



**Universitat de les
Illes Balears**

Turisme Sènior 2.0: d'una especialització a una personalització

NOM AUTOR: ***Balaguer Llabrés, Xisco***

DNI AUTOR: ***43156440E***

NOM TUTOR: **Capellà Mitermique, Hugo**

Memòria del Treball de Final de Grau

Estudis de Grau de Geografia

Paraules clau: Turisme Sènior, IMSERSO, generalització, especialització, població, mentalitat, viatjar i nínxol d'oportunitats.

de la
UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS

Curs Acadèmic 2018/2019

Cas de no autoritzar l'accés públic al TFG, marqui la següent casella:

Índex

1. Abstract.....	4
1. Resum.....	4
2. Introducció.....	4
3. Metodologia.....	7
4. Objectius del treball.....	8
4.1 Objectiu 1.....	9
4.2 Objectiu 2.....	9
4.3 Objectiu 3.....	9
4.4 Objectiu 4.....	10
5. Marc teòric. Cruïlla entre la geografia del turisme i de l'envelliment.....	10
6. Resultats a partir de l'estudi de les fonts bibliogràfiques.....	11
6.1 L'envelliment demogràfic canvia la piràmide de població.....	11
6.2 Turisme Sènior. Mercat emergent.....	14
6.2.1 ¿A què li diem Turisme Sènior?.....	15
6.2.2 mercat emergent: gràfica.....	16
6.2.3 Envelliment de la població provoca conseqüències en el turisme.....	18
6.2.4 Motivacions i tipus de viatges del turista Sènior.....	18
6.2.5 Comportament del turista Sènior.....	20
6.2.6 Evolució turística.....	21
6.2.7 Fonts d'informació: com s'assabenten dels viatges?.....	22
6.2.8 Àrea d'estudi: Turista Sènior a les Illes Balears.....	23
6.3 IMSERSO. Resum històric.....	25
6.3.1 Requisits per formar part de l'IMSERSO.....	26
6.3.2 ¿Què fa l'IMSERSO?.....	27
6.4. Resultats obtinguts de les entrevistes amb l'Associació de gent gran d'Establiments i el Secar de la Real.....	29
7. Conclusions i propostes.....	34
8. Referències bibliogràfiques citades.....	36

Índex figures

Figura 1: Fotografia del motxiller més veterà del món (2019).....	6
Figura 2: Esquema de la primera i segona transició demogràfica als països occidentals. Font: D. Van de Kaa (1999).....	12
Figura 3: Comparació entre les defuncions i els naixements dels darrers 120 anys aproximadament. Font: INE (2018).....	13
Figura 4: Evolució natural de la població a Espanya. Naixements menys defuncions Font: INE (2018).....	14
Figura 5: Comparació entre les piràmides poblacionals dels anys 2000 i 2018. Font: INE (2019).....	17
Figura 6: Comparació numèrica entre els anys 2000 i 2018 del nombre de persones entre les edats de 60 i 79 anys. Font: elaboració pròpia.....	17
Figura 7: Quadre d'investigacions sobre motivacions del turista Sènior. Font: Cuadernos de turismo (2010).....	19
Figura 8: Taula Tourism Model de Cuvelier,1998. Font: elaboració pròpia.....	22
Figura 9: Matriu DAFO IMSERSO. Font: Elaboració pròpia (octubre 2018).....	28

1. Abstract

This paper analyzes how the increase of the number of people over sixty years of age in Spain has affected and how it has affected the Tourism Sector. The fact that this group, being numerous and increasingly (for many reasons), is in a better physical state, greater independence, better economically and with more free time, causes the offer of the IMSERSO Program (up to now, practically the only safe conduct for this sector to be able to carry out organized trips) is not sufficient to satisfy the needs of many clients. In this way, with this work we will analyze the lack of diversity in the offer that the tourism of IMSERSO brings to Senior Tourism. It's an issue that has been of interest to me for some time and has even been linked to a future business project but, for the moment, it has been translated as a little research.

1. Resum

Aquest treball analitza com ha afectat el creixement del nombre de persones majors de seixanta anys a Espanya i com ha afectat dins el Sector turístic. El fet que aquest grup, sigui nombrós i de cada vegada (per molts motius) es trobi amb millor estat físic, major independència, millor econòmicament i amb més temps lliure, provoca que l'oferta del Programa de l'IMSERSO (fins ara, pràcticament l'únic salvo conducte per aquest sector per a poder realitzar viatges organitzats) no sigui suficient per a satisfer les necessitats de molts de clients. D'aquesta manera, amb aquest treball analitzarem la manca de diversitat dins l'oferta que aporta el turisme de l'IMSERSO dins el turisme Sènior. És un tema que em va interessar des de fa un temps i inclús ha estat vinculat amb un projecte empresarial de futur però que a dia d'avui, de moment, ha estat traduït com a petita investigació.

2. Introducció

Diferents estudis demogràfics han avançat que el nombre de persones grans està creixent ràpidament i Nacions Unides (2015) ha estimat que més de 2 milions de persones tindran 60 anys i més a l'any 2050, que representarà el 22% (un de cada cinc habitants) de la població mundial, enfront del 10% que hi havia a l'any 2000. Com a resultat d'aquesta explosió poblacional, es preveu que el turisme Sènior esdevingui un segment de mercat en evolució i canvi.

El turisme Golden, turisme Sènior o turisme madur, són maneres amb les quals ens referim al turisme de gent gran. Amb la creació de l'IMSERSO, ja fa una sèrie d'anys, es va promoure d'una manera més simplificada i ordenada als viatges de la gent gran. És un negoci on se veuen beneficiats els nostres majors degut a una oferta molt barata, amb la qual se'ls ofereix la possibilitat de viatjar i visitar tota la Península Ibèrica, els arxipèlags balear i canari, i les ciutats autònomes de Melilla i Ceuta.

Cal explicar en primer lloc, que l'envelliment com a resultat del desenvolupament

científic i de l'estat de benestar és, sens dubte, un èxit social sense precedents. L'augment de l'esperança de vida ha provocat que les persones acabades de jubilar, encara esperin viure dues dècades més; i una gran part d'aquests anys viure'ls amb relativament bona salut. No obstant això, i de fet, també com a conseqüència d'aquest augment en l'esperança de vida, el nombre de persones majors dependents continuarà augmentant, afavorint a l'envelliment actiu. Així, hem de subratllar la importància de les mesures com la del Programa IMSERSO per a promoure un envelliment actiu per a d'aquesta manera, reduir la dependència en l'edat tardana. Mesures com aquestes, no només beneficien la gent gran, sinó que també contribuirien a reduir la necessitat de cura informal i serveis formals.

Ara bé, una vegada arribats a una esperança de vida de 80'1 anys si parlem d'homes i 86'2 en parlar de dones (Font: *Instituto Nacional de Estadística : Cifras de población: Censos del 1981 y del 2001 y proyecciones calculadas a partir del Censo del 2001*), ens veiem obligats a demanar si l'oferta de l'IMSERSO abasteix a tota la població demandant; si des del Programa es té en compte aquest augment; què pensa fer per a solucionar aquest "problema" de sobre-demanda; etc. El nombre de persones grans augmenta progressivament i es preveu que aquest increment en el futur es mantingui. L'alimentació adequada i l'activitat física de forma regular per mantenir la salut, prevenir malalties i conservar un bon nivell d'autonomia personal, són pilars bàsics pel manteniment i a la vegada un augment progressiu de l'esperança de vida.

Aquests arguments anteriorment esmentats, ens ajuden a veure i comprendre que de cada vegada hi ha més gent per abastir en el mercat del turisme Sènior. A més, cal destacar que l'augment de l'esperança de vida, no tan sols afecta a la quantitat de persones que viuen més, ja que també afecta a la qualitat amb la que es viuen aquests anys de més.

A dia d'avui, excepte casos extrems, una persona jubilada pot gaudir de vacances de manera independent. De fet, hi ha molts d'ells, sobre tot els que tenen un esperit més viatger, que s'atreveixen, es veuen amb forces i energia, i realitzen "viatges de motxilla" arreu del món, inclús donant la volta al món. No és gens difícil trobar un gran exemple d'ells, ja que amb una recerca bàsica a Google ens apareixen molts d'internautes que comparteixen les seves experiències amb tothom. El portal d'internet "*Bitácora viajera*" és l'eina que empra una viatgera per entrevistar a dos jubilats de més de 70 anys (no esmenta l'edat exacte) que es troben viatjant pel Sud-est asiàtic i que tenen la intenció de realitzar la volta al món en un futur immediat. Per enriquir l'entrevista i ressaltar més la figura d'aquests dos aventurers, afegeix que els dos han passat per dues operacions recents: ell recentment operat del genoll esquerre i ella de cataractes.



(Fig. 1) Motxiller més veterà del món. Font: Google maps, 2019

Recercant per internet, també no m'ha estat complicat trobar un segon exemple d'aquest canvi on la gent major prefereix gaudir la jubilació agafant les motxilles, un bitllet d'avió i descobrir nous destins arreu del món. Sense sortir d'Espanya, també trobem a Antonio Q., un home de 97 anys, que cansat de la monòtona vida de jubilat, on el seu dia a dia consistia en veure partits de futbol davant el televisor de casa seva, després de veure una sèrie de programes de viatges, un dia qualsevol, juntament amb el seu net van decidir anar a realitzar aquests viatges en viu i en directe, enlloc de seguir veient-los pel televisor.

Arrel d'aquest dia, juntament amb el seu net, va començar una agenda de viatges que seguirà omplint-se així com la salut, l'estat d'ànim i físic li permetin. Aquest cas, probablement ocorri un entre un milió, però és un d'aquests casos que et fa adonar-te'n que els temps han canviat i fa preveure que de cada vegada més, hi haurà molt més casos com el d'Antonio Q. i el seu net Lluís.

Aquestes petites anècdotes, com hem avançat abans, són experiències que no tothom es pot permetre, sigui pel motiu que sigui (físic, econòmic, psicològic, familiar, etc.). Tan sols és una manera de fer veure que la gent jubilada o el turista Sènior, ja no es conforma en l'estància durant una setmana a un complex turístic on tot són facilitats i pràcticament no hi ha moviment. A dia d'avui, la gent jubilada arriba a aquesta fase amb un estat físic i unes ganes de viure que anteriorment era impensable. És per tot això que em demano si és suficient la diversitat que oferta el Programa d'IMSERSO pel turisme Sènior actual.

L'augment de gent major, l'estat de salut òptim amb el que arriba la població a la jubilació, les facilitats actuals per a viatjar, les ganes de descobrir, el Programa de l'IMSERSO que ajuda i facilita tant les coses a la gent jubilada, tots aquests són motius per a garantir un envelliment actiu per als nostres més majors. Ara bé, penso que farà falta obrir un ventall més ampli d'oferta paral·lel o complementari a l'IMSERSO per a garantir un servei complet.

D'aquesta manera i concretant una mica més, vull insistir en que aquest treball ens servirà per adonar-nos que l'IMSERSO és i ha estat durant molts anys una resposta suficient pel turisme de gent major del nostre país. Així i tot, vull demostrar com aquesta idea turística per als més majors, a dia d'avui ha quedat desfasada perquè hi ha molts més turistes potencials (per nombre, per més marge d'edat i per gaudir en molts casos de millors situacions econòmiques degut a les pensions) i alhora perquè el mercat turístic ha passat d'una lògica més industrial a una lògica més a la carta i a mesura.

3. Metodologia

En primer lloc, es va dur a terme una aproximació bibliogràfica, de manera que es va realitzar una presa de contacte de les principals fonts que analitzen els orígens, els objectius i els principals estudis de la geografia de l'envelliment i de la geografia del turisme amb una aproximació més puntual en el sector dels més grans (turisme Sènior). Moltes d'aquestes fonts principals ha estat realitzades des del camp de la Geografia perquè els seus marcs analítics més emprats són els anàlisis dels problemes socioterritorials, en els quals, el paper del Geògraf es veu molt implicat.

He efectuat una recerca dins les bases de dades, catàlegs, recursos electrònics de la Biblioteca de la UIB, on mitjançant aquest servei s'ha pogut accedir a revistes i articles electrònics d'altres plataformes com Dialnet o Researchgate, entre d'altres. Aquesta recerca ha estat realitzada arrel de la utilització de paraules clau cercades en català, castellà, anglès, inclòs en francès, ja que per a la recerca del model de turisme, vam accedir a un quadre de Cuvelier (quadre Tourism model, 1998) que tan sols el trobarem en aquest idioma. També es va derivar part de la nostra recerca a revistes científiques com *Economia, Sociedad y Territorio* o *European Urban and Regional Studies*. Es va accedir a publicacions realitzades per altres universitats com la Universitat d'Alacant, la UCAM de Murcia o la Universitat Autònoma de Barcelona.

Les principals publicacions de Geografia de l'envelliment que han estat consultats i citats a la realització del treball, es corresponen a autors que han anat analitzant en els seus diferents articles/estudis la producció científica més rellevant de la disciplina. El nom d'aquests principals autors en ordre de publicacions i per grups de feina es correspon amb: Hossai, Bailey i Lubulwa (2003); Kim, Wei i Ruys (2003); Hsu i Lee (2002); Shim, Gehrt i Siek (2005); Fleischer i Pizam (2002); Horneman i Carter (2002), entre d'altres.

De totes maneres, hem de destacar que aquest exercici bibliogràfic suposa tan sols una

aproximació a certs aspectes de les investigacions més rellevants que tenen com a referent teòric i temàtic a la geografia de l'envelliment actiu i per lo tant s'ha de contra restar la informació amb altre d'altres camps com puguin ser la demografia o la alimentació.

En segon lloc, corresponent a la metodologia seguida per la part empírica del treball, es van realitzar diferents visites a les Llars d'ancians de les barriades de Palma d'Establiments i del Secar de la Real. Totes les visites foren completades amb diferents entrevistes que aportaren mostres al treball pel consegüent anàlisi. La tècnica qualitativa emprada per les entrevistes quasi sempre fou un focus grup i alguna vegada també foren entrevistes personals. El tipus de metodologia qualitativa emprada mitjançant un focus grup fou l'observació participativa, ja que a més de demanar, també interactuava amb els entrevistats per a fer el focus grup més dinàmic.

Amb aquestes entrevistes, es va realitzar una aproximació als clients potencials d'aquest sector del turisme, mitjançant entrevistes de resposta oberta, a les dues associacions de Palma. aquestes entrevistes es troben basades en una tècnica d'anàlisi de la informació qualitativa en la que s'aporta una connotació social al treball. Són entrevistes estructurades, on a tots els entrevistats se li fan les mateixes preguntes amb la mateixa formulació i el mateix ordre. Amb aquest mètode, s'analitza els aspectes relatius al comportament dels projectes en sí (els viatges de la gent major i de l'IMSERSO) i un altre relatiu a les persones que participen en ells, d'aquella forma s'aporta una visió més extensa del problema estudiat. Per a l'anàlisi de la resposta de les entrevistes, vaig realitzar un disseny estadístic, basat amb les persones entrevistades i basant-me també amb la veu generalitzada dels presidents i vicepresidents de les associacions.

L'estructura de la entrevista es va basar en la realització de 5 preguntes on es recollia informació sobre: dades personals de l'entrevistat, satisfacció amb els viatges que realitza actualment, característiques dels viatges que es realitzen, problemes que solen sorgir i punts a millorar per a un futur.

A més d'aquestes entrevistes, vull destacar l'entrevista amb el President de l'Associació de gent gran d'Establiments, que com a responsable de l'Associació em va facilitar informació del funcionament tècnic general de les associacions de gent gran i del seu paper com a President.

Degut a que tots els entrevistats assenyalaren com a referència el Programa de l'IMSERSO quant es referien als viatges realitzats, he elaborat un anàlisis mitjançant la matriu D.A.F.O. com a metodologia d'estudi de la situació en que es troba el turisme Sènior amb el Programa de l'IMSERSO, analitzant les seves característiques internes i la seva situació externa.

4. Objectius del treball

L'objectiu principal és demostrar com el turisme Sènior ha augmentat en quant a nombre

i exigències. D'aquesta manera i mitjançant els objectius específics a continuació desenvolupats, veurem com el Programa de l'IMSERSO, a dia d'avui ja no és suficient per a satisfer tota la demanda exigida per aquest sector turístic que gaudeix de millor salut, major nombre de clients, millor situació econòmica i més independència per a poder viatjar. Informant-nos de tot això anterior anomenat pretendrem saber la manca de diversitat dins l'oferta que aporta el turisme d'IMSERSO dins el turisme Sènior actual.

-4.1 Objectiu 1

L'objectiu que anomenarem en primer lloc, és l'anomenat envelliment de la població, que el podem analitzar a l'apartat 6.1. Mitjançant una sèrie de recerques bibliogràfiques, ens serà senzill veure com la piràmide es va transformant poc a poc des d'una piràmide de població on el gruix d població es situa entre les persones d'entre vint i quaranta anys per a passar en qüestió de 25 anys a destacar en gruix entre les edats d'entre quaranta i seixanta. Pareix lògic el que acabem de dir, ja que pareix que tot ha seguit el seu curs, però cal destacar, que el descens dels naixements o les millores de la medicina, entre d'altres, fan que hi hagi una gran diferència entre les piràmides de fa 25 anys i les actuals. També observarem en aquest apartat, el que ens depararà el futur, ja que amb una previsió, veurem que aquest canvi piramidal i funcional dins la població espanyola, no tan sols esdevindrà canvis per a un futur a curt termini, ja que amb la previsió d'aquí trenta anys, el canvi s'aventura molt més pronunciat.

-4.2 Objectiu 2

Aquest segon objectiu està molt relacionat amb l'anterior objectiu i el desenvoluparem a l'apartat 6.2. Aquest canvi dins la piràmide poblacional provoca un augment del nombre de persones en edat d'entre 50-75 anys, fet que juntament amb la millora de la salut mitjançant una millora dels coneixements de la ciència que ajuden a millorar l'esperança de vida, una millora econòmica en quant a les persones d'aquesta edat; una major independència de "càrregues familiars" (com podien ser anteriorment el fet d'haver de cuidar de nets) degut al descens de naixements de les noves generacions en edats de procrear, entre d'altres causes més, fan que aquest sector que envolta aquesta edat sigui un sector emergent i augmenti la demanda per a viatjar.

-4.3 Objectiu 3

El tercer objectiu està relacionat amb els dos anteriors i el trobarem desenvolupat a l'apartat 6.3. Parlarem sobre l'IMSERSO. Un Programa que poc a poc veu com de cada any hi ha més demanda de places i no tan sols això, ja que molts dels seus clients, com hem avançat en els objectius anteriors, amb millors capacitats físiques, econòmiques i psíquiques, exigeixen viatges més actius. Amb aquest objectiu, volem demostrar com aquest Programa (és un Programa molt beneficiós per aquest sector de població) no és suficient per a satisfer la demanda exigida degut a un límit de places i també a una

generalització de l'oferta.

-4.4 Objectiu 4

Amb aquest darrer objectiu, deixaré a part els recursos bibliogràfics per anar a cercar les opinions d'una sèrie de clients d'aquest sector i més concretament del Programa IMSERSO. Amb això, vull aconseguir testimonis des del punt de vista directa dels afectats/beneficiats pel Programa IMSERSO. Mitjançant una entrevista focus grup i també alguna d'altre individual tractaré d'aconseguir aquest objectiu desenvolupat a l'apartat 6.4.

5. Marc teòric. Cruïlla entre Geografia del turisme i la Geografia d'envelliment

La literatura ha prestat molt poca atenció a l'impacte del comportament dels viatges en el benestar dels turistes majors i no ha rebut prou atenció en l'agenda de la investigació sobre l'envelliment. Això ha donat lloc a que moltes empreses de viatges funcionin amb una manca de comprensió de les noves característiques i preocupacions dels viatgers i de les diferents maneres en què aquest nou gran grup de turisme consumeix el turisme.

El que volem analitzar en aquest treball és l'anàlisi sobre com afecta el canvi en la demografia de la gent gran i el seu augment de la voluntat de participar en noves i diferents experiències sobre el turisme. Més concretament, el que tractaré en aquest apartat és com s'ajusta/adapta la Geografia del turisme a aquests avanços i inquietuds que a dia d'avui sorgeixen a gairebé la majoria de gent jubilada.

La literatura que trobem amb aquest apartat es va identificar a través de múltiples fonts, incloent l'ús de diferents bases de dades turístiques i el seguiment de citacions de la literatura de recerca. Amb aquesta recerca, pretenc proporcionar una comprensió més profunda del segment de mercat Sènior pel que fa a les seves expectatives, necessitats i desitjos quan viatja. Amb això, es podran crear noves formes innovadores per a que els proveïdors de turisme abordin algunes de les tendències futures identificades a la literatura de recerca.

La geografia del turisme en els seu apartat de turisme per a gent major a Espanya, destacava sobre qualsevol altre tipus de modalitat de turisme, el turisme amb el Programa de l'IMSERSO. Aquest Programa, ofereix modalitats de turisme com ara bé pot ser el turisme de relaxació (zones termals, spa i saunes, etc.), turisme de ciutat (visita de centres històrics amb pocs quilòmetres de recorregut), turisme gastronòmic (visita de zones tan sols passant per restaurants, algun bar famós, tasta de vins, etc.), etc. A dia d'avui, degut a diferents motius que durant el treball anirem analitzant, el turista Sènior exigeix més pels seus viatges.

La geografia de l'envelliment ha canviat molt en aquests darrers anys. El jubilat, a dia

d'avui degut a que viu més i en millor qualitat de vida, arriba a aquesta etapa amb energia, ganes de viure, temps i una situació econòmica que fa que es pugui permetre viatjar de manera més repetitiva i amb un major ventall de possibilitat en destinacions, ja que no tenen tantes barreres com podrien tenir els nostres padrins fa uns 20 anys enrere.

Anteriorment, en la geografia de l'envelliment hi havia una sèrie de barreres que avui dia, gairebé el 100% dels turistes Sènior pot sobrepassar sense cap problema. Aquest fet, fa que la geografia de l'envelliment hagi de reestructurar-se i enfocar una nova etapa per aquest tipus de turisme. El turisme actiu amb activitats com senderisme o el ciclisme, de cada vegada més estan entrant com a modalitats comuns de la geografia de l'envelliment. A més d'aquestes activitats, els anteriors models de turisme gastronòmic i de ciutat que tenien anteriorment en els programes de viatges organitzats per a gent major, queden curts en quant a l'energia que desprèn l'actual turista Sènior, que cerca i és capaç de realitzar viatges més actius i no tant de relaxació.

Tot aquest procés d'evolució, tant dins el tipus de geografia del turisme com dins la geografia de l'envelliment, ho analitzaré en els següents apartats del treball.

6. Resultats a partir de l'estudi de les fonts bibliogràfiques

6.1 L'envelliment demogràfic canvia la piràmide de població

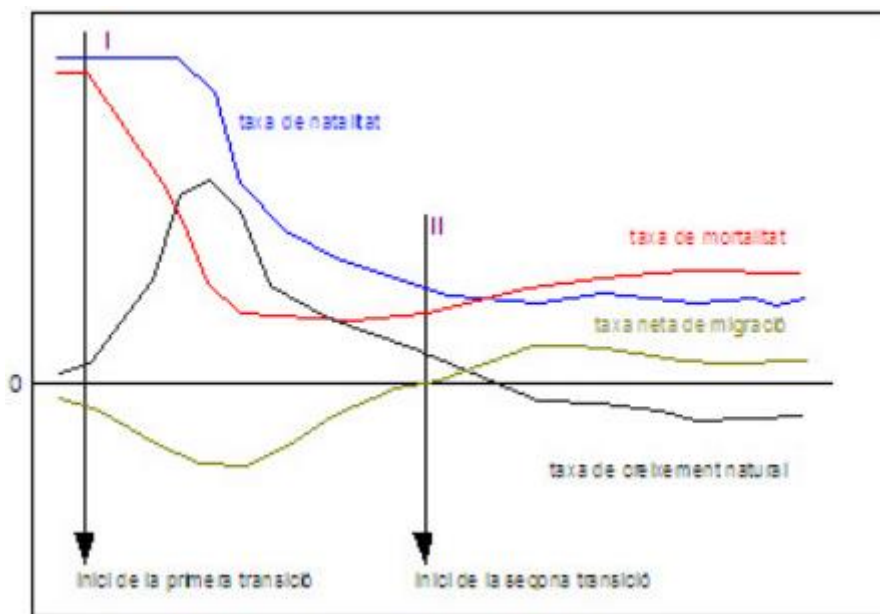
L'esperança de vida ha anat augmentant a l'Estat espanyol des dels finals del segle XIX. L'impacte de la mortalitat s'ha desplaçat de la infància i l'adolescència a les edats madures i avançades, al mateix temps que les malalties cròniques, degeneratives i de societat han substituït a les infeccioses i contagioses com principals causes de mort (Moscardo, 2006).

A més dels canvis en l'esperança de vida, que passa dels 34 anys per als homes i 36 anys per a les dones al 1900 a 78 i 84 anys al 2006, també la mitjana de fills per dona ha baixat dels cinc a menys de dos. No obstant això, encara que les taxes de natalitat i de mortalitat van baixar d'aproximadament el 30 per mil habitants a valors pròxims a 10, això no va ocórrer simultàniament, sinó que el descens de la fecunditat va començar molt més tard que el de la mortalitat.

Des de 1900, la població espanyola s'ha multiplicat per 2'5. Aquesta profunda transformació, que és part integrant de les transformacions socials del segle XX, ha adoptat el nom de "transició demogràfica", i després "primera transició demogràfica" per a poder-la distingir amb les tendències actuals en la mortalitat, fecunditat i migració i les transformacions en la família i els canvis en els valors que han tingut lloc des dels anys 70 del segle passat a Europa i una mica més tard en els països del Mediterrani.

El motor de la primera transició demogràfica era el descens de la mortalitat, a la segona transició és el descens de la fecunditat. A més, a la segona transició, hi ha una taxa neta positiva de migració i una esperança de vida que segueix millorant. No obstant això, la taxa crua de mortalitat supera la de la fecunditat, degut a que la fecunditat és realment baixa i hi ha un important envelliment de la població, per la qual cosa la immigració no serà suficient amb el temps per a pal·liar el descens en la població (González i San Miguel, 2001).

A continuació, podem observar l'esquema de la primera i segona transició demogràfica als països occidentals:



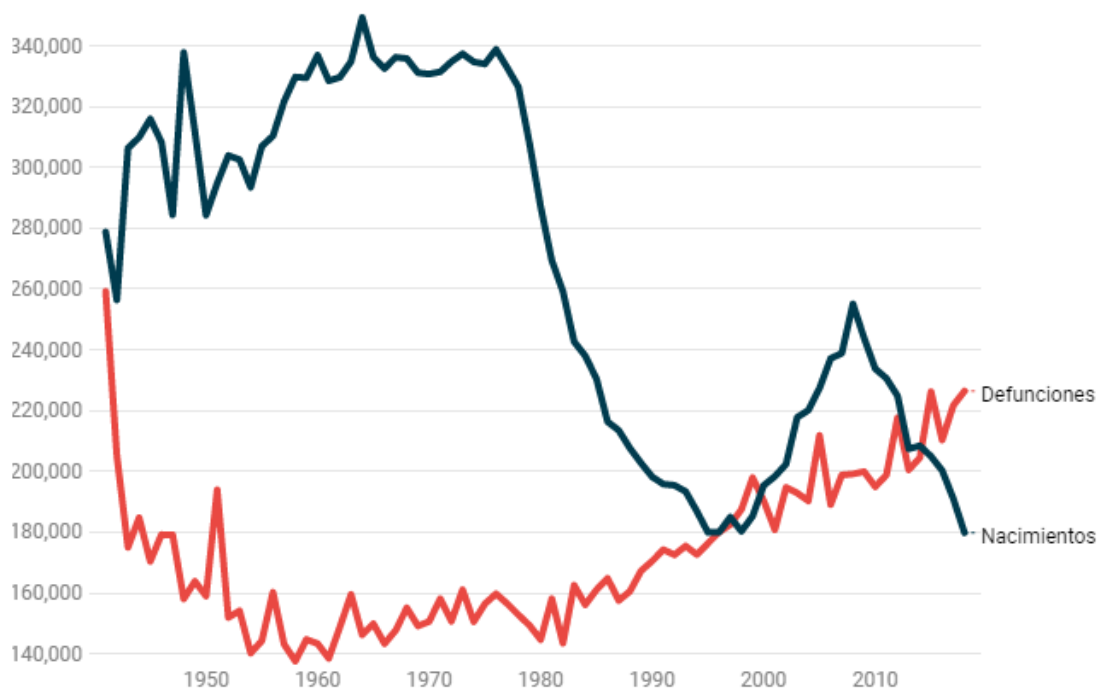
(Fig. 2) Esquema de la primera i segona transició demogràfica als països occidentals. Font: D. Van de Kaa (1999)

A aquests canvis de la natalitat, mortalitat i les migracions, la població espanyola no tan sols ha augmentat, ja que també ha envellit de manera molt pronunciada. Així i tot, l'arribada de gairebé quatre milions d'immigrants des de l'any 2000 i un augment en l'Índex Sintètic de Fecunditat (ISF) d'1'16 fills per dona el 1998 a 1'38 a l'any 2006 ha rejuenit lleugerament la població.

A dia d'avui, trobem els índex de natalitat en mínims i els de defunció en màxims, provocant que en un futur no molt llunyà, les generacions nascudes als anys 60 i 70, envelleixin i tinguin una esperança de vida encara més alta que l'actual. En relació a això anterior anomenat, cal destacar un estudi que realitzà l'INE (Institut Nacional d'Estadística) que assegura que a l'any 2051, tres de cada 10 persones serà major de 65 anys i els homes i dones de 65 anys tindran una esperança de vida de 20'6 anys i 24'8 anys respectivament.

Aquesta transició demogràfica provoca grans diferències en forma de gràfics si

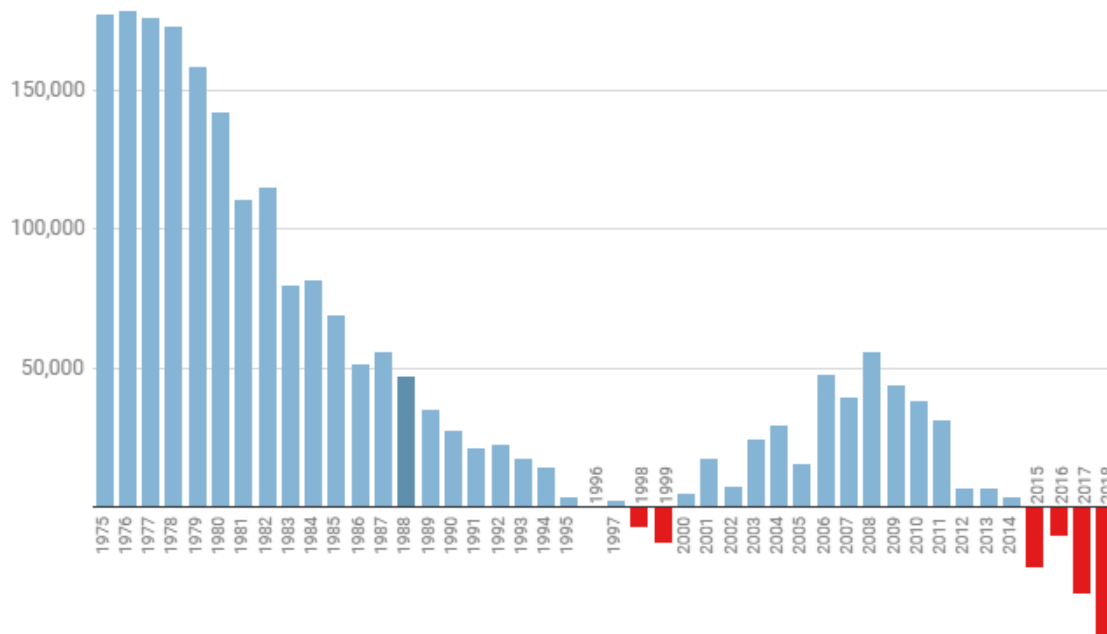
comparem les defuncions amb la natalitat:



(Fig. 3) Comparació entre les defuncions i els naixements dels darrers 120 anys aproximadament. Font: INE (2018)

Al contrari que la natalitat, les defuncions segueixen creixent com a conseqüència de l'envelliment demogràfic. A la primera meitat de l'any 2018 es registraren 226.384 morts, un 2'1% més que en el mateix període de l'any anterior (2017) i la major dada de la sèrie històrica. Aquesta tendència d'increment de les defuncions es mantindrà durant les pròximes dècades a mesura que la generació del *baby boom* vagi envellint.

Aquesta caiguda de la natalitat i el creixement de la mortalitat provoquen una forta pèrdua vegetativa de població, això són, naixements menys defuncions. Durant la primera meitat de l'any 2018, Espanya va perdre 46.590 persones, la pitjor dada de tota la sèrie històrica. Totes aquestes dades, ens donen a entendre aquesta superpoblació de gent gran que viu Espanya aquest darrers anys i que tot fa indicar que s'anirà perllongant.



(Fig. 4) Evolució natural de la població a Espanya. Naixements menys defuncions Font: INE, 2018

Totes aquestes dades suposen un canvi molt pronunciat sobre la piràmide de població espanyola, afavorint notablement als nostres majors. A pesar de millorar la qualitat de vida (bona notícia per a tothom) Espanya perdrà contínuament població en els pròxims anys, fins a arribar a 41 milions de persones a l'any 2052 (un 10% menys que en l'actualitat) i serà un país de gent major, amb un 37% de la població major de 64 any en aquest mateix any, davant el 17% actual (Torres, Núñez, Martínez i Suárez, 2007). Amb aquestes condicions, hi haurà una gran sèrie de problemes com ara pugui ser el sistema de pensions, ja que no es podria mantenir. Dit això, hem de reflexionar i adonar-nos compte que si la natalitat, la migració i la mortalitat mantenen les mateixes tendències d'evolució dels darrers anys, anem cap a un desastre demogràfic, sense suficient població amb edat laboral (16-64 anys) per a sostenir les pensions dels jubilats i per a un país competent en quant a mà d'obra, entre d'altres problemes.

6.2 Turisme Sènior: Mercat emergent (que, quants i com son?)

La societat es troba dins una etapa on es troba experimentant un procés d'envelliment sense precedents. Aquest fet repercutirà en el futur de l'oferta del turisme nacional. Els Sènior, són de cada vegada més nombrosos i mostren gran interès per les noves oportunitats que brinda la nostra indústria turística. Aquest col·lectiu d'esperit jove i obert, acompanyat d'un nivell econòmic estable, representa un segment de mercat atractiu per aquesta indústria turística.

Els hotels, tour-operadors, immobiliàries i altres agents implicats reconeixen que els

turistes Sèniors europeus, a dia d'avui, són els clients més fidels, sempre i quant es mantinguin òptims nivells de satisfacció i ofertes adequades a les seves necessitats.

Espanya ha estat pionera en concebre el turisme Sènior com a una realitat independent al resta de sub-sectors del turisme, fins i tot ha servit com a model a altres països degut a que tenen programes de l'IMSERSO, amb la intenció de millorar la qualitat de vida de les persones majors mitjançant viatges i la realització d'activitats turístiques, a la vegada que s'afavoreix la creació o manteniment de l'ocupació d'activitats turístiques durant la temporada baixa. El turista Sènior configura un sector molt atractiu per a qualsevol destinació, degut al seu alt poder adquisitiu.

A dia d'avui, a pesar d'haver avançat amb el màrqueting del turisme Sènior, falta molt per fer. Satisfer els nivells de qualitat pertinents i els desitjos d'aquests segments són clau per establir vincles de fidelitat.

6.2.1 ¿A què li diem Turisme Sènior?

Aquest sector turístic encara és molt recent i per lo tant, no existeix molta informació ni literatura sobre el concepte. Degut a aquesta falta de coneixement i a la importància que té el sector dins l'economia mundial, hi ha una gran varietat d'opinions que duen a l'absència de consens entre els entesos dins la matèria.

Hossain, Bailey i Lubulwa (2003), tres autors coneguts que estudien el món sociològic, es refereixen al terme de turisme Sènior com aquells de 55 anys o més, i als no-Sèniors als menors de 55 anys però majors de 15 anys. A la vegada, segmenten la categoria Sènior en dos sub-grups: els Younger Seniors (Sèniors més joves) d'entre 55 i 64 anys; i els Older Seniors (Sèniors més majors) de 65 per endavant.

Per altra banda, un altre autor a destacar, Alcaide, diu que per una part, les empreses situen en els 55 anys el moment on es comença a sentir unes necessitats diferents, es comença a prevenir i planificar la vellesa. A partir d'aquesta edat, es forma part del segment dels majors en el sistema de la banca, on comencen a marcar una diferenciació i tracte especialitzat. De totes maneres, per un altre tipus d'empreses són els 60, l'edat amb la que es deu establir la frontera entre els majors i els madurs, i començar a pensar la possibilitat d'una oferta adequada als interessos i realitats d'aquest grup.

Segons García i Martorell (2007), "el turista Sènior és aquell de més de 65 anys. En el seu estudi trobem que aquest segment se està tenint molt en compte a les Illes Balears, representant el 12% dels turistes en relació en tot l'any. I és que en 10 anys s'ha vist duplicat i s'ha convertit en un gran desestacionalitzador de la zona, ja que hi ha un 50% del turisme Sènior en els mesos de tardor i primavera; la resta es reparteix per igual entre els mesos d'estiu i d'hivern".

En aquest estudi de García i Martorell, documentat en el treball "El turismo Sénior como segmento de mercado emergente" a la Universitat de Múrcia, trobem un diagnòstic

interessant sobre el turisme Sènior en el Pla de Reforç de la Competitivitat del Conglomerat de Turisme a Montevideo, on es xerra de turisme Sènior “com grups conformats per persones de més de 60 anys que són auto-suficients en capacitats psíquiques i físiques, disposen de temps i recursos econòmics per viatjar i pernoctar en una destinació turística”.

Autors de l'estudi de la matèria d'arreu del món assenyalen a aquest mateix estudi anomenat anteriorment (“El turismo Sénior como segmento de mercado emergente”) que les edats emprades per identificar al turista Sènior varien i trobem quatre grups d'estudi: el primer grup és el Sènior com individu de més de 50 anys i on trobem autors com Cleaver (2000); Kim, Wei i Ruys (2003); Hsu i Lee (2002); Shim, Gehrt i Siek (2005). En segon lloc trobem el Sènior com individu de més de 55 anys amb autors que ho defensen com Fleischer i Pizam (2002); Reece (2004). Ja en el tercer lloc, veiem el turista Sènior amb 60 anys o més amb autors que ho defensen com Horneman, Carter, Wey i Ruys (2002); Lee i Tideswell (2005). El darrer grup és el format pel turista Sènior amb l'edat compresa entre els 65 i els 74 anys, i trobem autors com Zimmer, Brayley i Searle (1995).

A dia d'avui, degut també a aquest moviment aparegut de sobte, deixa entreveure la falta de consens per aclarir el concepte. Arrel d'un estudi recent (Le Serre, 2008) es proposa una nova definició basant-se en una revisió de la literatura disponible a les revistes de turisme i màrqueting. L'autor “afirma que aquest concepte es caracteritza per dos tipus d'elements: els elements que no varien, independentment de l'especialista en màrqueting i del tipus d'indústria per a la que treballa; tots els investigadors estan d'acord amb aquestes característiques intrínseques del consumidor Sènior. Per altra banda trobem els elements variables. Aquests elements que no varien en el concepte de consumidor Sènior com pugui ser entre d'altres: l'important potencial de mercat per a la indústria, generat per la gran quantitat de persones majors i el seu poder de compra”.

6.2.2 mercat emergent: gràfica

Des de l'any 2000 a l'any 2018, l'augment de la població Sènior ha estat una realitat, ja que dins la piràmide poblacional d'Espanya, destaca aquest increment entre les persones amb 60 i les de 79 anys. Aquest interval d'edats, és el client potencial del d'aquest tipus de turisme per a persones majors, fent així, que tan sols observant el nombre de persones, podem assegurar que ha incrementat en els darrers 20 anys, a més de preveure un constant creixement en els pròxims anys.

En aquest termini de temps assenyalat, la població espanyola ha crescut potencialment, passant de 40.499.791 habitants a l'any 2000 fins arribar als 46.722.980 habitants l'any 2018 (INE, xifres oficials de població resultants de la revisió del Padró municipal a 1 de gener). Aquest augment significa una mica més del 13% d'increment de la població en menys de 20 anys, un augment molt elevat tenint en compte que estem parlant d'un país desenvolupat de l'Europa occidental. A continuació he volgut agregar una comparativa entre les piràmides poblacionals dels anys 2000 (la que es troba més a

l'esquerre de les nostres pantalles) i 2018 (la que es troba a la dreta de les nostres pantalles):



Amb les dades de les piràmides poblacionals anteriors, he pogut treure una sèrie de dades generals les quals he plasmat sobre el quadre anterior, on podem trobar l'augment de persones entre els diferents intervals d'edat que componen el grup del turisme Sènior:

Edat	Any		Diferència
	2000	2018	
60-64	1.928.476	2.839.586	↗911.110
65-69	2.103.253	2.402.531	↗299.278
70-74	1.801.826	2.129.373	↗327.547
75-79	1.350.942	1.676.664	↗325.722
TOTAL	7.186.497	9.050.172	↗↗↗1.863.675
Població total	40.749.800	46.116.884	

(Fig. 6) Comparació numèrica entre els anys 2000 i 2018 del nombre de persones entre les edats de 60 i 79 anys. Font: elaboració pròpia

Com podem observar al quadre sobre l'anàlisi de l'augment de la població amb edat de turisme Sènior, veiem com entre l'interval de les persones amb 60 i les que en tenen 79, ha augmentat el nombre de persones en quasi 2 milions. Aquesta dada ens fa preveure un augment d'aquest turisme molt significatiu, ja que a més de sumar el nombre de possibles turistes Sènior, fa que també augmenti la millora de condicions físiques amb les que arriben aquestes persones a aquestes edats.

En quant a la població total, aquest interval significa el 19'6% de la població total

espanyola, convertint-se en un dels sectors més nombrosos del país. A més, si segueix el curs actual, es preveu que a l'any 2045, aquest grup de persones sigui el sector més nombrós d'Espanya, convertint així al país en un dels més vells del món.

6.2.3 Envel·liment de la població provoca conseqüències en el turisme

L'envel·liment de la població a la majoria de les nacions, és una de les tendències més comuns identificades a tot el planeta. La població major espanyola, no és exempta d'aquest canvi i per lo tant, anirà incrementant considerablement a mesura que els anys vagin passant. Aquest fet, s'ha vist intensificat a les dues darreres dècades com ja hem avançat abans, amb el descens de la natalitat i l'augment de l'esperança de vida. Són dos fenòmens relativament independents però tenen el mateix efecte sobre l'estructura de l'edat: envellir a la població.

De totes maneres, el que realment és important en aquest envel·liment és que a dia d'avui, aquest temps afegit o vida perllongada es viu d'una manera més satisfactòria, amb una millor salut física i mental. A més, hem d'afegir que s'han produït una sèrie de canvis socials que a la vegada han produït variacions a les formes de vida dels majors. La visió, els comportaments, actituds, hàbits, interessos, gustos o inclús la pròpia identitat són tots aquests canvis que podem observar a dia d'avui a tots els nostres majors en comparació amb les generacions anteriors.

Si l'aspiració personal i l'ànsia de realització personal han de formar part de la nova condició moderna, sense cap dubte els majors ràpidament han reivindicat aquests nous valors, reclamant el dret a viure una vida plena després del període actiu, no com una simple avantsala a la mort, sinó com un temps conquerit a la mort per a ser gaudit.

Moltes vegades hem sentit, vist o afirmat "els major d'avui no són com els vells d'abans". Doncs bé, aquesta frase tan repetida actualment pot ser en gran mesura degut a que a dia d'avui, quan s'arriba a la jubilació, les condicions físiques són millors i hi ha més ganes d'aprofitar al màxim el temps lliure. A més se li ha d'afegir que cada vegada es major el nivell adquisitiu d'aquestes edats, per lo tant tenen més capacitat de compra que anys enrere degut a una notable millora de la renda.

6.2.4 Motivacions i tipus de viatges del turista Sènior

Les motivacions que mouen a aquest tipus de turista a voler realitzar viatges, és un dels temes importants i d'estudi pels experts en la matèria. D'aquesta manera, els experts dins el tema (Pearce, 1982; Snepenger, King, Marshall i Uysal, 2006) asseguren que "són les raons que expliquen el nostre comportament: essencials per comprendre el procés de presa de decisions per anar-se'n de viatge; fonamentals per avaluar la satisfacció de l'experiència turística" .

Des d'un altra punt de vista, segons l'autor Snepenger a l'any 2006, "els estudis sobre

motivació són important pel màrqueting turístic, la planificació i l'avaluació de serveis". Entenem per motivacions del turisme Sènior, aquelles raons per les que el turista es decideix viatjar. El per què una persona major viatja o no, les seves necessitats, preferències i desitjos, els quals seran elements clau per a respondre als mateixos i possibilitar l'accés al consum turístic. Aquesta informació és importantíssima en aquells nous segments de mercat i que probablement augmentaran.

He pogut consultar i analitzar certes investigacions sobre aquestes motivacions o almenys treballs més elaborats en els que s'inclou dins de les variables objecte d'estudi a les motivacions o raons per a realitzar un viatge. A continuació un petit apartat amb els autors més importants que han analitzat les motivacions que poden tenir aquests turistes a l'hora de decidir-se per viatjar a un lloc o a un altre:

Autores	Objetivos del estudio	Lugar en que se llevó a cabo la investigación	Muestra empleada	Variable de segmentación	Motivaciones de los senior
Huang y Tsai (2003)	Estudiar el comportamiento de los turistas senior. Entre los aspectos estudiados se incluyen las motivaciones para viajar Utilizar los resultados para proponer técnicas de marketing que mejoren la calidad de los productos Proporcionar sugerencias a los agentes de viaje acordes a las expectativas de los turistas senior con la finalidad de conseguir la satisfacción de los clientes	Tapei y Kaohsiung (Taiwán)	284 personas	Edad (55 años o más) Haber viajado al extranjero en los últimos tres años	Las tres más importantes: Descansar y relajarse Conocer gente y relacionarse Estar con la familia
Lee y Tidswell (2005)	Explorar las experiencias, motivaciones, percepciones y preferencias de los turistas senior en los viajes de ocio Identificar la intención de viaje y elementos que pueden incidir negativamente en la elección de un viaje	Corea	200 individuos	Edad Seniors que vivían en zonas urbanas	Disfrutar de atracciones naturales Visitar nuevos lugares y experimentar nuevas cosas Descansar y relajarse Ocupar el tiempo libre
Chen (2009)	Aportar información demográfica sobre los baby boomers y seniors Analizar las motivaciones, atributos de destino y satisfacción en ambos grupos Determinar las diferencias en las características de los viajes relatados en ambos grupos Saber si los que realizan más viajes en el interior del país también hacen más viajes internacionales	Tainan (Taiwán)	184 personas, 100 baby boomers y 84 seniors	Edad	No se encontraron diferencias significativas en las motivaciones de ambos grupos Las dos motivaciones más importantes son: Ver durante las vacaciones cosas que normalmente no ven en la vida diaria Estar con los familiares y amigos

(Fig. 7) Quadre d'investigacions sobre motivacions del turista Sènior. Font: Cuadernos de turismo (2010)

Com hem pogut observar en aquestes investigacions, quan parlem del turisme Sènior no estem parlant d'un mercat homogeni, ja que a l'elecció de l'activitat turística poden influir-hi diferents motius. De la mateixa manera que passa amb altres tipus de turistes, el turista Sènior viatja per nombroses raons. Fa uns anys, aquest turista es solia desplaçar per descansar, relaxar-se o relacionar-se. A dia d'avui, el conèixer llocs nous i viure noves experiències, degut en part per una millora de l'estat físic, fan que siguin motius que tenen un pes important dins les motivacions d'aquest turista.

Aquests motius dependran de molts factors, entre ells el context socio-cultural de la persona; el seu nivell educatiu, laboral, etc. Els experts en gerontologia afirmen que les persones quan arriben a la maduresa en el seu cicle de vida, es preocupen molt més per

com viure d'una forma plena, per la que cerquen noves experiències i activitats. També hi ha autors, com Horneman (2002) que manifesten “un possible canvi de les motivacions i beneficis cercats pels Sèniors a estudis realitzats a inicis i a finals dels anys 90”, ja que aquests autors destaquen que el turisme actual és més actiu i molt centrat en la salut i el benestar.

Mitjançant les tècniques de segmentació de mercat i altres variables, els autors també analitzen les motivacions i preferències dels turistes Sènior. Així, segons Fleischer i Pizan (2002), no tots els Sènior tenen les mateixes preferències i motivacions. Existeixen diferències de gènere, edat, característiques demogràfiques, estat de salut i molts altres factors que defineixen aquestes motivacions i preferències per a viatjar.

Un dels pioners en qüestionar l'homogeneïtat del mercat Sènior fou Shoemaker (1989), fa quasi 30 anys, va estudiar les preferències dels majors de Pennsylvania i identificar 3 grups emprant un anàlisi Cluster. Així, mitjançant les seves conclusions, va nomenar tres maneres de viatjar: gaudir de viatges curts amb família i preferiblement a destinacions ja conegudes; cercar l'enriquiment espiritual i intel·lectual, així com conèixer gent i relacionar-se. Descansar, escapar de la rutina diària, realitzar activitats físiques i visitar monuments històrics també són resultats obtinguts dins aquest mateix grup de persones; viatges organitzats amb tot inclòs o visitar un Resort.

Altres estudis, han intentat perfilar aquest mercat emprant la motivació com a base per a la segmentació. Cleaver, Muller, Ruys i Wei (1999) identificaren 7 segments que denominaren: nostàlgics, amistosos, aprenents, motivació d'escapament, intel·lectuals, cercadors d'estatus i físics. El mateix any, You i O'Leary (1999) segmentaren el mercat de majors del Regne Unit en tres grups que presentaven diferències demogràfiques, actitudinals i en els patrons de viatge: El primer grup, fou format pel 19% del mercat Sènior fou denominat "visitants passius", el seu principal motiu per viatjar era visitar amics i parents, però també hi havia uns punts importants que els animaven a viatjar: allà on anessin s'havia de gaudir de bon transport públic, bones condicions higièniques i de neteja, seguretat personal i oportunitats per a conèixer i interactuar amb altres persones. El segon grup, anomenat "entusiastes lluitadors" i compost pel 40% del mercat Sènior es movia per estar amb la seva família, cercar novetats, incrementar coneixements i escapar de les tasques de casa. Els principals elements que l'animaven a viatjar incloïen diferents atributs de la destinació com per exemple: el transport, les condicions higièniques i de neteja, la seguretat personal i el temps agradable. Els "devoradors de cultura" fou el tercer grup i estava format pel 41% dels Sènior. Les motivacions que provoquen els seus viatges solen ser activitats culturals, viatjar a llocs històrics i arqueològics. Com els dos anteriors, també valoren la infraestructura, seguretat personal, condicions d'higiene, etc.

6.2.5 Comportament del turista Sènior

Un factor crucial per a poder analitzar qualsevol tipus de moviment/evolució n'és l'estudi

del comportament del consumidor, ja que per a que les empreses puguin conèixer al seu client i així poder dissenyar activitats de màrqueting efectives i conseqüentment atendre millor el mercat. Existeix un nombre considerable de treballs sobre el comportament del turista major des de finals dels anys 80 (la seva majoria realitzats als Estats Units). A la major part d'aquestes investigacions es comparen les similituds i diferències entre els comportaments dels consumidors més vells amb els més joves.

Reece (2004) per exemple, va demostrar que els Sèniors i els joves es diferenciaven en el tipus d'allotjament i en la distància quan viatjaven a Carolina del Sur. Els Sèniors feien desplaçaments majors que els joves i també hi havia grans diferències en el tipus d'allotjament que pot ser podrien explicar-se per motius de tipus econòmic.

Un altre estudi, en aquest cas a Japó, realitzat pels autors You i O'Leary (2000) analitzen el comportament dels turistes que visiten Japó, emprant un estudi longitudinal. Troben que el mercat Sènior s'ha tornat més actiu en comparació amb la dècada anterior.

Tenint en compte el punt de vista que s'ha tingut des d'Espanya, cal esmentar que el grup de majors ha estat durant molt de temps un grup de no-consumidors, ja que s'han assimilat a l'estereotip de mala salut i de falta de recursos econòmics. Aquest punt de vista recentment s'ha vist contrarestat arrel dels arguments que s'han implantat a través de la gran quantitat d'estudis realitzats com els anteriorment anomenats, despertant un interès creixent tant en els investigadors com a la indústria turística.

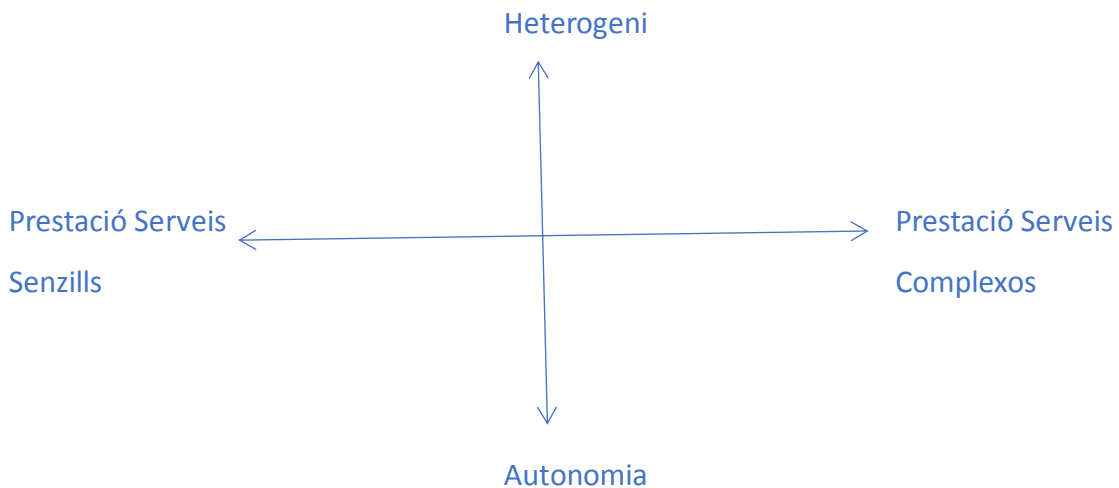
Els autors Fleischer i Pizam (2002) realitzaren una sèrie d'estudis on obtingueren uns resultats molt interessants i dels quals comparteixo la seva idea d'estudi, ja que considero que per analitzar el tipus de mercat que has d'oferir a qualsevol tipus de turisme, s'han d'estudiar els factors que podrien incidir negativament amb la captació del major percentatge possible de clients. Així, per a la planificació de viatges de Sènior trobaren que hi ha una sèrie de factors que pot ser influeixen negativament en gran part d'aquest selecte sector: un estat de salut precari, la falta d'informació sobre opcions disponibles, l'excessiva planificació per el viatge, la falta de recursos, la falta de transport, el disposar d'equipatge i roba apropiada, la falta d'aprovació familiar, la falta de temps, la falta de companyia o la falta de ganes de viatjar.

Així i tot, també cal tenir en compte que els majors també poden sentir-se limitats per preocupacions sobre el que els altres puguin pensar sobre el seu comportament i el que ells mateixos es creuen capaços de fer. Això pot provocar que els Sènior li donin un significat molt diferent a la pràctica turística i que participin en aquesta activitat amb sentiments i idees molt diferents. A pesar d'aquestes influències anteriors cal destacar que per comprendre el comportament dels turistes Sèniors és precís conèixer cada cultura, estil de vida o relacions familiars, ja que hi ha molta varietat.

6.2.6 Evolució turística

Mitjançant aquesta evolució de l'envelliment de la població actual i futur, podem

analitzar mitjançant el quadre de l'autor francès Cuvelier (1998), on exposa una evolució turística depenent de l'heterogeneïtat, l'autonomia i les prestacions de serveis senzills o complexos. Amb aquesta taula, el que farem serà representar de manera gràfica i mitjançant exemples l'evolució del tipus de turisme en el qual s'ha situat el turisme Golden.



(Fig. 8) Taula Tourism Model de Cuvelier,1998. Font: elaboració pròpia

En els quatre requadres que ens apareixen a la taula, és el requadre superior de l'esquerra el que defineix el model del turisme Golden fins fa uns anys, quan encara no s'havia provocat l'augment de les persones majors a Espanya. Aquest requadre, exposa un turisme heterogeni, on la variació i l'arriscar-se a veure coses noves no entra en els plans dels turistes que pertanyen a aquest model. És un turisme on hi predomina el model fordista, un turisme de masses sempre pensar amb la varietat o la sorpresa del nou destí a visitar. Es sol apostar per una prestació de serveis senzills, més concretament pel model de sol i platja que se sap que al 100% agradarà a tothom com per exemple el ja reconegut mundialment Benidorm, un paradís per a tot el sector del turisme Sènior degut a la gran oferta durant gairebé tot l'any.

Actualment i fa una sèrie d'anys, aquest model de turisme ha anat evolucionant cap a un model de turisme amb unes prestacions de serveis més complexos que el sol i platja anterior. En aquest nou model, el sol i platja també segueix essent important, el que varia és que les pràctiques turístiques augmenten i varien depenent de les èpoques de l'any en que es viatja. Un exemple molt clar, i sobre tot en el nostre cas, vivint a una illa turística on tenim sol i platja però a la vegada també tenim bones carreteres i una gran Serra, n'és el gran augment de turistes Sènior que venen durant cada vegada més mesos a practicar el ciclisme i el senderisme. En molts de casos, segueix estant organitzat, sobre tot si venen en *packs* d'excursions organitzades des dels seus països de destí però de

cada vegada més, i degut a la gran varietat en l'oferta de la qual gaudeix l'illa, són molts els turistes Sèniors que s'atreveixen a llogar un cotxe i descobrir l'illa pel seu compte.

6.2.7 Fonts d'informació: com s'assabenten dels viatges?

Les fonts d'informació que empren aquest tipus de turisme és un dels punts importants a destacar, ja que aquest sector, per lo general no és un gran entès de les noves tecnologies. Així com el sector turístic més jove, empra les xarxes socials o internet per a trobar nous viatges, el turista Sènior, en general, no sol fer ús d'aquestes innovadores eines que ens fan la vida més fàcil.

Les fonts emprades poden ser variades. Diferents investigacions han demostrat una sèrie de conclusions interessants sobre les fonts d'informació emprades per les persones de més edat. Chen (2009)2009 o Horneman (2002) anteriorment, després de realitzar diferents estudis asseguraren que la principal font d'informació per aquest grup la constitueix la pròpia experiència com a consumidors. A més, també hi afegiren una sèrie de condicionants tenint en compte les diferents personalitats i possibilitats de cadascun com ara poden ser: el procés de recerca d'informació es troba condicionat per la renta del consumidor, el seu nivell cultural i el seu grau de socialització, i també tendeixen a recollir informació personalment, que més tard contraresten amb la que lis proporcionen mitjans externs (normalment obtenen informació mitjançant famílies, amics, coneguts, veïnats i amb el boca-boca); les persones majors també llegeixen molt i escolten la ràdio. Pel que premsa i ràdio són mitjans molt efectius per arribar a aquest turista Sènior; els mitjans impresos (clarament explicats) i els agents de viatge eren molt valorats per aquest grup; la Mass media (mitjans de comunicació de masses com el cinema o la televisió) és destacada per diferents autors com a fonts d'informació molt important.

Anteriorment a l'estudi de Chen i Horneman; Ananth, Demico Moreo i Howey (1992), demostraren que els comentaris sobre un hotel i la reputació juguen un rol molt important en quant a la presa de decisions dels turistes Sènior quan es troben amb la incertesa de triar-ne un.

6.2.8 Àrea d'estudi: Turista Sènior a les Illes Balears

A pesar del anàlisi realitzat a aquest treball sobre el turisme Sènior des d'un punt de vista més general, és a dir generalitzant aquest turisme des d'un punt de vista global. He volgut afegir un petit apartat per a observar una mica com evoluciona aquest tipus de turisme a les Balears. Concretament, amb un estudi sobre el senderisme realitzat a Mallorca, on el turista Sènior té una representació molt accentuada.

A les illes Balears es gaudeix d'un entorn natural privilegiat, a més de la Serra de Tramuntana declarada Patrimoni Mundial, ofereix un gran potencial per desenvolupar nous productes turístics com el senderisme (pràctica turística molt demandada en el nou turisme Sènior) o el ciclisme. En aquest cas i gaudint de l'anuari de l'envelliment sobre el turisme actiu de les Illes Balears, analitzarem el cas particular del hiking (senderisme)

a Mallorca.

Francisco R. G.; Maria Antònia G. S.; Margalida A. H. (2017) van realitzar una mostra de senderistes trobats a la serra de Tramuntana i ho van segmentar per edats, distingint entre senderista sènior de més de 60 anys i la resta d'enquestats. L'anàlisi dels resultats va revelar diferents característiques sociodemogràfiques, motivacions per a l'elecció de la destinació turística, així com diferents patrons de comportament turístic, despesa i satisfacció. Els resultats tenen importants aplicacions pràctiques per promoure les destinacions senderistes com a producte turístic, ja que promou l'activitat del senderisme en el segment sènior, durant la temporada baixa, que coincideix amb unes condicions climàtiques més apropiades per a la pràctica d'aquesta nova pràctica turística, permet no només desestacionalitzar la zona, sinó també, atreure un tipus de turisme actiu que de mitjana gasta més i que es troba més satisfet.

Entre els objectius principals de l'estudi hi ha conèixer el perfil del turista que practica senderisme a les illes Balears (serra de Tramuntana) i analitzar-ne les motivacions de visita a la destinació per a la pràctica esportiva i les pautes de comportament turístic. Per això es va realitzar una segmentació utilitzant com a criteri l'edat dels practicants d'aquesta modalitat, en rangs d'edat entre majors i menors de 60 anys, que van permetre agrupar els integrants de la mostra en dos grups: els senderistes Sèniors (> 60 anys) i no Sèniors (<60 anys), respectivament.

El treball es va organitzar de la següent forma. En primer lloc, es va fer una introducció al tema d'estudi, per seguir amb una revisió de la literatura sobre el senderisme, el turisme sènior i l'estacionalitat. A continuació, es va detallar la metodologia utilitzada, es van analitzar els resultats i es van revelar les principals conclusions a nivell teòric i la seva aplicabilitat en el marc turístic de les illes Balears. Posteriorment, les limitacions i les futures línies d'investigació van ser presentades.

Els resultats de la mostra foren els següents:

Els entrevistats varen mostrar una distribució equilibrada dels gèneres: 55,8% homes i 44,2% dones. L'edat mitjana de la mostra va ser de 60,94 anys. Del total, el 42,3% va declarar continuar treballant i el 40,4% eren jubilats o pensionistes. En relació amb la nacionalitat, el 62,5% de la mostra són turistes nacionals i un 37,5% són estrangers, dels quals en la seva majoria i la meitat de tots ells, són de nacionalitat alemanya (50%).

Pel que fa al comportament turístic, els hikers passen uns 6,6 dies d'estada mitjana, dels quals 3,93 els dediquen a la pràctica esportiva. En la categoria de despesa total, el 55,8% de la mostra va declarar realitzar despeses que oscil·len entre els 601 i 1.500 euros, seguit del 18,3%, que revela gastar entre 301 i 600 euros i el 16,3%, que gasta entre els 0 i 300 euros. El 9,6% dels enquestats gasta per sobre dels 1.500 euros. El 59,6% va realitzar el viatge amb familiars, el 17,3%, amb amics, 10,6%, ho fa sol i el 2,9%, en companyia de companys de treball.

Una vegada exposats els resultats de la mostra, la podem analitzar. Es van diferenciar els grups establerts de turistes senderistes i es va fer una distinció entre els segments Sènior (+ 60 anys) i no Sèniors (menys de 60 anys). Es van analitzar les diferències mostrades en termes de variables sociodemogràfiques, de comportament de viatge, de les actituds vers el viatge i ver l'activitat del senderisme.

Ja que és el turisme Sènior el que ens interessa analitzar, trobem que les nacionalitats dels enquestats dels senderistes Sènior és alemanya, amb un 21,8% del total. Pel que fa al nivell d'estudis, el 21,4% de la mostra total són sèniors amb estudis universitaris i el 18,5% gaudeixen d'estudis secundaris.

Respecte a l'ocupació professional, del 36,1% de la mostra total (senderistes Sènior) el 18,5% són Sèniors en actiu (treballadors) i el 17,6% són jubilats o pensionistes. Per a comprovar els altres grups de turistes que componen la mostra, cal destacar que el 42% dels no Sèniors són treballadors, l'11,2% estudiants i el 8,2% declara que està en situació de desocupació.

En quant al nombre de dies d'estada a l'illa, el valor mitjà de dies dedicats pels senderistes Sènior és superior que el dels no sènior. Segons el nombre de dies de pràctica esportiva, la mitjana de dies dedicats a l'esport dels sèniors és superior que la dels no sèniors. En quant a la despesa quantitativa en euros per a l'allotjament a la illa, els Sènior van fer una despesa mitjana considerablement superior enfront dels no sèniors. Per a la variable despesa total durant l'estada es va emprar una variable categòrica de despesa amb cinc posicions partint des dels 0 als més de 1.500 euros. En concret, els sèniors van declarar haver gastat més a la destinació que els no sèniors. Profunditzant i assenyalant xifres, entre els Sèniors, un 13% declarà que va gastar entre els 601 i 1.000 euros i un 15,8% que ho feren per sobre dels 1.001 euros.

Per a saber què motiva als turistes a venir a les Illes, a la mostra també es va demanar a què li donen importància per a triar-nos com a destí turístic. Així, aplicant una tècnica de l'anàlisi factorial, es va determinar que per als senderistes sèniors existeixen quatre grans factors que motiven als turistes. Es feren servir quatre factors principals, els quals distingirem de la següent manera.

El primer grup és anomenat «Seguretat» i es troba explicat principalment per la senyalització i topogüies, rutes i senders, consells dels mitjans de comunicació, idoneïtat de les rutes, coneixement previ de l'illa, recomanacions dels experts i revistes, esdeveniments esportius (competicions d'escalada, excursionisme), accessibilitat a la informació de les rutes i per l'oferta hotelera. El següent gran grup factorial de motivacions es denomina «Destinació» i destaca per les motivacions que tenen a veure amb el temps i la facilitat d'arribar a la destinació turística com són la connectivitat, el cost del viatge i l'atractiu de la costa. En el tercer factor denominat «Família» destaquen les motivacions vinculades amb tenir amics i familiars a Mallorca i els consells donats per aquests mateixos grups. Un quart factor està caracteritzat per l'oferta complementària

nocturna és a dir, les motivacions d'oferta d'oci nocturn (discoteques, restaurants, etc.).

6.3 IMSERSO - Resum històric

La tercera edat és estimada en relació a l'edat laboral d'Espanya, és a dir, quan el ciutadà deixa de tenir relació directe amb el treball i passa a pertànyer a la població no activa, essent jubilats.

L'etapa de la tercera edat implica, així com l'hem coneguda fins fa pocs anys, que les condicions de vida es tornen més difícils ja que les oportunitats de treball, capacitat de socialització i activitat social es tornen més complicades, afegint de manera pràcticament automàtica, una sensació de soledat i exclusió. Mitjançant les ajudes que ofereix l'Estat, es pretén millorar el nivell de vida, oferint a aquestes persones, alguns beneficis com garanties de salut, pensions o altres descomptes i facilitats. L'IMSERSO, és una d'aquestes ajudes que ofereix l'Estat a aquest sector de gent major d'edat.

Dit això, l'Institut de Majors i Serveis Socials és una Entitat Gestora, més coneguda per les seves sigles, IMSERSO. Pertany al Govern d'Espanya i s'encarrega de gestionar tots els serveis complementaris de les prestacions del Sistema de la Seguretat Social i les pensions d'invalidesa i jubilació. A més, exerceix les competències de l'Administració General de l'Estat en matèria de persones majors i situació de dependència.

En aquest període de la vida, durant el qual es desitja envellir de forma digne i saludable, ocorren molts canvis psicològics, socials, físics, que poden provocar una baixa autoestima i derivar en una depressió molt severa. Per a lluitar contra això i tenir bona qualitat de vida, és imprescindible reforçar l'auto-estima mitjançant l'aprenentatge, el descobriment de noves aficions o les ajudes que li permeten mantenir la independència.

Dit això, cal ressaltar que fou l'any 1978, un any clau per a l'Estat espanyol, ja que a més d'aprovar-se l'actual Constitució, va suposar un gran avanç en l'àmbit de la protecció social, amb tres organismes bàsics, dins els quals hi trobem el ja anomenat INSERSO. Els altres dos són l'Institut Nacional de la Seguretat Social (INSS) per a les prestacions econòmiques i l'Institut Nacional de Salut (INSALUD) per a l'assistència sanitària.

Als inicis, els discapacitats i els majors foren els camps inicials d'actuació de l'INSERSO, i aquells que han tingut un major afavoriment i continuïtat. La posterior ampliació de l'atenció als sol·licitants d'asil i refugiats, i la importància que en els anys noranta adquirí l'arribada d'immigrants al nostre país, suposà una transformació de l'organisme que, en gener de 1997, es convertí en l'Institut de Migracions i Serveis Socials (IMSERSO), en l'actualitat adscrit al Ministeri De Treball i Assumptes Socials.

6.3.1 Requisits per formar part de l'IMSERSO

D'acord amb la regulació de l'Estat pel que se regula el Programa de turisme de l'Institut de Majors i Serveis Socials, i la Instrucció de la Direcció General de l'IMSERSO, es regula que la temporada 2018/2019 d'aquest programa podran accedir-hi:

En primer lloc, els residents a Espanya: persones residents a Espanya que reuneixin algun dels següents requisits: pensionista de jubilació del sistema públic espanyol de pensions; pensionista de viudetat amb cinquanta i cinc o més anys complerts; pensionista per altres conceptes o receptor de prestacions o subsidis d'atur, en tots els casos amb 60 anys complerts; titular o beneficiari del sistema de Seguretat Social, com seixanta i cinc anys complerts. En segon lloc, els espanyols residents a l'exterior que reuneixin els requisits exigits en el punt anterior per participar en el Programa. Els residents a Alemanya, Andorra, Àustria, Bèlgica, Dinamarca, Finlàndia, França, Holanda, Itàlia, Luxemburg, Noruega, Portugal, Regne Unit, Suècia, i Suïssa presentaran la sol·licitud i seran seleccionats per les conselleries d'ocupació i seguretat social. I en tercer lloc, les persones usuàries de places deuen reunir els següents requerits: no patir alteracions del comportament que puguin pertorbar la normal convivència en els establiments hotelers, ni patir malaltia transmissible amb risc de contagi; poder valer-se per sí mateix per a realitzar les activitats bàsiques de la vida diària; aquests usuaris podran anar acompanyats pel seu cònjuge o, en el seu cas, per parella de fet o persona amb la que es constitueixi una unió estable i de convivència amb anàloga relació d'afectivitat a la conjugal, sense necessitat de que aquests reuneixin els requisits d'edat o pensió. Així mateix, cal afegir que podran anar acompanyats dels fills amb discapacitat, en grau igual o superior al 45%, sempre que viatgin amb els seus pares i s'allotgin a la mateixa habitació.

6.3.2 ¿Què fa l'IMSERSO?

El Programa de Turisme de l'IMSERSO permet als nostres majors a mantenir una vida social activa i continuar cultivant la curiositat per conèixer llocs nous i viure noves experiències. Aquest Programa inclou: els viatges d'anada i tornada amb el mitjà de transport que s'hagi programat, des de la capital de província a l'hotel de destinació, excepte la modalitat de viatges sense transport i viatges a capitals de província. També inclou l'allotjament en règim de pensió completa, a habitacions dobles a compartir a hotels seleccionats per l'IMSERSO. Es contempla l'allotjament a habitacions individuals, que tindran un suplement en el preu i estarà subjecte a disponibilitat de places. La Pòlissa de segurs col·lectiva i el servei metge en el propi hotel també estan inclosos. I també cal afegir, que el programa d'animació també sol estar afegit excepte a les modalitats de turisme de naturalesa, circuits culturals i viatges a ciutats.

→ Impulsor de les polítiques per a les persones majors

L'IMSERSO ha sigut el gran impulsor de les polítiques socials dirigides a les persones majors. El Pla Gerontològic Nacional de 1992, establí les línies mestres de l'actuació cap als majors. A més d'assegurar i actualitzar les pensions i fixar com a meta, l'equiparació de les més baixes al salari mínim inter-professional o d'ampliar l'assistència sanitària, el Pla va potenciar als Serveis Socials orientats a la integració del major en el entorn, la cultura i l'oci, a més, igualment es va fomentar el moviment associatiu i el protagonisme social dels majors. És de destacar els programes de vacances i termalisme social que

organitza l'IMSERSO, que ha possibilitat que els pensionistes espanyols, realitzin viatges i activitats turístiques, així com l'accés a tractaments termals de caràcter preventiu, curatiu i rehabilitador. Més de 150 hotels i 70 estacions termals estan implicats en aquests programes socials, contribuint al manteniment de milers de treballs en el sector turístic de temporada baixa.

Després de conèixer una mica més el Programa de l'IMSERSO i amb la intenció d'analitzar-lo d'una manera més gràfica, he volgut realitzar una matriu DAFO:

POSITIUS	NEGATIUS
Fortaleses	Debilitats
Baix cost	No es pot repetir destí
Molta demanda	Falta d'acompanyament en els viatges
Molta oferta	Abús de restaurants de menú tancat
Qualitat i diversitat de l'oferta turística	Falta de dinamisme en els viatges
Creixement de l'esperança de vida	Aparició de diferència d'edat raonable entre clients
Augment de pre-jubilacions	
Ajuda de l'Estat (Subvencions)	
Oportunitats	Amenaces
Ajuda de l'Estat (Subvencions)	Creació de noves empreses (competència)
Creació de noves i constants ofertes	Pèrdua de clients degut a no poder repetir destí
Augment del turisme de balneari	
Augment del turisme per a tractar malalties	
Alta valoració de la qualitat natural com a producte	
Creació de més associacions de gent major	
Apertura de nous destins (fora d'Espanya)	

(Fig. 9) Matriu DAFO IMSERSO. Font: Elaboració pròpia (octubre 2018)

Aquesta matriu DAFO, fou realitzada l'octubre de l'any 2018 i a dia d'avui, quasi un any després i després de la realització d'aquest treball, considero que les amenaces, tot i a el grup menys nombrós, és el grup que més possibilitats té de créixer. Com hem anat explicant, l'augment de nombre de turistes Sènior ha fet que el Programa de l'IMSERSO necessiti una ajuda per a satisfer tota la demanda exigida. De cada vegada més, com he pogut observar a les entrevistes, són més els turistes Sènior que cerquen paquets (fora el Programa) per a viatjar arreu del món. Això anterior, destacar que no tan sols hi ha grups de persones que es cerquen paquets, ja que també hi ha associacions que troben paquets per a viatjar pel seu compte.

Un altre aspecte que m'agradaria destacar dins la matriu, és la falta de dinamisme de la que es queixen, de cada vegada més turistes, a aquests viatges organitzats pel Programa. La millora física dels nous turistes Sèniors, fa que aquesta debilitat dins aquesta matriu, es comenci a transformar en una amenaça, ja que probablement, en un futur, aquest aspecte farà que aquests turistes abandonin els viatges del Programa per a partir pel seu compte.

Per últim m'agradaria destacar que les fortaleces com l'augment de demanda o l'augment de pre-jubilacions es poden transformar en amenaces i debilitats dins la matriu, ja que aquest tipus d'augment, fan créixer les exigències d'aquests turistes pre-jubilats (en gran mesura millor físicament i amb exigències de viatges més dinàmics). També l'augment de la demanda fa que s'hagi d'augmentar el nombre de places ofertes i per lo tant s'hagi d'augmentar l'oferta del Programa, cercant noves destinacions amb tot el que suposa (nous allotjaments, noves contractacions de serveis de transport, nous llocs d'estudi, etc.).

6.4 Resultats obtinguts de les entrevistes amb Associació de gent gran d'Establiments i el Secar de la Real

D'una simple salutació al matí, va dur a entrellaçar una sèrie de conversacions amb diferents persones de l'associació de gent gran d'Establiments, les quals m'asseguraren que no estaien massa contents amb els viatges del programa de l'IMSERSO i que estaien valorant la idea de cercar-se pel seu compte els seus viatges, així organitzar-se els seus propis viatges i no dependre de ningú per a poder partir els dies que ells volguessin i als destins que ells volguessin. Arrel d'aquesta primera conversa, em sorgí la curiositat i més tard la oportunitat de gaudir d'una entrevista a una nombre reduït de persones de l'associació de gent gran d'Establiments i poder obtenir una mostra pel meu estudi.

Una vegada escoltat el primer testimoni del senyor, Joan A., membre de l'associació de gent gran d'Establiments on m'assegurava "fa tres viatges que he d'ocupar-me jo tot sol d'anar a l'agència de viatge i demanar tot tipus de pressuposts". En veure que m'interessava pel que m'havia dit, li vaig demanar pel Programa IMSERSO, amb el que en Joan em va contestar: "No solem anar allà on volem quan anem amb l'IMSERSO, solem anar amb l'IMSERSO quan coincideix que 5 ó 6 de nosaltres estira als altres perquè li fa ganes algun destí del Programa". Arrel del primer contacte, vaig començar a pensar en la idea de crear un negoci amb la finalitat de facilitar aquest tipus de viatges per a ells. Això tan sols era una idea i no un projecte.

Aquesta idea, agafà força quant aproximadament 3 setmanes més tard, vaig contactar amb un altre membre d'aquesta associació, el senyor Xisco C. T., més conegut a la zona com Xisquetó, que després de dies intentant fer-nos de veure, coincidirem a davant l'aturada d'autobús i em va comentar, a més del que m'havia comentat en Joan, que trobava que el programa de l'IMSERSO cuidava molt poc als seus clients, ja que "una vegada embarcats dins l'avió, s'obliden de nosaltres i no rebem pràcticament atenció de ningú fins que tornem a tocar l'aeroport". Després d'una llarga xerrada amb Xisquetó, ens acomiadarem i va començar dins el meu cap, una pluja d'idees i pensaments que tots giraven al voltant de creació de viatges, rutes o itineraris per aquestes associacions de gent gran que volen tenir un envelliment actiu, mitjançant activitats o viatges.

Aquestes dues conversacions amb dos figurants i persones fixes en els viatges organitzats

per l'IMSERSO que duien a l'associació de gent gran d'Establiments de viatge per la península, va fer que em replantegés la idea de si els hi podia oferir alguna forma millor de viatjar arreu de la Península Ibèrica. Inclús, per què no, arreu d'Europa, començant per llocs propers com Portugal o els Pirineus francesos, i inclús acabar intentant dur-los a l'Escandinàvia salvatge.

Aquestes xerrades amb aquestes dues persones importants dins l'associació de gent major d'Establiments, m'obriren els ulls i a la vegada les portes per a poder xerrar amb el President d'aquesta associació del llogaret palmèsà.

Un divendres horabaixa em vaig reunir amb Joan C., President de l'associació de gent gran d'Establiments. Aquesta entrevista tenia un objectiu clar, la de saber que necessitaven i que els mancava en els viatges de l'IMSERSO, és a dir, els punts dèbils del programa.

Per aquestes entrevistes, degut a que em vaig imaginar que en faria diverses i a diferents persones de diferents grups/associacions, vaig realitzar un formulari de 5 preguntes que les empraria per a demanar-les als entrevistats. Aquestes preguntes, per intentar no atacar a l'entrevistat, vaig intentar realitzar-les de manera aleatòria i no seguida durant l'entrevista. Les 5 preguntes que li vaig realitzar a tots els entrevistats foren les següents:

1. Estàs satisfet amb els viatges del Programa de l'IMSERSO?
2. Els viatges realitzats, són com esperaves?
3. Suposen gaire esforç econòmic?
4. Suposen gaire esforç físic?
5. Trobes que es podrien millorar? Com?

L'entrevista fou molt entretinguda i a la vegada molt interessant en quant als meus interessos es refereix, ja que vaig esser informat de moltes coses que desconeixia per complet. L'IMSERSO, és un programa molt important i positiu per a la població més major degut a que els ajuda a tenir un envelliment actiu i a un preu immillorable degut a l'aprofitament de les temporades baixes dels destins turístics més destacats d'Espanya. Però, com tot negoci, té els seus punts febles, i per això, hi ha una sèrie de nínxols per entrar en escena i així completar aquest tipus de servei per a que els nostres majors tinguin un envelliment actiu que cobreixi totalment les seves necessitats.

Joan C., hem va destacar el gran punt positiu que aconsegueix l'IMSERSO a cada viatge, el preu. Ell assegurava una i altra vegada: "no entenc d'on deuen treure el benefici les empreses que ens aguanten amb lo poc que paguem". El preu dels viatges oscil·la sempre entre els 150€ i els 350€ depenent del destí, temporada i duració del viatge. Joan em va nombrar una sèrie d'exemples, on el que més en va quedar gravat al cap fou el que a Salamanca, hi podien estar durant 7 dies, tan sols pagant 250€ (preu ridícul si tenim

en compte que el bitllet d'anada i tornada fins a Salamanca/Madrid ja pot superar els 70€). Per lo tant, el preu, degut a la participació activa de l'Estat mitjançant subvencions, és el factor més positiu que garanteix al programa IMSERSO un èxit continu i per a tota la vida (sempre i quant les subvencions segueixin donant-se).

Joan també em va fer saber altres aspectes positius com és la organització dels viatges, ja que des d'un principi saben exactament el que faran al lloc de destí. Fet important per aquest tipus de client, que li agrada saber-ho i tenir-ho tot controlat quant abans millor. Aquest aspecte, a la vegada, va dur la primera queixa del President. Per lo vist, la gran majoria de persones que viatgen amb l'IMSERSO, troben que necessiten més atenció a l'hora de fer excursions una vegada són a la zona on es troben allotjats durant el viatge, ja que moltes vegades o quasi totes, han d'esser ells els que es treguin les castanyes del foc en quant a la sortida amb autocar cap a alguna excursió, cap a algun museu, partida a peu cap a qualsevol parc, etc. Acaba afirmant, que el programa contracta els serveis de trasllat i entrades necessàries per a l'activitat a realitzar (normalment sol esser així però a vegades han hagut de ser el propis presidents de les associacions els encarregats d'aquesta funció), però no sol tenir cap empleat present en el moment de l'activitat per a poder resoldre qualsevol dubte que aparegui als clients durant aquests tipus d'activitats.

“Gràcies a l'IMSERSO, molts nos podem permetre viatjar més d'una vegada a l'any. Fet que anteriorment, hi havia molta gent que no es podia permetre ni sortir de Mallorca”. Seguit d'això, Joan segueix afegint que ell i tota la família de l'associació estan molt agraïts al programa de l'IMSERSO, sense el qual, la manera que tenien de viatjar era pagant preus molt elevats (hem de tenir en compte que molts dels integrants de les associacions son jubilats amb pensions molt baixes), organitzant tot el viatge des d'agències de viatges, essent el President de dites associacions els encarregats d'aquestes feines d'organització de viatges, viatjant 1 vegada a l'any degut a l'alt cost dels viatges, etc. Per això, li tenen gran estima al Programa, però que a la vegada, i després d'anys viatjant amb ells, volen exigir una mica més degut a la poca flexibilitat que ofereix el Programa.

Es va referir a poca flexibilitat del Programa, degut a que per lo vist, un dels hàndicaps del qual disposa, és que el client que ha viatjat a Madrid, no pot tornar a repetir dit viatge amb l'IMSERSO, ja que tan sols ofereix la possibilitat que els clientes viatgin una vegada per destí. D'aquesta manera, com és el cas de molts d'associats a l'Associació d'Establiments, hi ha clients que voldrien repetir viatge i no poden mitjançant aquest Programa. Aquest, és un altre dels punts negatius que fan que es pugui pensar en una alternativa a l'IMSERSO.

Després de reunir-me amb el President de l'associació i dos testimonis més, em va tocar seure amb quatre persones, fixes als viatges de l'IMSERSO que acceptaren la meva invitació de molt bon gust. Aquesta vegada em vaig reunir amb dues senyores,

anomenades Miquela i Francisca, de 72 i 69 anys respectivament, i amb Pep i Tomeu (marit de Miquela) de 70 anys tots dos.

La meua entrevista començà amb preguntes bàsiques sobre els seus viatges de l'IMSERSO (Què els hi pareixien els viatges; Estaien contents amb el tracte rebut, etc.).

L'entrevista, imagino que influenciat perquè els quatre entrevistats ja havien parlat amb el President de l'associació abans de trobar-se amb jo, va seguir una mica el mateix guió que va dur l'entrevista amb el President Joan. Va haver diferents arguments que em cridaren l'atenció. Un d'ells i a la vegada el que més em cridà l'atenció, és el de les ganes que demostraren tots els entrevistats en necessitar viatges més "moguts" en relació a la quantitat i intensitat d'activitats realitzades que estan tenint actualment amb els viatges de l'IMSERSO, ja que deien que "després de molts viatges amb el Programa, associem aquest viatges amb viatges de relaxació i poca activitat turística, provocant així que fa uns anys que optarem a cercar alternatives pel nostre compte".

Entenc que hi ha moltes persones, moltes personalitats, diferents estat físics i psíquics dins un grup de persones i edats tan ampli. És per això, que em ve al cap la idea de dins els mateixos paquets, diferenciar diversos itineraris per a que cadascú pugui triar el tipus de viatge a realitzar.

Un altre dia, després de rebre una cridada de la seu de l'Associació demanant-me si tornaria a entrevistar a algú més, vaig poder gaudir de les dues darreres entrevistes que m'ajudaren per a completar la mostra realitzada fins aquell moment.

Aquesta vegada, m'esperaven a la mateixa taula on férem les entrevistes anteriors dues germanes, n'Apolònia i na Paquita, de 68 i 71 anys respectivament. Ses dues feia estona que estaien dins l'Associació i per lo tant gaudien d'una llarga experiència amb els viatges de l'IMSERSO. Em destacaren que estaien molt contentes degut a que aquest programa els oferia la possibilitat de veure món i de sortir de tant en tant de la rutina. N'Apolònia, al contrari que els quatre entrevistats a la darrera visita, assenyalava que els viatges menys actius, li ajudaven a poder gaudir dels viatges, ja que el seu físic (havia passat per 5 operacions de genoll en els darrers 3 anys) no li permetia segons quins excessos d'esforç físic. Ella afegia "a la meua edat i amb el meu estat després de les operacions, no puc seguir el ritme de grup, som molts i molts de nosaltres camina diàriament", aquest fet reivindica una mica més l'anomenat anteriorment.

Per altra banda, Paquita, més moguda durant tota l'entrevista, assegurava que sí, que ella gaudia moltíssim dels viatges amb l'IMSERSO degut a que li agradava molt passar una setmana enfora de ca seva però que a la vegada, hi havia molts de viatges que arribats els vespres, es notava poc cansada, com amb ganes de fer més. Per lo tant, a les 5 preguntes que els hi vaig realitzar a tots els entrevistats, ella demanava una mica més d'activitat per a poder gaudir del 100% d'aquests viatges. "A mi, durant els viatges, gaudeixo moltíssim si en arribar el vespre a l'hotel, després de tot lo dia pasturant em

trobo molt cansada, amb mal pels peus de tant caminar”.

Per acabar de completar aquesta mostra, vaig voler comparar aquests testimonis anteriorment anomenats dels integrants de l'Associació de Gent Gran d'Establiments amb la de l'Associació veïnada de Gent Gran del Secar de la Real. Aprofitant un contacte familiar, l'entrevista fou concretada i realitzada en qüestió de dos dies. Per a la meua sorpresa (jo tenia pensat reunir-me amb 2-3 persones), en arribar a l'Associació em vaig trobar amb 13 persones que esperaven per trobar-se i contar-me la seva versió sobre els viatges amb l'IMSERSO.

Així, vaig gaudir d'una gran oportunitat per aconseguir un focus grup i d'aquesta manera, també valorar les diferències entre la mostra de les entrevistes personals, les de 2-3 persones i les de més persones, com aquest focus grup.

El focus grup fou bastant dinàmic, tothom va aportar el seu granet d'arena i a pesar de certs moments on hi havia alguns membres del grup que no es posaven d'acord en quant a les opinions sobre les experiències viscudes en aquests viatges, el focus grup fou va ser tot un èxit.

Com fins ara, per a destacar un comentari o anècdota que ens contaren durant el focus grup sobre l'IMSERSO, destacaria el fet que tots ells coincidien amb que en qüestió de pressupost, no tenien cap queixa ninguna, ja que viatgen pràcticament a preu de cost. Quan es van trobar una mica en desacord, fou quan xerraren del servei ofert una vegada es trobaven a la ciutat de destí, ja que alguns d'ells trobaven que hi havia poca organització pel fet que moltes vegades, es veien obligats a caminar llargues distàncies, degut a que no hi havia transport contractat o també que l'hotel i per lo tant la zona d'estància era amb unes pendents orogràfiques molt pronunciades i així complicava la mobilitat de molts de viatgers. Aquest darrer testimoni, evidentment, era defensat per aquelles 4 persones del grup que asseguraven que “mai havien realitzat caminades tan llargues i que dels 6 dies que estigueren de vacances, 3 d'ells hagueren de agafar un taxi per a poder arribar a l'hotel”. Físicament menys preparats, ja sigui per edat, per malalties passades o simplement per comoditat, no podien seguir el ritme dels altres.

La part del grup més nombrosa, aquestes 9 persones restants, coincidien i demanaven una mica més de planificació per a poder realitzar viatges més actius i més "moguts" ja que com asseguraven alguns d'ells “encara es trobaven amb les suficients condicions físiques i mentals com per afrontar un Camí de Santiago”. Cal destacar que aquest grup majoritari, es diferenciaven amb les 4 persones anteriors en quant a edat es refereix, ja que l'interval d'edat entre el primer grup era 69-75 i l'interval d'aquest grup majoritari era 61-70.

Amb això vaig poder adonar-me'n que hi ha una gran diferència (no només d'edat) sinó també de vitalitat, generalment xerrant. A dia d'avui, i crec que és la clau d'aquest canvi dins el turisme Sènior, la gran diferència d'edats, de físic o de mentalitat entre d'altres,

fan que el ventall de possibilitats de l'IMSERSO (per gran i variat que sigui) hagi quedat curt i per lo tant necessiti una modificació i augment de modalitats.

7. Conclusions i propostes

Vull començar aquest apartat comentant que amb el treball d'investigació dut a terme he pogut adonar-me'n que mitjançant el desglossament dels objectius principals assenyalats al principi, hi ha un gran augment en el nombre de persones amb edat de turista Sènior, l'aparició del turisme Sènior com a mercat emergent i la falta d'oferta i a la vegada de personalització del Programa IMSERSO. Això anterior, explicat durant el treball, confirma doncs que la manca de diversitat dins l'oferta que aporta el turisme de l'IMSERSO dins el turisme Sènior actual.

Mitjançant la revisió de la literatura, podem assegurar que s'han fet avenços notables en aquest camp, a pesar que en el nostre país, gairebé s'ha investigat aquest tema. A altres països, molt pocs estudis han emprat els seus resultats per a oferir productes desitjats pels turistes Sèniors. S'han iniciat treballs sobre les característiques psicogràfiques però pocs treballs han explorat la naturalesa multidimensional de les preferències per a viatjar i el comportament dels turistes Sènior.

Considero un tema molt important, ja que repercuteix en moltes persones i pot ajudar a recompensar la vida de molts. En aquest treball estem parlant sobre un dels àmbits vitals fonamentals dels majors com és el seu temps d'oci (en aquest cas concretament ens hem dedicat al turisme) ja que influeix en el benestar físic, mental i social de les persones, ajudant-les així a millorar la seva qualitat de vida. De fet, pot augmentar l'esperança de vida en contra del procés d'envelliment, ajudant a la persona a mantenir-se activa. També pot contribuir a evitar la soledat i la falta de sentit de la darrera etapa de la vida, que és un dels principals problemes que pot tenir una persona major en l'actualitat. Com efecte positiu de l'oci en la vida dels majors hem de destacar la satisfacció amb la seva vida, ja que veuen que l'estan aprofitant al màxim si es mantenen ocupats i enfeïnats.

Viatjar, com assenyalem en el treball, pot ser una experiència enriquidora pels Sèniors ja que proporciona un canvi dins la rutina diària, així com el benefici de noves experiències. Aquesta activitat turística mitjançant el moviment que implica anar a un lloc diferent de la residència, l'enriquiment de relacionar-se amb gent d'altres parts del món, el descobrir nous llocs, interacció social, contacte intercultural, són moltes de les accions que fan que aquesta activitat es consideri imprescindible per de cada vegada més gent.

La conclusió més clara que he obtingut amb la realització d'aquest treball i mitjançant els resultats obtinguts en la recerca del canvi de la piràmide poblacional, del conseqüent creixement del turisme Sènior i de la generalització de l'oferta del Programa de l'IMSERSO, és que estem davant un fenomen que necessita una modificació i un augment de persones o institucions que treballin per a millorar i omplir tots els buits que

pugui tenir aquest sector turístic Sènior. L'augment de persones amb edat de jubilació fa que creixi el nombre de persones que necessita viatjar i moure's, fent que el Programa IMSERSO, tan sols en qüestió de nombre de places que ofereixen anualment, ja no arribi a cobrir el total d'aquesta demanda. A això anterior, li suma'm que la varietat de client Sènior exigeix diferents tipus de turisme, tot fa indicar que en un futur pròxim l'IMSERSO haurà d'ampliar el seu Programa. A més d'ampliar el Programa de l'IMSERSO, també es podrien sincronitzar altres empreses o institucions per a complementar aquesta oferta del Programa.

Arrel d'aquest treball d'investigació, he pogut apreciar un nínxol dins un sector que va a més i que per això vull analitzar com a proposta el següent cas. Mitjançant aquest coneixement de mancances del sector turístic de la gent major i tenint en compte que molts geògrafs podrien crear noves rutes interessants per aquest grup de gent major, he pensat que com a proposta, es podria crear una eina per a complementar aquestes mancances que apareixen a aquest tipus de turisme. Cal esmentar que això és una proposta però que ja ha estat estudiada personalment. A dia d'avui, a pesar de tan sols parlar de simples mostres, aquesta proposta compte amb moltes hores d'estudi teòric i pràctic, i moltes hores de treball de camp (he visitat diferents capitals de províncies de Castella i Lleó i Extremadura contemplant la probabilitat de realitzar petits itineraris per a un turisme Sènior).

La manera amb la que es vol contrarestar aquest nínxol dins el turisme Sènior, es mitjançant més viatges (assolir tota l'oferta que pot ser amb el Programa IMSERSO no és suficient) i també realitzar viatges actius (per a complir amb totes les exigències de la gran varietat de turistes que trobem dins un sector com aquest). Per a poder realitzar un viatge actiu, en el sentit d'intentar (en la mesura de les possibilitats físiques del grup) mantenir un ritme de visita de ciutats/zones del voltant d'un node principal (on es pernoctaria), ja que la idea seria sempre tenir un node on pernoctar i almenys passar un dia sencer per a poder visitar-lo (node principal) i llavors, realitzar excursions durant els altres dies a zones properes per tal d'activar i fer un viatge el més interessant possible.

Aquest projecte també té que veure amb la Geografia, ja que degut a la manca d'oferta de treball per a la gran majoria de geògrafs llicenciats i l'apreciació d'aquest buit en el turisme d'envelliment actiu, fa que s'aprecii una oportunitat de mercat.

Així, el projecte constaria de geògrafs per a la creació de nous itineraris per a la gent gran i a més, la creació de guies (a poder ser, els mateixos geògrafs) que acompanyaran durant tota l'estància als clients en els seus destins.

Aquests nous itineraris seran creats tenint en compte les necessitats i restriccions que exigeixen les persones majors. A pesar de trobar-nos amb grups complicats per a fer un itinerari, ja que a dia d'avui trobem gent de 65 anys que es troba en un estat de forma immillorable i amb una energia i estat físic quasi millor que segons quins joves; per altra banda, també ens podem trobar en el cas contrari o inclòs que en el mateix grup, hi viatgi

gent que per diferents motius o simplement perquè és més major (pot ser en un grup coincideixi gent de 66 anys amb gent de 78 anys), no pugui seguir el ritme del grup. D'aquesta manera i per a poder intentar realitzar un viatge a gust per a tots els clients que hi viatgin, a tots aquests nous viatges organitzats sempre hi viatjaran amb el grup dos geògrafs (un per a dur el grup més actiu i l'altra que s'adaptarà al grup menys actiu). La idea principal, com diu el títol del treball, és la personalització i familiarització d'aquest tipus de viatges, ja que vist lo vist, estem davant un mercat que creix molt ràpid en poc temps.

8. Referències bibliogràfiques citades

- Alén M.; Domínguez T. i Fraíz A. (2010). El turismo Sénior como segmento de mercado emergente. Universidad de Murcia. 2-12
- Barrado D. y Calabuig J. (editores); A. Artigues, I. Crespo, M. M. García, M. J. Lago, J. C. Llurdés, R. Navalón, G. K. Priestley, M. Seguí, J. Servera, M. P. Such, F. -J. Torres, C. Vázquez, M. Vila, M. J. Viñals (2001). Geografía Mundial del Turismo. 185-221
- Blanes A. (2007). La mortalidad en la España del Siglo XX: Análisis demográfico y territorial. Tesis Doctoral. Bellaterra (Barcelona): Departamento de Geografía, Universidad Autónoma de Barcelona
- Bueno B. (2004). 25 años de la creación del IMSERSO. Artículo de Servicio de Información sobre Discapacidad: SID. Servicios Sociales de Castilla y León. Universidad de Salamanca
- Castillo C. (2010). La organización del espacio lacustre. Doctorado periferias, sostenibilidad y vitalidad urbana
- Genovés R. (2017). Programa de dinamització de gent gran a l'Alt Berguedà. Diputació de Barcelona
- Gil A. y Gómez J. (2001 primera edición y 2007 segunda edición). Geografía de España. 45-96
- Jeroen S. (2006). Envel·liment actiu: benestar. Diputació de Barcelona, xarxa de municipis. 95-115
- Livi M. (2002). Historia mínima de la población mundial. Cap 1
- Pérez J. (2003). La madurez de masas. Madrid: IMSERSO. 91-123
- Peña M. (2007). Madurez, divino tesoro. El País, 24-11-2007, 35.
- Prats X. (2018). Gestió i Dinamització de Projectes d'Envel·liment Actiu i Saludable. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona

- Reher D. (2000). La investigación en demografía histórica: pasado, presente y futuro. 15-78
- Rejón F.; Garcia M. A. i Alemany M. (2017). Anuari de l'envelliment. Illes Balears 2017. El turisme actiu Sènior: el cas de les Illes Balears. 7-16
- Spijker J. (2006). L'envelliment demogràfic i les seves conseqüències en la vida quotidiana. Envelliment actiu. Diputació de Barcelona
- Vallin J. (1995). "Espérance de vie : quelle quantité pour quelle qualité de vie ?", comunicació presentada al Congrés Europeu de Demografia (Milan, 4-8 de setembre)

→Articles periodístics

- López R. (2017). ¿Qué es el IMSERSO? definanzas.com
- Landín E. (2018), Víctimas de los falsos viajes del IMSERSO. Periódico digital progresista: El Plural
- Mendoza V. (2017). Mochilero a los 97: este abuelo ha empezado a conocer el mundo con su nieto. El País
- Moneo M. (2018). IMSERSO: más de la mitad de las vacantes en Cataluña. Periódico digital: Preferente.com
- Peña M. (2007). Madurez, divino tesoro. El País
- Sánchez J. (2018), Menos reservas del IMSERSO. El País

→Planes web

- Blog Alas de Plomo (2019). Quejas o propuestas Programa actual del IMSERSO. alasdeplomo.com
- Blog Bitacora viajera (2011). Con más de 70, jubilados viajeros. bitacora-viajera.com
- Plana web oficial de l'INE. www.ine.es
- Plana web oficial de l'IMSERSO. www.imserso.es
- United Nations (2004). World Population Prospects, The 2004 Revision. Economic and Social Affairs.