

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

TRABAJO FIN DE GRADO

**PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE GRADUADO EN
ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**



EL TURISMO SENIOR EN LA REGIÓN DE MURCIA



Alumno: LEANDRO MADRID LORENTE

Directora: LAURA MARTÍNEZ CARO

Diciembre 2020

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO SENIOR	3
2. EL TURÍSTICO SENIOR COMO SECTOR EMERGENTE	5
2.1. EL TURISMO SENIOR EN LA REGIÓN DE MURCIA	13
3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE DEL TURISTA SENIOR.....	18
4. MOTIVACIONES DEL TURISTA SENIOR	19
6. TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	21
6.1. ESTUDIO TRANSVERSAL	21
6.2. ESTUDIO EMPÍRICO	27
6.3. LA MUESTRA	28
6.4. RESULTADOS.....	31
CONCLUSIONES.....	37
BIBLIOGRAFÍA	40
ANEXO. EL CUESTIONARIO.....	48

ÍNDICE DE FIGURAS, TABLAS Y GRÁFICOS

Figura 1: Pernoctaciones en el sector hotelero en España en 2019	6
Figura 2. Crecimiento de la población mayor en España (1950-2050)	7
Figura 3. Crecimiento de la población mayor en Europa (1950-2050)	8
Figura 4. Porcentaje de los viajes de residentes de 65 años o más en España sobre el total del primer trimestre de 2016 al cuarto trimestre de 2019	9
Figura 5. Edad de los turistas seniors nacionales	22
Figura 6. Procedencia de los turistas seniors nacionales	23
Figura 7. Pernoctaciones de los turistas seniors nacionales	24
Figura 8. Edad de los turistas seniors internacionales	25

Figura 9. Lugar de procedencia de la muestra.....	30
Figura 10. Método de reserva	31
Figura 11. Preferencia en el destino	32
Figura 12. Limitaciones para ir de vacaciones.....	33
Figura 13. Motivaciones para elegir La Manga del Mar Menor como destino turístico	34
Figura 14. Aspectos más apreciados de la estancia en La Manga del Mar Menor	35
Figura 15. Aspectos menos apreciados de la estancia en La Manga del Mar Menor.	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Encuesta anual de gasto turístico (2019).....	5
Tabla 2. Personas viajeras por edad	6
Tabla 3. Previsión de precios IMSERSO (2019/2020).....	10
Tabla 4. Viajeros y pernoctaciones según destinos en la Región de Murcia	14
Tabla 5. Ficha técnica de investigación.....	29
Tabla 6. Edad de los visitantes	29
Tabla 7. Sexo	30
Tabla 8. Situación laboral.....	30

INTRODUCCIÓN

Uno de los productos turísticos más importantes en la Región de Murcia es el de sol y playa, durante los meses de julio y agosto de 2019 se alcanzó en la Manga del Mar Menor una ocupación en torno al 92% según anuncio la Comunidad Autónoma basándose en un sondeo realizado por el Instituto de Turismo de la Región de Murcia, sin embargo, estos números descienden de manera muy significativa en el resto de los meses del año.

Para poder hacer frente a esta desestacionalidad los hoteles intentan diversificarse y encontrar otros mercados que puedan mantener la ocupación a lo largo del año. Existen alternativas, como el turismo senior, que permite mejorar la ocupación durante la temporada media y baja de esta zona de levante.

La población tanto nacional como internacional está sufriendo un envejecimiento que se espera que vaya en aumento en los próximos años. Esa circunstancia, unida a que ahora se llega a la jubilación en condiciones físicas mejores y con más ganas de aprovechar al máximo el tiempo libre, conlleva una oportunidad de negocio para el sector turístico, basada en un cliente estable económicamente y sin limitaciones para viajar en cualquier época del año.

Además, la Administración Pública financia programas vacacionales a través del IMSERSO (Instituto de Mayores y Servicios Sociales) con el fin de facilitar y promocionar el turismo senior a nivel nacional e internacional principalmente a través de los turopeadores MUNDIPLAN y MUNDOSENIOR.

El trabajo se va a centrar en la Región de Murcia, y dentro de ésta en el destino turístico La Manga del Mar Menor. Dicho destino además de turistas nacionales también recibe turistas senior de otros países, destacando en los últimos años los procedentes de la República Checa, Bulgaria y Portugal; lo que ha servido para mejorar la ocupación de algunos de los hoteles de La Manga del Mar Menor.

Este tipo de turismo tiene necesidades algo distintas al resto de clientes, además de buen clima y playas de calidad, el turista senior da más importancia a otros factores como son: la seguridad, la calidad en los servicios, las buenas conexiones de transporte, los programas de animación diarios, el guía turístico y/ o la asistencia sanitaria (You y O'Leary,1999)

La decisión de que viaje realizar también suele diferir de la del resto de clientes. Este tipo de turísticas viene motivado por las recomendaciones o las experiencias personales, ya que suelen ser muy fieles; por el contrario, las redes sociales o internet no son fuente de información fundamental tomada en cuenta para el turista senior (Chen ,2009; Cleaver,2000).

Dadas las características de este tipo de turística, el objetivo principal que se propone en este trabajo es estudiar el turismo senior tanto nacional como extranjero que recibe la Región de Murcia, y en especial, La Manga del Mar Menor. Para ello, se plantean como objetivos secundarios el analizar las motivaciones que estimulan a viajar al turista senior, así como su comportamiento durante la experiencia turística.

Se comenzará el trabajo revisando de la literatura más importante en el ámbito del turismo senior, que sentará la base teórica del estudio. A continuación, se expondrá el estudio empírico realizado y de los principales resultados obtenidos. Por último, se presentarán las conclusiones, así como las limitaciones del trabajo realizado.

1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO SENIOR

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1995), el turismo comprende “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

El turismo, tal y como se conoce como una actividad comercial, nace en 1841 de la mano de Thomas Cook, fundador 10 años más tarde de la primera agencia de viajes: Thomas Cook and Son.

A día de hoy el turismo es a nivel mundial una industria muy importante que ha pasado de gestionar en 1950 a 25 millones de turistas a los más de 1.500 millones actuales (OMT, 2019). En los últimos 10 años, el turismo ha crecido un 70% y promueve viajes de todo tipo y enfocados a multitud de clientes distintos. Según la OMT el turismo genera 42312 millones de euros al día llegando a los 1,44 billones de euros al año.

Aunque existe una falta de consenso por parte de los autores de la conceptualización del turismo senior (Alén-González, 2010), según Organización Mundial del Turismo (2014) “los turistas senior son la población mayor de 60 años que, con discapacidad o sin ella, desarrolla una actividad turística similar o superior a otros grupos de población, motivado por diferentes factores como son unos ingresos estables, más tiempo libre y mayor disponibilidad para viajar. Este tipo de turistas participa en dos categorías de turismo:

- En primer lugar, entran en la categoría de beneficiarios del turismo social. En el cual destacan los programas y las ayudas para fomentar el denominado envejecimiento activo, para facilitar la participación en el turismo por parte de esta población.
- En segundo lugar, los turistas senior son demandantes de los parámetros de diseño aptos para todas las personas, por lo que al mismo tiempo que incrementan sus viajes gracias al turismo social, incrementan la demanda de turismo accesible”.

Dentro de los rasgos definitorios del turista senior destacan aspectos como la edad, el estado de salud y la disponibilidad de dinero y tiempo.

Existen diversidad de teorías a la hora de calificar la edad del turista senior, la mayoría de los estudios parten de entre los 50 y los 65 años como la edad para considerar que una persona comienza a ser mayor (Patterson, 2006).

Por su parte, Hossain (2003) señala que el término senior representa a aquellos de 55 años o más y a su vez, divide la categoría senior en dos subgrupos: seniors jóvenes, de 55 a 64 años, y seniors mayores, de 65 o más edad.

Sin embargo, la edad cronológica no es suficiente para estudiar completamente el mercado del turismo senior, ya que las preferencias de cada individuo pueden ser muy distintas en función de otros muchos factores (Le Serre, 2008).

Otro factor a considerar es la edad de jubilación. Este aspecto es un punto importante a tener en cuenta, ya que puede variar de un país a otro de forma muy significativa (Le Serre, 2008), afectando así a la disponibilidad de tiempo e ingresos.

Años atrás una persona que cumplía cierta edad notaba que sus ingresos empezaban a disminuir de forma considerable o incluso se paralizaban, por suerte en la actualidad la mayoría de turistas senior cuenta con unos ingresos fijos procedentes de su pensión, normalmente, con la hipoteca solventada, con capacidad de disponer de ahorros o planes de pensiones y probablemente sin cargas que mengüen dichos ingresos. Todas estas situaciones dan lugar a un aumento de su poder adquisitivo y por tanto a la facilidad para viajar (Oates et al., 1996; Reece, 2004; Metz y Underwood, 2005;).

Una vez apartados del mercado laboral y con la disminución de obligaciones familiares como las propias de la emancipación de los hijos ("nido vacío"), aumenta el tiempo libre para el ocio, y aquellos que deciden ocuparlo de forma activa, ven el turismo como la mejor forma (Patterson, 2006).

Por último, señalar un aspecto muy importante a la hora de viajar, la salud (Fleischer y Pizam, 2002). Aunque afortunadamente las condiciones físicas de las personas mayores han mejorado bastante respecto hace unos años, las enfermedades y limitaciones en la movilidad empiezan a aparecer con los años, por ello es imprescindible un destino senior contar con una sanidad accesible y con una atención médica que ofrezca seguridad y tranquilidad en el caso de que exista algún problema.

2. EL TURÍSTICO SENIOR COMO SECTOR EMERGENTE

El sector turístico está considerado como “el primer sector económico de España tanto por su volumen de negocio como por el número de trabajadores” (Villa y López, 2011), con un total de 150.160 millones de euros anuales de ingresos, la industria turística representó en 2019 un 12,2% del PIB nacional, proporción muy similar a la obtenida en el año anterior del 12,3% (Exceltur, 2020).

Si hablamos de Europa, este sector contribuyó en 2019 al producto interior bruto (PIB) de la Unión más del 10% y dio trabajo a más de 27 millones de personas, el 12 % de su mercado laboral, según datos del Parlamento Europeo. De hecho, según la Organización Mundial de Turismo, uno de cada dos turistas internacionales en 2019 visitó Europa (El País, 2020, mayo, 16).

Si se analiza el sector turístico basándose en la encuesta anual del gasto turístico de 2019, se aprecia que cada turista gasta al año una media de 1101 €, la estancia media de los viajes realizados supera los 7 días, en los que cada uno de ellos gastan unos 155 € (ver tabla 1).

Tabla 1. Encuesta anual de gasto turístico (2019)

	2019
Gasto medio por persona	1.101 €
Gasto medio diario por persona	155 €
Duración media de los viajes	7,11 días

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (2019)

Si se analiza la edad de los turistas en 2019, se puede ver que aquellos mayores de 45 años superan el 37% del total de turistas que visitan el país, ya sean nacionales o internacionales (ver tabla 2). Es por eso que representan una importante parte del mercado y oportunidad de negocio.

Tabla 2. Personas viajeras por edad

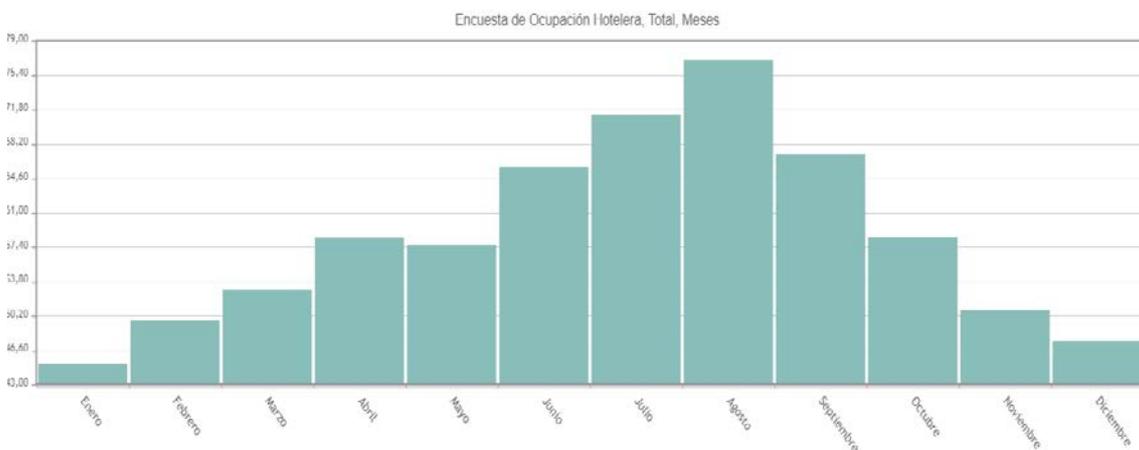
	2019	
	Español	Extranjero
De 45 a 54 años	11,86%	1,8%
De 55 a 64 años	9,54%	1,29%
65 y más años	11,83%	0,69%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (2019)

Aunque anteriormente quizás no se le haya dado la importancia que merece, los últimos años, el turismo sénior, se ha venido utilizando como una herramienta de desestacionalización que permite a los hosteleros mantener abiertos sus establecimientos en temporada baja y, por consiguiente, disminuir la precariedad laboral y profesionalizar al personal (Schröder y Widmann,2007; Wu ,2003).

Como se puede observar en la figura 1, en el mes de abril las pernoctaciones en el sector hotelero en España de 2019 comienzan a ascender hasta llegar a su máximo en agosto, a partir de ese momento descienden de manera gradual hasta octubre, a partir de aquí se observa que los valores tienden a ser mínimos.

Figura 1: Pernoctaciones en el sector hotelero en España en 2019



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2019)

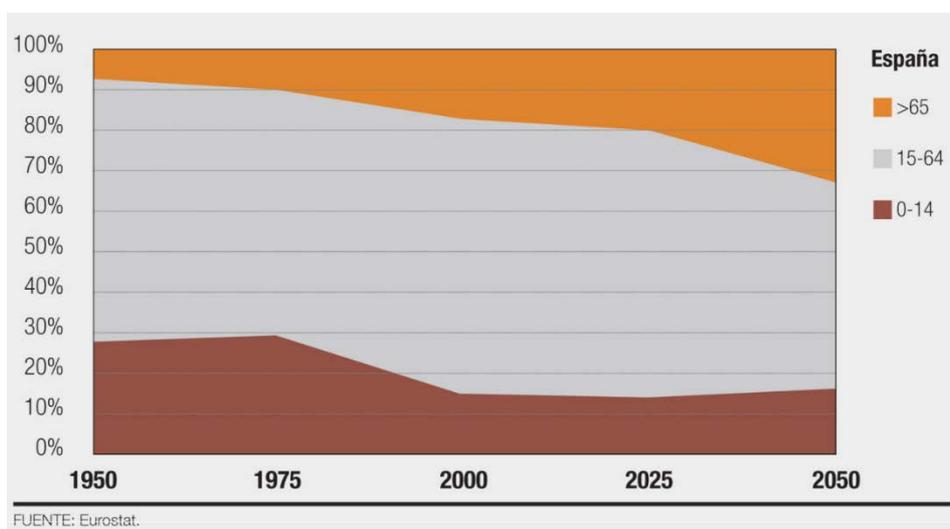
Es por ello que el turismo senior pueda servir como una buena herramienta para compensar la estacionalidad, debido principalmente al aumento del envejecimiento de la población y la mejora del estado de salud de las personas más mayores, tal y como se señalaba anteriormente.

Este segmento de la población, el senior, es un segmento en crecimiento, ya que tal y como señalan González y San Miguel (2001), el descenso de la natalidad y el aumento de la esperanza de vida, a pesar de ser fenómenos relativamente independientes tienen el mismo efecto: envejecer a la población. Efecto que se está produciendo en toda Europa y en mayor medida en España.

Asimismo, el aumento de este segmento se debe, independiente de la mejora de la condición física y mental a los cambios sociales que se han producido en la forma de vida de la población mayor. El cambio de comportamientos, actitudes, hábitos, intereses, gustos y de su visión de la vida en general, respecto de generaciones anteriores, se debe a que poseen un nivel cultural mayor, que han podido viajar anteriormente y que lo seguirán haciendo (Bashar, A. y Ahmad, S., 2010), que son cada vez “más activos, con una actitud más juvenil, por lo que están más dispuestos a viajar” (González y San Miguel).

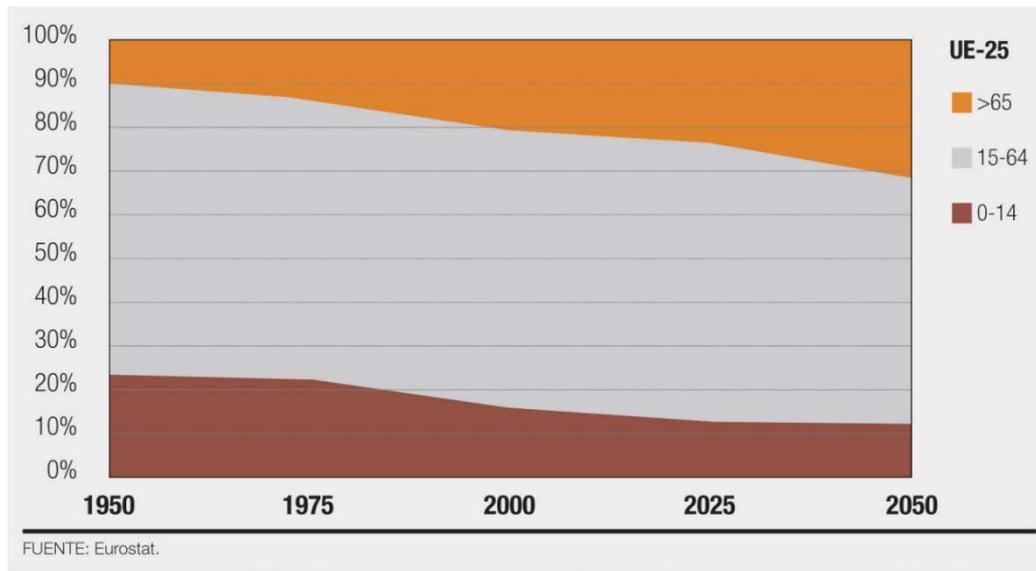
Para comprobar que efectivamente la población envejece de forma progresiva se pueden ver las dos siguientes figuras de la evolución del crecimiento de la población mayor, tanto en España como en Europa, en una previsión hasta 2050 (Fernández et al., 2010).

Figura 2. Crecimiento de la población mayor en España (1950-2050)



Fuente: Eurostat

Figura 3. Crecimiento de la población mayor en Europa (1950-2050)



Fuente: Eurostat

En la figura 2 se puede observar cómo en torno al 1950, la población mayor representaba tan solo un 8 % de la población española, pero fue ascendiendo hasta llegar a la actualidad donde aproximadamente contamos con un 20 % y se prevé que en 2050 casi un tercio del total este compuesto por personas mayores de 65 años.

Si esta previsión se hace en Europa, tal y como se muestra en la figura 3, se encuentra cierta similitud con España, cumpliendo la misma previsión y confirmando de esta manera que no solo aumentará el número de personas mayores en España, toda Europa se verá afectada de este proceso.

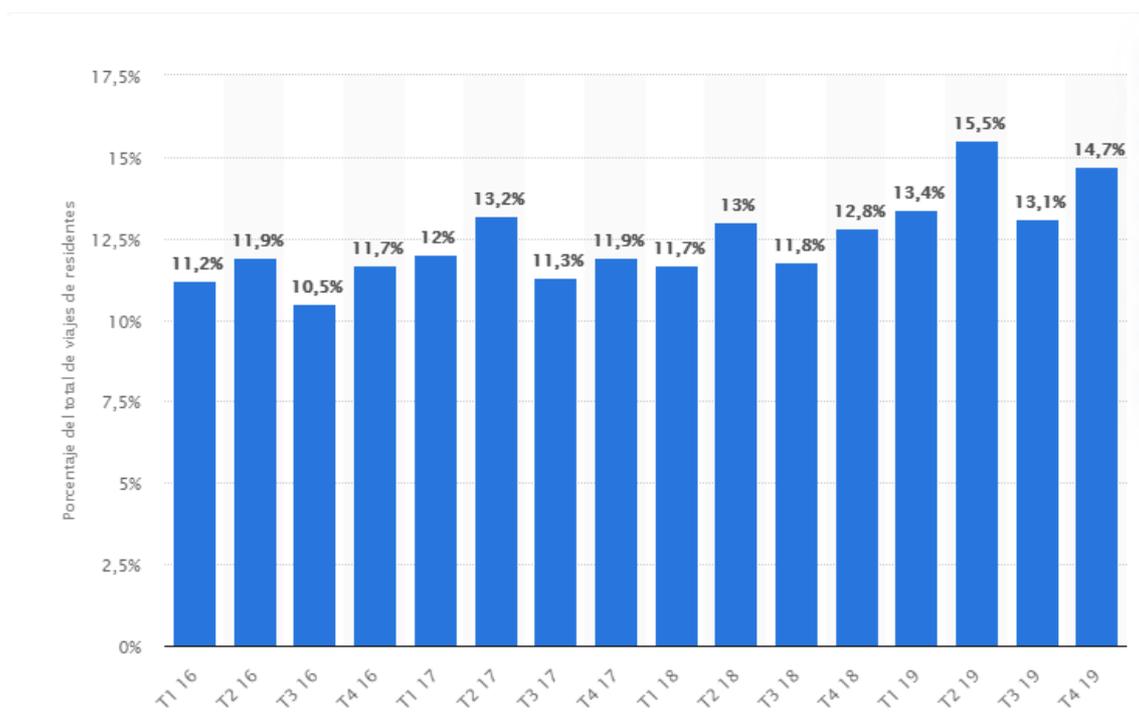
Se espera que para 2050 la edad mediana de la población a nivel mundial sea de 36 años, sin embargo, la europea será de unos 49 años, siendo España el país con más índice de envejecimiento donde para entonces 1 de cada dos personas tendrá al menos 55 años (OMT, 2002).

Este cambio demográfico provocará que el turismo senior adquiera la importancia de uno de los mercados en mayor crecimiento de la industria turística y llegando a ser el “motor del crecimiento en turismo” (Schröder y Widman, 2007). Diversos autores señalan a la generación del Baby Boom (lo nacidos entre el año 1946 y 1964) como la

causante de esta revolución turística (Ryan, 1995; Cooper et al., 2007; Glover y Prideaux, 2009).

Durante todo el 2019, la proporción de personas residentes en España con una edad igual o superior a los 65 años que viajaron fue mayor del 14% respecto al total de viajeros (ver figura 4). Como se aprecia ese pensó respecto al total de viajeros muestra una tendencia creciente, en parte debido al envejeciente de la población.

Figura 4. Porcentaje de los viajes de residentes de 65 años o más en España sobre el total del primer trimestre de 2016 al cuarto trimestre de 2019



Fuente: Statista (2020)

El gobierno español a través del Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO) desarrolla un programa de turismo como complemento a las prestaciones de la Seguridad Social, en el que se ofrecen a las personas mayores estancias en distintas localidades del país.

El programa de turismo del IMSERSO tiene un gran peso en nuestro país, ya que crea unos 90.000 puestos de trabajo, repartidos entre los más de 400 establecimientos hoteleros que se acogen él, y favorece más de 8 millones de pernoctaciones cada temporada.

Este programa está destinado a jubilados y su acompañante. Los precios varían dependiendo de varios factores como:

- El destino: zona costera peninsular, zona costera insular o turismo de interior.
- La duración del viaje: Estancia 8, 10 o 15 días.
- El tipo de transporte: Con o sin él.
- El tipo de alojamiento: Doble o individual.

En la tabla 3 se puede ver la estimación de precios según destinos, días de estancia y tipo de alojamiento.

Tabla 3. Previsión de precios IMSERSO (2019/2020)

PREVISIÓN DE PRECIOS PARA LA TEMPORADA 2019/2020					
Destinos		Precios	Destinos		Precios
Zona Costera Peninsular: Andalucía, Cataluña, Murcia y C. Valenciana con transporte	Estancias 15 días (14 noches)	380,79 €	Turismo Interior	Circuitos 6 días (5 noches)	269,41 €
	Estancias 10 días (9 noches)	266,68 €		T. naturaleza 5 días (4 noches)	264,14 €
	Estancias 8 días (7 noches)	211,15 €		Capitales de provincia 4 días (3 noches)	114,53 €
		Ceuta o Melilla 5 días (4 noches)		263,78 €	
Zona Costera Peninsular: Andalucía, Cataluña, Murcia y C. Valenciana sin transporte	Estancias 15 días (14 noches)	324,89 €	Zona Costera Insular: Canarias con transporte	Estancias 15 días (14 noches)	574,75 €
	Estancias 10 días (9 noches)	233,29 €		Estancias 10 días (9 noches)	403,11 €
	Estancias 8 días (7 noches)	193,42 €		Estancias 8 días (7 noches)	326,88 €
		Viajes combinados 15 días (14 noches)		609,84 €	
Zona Costera Insular: Illes Balears con transporte	Estancias 15 días (14 noches)	413,22 €	Zona Costera Insular: Canarias sin transporte	Estancias 10 días (9 noches)	233,53 €
	Estancias 10 días (9 noches)	305,89 €		Estancias 8 días (7 noches)	193,24 €
	Estancias 8 días (7 noches)	246,24 €			
	Viajes combinados 15 días (14 noches)	453,75 €			
Zona Costera Insular: Illes Balears sin transporte	Estancias 10 días (9 noches)	233,66 €			
	Estancias 8 días (7 noches)	193,36 €			
<p>Estos precios podrán minorarse para las personas que tengan recursos económicos iguales o inferiores al importe de las pensiones no contributivas de jubilación e invalidez (PNC) de la Seguridad Social. Los precios incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alojamiento: habitación doble a compartir. Si la persona beneficiaria desea un uso individual, se incluirá el siguiente suplemento por noche: <ul style="list-style-type: none"> - 16 € Illes Balears y zona costera peninsular. - 18 € Canarias. - 20 € Turismo interior. - Pensión completa, excepto en viajes a capitales de provincia cuyo régimen es de media pensión. - Transporte, salvo en las modalidades en las que no está incluido expresamente y en viajes a capitales de provincia. - Turnos de Navidad y fin de año: incluye un suplemento de 20 € por persona por cada comida o cena de gala (cenas de gala: 24 y 31 de diciembre. Comidas de gala: 25 diciembre y 1 de enero). 					

Fuente: Instituto de Mayores y Servicios Sociales

Sin embargo, este nivel de precios es muy criticado muchos hoteles, quienes lo consideran inasumibles, ya que ellos solo cobran 20 euros más IVA por persona y noche dentro del programa INMSERSO. A cambio tendrá que dar alojamiento, alimentación y entretenimiento al huésped durante 24 horas. Comida de calidad, juegos de mesa y pasodobles en el tradicional baile nocturno, así lo marca el convenio. Pero la mayoría lo sigue haciendo porque el programa permite dar empleo a los hoteles en invierno (Braunat, 2018).

El IMSERSO ofertó en 2019 en torno a 900.000 plazas que pudieron ser solicitadas por “aquellas personas que cumplieran distintos requisitos:

- Ser pensionista de jubilación del Sistema Público Español de Pensiones.
- Ser pensionista de viudedad y tener 55 años cumplidos.
- Ser pensionista por otros conceptos o perceptor de prestaciones o subsidios por desempleo, en todo caso con 60 años cumplidos.
- Ser titular o beneficiario del Sistema de la Seguridad Social con 65 años cumplidos”.

Además, “podrán participar como acompañantes del titular, su cónyuge o la pareja de hecho, aunque no cumpla la edad o no reciba ninguna pensión y los hijos que tengan un grado de discapacidad igual o superior al 45%, si su discapacidad le permite viajar y compartir habitación con el solicitante” (IMSERSO, 2019).

Los beneficiarios del plan pueden ser “residentes en España o españoles residentes en Alemania, Andorra, Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Holanda, Italia, Luxemburgo, Noruega. Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza”.

Los servicios incluidos en el programa son:

- “Transporte. En caso de optar por la modalidad con transporte incluido, se programará una salida desde la capital de la provincia en la que se resida hasta el hotel. En el caso de los viajes a capitales de provincia no existirá la modalidad con transporte. Para viajes de más de 500 kilómetros se utilizará avión o tren, mientras el resto se realizará habitualmente en autobús.

- Alojamiento en hoteles de 3 y 4 estrellas, en habitaciones dobles para compartir. Si se quiere una habitación individual se podrá solicitar abonando un suplemento siempre que existan habitaciones disponibles.
- Una póliza de seguro para todos los que realicen el viaje.
- Servicio médico del hotel, complementario con la Seguridad Social. Salvo en los viajes de naturaleza, culturales y a ciudades.
- Un programa de animación. Salvo en los viajes de naturaleza, culturales y a ciudades”.

Los destinos ofrecidos están distribuidos en tres bloques:

- “Turismo de Costa Peninsular. Este grupo comprende los viajes a la playa de levante. Las zonas se encuentran repartidas en Andalucía, Cataluña, la Comunidad Valenciana y la Región de Murcia.
- Turismo de Costa Insular. Comprende los viajes a las Islas Canarias y a las Islas Baleares.
- Turismo de Interior. Los viajes de interior son más activos. Los destinos son las capitales de provincia, Ceuta, Melilla o lugares naturales”.

Además del IMSERSO, existen ofertas alternativas o complementarias, como los programas de vacaciones para mayores que apoyan y promocionan diversas Comunidades Autónomas, como el Club de los 60 de Castilla y León, o los circuitos culturales de Madrid que gestionan VECl, Halcón, B the travel brand, Nautalia, IAG7, Cemo y Viajes Cibeles. En este caso, si bien no hay subvención, sí existe el requisito de tarifas máximas limitadas. Por otro lado, cada vez abundan más ofertas y programaciones específicas para el segmento senior entre agencias y turoperadores tales como Viajes El Corte Inglés del turoperador Club de Vacaciones, y Mapa Tours de la marca Mapa Senior (De la Rosa, 2019).

Por último, señalar, que de la misma forma que el Gobierno español ofrece la posibilidad al turista sénior español de viajar de forma más asequible por su país, también impulsa un programa de viajes por España dirigido a mayores de 55 residentes en Europa.

El programa se llama Europe Senior Tourism, y solo seis empresas turísticas están autorizadas para la venta de paquetes: Delfin Travel, Serhs Tourism, Euroseniors, Turismo Vivencial, Travel Factory y Sureste Incoming.

Estos operadores turísticos trabajarán en 24 países de la Unión Europea e incluyen el viaje de ida y vuelta, traslados aeropuerto-hotel-aeropuerto, estancias en hoteles de 3 y 4 estrellas, media pensión, guía turístico en su idioma y seguro de viaje.

Este amplio abanico de alternativas a las que los mayores se enfrenta a la hora de elegir un programa de viaje, es una muestra de la adaptación que está sufriendo el sector turístico para amoldarse a los cambios socioeconómicos y demográficos que se están sucediendo (González et al., 2010).

2.1. EL TURISMO SENIOR EN LA REGIÓN DE MURCIA

Según el Balance turístico de la Región de Murcia 2018 (2019), “siguiendo la tónica general en España, el crecimiento de la afluencia de turistas se ha ido desacelerando, si bien las tasas interanuales en la Región de Murcia se mantienen en positivo y superan los registros nacionales”.

En 2019, el número de viajeros en la Región de Murcia alcanzó una cifra de 1.692.315 y una tasa interanual de crecimiento del 4,1% (+3% en España) y PIB turístico regional del 12,5% (11,8% en 2018). El mayor responsable de la llegada de más viajeros fue el turismo nacional, que crece un 5,1% (+3,2% en España), mientras que el turismo extranjero también registra un aumento, en este caso del 1,1% (+2,9% en España).

En cuanto a las pernoctaciones, estas sumaron 5.414.647, lo que supuso un 1,1% menos que en 2018 (+0,6% en España). Aumentaron los días de estancia de los turistas residentes en España en relación a 2018, un 0,9% (+2,4% en España), mientras que disminuyeron los de los turistas extranjeros un 4,6% (-0,5% en España).

Cabe destacar los resultados de los alojamientos hoteleros, para los que el número de turistas alcanzó, en el cómputo global del año 2019, un récord de viajeros (1.368.743), lo que supone un incremento del 4% (+3,1% en España) respecto a 2018. Con esta tasa,

la Murcia fue la tercera comunidad autónoma donde más ascendió la demanda hotelera.

El turismo extranjero encaja los primeros efectos del brexit y del resto de condicionantes externos adversos. Como contrapunto, los indicadores del gasto extranjero que revierte en la Región de Murcia experimentan un crecimiento de mayor intensidad. En 2019 y pese a prosperar un 1,1% en los alojamientos regionales reglados, el desempeño de la demanda internacional aprecia una caída del 6,9% en el conjunto de alojamientos (reglados y privados) según la encuesta Frontur del INE, debido a una menor afluencia de viajeros a segundas residencias. Así, en 2019 viajaron hasta la Región de Murcia 1.055.610 turistas extranjeros, que realizaron un gasto total de 1.144 millones de euros. La duración media de su estancia en su visita a la Región se sitúa en 11,9 días, muy superior a la media nacional, 7,2 días, hasta el punto de que Murcia es la comunidad con una duración de la estancia más prolongada.

Sin embargo, el 2019 no resultó tan favorable como el 2018, si hablamos de zona de la Manga y el Mar Menor. La Manga del Mar Menor experimentó un descenso de más del 59% de las pernoctaciones. Los datos globales de La Manga y el resto del Mar Menor manifiestan una bajada de casi el 12% de visitantes y del 23% de pernoctaciones (Tabla 4), aspecto que sin duda está relacionado con el turismo senior, ya que octubre es un mes dedicado casi exclusivamente a este sector.

Tabla 4. Viajeros y pernoctaciones según destinos en la Región de Murcia

Estadísticas Octubre de 2018 y Octubre de 2019

	Viajeros								
	Total			Residentes en España			No residentes en España		
	oct-18	oct-19	% Dif	oct-18	oct-19	% Dif	oct-18	oct-19	% Dif
La Manga	15.006	12.696	-18,19%	10.909	9.478	-15,10%	4.097	3.218	-27,32%
Resto Mar Menor	19.020	17.763	-7,08%	12.033	11.948	-0,71%	6.987	5.815	-20,15%
Total La Manga + Resto Mar Menor	34.026	30.459	-11,71%	22.942	21.426	-7,08%	11.084	9.033	-22,71%

	Pernoctaciones								
	Total			Residentes en España			No residentes en España		
	oct-18	oct-19	% Dif	oct-18	oct-19	% Dif	oct-18	oct-19	% Dif
La Manga	67.879	42.646	-59,17%	47.486	25.869	-83,56%	20.393	16.777	-21,55%
Resto Mar Menor	55.161	57.187	3,54%	31.104	32.443	4,13%	24.056	24.744	2,78%
Total La Manga + Resto Mar Menor	123.040	99.833	-23,25%	78.590	58.312	-34,78%	44.449	41.521	-7,05%

Fuente: INE (2019)

El principal motivo al que se le puede atribuir es el empeoramiento de la laguna del Mar Menor que pasa por una crisis ecológica más graves de España. Las lluvias torrenciales que han asolado la región en los últimos años han puesto de manifiesto la desastrosa situación de la laguna que lleva años siendo desagüe de vertidos contaminantes que han acabado con su flora y su fauna.

No obstante, el sector turístico en la Región de Murcia presenta distintas debilidades tradicionales que lo han colocan en desventaja en relación a otros destinos competidores. Tal es el caso del número de camas hoteleras, las cuales apenas representan el 32% de la oferta reglada regional y se caracterizan por su madurez y obsolescencia. Para paliar esta situación el Instituto de Turismo de la Región de Murcia está llevando a cabo medidas para “la revitalización de los núcleos vacacionales a través del reposicionamiento de la oferta, su modernización y ampliación”, lo que supuso la apertura de 20 nuevos establecimientos hoteleros entre 2017 y 2019 con 2.945 nuevas plazas.

Aun así, muchos de los turistas internacionales han decidido elegir como su destino de vacaciones viajar a países como Túnez y Turquía, mientras que los nacionales se decantan por comunidades como las de Almería, Alicante y Canarias.

Otra línea de actuación esencial para potenciar el turismo en la Región de Murcia es la mejora de las infraestructuras de comunicación y vías de conectividad con el fin de atraer flujos turísticos, sobre todo internacionales, e inversiones.

Se esperaba un cambio favorable a raíz de la apertura del nuevo aeropuerto de Corvera, sin embargo, esto no ha sido así, en parte por la inexistente conexión de autobuses entre por ejemplo La Manga del Mar Menor y Corvera.

Asimismo, se está trabajando en el desequilibrio entre la oferta turística reglada y la privada (mediante la inspección, se está logrando el descubrimiento de la “oferta ilegal”; 11.000 plazas turísticas en los dos últimos años).

Otro reto para el sector turístico en la Región de Murcia de acuerdo con su plan estratégico es la desestacionalización y la diversificación del producto turístico que complementa la oferta tradicional de sol y playa. Para ello, se ha emprendido una nueva política de promoción, cambiando “la orientación en la oferta de sol y playa y poniendo en valor de productos innovadores (turismo deportivo, escapadas culturales, enogastronómico, turismo senior...) que han conseguido atraer a nuevos turistas y fidelizarlos,

especialmente en temporada media y baja, contribuyendo asimismo a mejorar la percepción del destino”.

Y es que la opinión del turista es fundamental, por ello, el Plan Estratégico de Turismo establece pautas para el embellecimiento del destino y recoge actuaciones para cuidar y potenciar algunos “aspectos intangibles como pueden ser la belleza de los espacios turísticos, su valor ambiental, el respeto a la naturaleza, ya estas percepciones del turista pueden influir en la imagen de marca del destino”. De igual forma, “el desarrollo de un turismo de calidad no puede tenderse sin la prestación de servicios a niveles que satisfagan plenamente las expectativas de los clientes”. Por ello, desde el Centro de Cualificación Turística se viene trabajando en “la mejora de la formación y la cualificación de los profesionales del turismo” (Balance turístico de la Región de Murcia 2018, 2019).

Una vez presentados los principales indicadores y retos del turismo de la Región de Murcia, nos centraremos ahora en analizar su turismo senior y como este se ha consolidado como factor clave para romper la estacionalidad en la Región

La Región de Murcia cuenta con más de la mitad de su planta hotelera emplazada en la costa, es por esto que su actividad se ve muy reducida durante seis meses al año y el principal segmento de mercado que tiene la Región de Murcia para hacer que aumente durante dichos meses es el senior.

Dentro de su portal de promoción turística, Costa Cálida Región de Murcia /Murcia turística, dispone de una sección específica para el turismo Senior (https://www.murcia-turistica.es/es/turismo_senior/)

La red de alojamiento dedicada especialmente al turismo senior en la Región, está compuesta por 3 hoteles en La Manga del Mar Menor (Roc Doblemar, Izan Cavanna y Entremares), el hotel Puerto Montiel en Águilas y dentro del turismo interior el hotel Pacoche de Murcia.

El principal motor del turismo senior en la Comunidad Autónoma de Murcia es el programa de viajes ofertado por el IMSERSO; no obstante, la propia región ha establecido programas complementarios especializados en turismo de salud a través de convenios con agencias de viajes y los establecimientos especializados donde se ofrezcan paquetes vacacionales para mayores de 60 años, jubilados y prejubilados a precios reducidos para después del verano (Hosteltur, 2013). Los turoperadores destinados al turismo senior

en la Región de Murcia establecen como base para hospedar a sus clientes la costa, a partir de ahí están organizadas distintas excursiones para visitar ciudades y pueblos cercanos.

La Región utiliza como principal reclamo un destino donde luce el sol más de 300 días al año y con una temperatura media anual de 19º, ideal para descansar, tanto en invierno como en verano.

La Manga del Mar Menor como principal reclamo para el turismo senior se promociona como una costa con playas de arena fina, dorada y aguas cristalinas, considerada uno de los lugares turísticos más importantes del sur de la Península, donde poder visitar lugares como el faro de Cabo de Palos y alrededores, las salinas y arenales de San Pedro del Pinatar o el mirador de Monte Blanco.

Las visitas que se ofertan son a destinos como: Cartagena, Murcia, Lorca, Caravaca, Calasparra, Mazarrón, Bolnuevo, Totana y Torrevieja.

Entre algunos de los eventos de interés que se ofrecen son las numerosas fiestas patronales de los municipios de la zona, eventos culturales, el festival de Jazz y de Cine de Cartagena, el festival del Cante de las Minas en la Unión, la Semana Santa y otras como Cartagineses y Romanos, el entierro de la sardina o el Bando de la Huerta, declarados como de interés turístico internacional.

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) consiguió que el destino Costa Cálida fuera homologado como destino sénior dentro del “Programa de Turismo Senior Europa 2015/2016”. Entre 2017 y 2019, el ITREM realizó más de una centena de acciones para promocionar el turismo senior. Entre todas ellas destacan las 15 acciones específicas internacionales en países Bulgaria, Dinamarca, Francia, Polonia, Portugal, Reino Unido y República Checa.

Además, se asistió a 4 ferias internacionales específicas de segmento senior en Suecia, Bulgaria y Holanda (en 2017) y a la Holiday World en Praga (2018). Se han renovado 7 acuerdos de co-marketing con operadores internacionales en Reino Unido, República Checa y Bulgaria para concentrar el turismo senior en las zonas de Águilas y San Pedro del Pinatar y, sobre todo, La Manga del Mar Menor.

A nivel nacional, se llegó a un acuerdo de co-marketing nacional con un operador especializado en turismo senior, manteniendo la cooperación con el IMSERSO (Instituto de Mayores y Servicios Sociales) a través de MundoSenior.

Además, realizó más de 50 acciones de publicidad offline (prensa escrita y radio) y una veintena de acciones de publicidad online (ej. microsite, banners o redes sociales, entre otras).

Según el último informe disponible en materia de Turismo en la Región de Murcia, el Balance Turístico de la Región de Murcia 2018 /2019, como resultado de dichas actividades de promoción, en 2018 la Región recibió un total de 6.397 turistas internacionales seniors procedentes de la Republica Checa, Dinamarca, Reino Unido y Bulgaria que han generado 44.779 pernoctaciones extra en el Mar Menor, La Manga y Águilas. Procedentes del mercado nacional 23.998 turistas senior llegaron a través de IMSERSO y de un operador especializado, llegando a un total de 167.986 pernoctaciones.

Aunque las cifras no son malas, no sé llegó al objetivo esperado, que era la llegada de 26.000 turista nacionales y 7.570 internacionales. Los programas realizados en 2019 pretendían aumentar esa demanda aportando 20.063 turistas seniors extranjeros y 158.300 pernoctaciones.

3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE DEL TURISTA SENIOR

De acuerdo con estudios previos realizados (Bai et al., 1999, Bai et al., 2001), los viajes realizados por el turista senior tienen, en su mayoría, ciertos puntos en común como el tipo de alojamiento, el paquete contratado, la planificación del viaje y su duración, las fuentes de información, el gasto medio, el medio de transporte o las actividades que realizan. A continuación, se pasan a describir.

Los tipos de alojamiento más utilizados por los turistas seniors serían las casas de amigos y familiares, hoteles y moteles (Huh, 2006). Destacar así mismo, que los turistas senior viajan acompañados principalmente del cónyuge, seguido de familiares o amistades, pero también viajan solos (Batra, 2009).

La mayoría prefiere viajar con un paquete turístico preferiblemente “todo incluido”, ya que resulta más fácil viajar, pero también lo hacen por cuenta propia (Patterson, 2006).

En relación con la preparación del viaje, los seniors de mayor edad lo planifican con más tiempo que los seniors más jóvenes (Huh, 2006). Las estancias de media son más prolongadas que las del resto de la población (Batra, 2009). Estableciendo dicha media con una duración que oscila entre las tres y las nueve noches (Bai et al., 1999).

Respecto a las fuentes de información más utilizadas, la importancia de las mismas varía según el estudio consultado. Así para Patterson (2000), tanto el boca-oreja como la experiencia personal son prioritarios. Por el contrario, (Phillips y Sternthal, 1970) colocan a los medios de comunicación de masas como la fuente más utilizada (Patterson, 2006), mientras que amigos y familiares son la principal fuente para Capella y Greco (1987) y McGuire et al. (1988), seguido de los medios impresos (Capella y Greco 1987) y de las agentes de viajes (McGuire et al., 1988).

El medio de transporte más utilizado es el vehículo privado, seguido del tren y el avión (Javalgi et al., 1992; Prideaux et al., 2001). También tiene mucha importancia el autobús (Baloglu y Shoemaker, 2001).

En cuanto al gasto turístico, éste es difícil de averiguar debido a la variedad de agentes implicados en la actividad (Cooper et al., 2007). En 2015 Eurostat estimó que el gasto del turista senior español rondaba los 29,7 euros al día, netamente inferior al efectuado por la media de la Unión Europea, que ascendía a 52,6 euros diarios.

Las actividades más realizadas por los turistas senior son pasear, hacer visitas guiadas, visitar lugares de interés histórico, jugar al tenis o al golf, ir a casinos, visitar parques naturales y museos, entre otros (Bai et al., 1999; Bai et al., 2001).

Este segmento de mercado suele ser muy exigente con los servicios, pero si al finalizar su estancia ésta ha sido satisfactoria, su intención es la de volver. Sin embargo, tal y como indica el Plan estratégico de turismo de la Región de Murcia (2015-2019), el grado de fidelidad del turista es bajo, al estar condicionada la repetición del viaje a los requisitos de admisión en programas vacacionales subvencionados (ej. Programas del IMSERSO).

4. MOTIVACIONES DEL TURISTA SENIOR

Se entiende por motivaciones, las razones por las cuales el turista senior tomaría la determinación de viajar o no, incluyendo las causas, necesidades, preferencias y deseos de estos (Chen, 2009).

Según Fleischer y Pizan (2002), los turistas mayores viajan por multitud de razones; especialmente para descansar y relajarse, conocer nuevos lugares y experiencias, pero como es lógico no todos tienen las mismas preferencias y motivaciones, serán distintas dependiendo el género, edad, características demográficas, estado de salud, contexto sociocultural, nivel educativo o laboral.

Las principales investigaciones sobre la motivación del turista senior destacan los siguientes motivos:

- Aprovechar mientras se goce buena salud para viajar (Hornemanet al., 2002).
- Pasar tiempo con amigos y familiares (Hornemanet al., 2002; Hossain et al., 2003; Huang y Tsai, 2003; Chen, 2009).
- Visitar lugares que siempre se han querido visitar (Hornemanet al., 2002; Acevedo, 2003; Hossain et al., 2003; Lee y Tisdessweell, 2005).
- Romper con la rutina y aprovechar el tiempo libre (Hornemanet al., 2002; Acevedo, 2003).
- Experimentar cosas nuevas y visitar nuevos lugares, (Acevedo, 2003; Lee y Tisdessweell, 2005; Chen, 2009)
- Descansar y relajarse y ocupar el tiempo libre (Lee y Tisdessweell, 2005; Acevedo, 2003; Huang y Tsai, 2003).
- Conocer y relacionarse con otras personas (Acevedo, 2003; Huang y Tsai, 2003).
- Visitar a familiares e ir de vacaciones (Hossain et al., 2003).
- Disfrutar de atracciones naturales, experimentar cosas nuevas y visitar nuevos lugares, descansar y relajarse y ocupar el tiempo libre (Lee y Tisdessweell, 2005).
- Descansar y relajarse, conocer gente y estar con la familia (Huang y Tsai, 2003).
- Ver cosas que normalmente no se ven en la vida diaria y estar con familiares y amigos (Chen, 2009).

5. TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El trabajo de investigación que aquí se presenta está dividido en dos partes. En una primera etapa, se realizó un estudio transversal inicial para identificar el perfil de los turistas nacionales e internacionales. Este estudio estuvo motivado por la falta de informes o estadísticas propias de la Región de Murcia.

En una segunda etapa, se quiso profundizar más en las características del turista senior y se realizó un estudio empírico con el que se pretendía analizar las percepciones y motivaciones del turista senior que visita la Región de Murcia, y en concreto La Manga del Mar Menor.

A continuación, se desarrolla el contenido de ambos estudios.

5.1. ESTUDIO TRANSVERSAL

Con el fin de identificar el perfil del turista senior que visita la Región de Murcia en la temporada baja (temporada asociada a este segmento), se analizaron las características de los huéspedes de uno de los principales Hoteles de La Manga del Mar Menor, el Hotel Cavanna. Este Hotel está especializado en este tipo de clientela, por lo que el análisis de su cartera de clientes nos permite extrapolar los resultados al resto de la Región. El total de los turistas que formaron parte de este estudio fueron un total de 4069, de los cuales 2083 nacionales y 1986 extranjeros hospedados durante los meses de temporada baja de 2018, fruto de los acuerdos firmados con operadores nacionales e internacionales.

Gracias a este estudio se han podido analizar información personal del turista, lugar de procedencia y días de estancia entre otros datos.

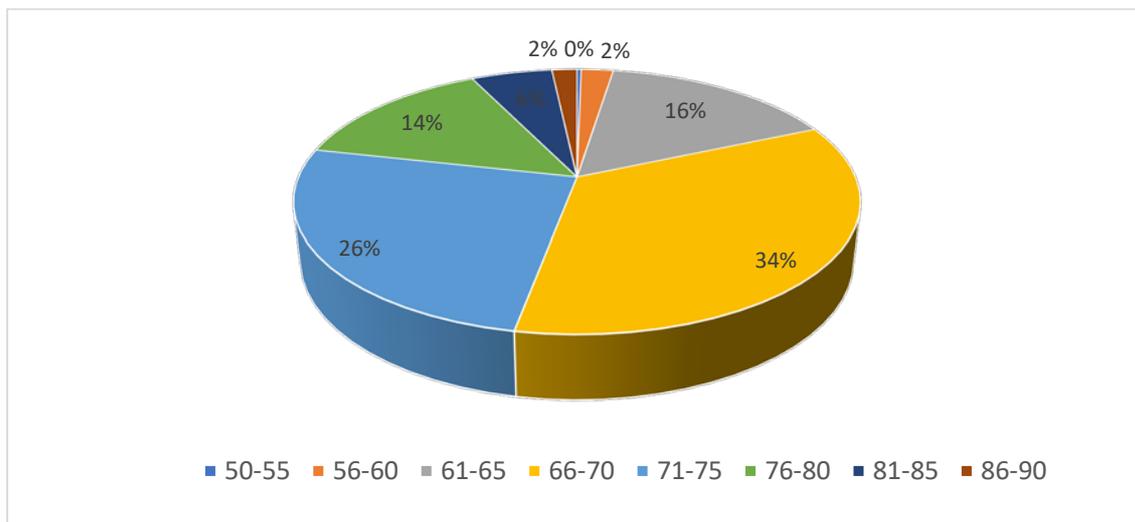
El estudio transversal se realizó desde el 29 de agosto de 2018 hasta el 10 de noviembre del mismo año (temporada destinada al turismo de esta edad) a través de las fichas de hospedaje de los turistas. Los encuestados procedían de los Turoperadores IMSERSO (España), DELFIN (República Checa), PROFITOUR y BOHEMIA (Bulgaria) de acuerdo con los convenios firmados por la Administración regional a través del Instituto de Turismo de la Región de Murcia.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos distinguiendo entre turistas nacionales e internacionales.

CARACTERÍSTICAS DE LOS TURISTAS SENIOR NACIONALES

El rango de edad predominante de los turistas de IMSERSO que visitaron el Hotel Cavanaugh de La Manga del Mar Menor era de entre 66 a los 70 años con un porcentaje de 34 %, seguido de los que tienen entre 71 a 75 años con un 26 % (ver figura 5). Si sacamos la media del total de los visitantes, obtenemos una edad media de 69,91 años.

Figura 5. Edad de los turistas seniors nacionales

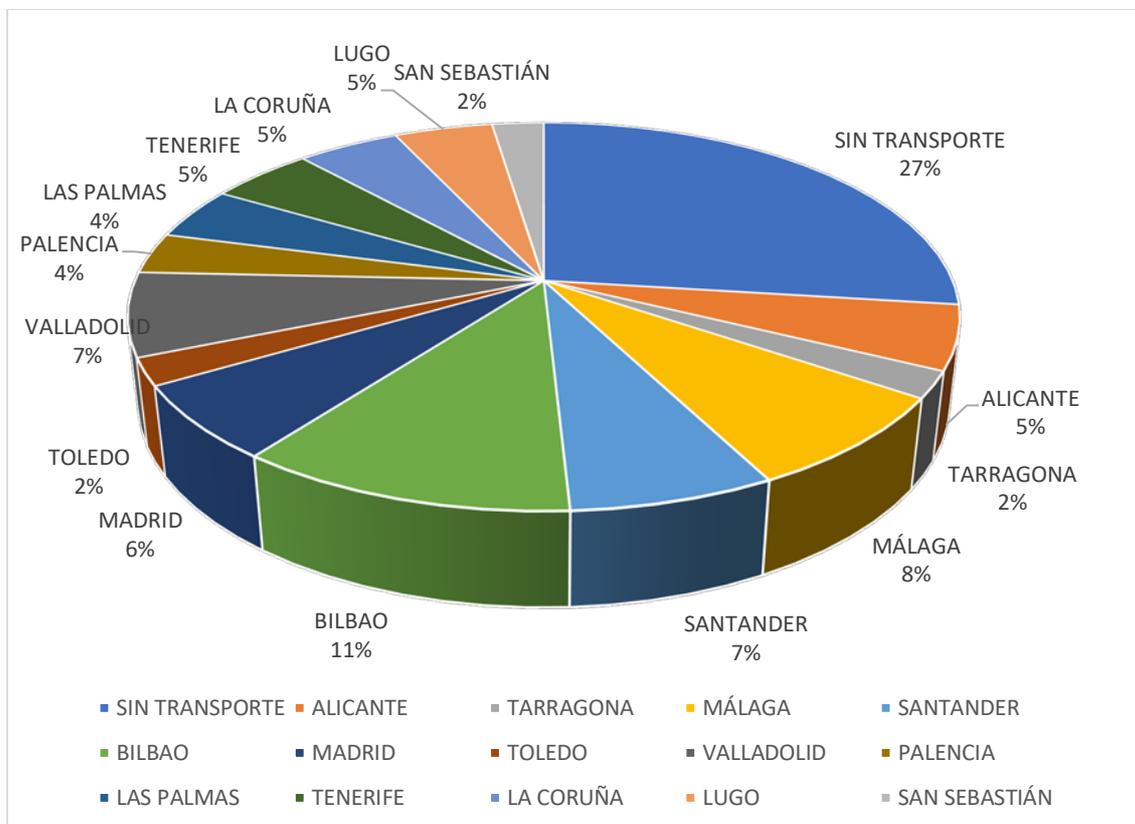


Fuente: Elaboración propia

En cuanto al sexo, el 54% de los turistas seniors de IMSERSO fueron mujeres y el 46% hombres. El 91% prefirieron visitar La Manga del Mar Menor acompañados de su pareja, el resto compartió habitación con familiares o amigos (5%) o bien vino solo (4%). De los que viajaron solos (69 clientes), el 51% eran mujeres.

En lo referente a la procedencia (ver Figura 6), ésta era muy variada, abarcando la totalidad del territorio nacional. Destacan los turistas procedentes de Bilbao (11%), seguido de los de Málaga con un 8%, Valladolid o Santander con un 7%. Se desconoce la procedencia de aquellos turistas que contrataron su viaje con transporte desde distintos puntos de España (27%); estos turistas suelen ser los seniors más jóvenes, que prefieren tener la posibilidad de visitar lugares cercanos sin la necesidad de depender de excursión programada o transporte público.

Figura 6. Procedencia de los turistas seniors nacionales



Fuente: Elaboración propia

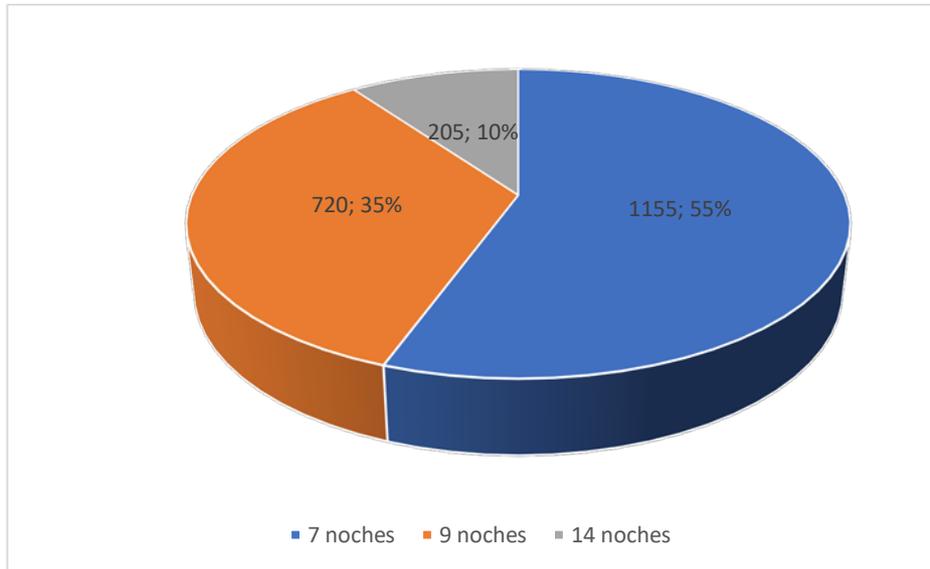
Agrupados por Comunidades Autónomas, destacan Castilla y León y el País Vasco con el 19 % y 17% respectivamente de los turistas, mientras que de Cataluña es la Comunidad con menos, solamente un 3%.

Cabe destacar que algunas de las variables a las que están sujetos los clientes seniors de IMSERSO tienen que ver con el tipo de ofertas que proponen tales como el número de días o el lugar de procedencia.

Este tipo de turistas viaja en grupos con paquete turístico concreto, ya que estos resultan más cómodos y fáciles de programar. Por ello, la temporalidad de los viajes varía según lo contratado. Durante el periodo estudiado llegaron 54 grupos de los cuales 26 pernoctaron durante 7 noches, 19 grupos estuvieron 9 noches y solo 9 grupos estuvieron 14 noches.

Procedentes de los grupos anteriores podemos decir que el 55% de los clientes que proceden de IMSERSO vinieron para 7 noches, el 35% para 9 noches y el 10% para 14 noches, tal y como se aprecia en la Figura 7.

Figura 7. Pernoctaciones de los turistas seniors nacionales



Fuente: Elaboración propia

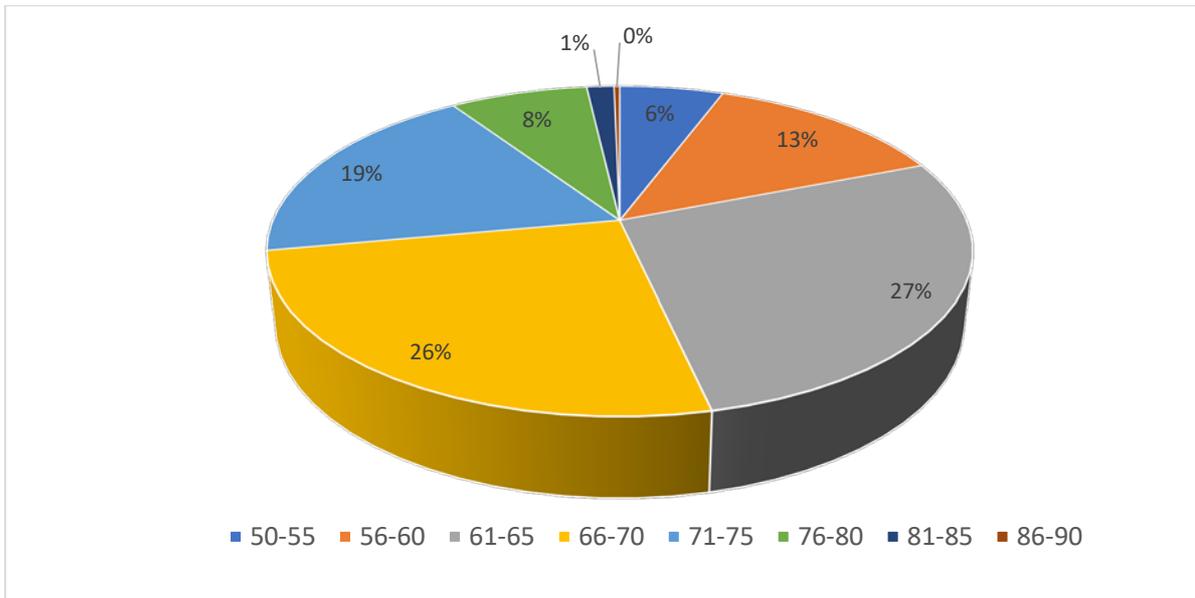
CARACTERÍSTICAS DE LOS TURISTAS SENIOR INTERNACIONALES

Del total de los turistas seniors internacionales que visitaron La Manga del Mar Menor hospedándose en el Hotel Cavanna el 33% eran hombres y el 67% fueron mujeres.

El 63% de los visitantes internacionales visitaron esta zona de la Costa Cálida en compañía de su cónyuge, el 32% lo hicieron compartiendo habitación con amigos o familiares y tan solo el 5 % vinieron solos.

Como se aprecia en la Figura 8, el 27 % tenían entre 61 y 65 años, casi en el mismo porcentaje se encuentran los seniors de entre 66 y 70 años (26%), seguidos de aquellos entre 71 y 75 (19 %) y de los que tienen entre 56 a 60 años (13%).

Figura 8. Edad de los turistas seniors internacionales



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a su procedencia, el 77% de los turistas senior internacionales proceden mayoritariamente de la República Checa, y el resto de Bulgaria. A pesar de que el Hotel Cavanna en 2018 trabajó con dos turoperadores Bulgaria (Bohemia: 16% y Profitour: 7%) y uno de la República Checa (Delfin 77%), los turistas seniors checos son mucho más numerosos que los búlgaros.

Los meses del año más frecuentados por los turistas senior internacionales fueron septiembre con un 66%, seguido de Octubre; 31 %, teniendo mucha menos afluencia agosto con un 3%. Esto se debe principalmente a la oferta del hotel, ya que es en estos meses cuando empieza a bajar la ocupación. Además, el clima todavía es agradable y mucho más para visitantes procedentes de países como Bulgaria y la Republica Checa, donde las temperaturas durante estos meses son mucho más frías.

En cuanto a las pernoctaciones de estos turistas, el 74 % de los turistas seniors decidieron venir a la manga para pasar 7 noches, el 22 % durmieron 10 noches y para 14 noches. Si bien es cierto que los viajes son programados y que los clientes se adaptan a las condiciones, se les ofrece la posibilidad de ampliar su estancia y volver con otro grupo que vuelva más adelante ya que constantemente desde finales de agosto hasta primeros de octubre se van realizando este tipo de viajes.

Si se comparan ambos tipos de turistas (nacionales e internacionales), podemos observar ciertas diferencias.

Los turistas senior naciones que más viajan son aquellos que tienen entre los 66 y los 75 años, correspondiéndose con la edad mayoritaria de jubilación de los españoles que es 65, a partir de donde empiezan a realizar viajes con IMSERSO. Y que a partir de los 75 años el estado de salud empieza a empeorar gradualmente y esto hace que también se produzca la disminución de sus viajes. Por el contrario, lo turistas internacionales comienzan a viajar antes (el 27% lo hace entre 61 y 65 años) esto es debido a que la edad de jubilación en la Republica Checa es de 62 años para los hombres y de 60 para las mujeres, pudiendo llegar a jubilarse a los 58 años aquellas que hayan tenido 5 hijos o más. En Bulgaria la edad de jubilación para los hombres es de 63 años y de 60 para las mujeres. Por lo tanto, la jubilación oficial de cada país marca cuando los turistas seniors están más dispuestos a viajar a cualquier destino.

El sexo de los clientes senior se encuentra bastante repartido, aunque ligeramente superado por el de las mujeres, siendo estas quienes están más dispuestas a viajar solas o acompañadas por familiares o amigas. A este respecto, tanto los turistas nacionales como internacionales prefieren viajar con su cónyuge, siendo más acentuada esta situación en caso de los turistas nacionales (nacionales: 91%; internacionales: 63%). Algunos se ven obligados a viajar solos, principalmente por la pérdida su pareja.

Teniendo en cuenta los datos obtenidos, el número de días de duración del viaje suele de ser en su mayoría de 7 días (nacionales: 55% %; internacionales: 74%), pocos son aquellos que eligen estar 2 semanas visitando el mismo lugar (nacionales: 10% %; internacionales: 4%).

Como conclusión, se podría definir al turista senior como aquel individuo con una edad comprendida entre los 66 y los 75 años, que realiza un viaje entre 7 y 9 días con un grupo procedente de cualquier parte del país, acompañado de su cónyuge. Mientras turista senior internacional tipo tendría entre 60 y 70 años, y viaja unos 7 días acompañado de su pareja o familiares o amigos durante septiembre/octubre aprovechando la buena temperatura para disfrutar de sol y playa.

5.2. ESTUDIO EMPÍRICO

El estudio transversal realizado ha permitido definir el perfil de los turistas, tanto nacionales como internacionales, sin embargo, no se han podido identificar los principales motivos por los que la Región de Murcia es elegida como destino turístico. Por esta razón, se propone realizar un estudio empírico analizando las percepciones del turista senior que visita la Región de Murcia, y en concreto La Manga del Mar Menor.

Para ello se ha elaborado un cuestionario, con el que se pretende conocer tanto el perfil del turista, como sus motivaciones y su valoración sobre la estancia.

A continuación, se describen los ítems que conformarán en el cuestionario; después se expondrán las características sociodemográficas de la muestra, y se finalizará con el análisis los datos y la exposición de los principales resultados.

5.2.1. EL CUESTIONARIO

Para realizar el cuestionario se ha partido de otras encuestas y estudios previos realizados en el sector turístico (Bai et al., 1999; Huh, 2006; Fleischer y Pizan, 2002; Batra, 2009).

El cuestionario no debía ser muy extenso y su redacción debía ser muy clara con el fin de conseguir la mayor tasa de respuesta por parte del público objeto de estudio. Él mismo se estructuró en 4 bloques, en los que cada uno de ellos tenía un propósito específico (ver Anexo I).

El primer bloque se compone de 5 preguntas sobre la elección del viaje que ha realizado. A través de ellas, se puede averiguar cuantas veces al año realizan un viaje, como ha conocido el destino y si ya ha visitado anteriormente La Manga del Mar Menor. Así mismo se incluyen cuestiones para analizar el medio a través del cual ha realizado la reserva de su estancia y el número de noches que se va a hospedar.

El segundo bloque va destinado a recopilar información sobre las motivaciones de los clientes. En concreto, se analiza el motivo principal por el que se ha elegido pasar las vacaciones en La Manga del Mar Menor, si prefiere repetir o visitar nuevos destinos, cuáles son los condicionantes a la hora de elegir a donde ir y si es el clima es influyente en la decisión.

En el tercer bloque se recoge información sobre la experiencia vivida, recopilando aquello que más y menos le ha gustado de la estancia en La Manga del Mar Menor. Para ello, se ha utilizado una escala de valoración del 1 al 10. Dada la edad avanzada de público objetivo se consideró que esta escala era más fácil de puntuar, siguiendo a Ferguson (1941) o Batista-Foguet et al. (2009).

Por último, se recogen los datos sociodemográficos de los encuestados, tales como la edad, sexo, lugar de residencia, nivel de ingresos, nivel de estudios y situación laboral.

5.2.2. LA MUESTRA

La población objeto de estudio la constituyen las 938.000 de plazas en viajes para personas mayores ofertadas por el Programa de Turismo Social del IMSERSO de la temporada 2018/2019.

La recogida de información se realizó a través del cuestionario autoadministrado *in situ* a los distintos clientes del Hotel Cavanna durante los meses de septiembre a noviembre de 2018.

La muestra final está constituida por 114 clientes, todos aquellos procedentes de los distintos destinos nacionales, pertenecientes al programa de turismo del IMSERSO.

Teniendo en cuenta ese marco muestral y estableciendo un nivel de confianza del 95 % ($z=1,96$), con un 5% de imprecisión máximo sobre una escala de 10 puntos y en el caso más desfavorable de la varianza sobre el rango, el error absoluto máximo sería de 0,468. En la tabla 5 se puede ver la ficha técnica de la investigación.

Tabla 5. Ficha técnica de investigación

Ámbito	Nacional
Población	Plazas en viajes ofertadas por IMSERSO 2018/2019 (938.000)
Tipo de muestreo	Conveniencia
Modo de recogida de datos	Cuestionario presencial
Tamaño de la muestra final	114
Imprecisión máxima de las estimaciones (FIEM) escala de medida (0-10) *	0,468
Error absoluto de estimación	4,683%
Fecha de realización	Septiembre - noviembre 2018

*Fuente: Elaboración propia *Herramienta para evaluar el grado de imprecisión de las estimaciones de valores medios (Martínez y Martínez, 2008).*

En cuanto a las características sociodemográficas de la muestra (ver tablas de la 6 a la 8), el 57 % de los encuestados eran de sexo, teniendo el 46% de muestra entre 66 y 70 años (el 34% entre 71-75 años, el 9% entre 76-80 años, el 7% entre 60-65 años y el 4% entre 81-85 años). En lo que respecta a su situación laboral, el grupo mayoritario de los encuestados eran jubilados (68%) y el resto eran amas de casa (32%). La procedencia de la muestra era muy variada, no destacando ninguna provincia o localidad española respecto al resto (ver Figura 9).

Tabla 6. Edad de los visitantes

GRUPO DE EDAD	N	%
60-65	8	7%
66-70	53	46%
71-75	39	34%
76-80	10	9%
81-85	4	4%
TOTAL	114	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Sexo

SEXO	N	%
HOMBRE	49	43%
MUJER	65	57%

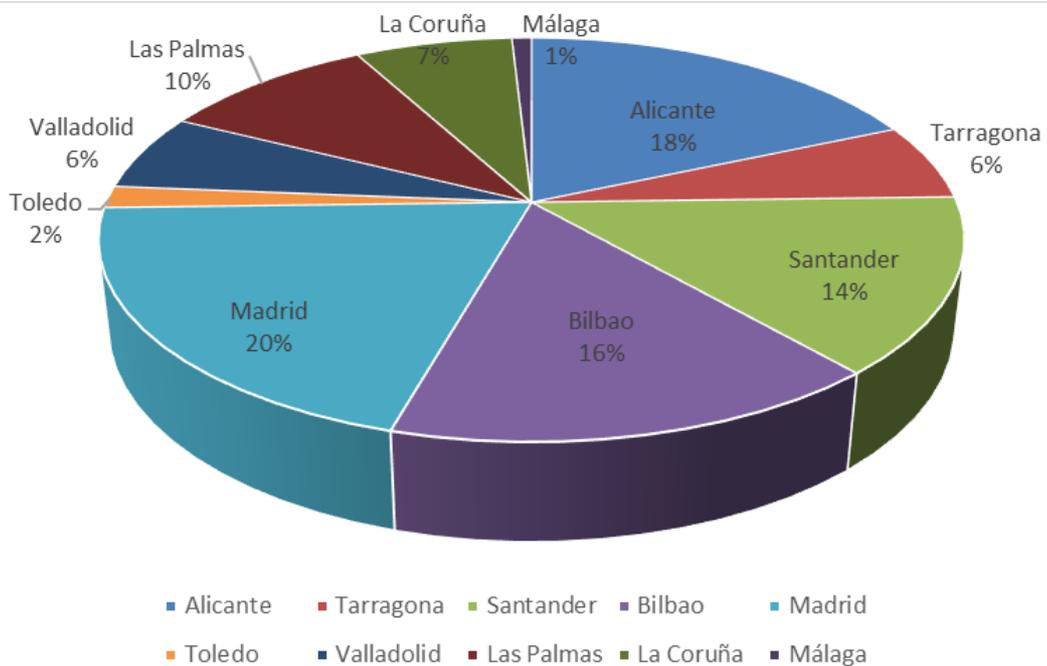
Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Situación laboral

SITUACIÓN LABORAL	N	%
JUBILADOS	77	68%
AMAS DE CASA	37	32%
TOTAL	114	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 9. Lugar de procedencia de la muestra



Fuente: Elaboración propia

5.2.3. RESULTADOS

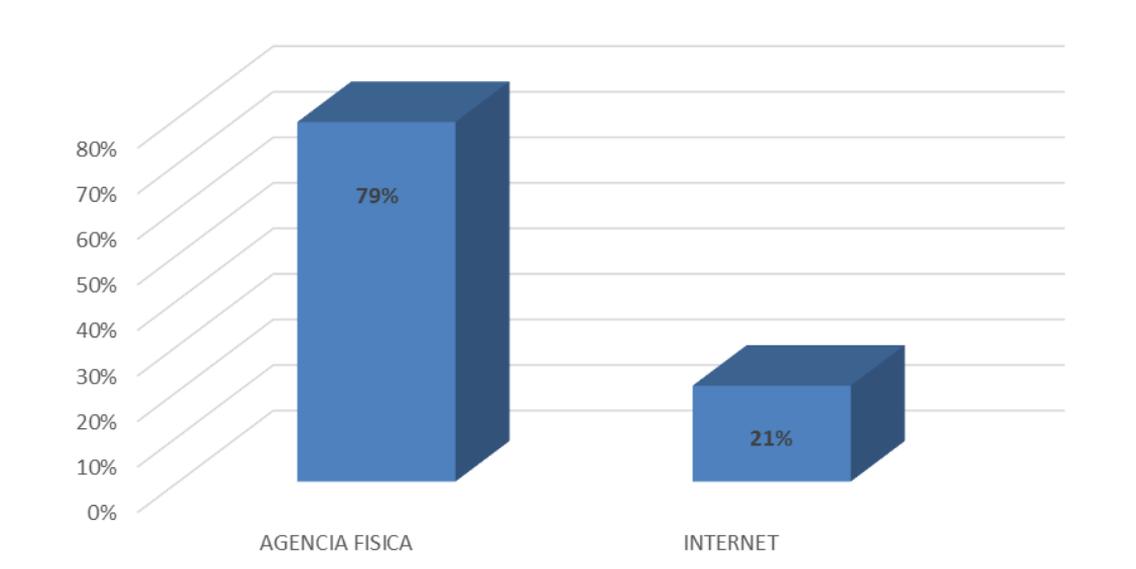
En este epígrafe se presentan los resultados logrados tras haber procesado y analizado estadísticamente la encuesta realizada. Los datos fueron analizados con el software Microsoft Excel.

Los resultados muestran como la mayoría de los turistas seniors (75%) que visitaron La Manga del Mar Menor solo viajan una vez al año. Además, más de la mitad eran turistas repetidores, ya que el 55 % reconoció que habían estado en al menos en una ocasión en La Manga del Mar Menor.

Respecto al tiempo de estancia en la Región, todos los encuestados han permanecido más de 5 noches; esto es porque todos los viajes programados a través de Mundo Senior, salvo excepciones, suelen ser de al menos 7 días. Por lo que se puede deducir que venían con el paquete completo.

En cuanto a la forma de reservar el viaje, tal y como se muestra en la figura 10, el 86% de los visitantes decidieron hacerlo a través de una agencia física y tan sólo un 14% utilizo internet cómo el método para contratar su viaje. Esto nos indica que todavía el uso de internet para las personas mayores sigue siendo una barrera a la hora de contratar sus vacaciones; de hecho, los que sí lo hicieron, reconocen ampliamente que fueron familiares quienes gestionaron la reserva.

Figura 10. Método de reserva

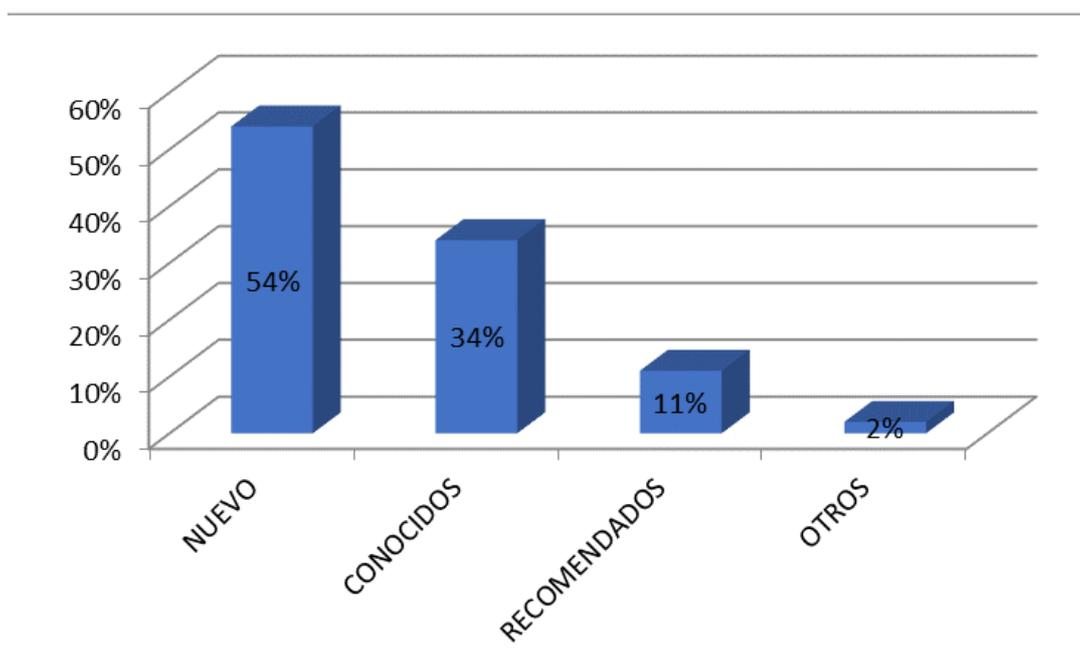


Fuente: Elaboración propia

La forma de conocer La Manga del Mar Menor como destino turístico fue en el 35% de los casos a través de la agencia de viajes; quien informó a los viajeros de dicho destino estaba disponible para poder ser visitado a través del programa social del IMSERSO. Un 11% fueron aconsejados por amigos o familiares a la hora de escoger, mientras que el 9% conoció el destino gracias a Internet.

En cuanto a la preferencia a la hora de elegir el destino (ver figura 11), el 54% de los encuestados preferirían visitar un nuevo destino a la hora de realizar un viaje, y el 34% elegirían volver a un lugar donde ya hubieran estado y del que tienen un buen recuerdo. Por el contrario, el 11% se basa en la opinión de amigos y familiares a la hora de decidir donde pasar sus vacaciones.

Figura 11. Preferencia en el destino

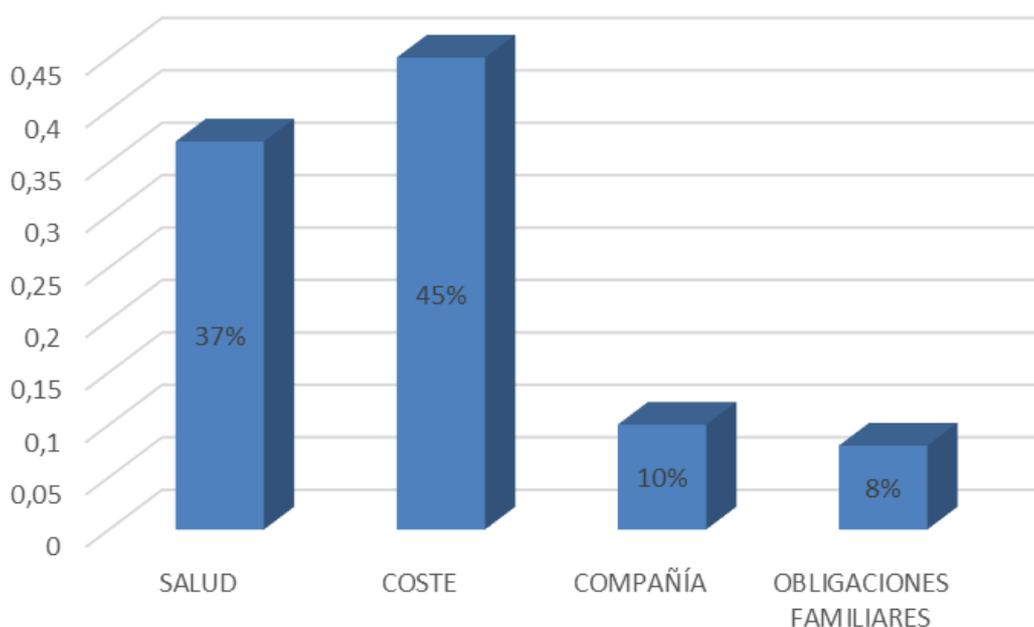


Fuente: Elaboración propia

A pesar de que los turistas seniors ya no tengan la obligación de trabajar al estar jubilados, también cuentan con limitaciones a la hora de irse de vacaciones (ver figura 12). A medida que se van cumpliendo años el estado de salud va empeorando, y para el 37% de los clientes encuestados la salud es el condicionante más importante para elegir sus

vacaciones. Destaca que el 45% consideran que el coste del viaje es la principal causa por la cual pueden tener más problemas para disfrutar de sus vacaciones, esto puede deberse a las pensiones reducidas que muchos de ellos tienen. También destacan las limitaciones en cuanto a las obligaciones familiares, las cuales cuentan como una causa primordial para viajar para el 8%. En los últimos años muchos jubilados se han tenido que ver con la obligación de ayudar al resto de su familia debido a la ausencia de empleo de sus hijos. Esto llevaría a que la renta de su jubilación tuviera que emplearla en ayudar a la familia o de que tengan que hacerse cargo de los nietos y les sea imposible viajar con total libertad. Por otro lado, el 10% condiciona su viaje al hecho de no contar con una compañía con la cual se sintiera cómodo para hacerlo, esto se produce en la mayoría de los casos cuando fallece la pareja y les resulta difícil tomar la decisión de viajar solos.

Figura 12. Limitaciones para ir de vacaciones



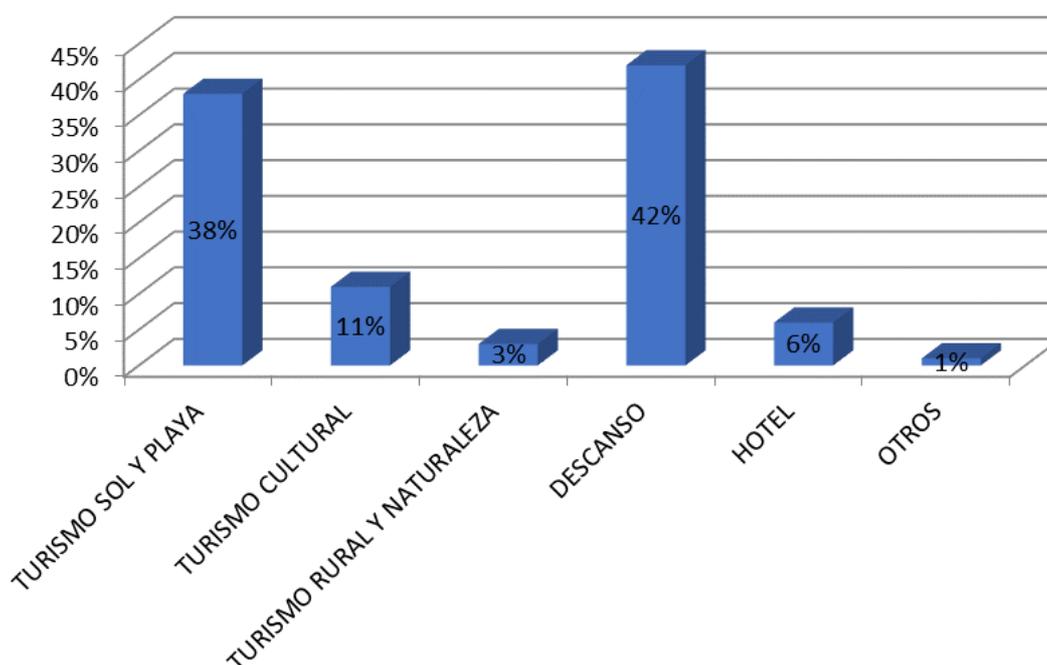
Fuente: Elaboración propia

La principal motivación para viajar a La Manga del Mar Menor es descansar 42% (ver Figura 13). Además, y debido a que las últimas semanas de verano y durante el otoño la temperatura en esta zona del Levante sigue siendo cálidas el hacer turismo de sol y playa es una de las motivaciones más destacadas por el 38% de los encuestados. No es de

extrañar este aspecto, ya que para el 83% de los encuestados en clima es un motivo de mucho peso a la hora de elegir si visitar o no esta zona costera.

En cuanto al resto de motivaciones, destaca el hacer turismo cultural (11%) y turismo de naturaleza (3%). Algunos encuestados también destacan el Hotel Cavanna como un reclamo para ir de viaje a La Manga del Mar Menor (6%).

Figura 13. Motivaciones para elegir La Manga del Mar Menor como destino turístico

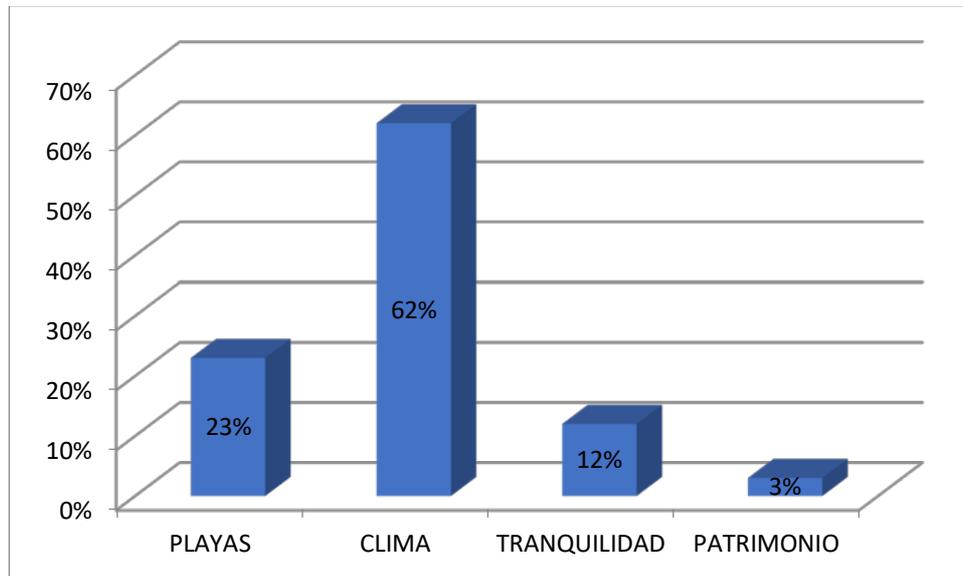


Fuente: Elaboración propia

Durante su estancia, quisimos saber qué aspectos eran los más les habían gustado y aquellos que menos.

Como se observa en la figura 14, la mayoría, el 62%, eligió al clima como lo que más le había gustado de su estancia; las temperaturas fueron muy placenteras más aún si las comparamos con la del resto de la península. A pesar de que La Manga del Mar Menor durante los meses de verano se caracteriza como un destino casi únicamente destinado a la playa, durante el periodo en que los clientes disfrutaron de su estancia no todos pudieron disfrutar del baño en las playas, sin embargo, estas fueron muy bien valoradas por los encuestados (23%). También destacaron la tranquilidad de la que habían disfrutado en su estancia (12%) y tan solo el 3% al patrimonio cultural.

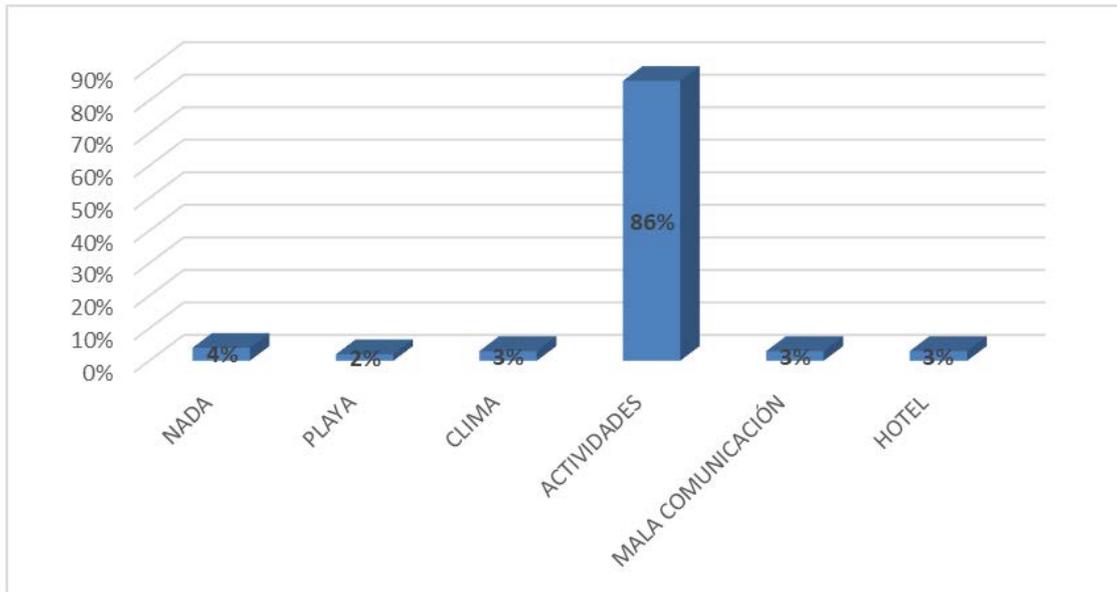
Figura 14. Aspectos más apreciados de la estancia en La Manga del Mar Menor



Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, la estancia de los clientes no ha sido del todo satisfactoria y la mayoría de ellos tienen alguna debilidad que señalar (96%). Como se muestra en la figura 15, la principal queja es la de la falta de actividades a realizar en La Manga del Mar Menor (86%); si dejamos a un lado la playa, los turistas no tienen mucho más en lo que emplear su tiempo libre. El 2 % señala que la playa es lo que menos les ha gustado de su estancia, esto está fundado principalmente por el estado del Mar Menor. El 3% no ha encontrado el clima todo lo agradable que esperaba, es posible que durante su estancia lloviese o se produjeran temporales de vientos propios del mes de septiembre en la zona. Otros aspectos con los que los turistas mostraron su disconformidad fueron; la mala comunicación del transporte público con otras zonas de interés en la región (3%) y la disconformidad con algunos aspectos del Hotel, especialmente la antigüedad de las habitaciones (3%).

Figura 15. Aspectos menos apreciados de la estancia en La Manga del Mar Menor.



Fuente: Elaboración propia

Por último, se les pedía a los turistas que valoraran globalmente su estancia. La media de todas las respuestas es de 6,4 (valoración del 1 al 10), una valoración buena, sin ser especialmente satisfactoria.

CONCLUSIONES

Este trabajo se ha realizado con la intención de conocer quién y cómo es el cliente senior que visita La Manga del Mar Menor durante la temporada baja.

Luchar contra la desestacionalización se hace muy difícil para los hosteleros y no cabe duda de que este gremio es una buena baza, al que deben de tener en cuenta y darle la importancia que se merece.

Esto pasa por mejorar, el estado de la laguna, la planificación urbanística y potenciar una publicidad que englobe algo más que el turismo de sol y playa.

Los hosteleros de la zona se quejan de que en una ciudad que no ofrece nada durante los meses más fríos del año, se hace muy difícil poder subsistir y más teniendo en cuenta que siguen pagando impuestos estos meses.

Sería necesario la creación de lugares de ocio y recreo para ofrecer un entretenimiento a los turistas, un ejemplo muy claro es el de Benidorm, destino atractivo durante todo el año.

La publicidad se encuentra muy estancada en el turismo de sol y playa, y teniendo en cuenta el estado de los últimos años del Mar Menor, quizás no sea la más acertada. Algo más enfocado a los deportes náuticos realizables todo el año podría ser un buen complemento.

Otro aspecto a destacar y del que los hosteleros se quejan encarecidamente, son los ingresos obtenidos por parte del gobierno a través de los pliegos del IMSERSO.

Los ingresos que obtienen los hoteles llevan años prácticamente congelado, pero los costes sí que aumentan, esto lleva en ocasiones a que el beneficio sea casi nulo y algunos establecimientos se plantean la no continuidad durante la temporada de invierno.

Traducido a euros, en 2019 los precios rondaban entre 22,10 € y 22,50€ y las empresas del sector reclamaban que el importe se situase en 25€.

Se ha podido observar que el cliente nacional ha visitado La Manga del Mar Menor a través del programa social del IMSERSO. Este programa cuenta con un número limitado

de plazas y muchos de ellos no consiguen el destino deseado, es más, los clientes no pueden realizar todos los viajes que deseen, sino que tienen un máximo anual.

Es posible que en cierta manera se esté limitando el número de salidas a ciertos turistas de forma tan asequible, por ello, se podría estudiar la posibilidad de organizar viajes alternativos, ajenos al programa social, pero económicamente atractivos.

Cabe destacar que este tipo de clientes ha cambiado y lejos quedaron aquellos ancianos que apenas habían salido de casa y que no contaban con demasiado poder adquisitivo para desenvolverse en el lugar de destino.

Es por esto que es necesario adaptarse también a las necesidades del turista sénior y conseguir que su experiencia sea satisfactoria y ganarse su fidelidad para que quieran volver. Esto último, es un punto muy importante, que actualmente con tanta competencia que existe se está perdiendo, los clientes más mayores guardan un alto índice de fidelidad difícil de ver entre los más jóvenes.

Se podría decir que los puntos a tener en cuenta para reforzar serían:

- En primer lugar, la falta de actividades de entretenimiento por la zona. Si dejamos a un lado las actividades que te ofrecen la playa y la piscina pocas alternativas quedan para pasar el tiempo. El IMSERSO les ofrece la posibilidad de un paseo en el trenecito para ver La Manga del Mar Menor además de diversas excursiones, pero estas, no están incluidas en los servicios previamente contratados. El hotel también cuenta con actividades de animación como juegos de cartas y dominó, gimnasia y música en directo todas las noches. Sin embargo, se quejan del demasiado tiempo libre con el que cuentan, es por esto que se deberían de estudiar otras posibilidades que amenicen la estancia de los clientes más mayores.
- En segundo lugar, los clientes en su mayoría viajan hasta esta zona del Levante a través de autobús, pero una vez que llegan no cuentan con una buena comunicación hacia las ciudades más cercanas o los lugares de interés. La Manga del Mar Menor solo cuenta con una línea de autobús urbana, y otras interurbanas que la comunica con Cartagena o Murcia con horarios muy limitados (en el caso de Murcia solo cuenta con un viaje de ida por la mañana y otro de vuelta por la tarde). Una mejor comunicación facilitaría que los turistas visitaran los alrededores e hiciera su estancia más grata.

- Por último, las limitaciones físicas con las que cuentan algunos turistas, debidos a su edad, imposibilitan en ocasiones que la estancia sea todo lo satisfactoria posible. Aunque las zonas comunes del hotel están adaptadas para el acceso con silla de ruedas, no todas las habitaciones cuentan con plato de ducha y esto supone un impedimento para algunos clientes, ya que, aunque sean capaces de caminar por sí solos, el hecho de utilizar bañera puede resultar para algunos bastante complicado. Es por esto, por lo que el hotel todos los años reforma varias habitaciones, retirando bañeras e instalando platos de ducha.

Con toda esta información extraída de las investigaciones realizadas, se podría decir que la experiencia de los turistas senior en La Manga del Mar Menor es satisfactoria pero que podría mejorar bastante. Y teniendo en cuenta la importancia que están adquiriendo este tipo de clientes, es necesario utilizar todas las herramientas para conseguir los máximos beneficios.

Tanto el estudio transversal como el estudio empírico van a permitir conocer mejor a los clientes, para poder empatizar con ellos y adelantarnos a cada una de sus necesidades.

Cuanto más conozcamos su comportamiento, podremos hacer su experiencia más satisfactoria y respondiendo a las máximas expectativas desarrollando un negocio viable y rentable.

BIBLIOGRAFÍA

Acevedo, C.R. (2003). Motivos para viajar: um estudo com turistas maduros no contexto brasileiro. *FACEP PESQUISA*, Vol.6, No. 3, pp. 78-87.

Alén-González, M. L., Domínguez-Vila, T., y Fraíz-García, A. (2010). El turismo senior como segmento de mercado emergente. *Cuadernos de Turismo*, 26, 9-24.

Balance turístico de la Región de Murcia 2018 (2019). Colección 'Plan Estratégico de Turismo de la Región de Murcia 2015 – 2019. Comunidad autónoma de la Región de Murcia. Recuperado de: https://www.murciaturistica.es/webs/murciaturistica/documentos/1/DOCUMENTOS_1_2272.pdf

Bai, B., Jang, S.S., Cai, L.A. y O'Leary, J.T. (2001). Determinants of travel mode choice of senior travelers to the United States. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8, 3/4, pp. 147-168.

Bai, B., Jang, S.S., Cai, L.A. y O'Leary, J.T. (1999). *Senior sensitive segments: Looking at travel behavior*. En K. S. Chon (Ed.), *The Practice of Graduate Research in Hospitality and Tourism*, (pp. 75-89). New York: The Haworth Hospitality Press.

Baloglu, S. y Soemaker, S. (2001). Prediction of Senior Travelers' Motorcoach Use from Demographic, Psychological, and Psychographic Characteristics. *Journal of Travel Research*, 40 (1), pp. 12-18

Batra, A. (2009): "Senior Pleasure Tourists: Examination of their Demography, Travel Experience, and Travel Behavior Upon Visiting the Bangkok Metropolis", *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10 (3), pp. 197-212.

Bashar, A. y Ahmad, S. (2010)" An analysis of push and pull travel motivations of foreign tourist to Jordan". *International Journal of Business and Management*, 5 (12).

Batista-Foguet, J. M., Saris, W., Boyatzis, R., Guillén, L., y Serlavós, R. (2009). Effect of response scale on assessment of emotional intelligence competencies. *Personality and Individual Differences*, 46(5-6), 575–580. DOI: 10.1016/j.paid.2008.12.011

Bulla, A. (2019, octubre,29). Imsero: hay una plaza por cada 4 pensionistas acreditados. Preferente. Recuperado de: <https://www.preferente.com/rss1/imsero-hay-una-plaza-por-cada-4-pensionistas-acreditados-294158.html>

Braintrust. (2018, abril, 20). Turismo senior: una oportunidad de negocio. Recuperado de: <https://www.braintrust-cs.com/turismo-senior-nuevo-negocio/>

Braunat, D. (2018, noviembre, 10). Hoteles contra la ruina del Imsero: “Les damos comida, vino y cama por 20 euros”. El Confidencial. Recuperado de: https://www.elconfidencial.com/economia/2018-11-10/viajes-imsero-hoteles-precio-ruina-mundosenior_1642799/

Capella, L. M.; Greco, A. J. (1987): “Information Sources of Elderly for Vacation Decisions”, *Annals of Tourism Research*, 14 (1), pp. 148-151.

Cleaver, M. (2000). Australian seniors’ use of travel information sources: perceived usefulness of word-of-mouth, professional advice, marketer-dominated and general media information. *ANZMAC 2000 Visionary Marketing for the 21 st Century*, pp.1-6

Chen, H. W. (2009) *Baby Boomer’s and Senior Motivations: An examination of Citizens*. Ontario, Canada

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. (2007) “El turismo: teoría y práctica”. Síntesis, Madrid

Cristobal-Fransi, E., Ferrer- Rosell, B., Daries-Ramón, N. (2017). *Segmentación de los seniors en función de los productos que compran por internet: Impacto en la industria turística*. Cuadernos de Turismo, 40, 175-201.

Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (2018). *Balance Turístico de la Región de Murcia 2017*. 2ª ed. Recuperado de : https://www.murciaturistica.es/webs/murciaturistica/documentos/1/DOCUMENTOS_1_2132.pdf

Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (2020). *Resumen de cifras de turismo de la región de Murcia. Boletín informativo*. Recuperado de: [https://www.carm.es/web/Blob?ARCHIVO=Bolet%3%ADn%20estad%3%ADsticcas_2C_2019.pdf&TABLA=ARCHIVOS&CAMPOCLAVE=IDARCHIVO&VALOR-CLAVE=159186&CAMPOIMAGEN=ARCHIVO&IDTIPO=60&RASTRO=c619\\$m11322](https://www.carm.es/web/Blob?ARCHIVO=Bolet%3%ADn%20estad%3%ADsticcas_2C_2019.pdf&TABLA=ARCHIVOS&CAMPOCLAVE=IDARCHIVO&VALOR-CLAVE=159186&CAMPOIMAGEN=ARCHIVO&IDTIPO=60&RASTRO=c619$m11322)

De la Rosa, J M (2019). El futuro de los viajes del IMSERSO. Hosteltur. Disponible en: https://www.hosteltur.com/132400_el-futuro-de-los-viajes-del-imsero.html

Domínguez, J. L. (2019, septiembre,12). La manga alcanzó el 91% de ocupación hotelera durante el mes de agosto. Diario de la manga. Recuperado de:

<https://www.diariodelamanga.com/regional/2019-09-12/la-manga-alcanzo-el-91-de-ocupacion-hotelera-durante-el-mes-de-agosto-29641/>

Domínguez, J. L. (2019, noviembre,26). El INE indica una bajada en octubre de casi el 60% de pernoctaciones en La Manga respecto a 2018. Diario de la manga. Recuperado de: <https://www.diariodelamanga.com/regional/2019-11-26/el-ine-indica-una-bajada-en-octubre-de-casi-el-60-de-pernoctaciones-en-la-manga-con-respecto-a-2018-33311/>

El País (2020, mayo, 16). Europa sale al rescate del turismo, una de sus joyas. Recuperado de: <https://elpais.com/economia/2020-05-15/europa-sale-al-rescate-del-turismo-una-de-sus-joyas.html>

Exceltur (2020). Valoración turística empresarial del año 2019 y expectativas para 2020 Disponible en: <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2020/01/Nota-de-Prensa-Perspectivas-N71-Balance-del-a%C3%B1o-2019-y-perspectivas-para-el-2020.pdf>

Expansión (2014, octubre, 22). España se lanza a por el turista senior con un nuevo 'Imsero europeo'. Expansión. Recuperado de: <https://www.expansion.com/2014/10/22/empresas/transporte/1413988120.html>

Ferguson, L. W. (1941). A study of the Likert technique of attitude scale construction. *Journal of Social Psychology*, 13(1), 51-57.

Fernández, J. L., Parapar, C., y Ruíz, M. (2010). El envejecimiento de la población. *Lychnos - Cuadernos de la Fundación General CSIC*, 2, 6-11. http://www.fgcsic.es/lychnos/upload/publicacion.6.ficPDF_castellano.Lychnos_02_esp.pdf

Fleischer, A. & Pizam, A. (2002) "Tourism constraints among Israeli seniors" *Annals of Tourism Research*

García-López, R. (2019, enero, 22). El turismo mundial sigue creciendo a buen ritmo. Recuperado de: <https://www.aprendedeturismo.org/el-turismo-mundial-sigue-creciendo-a-buen-ritmo/>

Gil, M. J. (2018, enero, 29) Los hoteles de la costa amplían las plazas del Imsero para acortar la temporada baja. La opinión de Murcia. Recuperado de: <https://www.laopiniondemurcia.es/comunidad/2018/01/29/hoteles-costa-amplian-plazas-imsero/893648.html>

Glover, P. y Prideaux, B. (2009) "Implications of population ageing for the development of tourism products and destinations" *Journal of Vacation Marketing*, 15 (1), 25-37

González A. (2017, diciembre ,21)" La Manga es un lugar fantasma por la falta de inversiones". La opinión de Murcia. Recuperado de: <https://www.laopiniondemurcia.es/cartagena/2017/12/22/empresarios-critican-manga-lugar-fantasma/884811.html>

González, M.J. & San Miguel, B. (2001). El envejecimiento de la población española y sus consecuencias sociales. España: Universidad de Alicante.

Horneman, L. Carter, R. W., Wei, S. y Ruys, H. (2002). Profiling the senior traveler: An Australian perspective. *Journal of Travel Research*,

Hossain, A., Bailey, G. y Lubulwa, M. (2003). Characteristics and Travel Patterns of Older Australians: Impact of Population Ageing on Tourism. Ponencia presentada en la *International Conference on Population Ageing and Health: Modeling our Future*, Canberra, Australia.

Hosteltur (2011). Turismo senior Europa, generó un impacto económico de más de 50 M €. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/124340_turismo-senior-europa-genero-impacto-economico-50-m.html

Hosteltur (2013). Murcia lanza un programa "complementario" al Imserso. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/129600_murcia-lanza-programa-complementario-al-imserso.html

Hosteltur (2013). Los seniors, un desafío para la industria turística. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/125670_seniors-desafio-industria-turistica.html

Hosteltur (2019). El turismo el sector que más riqueza aporta a la economía española. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/130893_el-turismo-el-sector-que-mas-riqueza-aporta-a-la-economia-espanola.html

Hosteltur (2019). ¿Tienen futuro los viajes del Imserso o están heridos de muerte? Recuperado de: https://www.hosteltur.com/128662_tienen-futuro-los-viajes-del-imserso-o-estan-heridos-de-muerte.html

Huang, L. y Tsai, H. (2003): "The Study of Senior Traveler Behavior in Taiwan", *Tourism Management*, 24 (5), pp. 561-574.

Huh, C. (2006) "A study of changes in patterns of travel behavior over time: a cohort analysis approach". Tesis Doctoral. Michigan State University. United States

IMSERSO. (2018). Modalidades de viaje. Recuperado de:
http://www.imserso.es/imserso_01/envejecimiento_activo/vacaciones/modalidades_viaje/index.htm

IMSERSO. Requisitos para acceder al programa de turismo del Imsero. Recuperado de: http://www.imserso.es/imserso_01/envejecimiento_activo/vacaciones/condiciones_para_participar/index.htm

IMSERSO. Servicios que se incluyen en el programa. Recuperado de:
http://www.imserso.es/imserso_01/envejecimiento_activo/vacaciones/servicios/index.htm

Instituto Nacional de Estadística (INE). Viajes, pernoctaciones y duración media por sexo y edad de los viajeros. Extraído el 18 de agosto de 2020.

Instituto Nacional de Estadística (INE). Viajes, pernoctaciones, duración media y gasto por tipo de destino principal. Extraído el 18 de agosto de 2020.

Instituto Nacional de Estadística (INE). Viajeros y pernoctaciones por comunidades autónomas y provincias. Extraído el 18 de agosto de 2020.

Instituto de Turismo de la Región de Murcia. Viajeros y pernoctaciones según destinos en la región de Murcia. (2019) Recuperado de: https://www.murciaturistica.es/es/estadisticas_de_turismo?pagina=viajeros-y-pernoctaciones-segun-destinos&mes_desde=01&mes_hasta=12&anu_desde=2019&anu_hasta=2019

Javalgui, R. G., Thomas, E. G. y Rao, S. R. (1992): "Consumer Behavior in the U.S. Pleasure Travel Marketplace: An Analysis of Senior and Nonsenior Travelers", *Journal of Travel Research*, 31 (2), pp. 14-19.

La opinión. (2020, enero, 20). La Región de Murcia alcanzó en 2019 su récord de turistas en alojamientos reglados. Recuperado de: <https://www.laopiniondemurcia.es/comunidad/2020/01/20/region-murcia-alcanzo-record-turistas/1084367.html>

Le Serre, D. (2008). Who is the senior consumer? Recuperado de: http://www.marketing-trends-congress.com/2008_cp/Materiali/Paper/Fr/LeSerre.pdf

Lee, S. H. y Tideswell, C. (2005): "Understanding Attitudes Towards Leisure Travel and the Constraints Faced by Senior Koreans", *Journal of Vacation Marketing*, 11 (3), pp. 249-263.

López A. (2018, noviembre, 17) Los empresarios de La Manga exigen una línea de autobús con el nuevo aeropuerto. La verdad. Recuperado de: <https://www.laverdad.es/murcia/cartagena/empresarios-manga-exigen-20181117011232-ntvo.html>

M.F.F (2012, julio, 31). Los hosteleros de La Manga apuestan por el Aeropuerto de Corvera para potenciar el turismo. La razón. Recuperado de: https://www.larazon.es/historico/3658-los-hosteleros-de-la-manga-apuestan-por-el-aeropuerto-de-corvera-para-potenciar-el-turismo-OLLA_RAZON_477772/

Martínez-García E. (2013) *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR*, Penedo, vol. 3, n.1, p. 38-56.

Martínez, J. A. y Martínez, L. (2008). Determinación de la máxima varianza para el cálculo del Factor de Imprecisión sobre la Escala de Medida (FIEM), y extensión a diferentes tipos de muestreo. *Psicothema*, 20 (2), 311-316.

Mcguire, F. A., Uysal, M., McDonald, C. (1988): "Attracting the Older Traveller", *Tourism Management*, 9 (2), pp. 161-164.

Metz, D. & Underwood, M. (2005). Older, richer, fitter: identifying the consumer needs of Britain's ageing population. *Age Concern England*. London

Mundi, C. (2019, abril, 26). Indignación entre los hoteleros por los pliegos del Imsero de Sánchez: «El beneficio es nulo», Ok diario. Recuperado de: <https://okdiario.com/economia/indignacion-hoteleros-pliegos-del-imsero-sanchez-beneficio-nulo-4037704>

Mundoseniorplus. Destinos, Costa de Murcia. Recuperado de: <https://www.mundoseniorplus.es/front/es/destino/costa-de-murcia#titFolletos>

Mundoseniorplus. La manga, España. Recuperado de: https://www.mundoseniorplus.es/front/pdf?p_folCodigo=2430&p_idiCodigo=1

Mundiplan. La manga, España: Mundiplan. Recuperado de: https://mundiplan.s3-accelerate.amazonaws.com/Mundiplan_DocViaje_La_Manga.pdf

Nielsen-Nielsen, K. M. (2011). El turismo de la tercera edad en los destinos turísticos consolidados: el caso de la costa del sol. Recuperado de: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/16485/turismo_nielsen_TERAP_2011.pdf

Oates, B., Shufeldt, L. & Vaught, B. (1996) "A psychographic study of the elderly and retail store attributes" *Journal of Consumer Marketing*

Organización Mundial de la salud. (2018). Informe sobre el envejecimiento y la salud. Recuperado de: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/186466/9789240694873_spa.pdf?sequence=1

Organización Mundial del Turismo (2014). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo I: Turismo Accesible – definición y contexto*. OMT, Madrid. <https://www.tur4all.com/documents/2.pdf>

Patterson, I. (2006). Growing older. Tourism and leisure behaviour of older adults. *Cambridge*. Ed. Cabi.

Plan estratégico de turismo de la Región de Murcia (2015-2019) https://www.murciaturistica.es/es/plan_estrategico/

Prideaux, B., Wei, S. & Ruys, H. (2001) "The senior drive tour market in Australia" *Journal of Vacation Marketing*, 7 (3), 209-219

Reece, W. S. (2004) "Are senior leisure travelers different?" *Journal of Travel Research*, 43, 11-18

Ryan, C. (1995) "Learning about tourists from conversations: the over-55s in Majorca" *Tourism Management*, 16(3), 207-215

Schröder, A. & Widmann, T. (2007) "Demographic change and its impact on the travel industry: Oldies-nothing but goldies?" En R. Conrady & M. Buck (Eds.), *Trends and issues in Global Tourism*

Statista. Porcentaje que representaron sobre el total los viajes de residentes de 65 años o más en España del primer trimestre de 2016 al cuarto trimestre de 2019. Extraído el 18 agosto 2020

Tourinews. (2019, noviembre, 219). Los turistas abandonan el Mar Menor (Murcia) rumbo a Canarias, Túnez y Turquía. Recuperado de: https://www.tourinews.es/resumen-de-prensa/notas-de-prensa-destinos-competidores-turismo/turistas-abandonan-mar-menor-murcia-tunez-turquia-canarias_4457797_102.html

Villa, J.M & López Moraleda, R. (2011). 25 aniversario del programa de vacaciones del IMSERSO.6.-7. Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwiF-tfSPsOXbAhWqLMAKHdODAw8QFgg5MAI&url=http%3A%2F%2Fservicios.mpr.es%2FvisorPublicaciones%2Fvisordocumentos-icopo.aspx%3FNIPO%3D866110059%26SUB-NIPO%3D0003&usg=AvVaw30fJCH6Mkl1TZMD7OnSHqP>

Wu, C. M. E. (2003) "An exploratory study of Taiwanese seniors' travel motivations and travel behavior". *Tesis Doctoral*. Kansas State University.

You, X. & O'Leary, J. T. (2000) "Age and cohort effects: an examination of older Japanese travelers" *Journal of Travel & Tourism Marketing*.

ANEXO. EL CUESTIONARIO

Estamos llevando a cabo un estudio sobre la opinión del turismo seniors en La Manga del Mar Menor. Basándose en sus experiencias, por favor conteste las cuestiones planteadas con sinceridad.

1. ¿Con que frecuencia suele viajar?
 - a) Una vez al año
 - b) Dos o tres veces al año
 - c) Más de tres veces al año
 - d) Otra:

2. ¿Es la primera vez que visita La Manga del Mar Menor?
 - a) Sí
 - b) No

3. ¿Cuántas noches se quedará en La Manga del Mar Menor?
 - a) 1-2
 - b) 2-4
 - c) 5 o más

4. ¿Cómo ha reservado su viaje?
 - a) Internet (plataformas de reserva)
 - b) Agencia de viaje física
 - c) Agencia de viaje on-line

5. ¿Cómo conoció el destino?
 - a) Agencia de viajes
 - b) Amigos o familiares
 - c) Internet
 - d) Ya ha venido en otras ocasiones
 - e) Otra:

6. ¿Por qué ha decidido venir a La Manga del Mar Menor?
 - a) Turismo sol y playa

- b) Turismo cultural
 - c) Turismo rural y de naturaleza
 - d) A descansar
 - e) Por el hotel
 - f) Otra:
7. A la hora de decidir su viaje, ¿prefiere hacerlo a...?
- a) Destinos nuevos
 - b) Destinos que ya conoce y se siente a gusto
 - c) Destinos que le han recomendado
 - d) Otra:
8. ¿Influye el clima en su decisión del destino de viaje?
- a) Sí
 - b) No
9. ¿Que condiciona sus vacaciones?
- a) Salud
 - b) Coste
 - c) La compañía
 - d) Obligaciones familiares
 - e) Otra:
10. ¿Cómo realiza las visitas a los lugares de interés del destino?
- a) A través del IMSERSO
 - b) Por su cuenta
 - c) Otra:
11. ¿Qué es lo que más le ha gustado de la Manga?
- a) Sus playas
 - b) Su clima
 - c) Su tranquilidad
 - d) Su patrimonio cultural
 - e) Otra:
12. ¿Y lo que menos le ha gustado de la Manga?
- a) Nada
 - b) Sus playas
 - c) Su clima
 - d) Su falta de actividades
 - e) Otra:
13. Su valoración global de su estancia es (1 a 10):.....

A continuación, le vamos a pedir ciertos datos personales, los cuales serán tratados con absoluta privacidad y confidencialidad.

14. Edad: _____ años

15. Sexo: Hombre Mujer

16. Lugar de residencia: _____

17. Nivel de ingresos mensual neto: < 600 600-900 900-1200 1200-1800 > 1800 €

18. Nivel de estudios:

Sin estudios Estudios primarios Bachillerato/ FP Estudios Universitarios NS/NC

19. Situación Laboral:

Ama de casa Jubilado Trabaja por cuenta ajena Autónomo Des-
empleado NS/NC

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN