en qué medida estos tres tipos de barreras analizadas determinan la participación en viajes de los seniors para las distintas tipologías de viaje comentadas anteriormente. Por otra parte, sería interesante realizar un estudio longitudinal, ya recomendado por otros autores (Chen y Shoemaker, 2014; Wang, 2005) en el ámbito del comportamiento turístico de los seniors, 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.

BIBLIOGRAFIA

- Acevedo, C. R. 2003. "Motivos para viajar: um estudo con turistas maduros no contexto brasileiro". *Facef Pesquisa*, 6 (3): 78#87.
- Almeida, M. V. 2011. "The development of social tourism in Brazil". *Current Issues in Tourism*, 14 (5): 483#489.
- Badii, M. H., Castillo, J. y Wong, A. 2008. "Uso de análisis de covarianza (ANCOVA) en investigación científica". *Innovaciones de Negocios*, 5 (1), 25#38.
- Benevenuto, R. C. 2012. Restrições intrapessoais para o lazer em turismo por idosos no Rio de Janeiro. Disertação de mestrado. Pontificia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração.
- Berlemann, M., Oestmann, M. y Thum, M. 2014. "Demographic change and bank profitability: empirical evidence from German savings banks". *Applied Economics*, 46 (1): 79#94.
- Blazey, M. A. 1992. "Travel and retirement status". *Annals of Tourism Research*, 19: 771#783.
- Bloom, D. y Canning, D. 2006. "Booms, Busts and Echoes". *Finance & Development, International Monetary Fund*, 43 (3): 8#13.
- Carneiro, M. J., Eusébio, C., Kastenholz, E. y Alvelos, H. 2013. "Motivations to participate in social tourism programs: a segmentation analysis of the senior market". *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 24 (3): 352#366.
- 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, K.H., Liu, H.H. y Chang, F.H. 2013. "Essential customer service factors and the segmentation of older visitors within wellness tourism based on hot springs hotels". *International Journal of Hospitality Management*, 35: 122#132.
- Chen, S.C. y Gassner, M. 2012. "An investigation of the demographic, psychological, psychographic and behavioral characteristics of Chinese senior leisure travelers". *Journal of China Tourism Research*, 8, 123#145.
- Chen, S.C. y Shoemaker, S. 2014. "Age and cohort effects: The American senior tourism market". *Annals of Tourism Research*, 48: 58#75.
- Chen, C. y Wu, C. 2009. "How motivations, constraints, and demographic factors predict seniors' overseas travel propensity". *Asia Pacific Management Review*, 14 (3): 301#312.
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G. y Aiken, L. S. 2003. Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences (3rd ed.): Mahwah, NJ: Erlbaum
- Collins, D. y Tisdell, C. 2002. "Age-related lifecycles: purpose variations". *Annals of Tourism Research*, 29 (3): 801#818.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. y Wanhill, S. 2007. El Turismo: teoría y práctica. Madrid: Síntesis.
- Crawford, D. W., y Godbey, G. 1987. "Reconceptualizing barriers to family leisure". *Leisure Sciences*, 9, 119#127.
- Crawford, D., Jackson, E. y Goodbey, G. 1991. "A hierarchical model of leisure constraints". *Leisure Sciences*, 13: 309#320.
- Dann, S. 2007. "Branded generations: baby boomers moving into the seniors market". *Journal of Product & Brand Management*, 16 (6): 429#431.
- Diniz, F. y Motta, P. C. 2006. "Em busca de um modelo de restrição ao lazer para os consumidores de mais idade", 30º Encontro da ANPAD (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração): Salvador/BA#Brasil, 23 a 27 de setembro.
- Eusébio, C., Carneiro, M. J., Kastenholz, E. y Alvelos, H. 2013. The economic impacts of health tourism programs. En A. Matias, P. Nijkamp y M. Sarmiento (Eds.), Quantitative Methods in Tourism Economics, pp. 153#173. Physica#Verlag HD.
- Fleischer, A. y 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.
- Hopkins, C., Wood, C., Siemens, J. y Raymond, M.A. (2014): "A multi#method investigation of consumer response to marketing activities during life transitions". *Journal of Consumer Marketing*, 31 (1): 39#53.
- Huang, S. 2007. The effects of motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on tourist revisit intention. Tesis Doctoral. Hong Kong Polytechnic University. China.
- Huang, L. y Tsai, H. 2003. "The study of senior traveler behavior in Taiwan". *Tourism Management*, 24 (5): 561#574.
- Hubbard, J. y Mannell, R.C. 2001. "Testing competing models of the leisure constraint negotiation process in a corporate employee recreation setting". *Leisure Sciences*, 23: 145#163.
- Hudson, S. 2010. "Wooring zoomers: Marketing to the mature traveler". *Marketing Intelligence & Planing*, 28 (4), 444#461.
- IET 2012a. Instituto de Estudios Turísticos. Encuesta de los Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur):
- IET 2012b. Instituto de Estudios Turísticos. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur), Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur):
- Jang, S. (SHAWN) y Wu, C. E. 2006. "Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors". *Tourism Management*, 27 (2): 306#316.
- Kazemina, A., Del Chiappa, G. y Jafari, J. 2015. "Seniors' travel constraints and their coping strategies". *Journal of Travel rEsearch*, 54 (1), 80#93.
- Kuo, H.I. y Lu, C.L. 2013. "Expenditure#based segmentation: application of quantile regression to analyze the travel expenditures of baby boomer households". *Tourism Economics*, 19 (6): 1429#1441.
- Malhotra, N. K. 2008. Investigación de mercados: un enfoque aplicado (5ª ed.): Naucalpan de Juárez (México): Pearson Educación.
- 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. y Underwood, M. 2005. Older, richer, fitter: identifying the customer needs of Britain 's ageing population. London: Age Concern England.
- Mochón, F. 2008. Economía y turismo. Madrid: McGraw#Hill.
- Moschis, G. P. 1992. Marketing to older consumers: a handbook of information for strategy development. Westport: Quorum Books.
- Moschis, G. y Unal, B. 2008. "Travel and leisure services preferences and patronage motives of older consumers". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24 (4): 259#269.
- Nyaupane, G. P., McCabe, J. T. y Andereck, K. L. 2008. "Seniors' travel constraints: stepwise logistic regression analysis". *Tourism Analysis*, 13 (4): 341#354.
- Patterson, I. 2006. Growing older. Tourism and leisure behaviour of older adults. Cambridge: Cabi.
- Pérez, C. 2005. Métodos estadísticos avanzados con SPSS. Madrid: Thomson.
- 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. Boston: Butterworth#Heinemann.
- 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, Imsero 1997. Incidencia socioeconómica de los programas de vacaciones para mayores y termalismo social del IMSERSO. Madrid: Instituto de Migraciones y Servicios Sociales.
- Prideaux, B., Wei, S. y Ruys, H. 2001. "The senior drive tour market in Australia". *Journal of Vacation Marketing*, 7 (3): 209#219.

- Romsa, G. y 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.
- Schröder, A. y Widmann, T. 2007. Demographic Change and its impact on the travel industry: Oldies#nothing but goldies? En R. Conrady y M. Buck (Eds.), *Trends and issues in Global Tourism*, (pp. 3#17): Berlín: Springer.
- Silvers, C. 1997. "Smashing old stereotypes of 50#plus America". *Journal of Consumer Marketing*, 14 (4): 303#309.
- Treguer, J. P. y Segati, J. M. 2005. *Les Nouveaux marketings: marketing générationnel, gay marketing, marketing ethnique*. París: Dunod.
- United Nations 2013. *World Population Ageing*, Population Division, <http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WorldPopulationAgeingReport2013.pdf>
- Wagner, J. y Hanna, S. 1983. "The effectiveness of family life cycle variables in consumer expenditure research". *Journal of Consumer Research*, 10 (3): 281#291.
- Wang, Y. 2005. *An exploratory study of travel constructs in mature tourism*. Tesis Doctoral. Clemson University. South Carolina. United States.
- Wang, K.C., Ma, A.P., Hsu, M.T., Jao, P.C. y Lin, C.W. 2013. "Seniors' perceptions of service features on outbound group package tours". *Journal of Business Research*, 66: 1021#1027.
- Wells, W. D. y Gubar, G. 1966. "Life cycle concept in marketing research". *Journal of Marketing Research*, 3: 355#363.
- Wooldridge, J. M. 2006. *Introducción a la econometría: un enfoque moderno* (2ª ed.): Madrid: Thomson Learning.
- Wu, C. M. E. 2003. *An exploratory study of Taiwanese seniors' travel motivations and travel behavior*. Tesis Doctoral. Kansas State University. United States.
- You, X. y 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.
- Zimmer, Z., Brayley, R. E. y 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.