

Termalismo sénior en España

N. Losada Sánchez, E. Alén González y T. Domínguez Vila
Universidad de Vigo, Ourense, España.

Palabras clave: turismo de salud, envejecimiento demográfico, termalismo sénior, ACM

Abstract

El turismo de salud va a ser uno de los grandes beneficiados por el proceso de envejecimiento demográfico que se está experimentando a nivel mundial. En España, el termalismo sénior, una de las tipologías más importantes dentro del denominado turismo de salud ha sido durante años una importante fuente de ingresos para el estado y, a su vez, ha contribuido a la mejora de la calidad de vida de la población mayor de nuestro país. Con todo, esta oferta necesita ser actualizada dada la heterogeneidad del segmento sénior en nuestro país. El objeto de este estudio consiste en obtener un perfil de los séniors que viajan por motivos de salud en nuestro país mediante los viajes de termalismo social del IMSERSO. Para ello se llevó a cabo un Análisis de Correspondencias Múltiples del que se obtuvo que los séniors que utilizan esta tipología de viajes subvencionados por el sector público son mujeres, pertenecientes a la Generación silenciosa, jubiladas, con rentas modestas y ninguna o poca experiencia de viaje. La principal implicación de este estudio radica en la necesidad de la actualización de este tipo de programas dado el potencial de los séniors para esta tipología de turismo en las próximas décadas.

1 Introducción

La población a nivel mundial envejece, y en el viejo continente lo hace a un ritmo vertiginoso, experimentando España el mayor envejecimiento demográfico de Europa, de tal manera que para el año 2050 una de cada dos personas en nuestro país tendrá, al menos, 55 años (United Nations [1]). Se trata de un cambio en la estructura por edades de la población, provocado principalmente por la

reducción en la tasa de natalidad y mortalidad, así como por el incremento de la esperanza de vida, sobre todo en los países más desarrollados (Pérez [2]).

Este cambio en las pirámides de población a nivel mundial, donde los mayores van ganando peso con respecto a la población más joven, está siendo objeto de estudio de numerosas disciplinas desde hace ya algunos años por sus implicaciones en diversos ámbitos de la economía y de la sociedad (INC [3]; Pérez [4]; Valles [5]). No obstante, son básicamente estudios centrados en los costes y consecuencias económicas asociadas al proceso de envejecimiento demográfico (Sánchez [6]) y sus implicaciones políticas (OECD [7]). Se ignora, sin embargo, el enorme potencial de la población mayor como consumidor en una gran cantidad de mercados, siendo el sector turístico uno de los mayores beneficiarios del envejecimiento de la población, según vaticina la OMT (Patterson [8]).

Concretamente, se apunta a la generación del baby boom –que se corresponde con los nacidos entre 1946 y 1964–, con un estilo de vida más orientado al ocio y disfrute del tiempo libre, mayor poder adquisitivo y mejores condiciones de salud que las generaciones anteriores, como aquella que hará crecer el volumen global del turismo (Cooper *et al.* [9]). Con todo, se trata de una generación muy formada, con mayor experiencia de viaje y por tanto, más exigente en su faceta de consumidor turístico (Borja *et al.* [10]). Sin embargo, la oferta específica en materia turística dirigida a este segmento de población pone en evidencia el poco conocimiento existente acerca de este amplio segmento; considerándolo como un grupo homogéneo al que se dirigen ofertas generalizadas y poco especializadas, basadas en estereotipos caducos que distan mucho

del perfil del consumidor turístico mayor en la actualidad.

La inmensa mayoría de las investigaciones en viaje de los seniors, plasmadas en revistas académicas de viaje y ocio, gerontología y ciencias del ocio, se han centrado en las motivaciones y comportamiento de aquellos seniors que viajan por placer y otros propósitos –excepto negocios–, así como en conocer las barreras que impiden que éstos viajen (Zimmer *et al.* [11]).

Con todo, la OMT (UNWTO [12]). apunta al turismo de salud como uno de los grandes beneficiados por el proceso de envejecimiento demográfico que se está experimentando a nivel mundial. El turismo de salud, que comprende los viajes de los individuos por razones de salud –aunando criterios terapéuticos y turísticos– (Lopes *et al.* [13]), está intrínsecamente relacionado con el turismo médico (Saiprasert [14]), haciéndose complicado establecer una delimitación entre ambos conceptos.

El termalismo senior, una de las tipologías más importantes dentro del denominado turismo de salud, cuenta con una gran tradición y éxito en nuestro país. Y es que, los programas de Termalismo social del IMSERSO contribuyen al bienestar y calidad de vida de la población mayor, son una importante fuente de ingresos para el estado y, además, ejercen una importante labor en la desestacionalización del sector turístico. Sin embargo, tal y como indican Chen y Shoemaker [15], las generaciones de seniors más jóvenes han ido perdiendo interés por esta tipología de viajes que se han quedado obsoletos para satisfacer a una demanda con más experiencia de viaje y más exigente que las generaciones anteriores. Por este motivo, se hace necesaria una actualización de los mismos.

El objetivo de este estudio consiste en obtener un perfil de los seniors que viajan por motivos de salud, así como identificar a aquellos que optan por otro tipo de viajes en función de la cohorte generacional de pertenencia, sexo, situación laboral, nivel de ingresos, nivel educativo y experiencia de viaje previa.

2 Marco teórico

Tradicionalmente, la oferta de turismo de salud dirigida a la población senior en nuestro país ha estado promovida por el sector público a través del IMSERSO (Instituto de Mayores y Servicios Sociales), formando parte de los programas de Turismo Social en el marco de las políticas sociales

de envejecimiento activo. Este programa, denominado Termalismo Social, se configura en España como un servicio complementario a las prestaciones del Sistema de la Seguridad Social que tiene por objeto facilitar la asistencia, que en los balnearios se presta, a las personas mayores que la precisen y está dirigido a proporcionar el bienestar en el ámbito de la salud y la calidad de vida a las personas mayores, principalmente mayores de 65 años o pensionistas –de los que además se pueden beneficiar otros colectivos como viudos, discapacitados o acompañantes, según los casos–. Además, éste se caracteriza por estar subvencionado en parte haciéndolo económicamente más accesible para los clientes.

Con todo, este programa, además de permitir el acceso al turismo a mayores con rentas modestas, supone una fuente de creación de empleo y desestacionalización de la demanda de gran relevancia para la industria turística, además de una importante fuente de ingresos para el estado a través de la generación de impuestos tales como: IVA, IS e IBI (PriceWaterhouse *et al.* [16]).

Se trata, en definitiva, de iniciativas promovidas desde organismos públicos formando parte de políticas de envejecimiento activo, siendo casi inexistente la oferta privada para el colectivo de mayores de forma específica. La oferta existente para este segmento por parte del sector privado es de tipo generalista, sin ningún tipo de diferenciación con respecto al resto de colectivos, reduciéndose prácticamente a ofertas de fin de semana en balnearios.

Sin embargo, a medida que la población ha ido envejeciendo se ha hecho mucho más heterogénea en lo que respecta a su nivel educativo, poder adquisitivo, estado de salud, etc., (Wallace [17]), manifestándose esta heterogeneidad en las pautas de consumo de los seniors en el sector turístico (Javalgi *et al.* [18]; Le Serre y Chevalier [19]; Ryan y Trauer [20]; Schröder y Widmann [21]; Van den Berg *et al.* [22]; Wu [23]).

En este sentido, tal y como indican Le Serre y Chevalier [24], se necesitan nuevos estudios para caracterizar a un segmento tan heterogéneo como el de los seniors en el sector turístico.

Las variables más frecuentemente utilizadas para explicar el comportamiento de viaje de los seniors son la edad cronológica y la situación laboral del individuo. Con todo, varios autores (Chen [25]; Norman *et al.* [26]; Walker [27]) consideran un error tratar de explicar el comportamiento de viaje en base a estas dos variables.

Cooper *et al.* [28] aseguran que el consumo de ocio y turismo tiende a estar directamente relacionado con la renta disponible que depende, entre otras cosas, del estadio del ciclo de vida en el que se encuentre el individuo. Y es que, tal y como exponen Collins y Tisdell [29] y Cooper *et al.* [30], el comportamiento de viaje guarda una estrecha relación con la etapa del ciclo de vida en la que se encuentra el individuo, dando lugar a distintos patrones de comportamiento en el sector turístico en función de la edad, situación laboral, etc. Además, éste también va a estar condicionado por ciertas variables socioculturales que originan las diferencias entre las distintas cohortes generacionales como son: el nivel educativo y la experiencia de viaje previa (Huang y Tsai [31]; Wang [32]).

3 Metodología

Para alcanzar el objetivo fijado en esta investigación se optó por un análisis de tipo cuantitativo utilizando como método de recogida de datos la encuesta telefónica realizada a los mayores de 55 años residentes en España.

La edad de corte se decidió, fundamentalmente, en base a que, por un lado, es la edad media utilizada en los estudios que versan sobre mayores y turismo, repasados con anterioridad y, por otro, tal y como argumentan Cooper *et al.* [33], será la generación del baby boom, que a día de hoy en España ronda los 55 años de edad, la que va a introducir profundos cambios en la composición del mercado turístico, entre otros.

En España los mayores de 55 años en el año 2010 suponían el 27,6 % de la población, 12.990.731 personas (INE [34]) y, de éstos, un 44,19 % realizó al menos un viaje con pernoctación en el destino durante ese mismo año (IET [35]).

Con la finalidad de conseguir los datos necesarios para la contrastación de las hipótesis de la investigación se optó por un muestreo probabilístico en dos etapas. En una primera etapa se dividió a la población objetivo en subpoblaciones – conglomerados– en función del área geográfica de residencia, concretamente por provincias. A partir del número de mayores de 55 años por provincias y el total de viajeros mayores de 55 años por CCAA se calculó el número de viajeros por provincias. Posteriormente, se procedió a calcular el tamaño muestral por provincias proporcional al número de viajeros. El tiempo empleado en la realización de cada encuesta fue de unos 10 minutos. Los datos fueron recogidos durante un período de tres meses,

entre Marzo y Mayo del 2012. Finalmente, se obtuvieron un total de 358 cuestionarios válidos del total de provincias españolas (50 en total), que fueron los utilizados para el análisis estadístico.

La técnica de análisis utilizada para dar respuesta al objetivo de la investigación fue el Análisis de Correspondencias Múltiple (ACM), que nos permite obtener un mapa perceptual visualmente interpretable en el que se muestra el grado de asociación entre las variables propuestas.

4 Resultados y discusión

De los 358 individuos que viajaron, solamente un 4,5% lo hizo por motivos de salud. Tal y como se refleja en la Tabla 1, un 60,9% de los entrevistados pertenecen a la Generación del baby boom y un 56,7% son mujeres. Más de la mitad de los individuos están jubilados (63,1%) y el nivel de ingresos predominante es de menos de 12.000 €/año (42,1%), si bien, un alto porcentaje de los seniors entrevistados tiene ingresos superiores a los 20.000 €/año (33,2%). Con respecto al nivel educativo, el 86,3% de la muestra tiene algún tipo de estudios, fundamentalmente estudios de educación primaria y secundaria (61,5%). Finalmente, destacar que la mayor parte de los mayores entrevistados declara tener mucha experiencia de viaje (80,7%).

Tabla 1. Características sociodemográficas de la muestra.

Variable		%
Motivación viaje	Viaje salud	4,5%
	Otros motivos	95,5%
Generación	Baby boom	60,9%
	Silenciosa	39,1%
Sexo	Hombre	43,3%
	Mujer	56,7%
Sit. laboral	Jubilado/a	63,1%
	Activo/a	36,9%
Nivel de ingresos (€/año)	< 12.000	42,1%
	12.000-20.000	24,7%
	> 20.000	33,2%
Nivel educativo	Sin estudios	13,7%
	Primaria	32,3%
	Secundaria	29,2%
	Tít. Universitario	24,8%
Experiencia de viaje	Ninguna o poca	19,3%
	Mucha	80,7%

De los resultados del Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) se extrae que, en efecto, son los seniors más mayores, aquellos pertenecientes a la Generación silenciosa –nacidos antes de 1945–, con rentas modestas (<12.000 €/año), ninguna o poca experiencia de viaje y fundamentalmente mujeres y jubiladas las que viajan por motivos de salud;

mientras que los séniors más jóvenes, Generación del Baby boom, hombres y con mucha experiencia de viaje se sienten atraídos por otro tipo de viajes distintos a los viajes por motivos de salud, entre los que cabría destacar viajes vacacionales o visita a familiares y/o amigos (Figura 1).

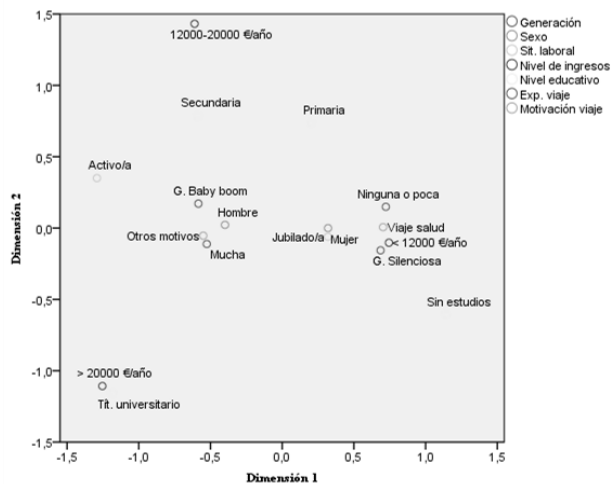


Figura 1. Demanda viajes salud sénior españoles.

De este modo, se corrobora la hipótesis de que los séniors que en la actualidad viajan por motivos de salud en nuestro país mediante los viajes de Termalismo Social subvencionados por el IMSERSO son los séniors más mayores, con menos experiencia de viaje y por tanto menos exigentes en su faceta de consumidores en el sector turístico. Sin embargo, los individuos pertenecientes a las generaciones de adultos más jóvenes y más experimentados, muestran un menor interés por esta tipología de viajes, tal y como apuntan Chen y Shoemaker [36].

Por tanto, se considera oportuna una actualización de esta tipología de viajes por parte del sector, dado el enorme potencial de las nuevas generaciones de séniors para esta tipología de turismo, el turismo de salud, conforme a lo argumentado por la OMT (UNWTO [37]). Y es que, esta tipología de viajes no solo contribuye a aumentar el bienestar y la calidad de vida de los séniors en nuestro país, sino que además, tal y como se extrae del estudio llevado a cabo por PriceWaterhouse *et al.* [38], este tipo de programas suponen una importante fuente de ingresos para el estado, desestacionalizan la demanda turística y permiten un ahorro farmacéutico considerable.

5 Conclusión

Dado el perfil de los séniors que viajan por motivos de salud mediante el Programa de Termalismo Social del IMSERSO en España, se considera oportuno que el sector público siga facilitando el acceso a esta tipología de viajes a jubilados con rentas más modestas. Con todo, resulta necesaria una actualización de la oferta, con el objeto de atraer a los séniors más jóvenes por su potencial para la industria turística en general y para el turismo de salud en particular.

La principal limitación de este estudio es de origen metodológico y se deriva del marco de muestreo utilizado para la obtención de los individuos a entrevistar. Y es que, a pesar de que la utilización de las bases de datos de teléfonos supone un método rápido y eficaz de cara a la identificación de la población meta, ésta también conlleva la desventaja de que no representa al 100% del público objetivo. Y es que, no todos los mayores de 55 años ó más residentes en España disponen de teléfono fijo y, entre los que sí que disponen de éste, no todos constan en la base de datos utilizada.

Se propone como línea de investigación futura profundizar en los motivos por los cuáles los séniors más jóvenes y con mayor experiencia de viaje no se muestran atraídos por los viajes por motivos de salud. De este modo se podrá elaborar una oferta diferenciada para los distintos segmentos de mayores existentes en la actualidad.

Referencias

- [1] United Nations. World population ageing: 1950-2050. Population Division, 2002. Disponible en: <http://www.un.org/esa/population/publications/worldageing19502050/>
- [2] Julio Pérez. Demografía y envejecimiento, nº 51. Madrid: Portal Mayores, 2006. Lecciones de gerontología.
- [3] INC. La Tercera edad y el consumo: funciones y repercusiones que tiene el consumo de las personas mayores, Instituto Nacional de Consumo, 2000. Madrid
- [4] Lourdes Pérez. Las necesidades de las personas mayores en España: vejez, economía y sociedad. Instituto de Migraciones y Servicios sociales, 3ª edición, 1997. Madrid.
- [5] Miguel S. Valles. El papel presente y futuro de las personas mayores en la economía y la sociedad española. En Seniors Españoles para la Cooperación técnica, (Eds.), Las actividades

- económicas de las personas mayores, páginas 565-574, 1995. Madrid.
- [6] Pedro Sánchez. Sociología de la vejez *versus* economía de la vejez. Papers: revista de sociología, 61:39-88, 2000. Universidad Autónoma de Barcelona.
- [7] OECD. Policy Challenges and Actions. En Financial Market Trends: Ageing and Pension System Reform: Implications for Financial Markets and Economics Policies, 3:55-79, november, 2005. OECD Publishing.
- [8] Ian R. Patterson. Growing older. Tourism and leisure behaviour of older adults. Cambridge. Cabi, 2006.
- [9] Chris Cooper, John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert y Stephen Wanhill. El turismo: teoría y práctica, Síntesis, 2007. Madrid
- [10] Luis de Borja, Josep A. Casanovas y Ramón Bosch. El consumidor turístico. ESIC. Pozuelo de Alarcón, 2002. Madrid.
- [11] Zachary Zimmer, Russell E. Brayley y Mark S. Searle. Whether to go and where to go: identification of important influences on seniors' decisions to travel. Journal of Travel Research, 33(3):3-10, 1995.
- [12] UNWTO. Demographic change and tourism. OMT, 2010.
- [13] Patricia Lopes, Marcel Henn, Elisa Alén, José M. Gonçalves. El turismo de salud y el uso terapéutico del agua. Estudios y Perspectivas en Turismo. 20(2):462-477, 2011.
- [14] Wanlanai Saiprasert. An examination of the medical tourists motivational behavior and perception: a structural model, 2011. Tesis doctoral. Oklahoma City University.
- [15] Sandy C. Chen y Stowe Shoemaker. Age and cohort effects: the american senior tourist market. Annals of Tourism Research, 48:58-75, 2014.
- [16] PriceWaterhouse, Mundo Social, AECA, ZONTUR, ANET, EMER-GFK, IMSERSO. Incidencia socioeconómica de los programas de vacaciones para mayores y termalismo social del IMSERSO. Madrid: Instituto de Migraciones y Servicios Sociales, 1997.
- [17] Paul Wallace. El seísmo demográfico. Madrid: Siglo XXI de España, 2000.
- [18] Rajshekhar G. Javalgi, Edward G. Thomas y S.R. Rao. Consumer behavior in the U.S. pleasure travel marketplace: an analysis of senior and nonsenior travelers. Journal of Travel Research, 31(2):14-19, 1992.
- [19] Delphine Le Serre y Corinne Chevalier. Marketing travel services to seniors consumers. Journal of Consumer Marketing, 29(4):262-270, 2012.
- [20] Chris Ryan y Birgit Trauer. Aging populations: trends and the emergence of the nomad tourist. En W.F. Theobald (Ed.), Global tourism, 3^a Edición, páginas 510-528, Butterworth-Heinemann, 2005. Boston.
- [21] Achim Schröder y Torsten Widmann. Demographic change and its impact on the tourism industry: oldies-nothing but goldies? En R. Conrady y M. Buck (Eds.), Trends and issues in global tourism, páginas, 3-17, Springer, 2007. Berlin.
- [22] Pauline Van den Berg, Theo Arentze y Harry Timmermans. Estimating social travel demand of senior citizens in the Netherlands. Journal of Transport Geography, 19:323-331, 2011.
- [23] Chi-Mei E. Wu. An exploratory study of taiwanese seniors' travel motivations and travel behavior, 2003. Tesis doctoral. Kansas State University.
- [24] Delphine Le Serre y Corinne Chevalier, ref. 19 arriba.
- [25] Hui Wen J. Chen. Baby Boomers' and seniors' domestic travel motivations: an examination of citizens in Tainan, Taiwan, 2009. Máster tesis. University of Waterloo. Canadá.
- [26] William C. Norman, Margaret J. Daniels, Francis McGuire y Catherine A. Norman. Wither the mature market: an empirical examination of the travel motivations of neo-mature and veteran-mature markets. Journal of Hospitality & Leisure Marketing, 8(3/4):113-130, 2001.
- [27] Michael C. Walker. Marketing to seniors. 1^a edición. Books library, 2004, Bloomington.
- [28] Chris Cooper, John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert y Stephen Wanhill, ref. 9 arriba.
- [29] Darrian Collins y Clem Tisdell. Age-related lifecycles: purpose variations. Annals of Tourism Research, 29(3):801-818, 2002.
- [30] Chris Cooper, John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert y Stephen Wanhill, ref. 9 arriba.
- [31] Leo Huang y Hsien-Tang Tsai. The study of senior traveler behavior in Taiwan. Tourism Management, 24(5):561-574, 2003.
- [32] Yawei Wang. An exploratory study of travel constructs in mature tourism, 2005. Tesis doctoral. Clemson University. South Carolina. United States.
- [33] Chris Cooper, John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert y Stephen Wanhill, ref. 9 arriba.
- [34] INE. INEbase. Demografía y población. Padrón. Población por municipios, 2010. Disponible en: <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&file=pcaxis&path=%2Ft20%2Fe245%2Fp04%2F%2Fa2010>

- [35] IET. Instituto de Estudios Turísticos. Encuesta de los Movimiento Turísticos de los Españoles (FAMILITUR). Disponible en:
<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Anuales/Informe%20anual%20de%20Familitur.%20A%C3%B1o%202010.pdf>
- [36] Sandy C. Chen y Stowe Shoemaker, ref. 15 arriba.
- [37] UNWTO, ref. 12 arriba.
- [38] PriceWaterhouse *et al.*, ref. 16 arriba.