

# Estudio de algunos aspectos psicosociales en grupos turísticos

Isabel Quiroga Picos\*  
y Antonio Martín González\*\*

## INTRODUCCION

Muchas y muy diversas son las características que diferencian a estos grupos turísticos guiados de cualquier otro modelo grupal. El tamaño, el espacio físico, la importancia de la proximidad física, la cantidad disponible de tiempo de ocio, la heterogeneidad de sus componentes, el líder impuesto, la duración, la previsión precedera de la experiencia en el tiempo, su posible irrepetibilidad, las peculiaridades del nuevo entorno de costumbres e idioma diferentes, etc.

Los escasos estudios realizados hasta la fecha sobre los grupos turísticos (Schmidt, 1975; Gorman, 1979, Holloway, 1981)<sup>1</sup> ni contemplaron con detenimiento las características de tipo psicosocial por nosotros analizadas, ni tampoco llevaron a cabo durante los viajes y por un tiempo tan prolongado, otro tipo de pruebas que no fuese la observación.

Otros estudios más netamente sociológicos (Boorstin, 1964; Turner y Ash, 1975; Cohen, 1979)<sup>2</sup> se ocuparon de la cuestión turística desde vertientes más anecdótico-históricas.

Ha sido finalmente Pearce (1982)<sup>3</sup> quien ha abordado el fenómeno turístico desde perspectivas psicosociales, resaltando el indudable interés de la prosecución de estudios por el estilo, dejando atrás otros intereses como los demográficos tratados por Abbey (1979)<sup>4</sup> e incluso los puramente comportamentales, para pasar a los netamente psicosociales y potenciar auténticos estudios de campo con metodologías que asumen variables importantes del entorno en el que el fenómeno turístico se inscribe.

La investigación turística no sólo se interesa en el acto mismo de viajar, sino también en los momentos precedentes y posteriores al viaje, considerando las experiencias de los turistas como parte de una secuencia que comienza en el «pre-viaje» y termina en el «post-viaje».

En la fase «pre-viaje», que tiene lugar en el área generadora, es donde surge la motivación. En la fase de «viaje» propiamente dicho, que comprende la ruta y el destino/s, ocurren las interacciones. Finalmente, en la fase «post-viaje», de nuevo en la región de origen, tiene lugar el «uso» de las experiencias turísticas habidas y el reajuste al tipo de vida habitual.

El Instituto Español de Turismo se ocupó, entre otras cuestiones,

Consideramos imprescindible destacar el reconocimiento que debemos a la Empresa «Viajes Meliá», que supo anteponer a los habituales intereses comerciales, los presumiblemente superiores en importancia de la investigación universitaria. Nuestro agradecimiento también al Dr. D. Rafael San Martín, Catedrático de Metodología de las Ciencias del Comportamiento, Fernando Pescador y Miguel Angel Rivero, quienes colaboraron en el tratamiento estadístico de este trabajo.

\* Licenciada en Psicología y Técnico en Empresas Turísticas.

\*\* Profesor titular de Psicología Social de la Universidad Autónoma de Madrid.

<sup>1</sup> Gorman, B.: «Seven days, Five countries». *Urban Life*. Vol. 7, nº 4, 1979.

Holloway, J.C.: «The Guided Tour: A Sociological Approach». *Annals of Tourism Research*, VIII (3), 1981.

Schmidt, C.J.: *The Guided Tour: Insulated Adventure*. State University New York, 1975.

<sup>2</sup> Boorstin, D.J.: *The image: A guide to pseudo-events in America*. Harper & Row, New York, 1964.

Cohen, E.: «Rethinking a sociology of Tourism». *Annals of Tourism Research*, VI (1), 1979.

Turner, L., y Ash, J.: *The Golden Hordes*. Constable. London, 1975.

<sup>3</sup> Pearce, P.L.: *The Social Psychology of Tourist Behaviour*. Pergamon Press, 1982.

<sup>4</sup> Abbey, J.R.: «Does Life-Style Profiling work?». *Journal of Travel Research*, XVIII (1), 1979.

de las Motivaciones turísticas (1979), de la Conducta vacacional y viajera de los turistas españoles (1980) y de los extranjeros (1981), de las Actitudes del personal de hoteles y agencias de viajes (1981)<sup>5</sup>, contribuyendo con ello, válidamente, a la necesidad de estudios que el fenómeno turístico ha de despertar en razón de la importancia que le confiere su actualidad, su volumen y su internacionalidad.

Sin entrar en discusiones como las protagonizadas por McCannell (1976) y por Turner y Ash (1975)<sup>6</sup> respecto a si el fenómeno del Turismo ha de ser considerado en su vertiente de expresión o ausencia de autenticidad, lo cierto es que su importancia intrínseca y la eficacia de su contacto internacional le confieren una categoría muy propia de las grandes realidades sociológicas, cuyo estudio necesario supondrá, inexorablemente, un avance en la comprensión de las motivaciones, las expectativas y en el bienestar de toda la población a la que, casi sin excepción, abarca ya la práctica de este fenómeno social. «El turismo posee —afirmaba Marc Boyer— amplias implicaciones y consecuencias económicas, pero por naturaleza es un hecho social»<sup>7</sup>.

Es precisamente desde esta perspectiva desde la cual el turismo va a ser considerado como un medio de contacto y una forma de comunicación entre grupos sociales de cultura y comportamiento diferentes. Su influencia abarca a visitantes y a visitados. Burkart y Medlik (1975)<sup>8</sup> destacan su efecto favorable en viajeros y en receptores. Su persistencia ha de considerarse definitiva. El hecho de viajar tiene connotaciones no sólo físicas, sino psíquicas también, habiéndose generalizado la idea de que el viaje puede cambiar actitudes y creencias.

No es el turismo una moda, sino una conquista social que nos pone en los dinteles de la civilización del Ocio. Sus cimientos, en la consolidación de las formas modernas con que lo conocemos, quizá daten de la resolución 217 (III) de la Asamblea General de las Naciones Unidas, en su Declaración Universal de los Derechos Humanos, al establecer el derecho al tiempo libre, al descanso y al ocio.

La categoría que al turismo puede adjudicarle la civilización del Ocio queda reflejada en los trabajos de Clawson y Ketch (1966), Wahab (1975) y Castro Fariñas (1977)<sup>9</sup>, donde se subraya su significación desde perspectivas de descanso, diversión y desarrollo personal.

Su importancia como acontecimiento social de masas queda puesta de manifiesto por Vacchiano (1981)<sup>10</sup> cuando señala que en 1980 las llegadas de turistas a todos los destinos mundiales superaron los 260 millones de personas.

### Algunos aspectos fundamentales

La motivación es un capítulo interesante en el estudio del fenómeno turístico, precisamente porque estas multitudes que se desplazan —nuevos «Bárbaros de la Edad del Ocio», la «Horda Dorada», como los califican Turner y Ash (1975)<sup>11</sup>— no pocas veces «huyen» de la opulencia, de la tecnología, del hacinamiento, de la monotonía, hacia el «ocio compensador» del que habla Pearce (1982)<sup>12</sup>.

<sup>5</sup> I.E.T.: «Motivaciones Turísticas». *Estudios Turísticos*, núms. 61/62 y 63/64, 1979.

«Comportamiento Vacacional y Turístico...». *Estudios Turísticos*, núms. 66 (1980) y 70/71 (1981).  
«Actitudes del Personal...». *Estudios Turísticos*, núm. 72, 1981.

<sup>6</sup> McCannell, D.: *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. McMillan Press L., U.S.A., 1976.  
Turner L. & Ash J. op. cit. 1975.

<sup>7</sup> Boyer, M., citado por Barrio Moreno, R.: «Las profesiones turísticas». *Estudios Turísticos*, núm. 12, 1966.

<sup>8</sup> Burkart, A.J. y Medlik, S.: *The Management of Tourism*. Heinemann. London, 1975.

<sup>9</sup> Castro Fariñas, J.A.: «Motivaciones sociológicas del viaje turístico». *Estudios Turísticos*, 53-54, 1977.  
Clawson & Ketch (1966). Citados por Leiper, N.: «The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist & the Tourism Industry». *Annals of Tourism Research*, 64, 1979.  
Wahab (1975). Citado por Leiper, op. cit., 1979.

<sup>10</sup> Vacchiano, C.: «Estrategia de Marketing en Europa». *Estudios Turísticos*, 70-71, 1981.

<sup>11</sup> Turner, L. & Ash, J., op. cit., 1975.

<sup>12</sup> Pearce, P.L., op. cit., 1982.

## RESUMEN

La dinámica y la formación de los grupos es un tema permanentemente estudiado por la Psicología Social desde hace mucho tiempo y prácticamente en todas partes. El estudio, sin embargo, de los grupos turísticos, es una cuestión más acotada y menos estudiada. Por consiguiente, si especificamos un poco más, hasta concretar los objetivos en el análisis llevado a cabo en España de grupos de turistas en circuitos organizados, entonces nos encontramos ante el primer trabajo sistemático realizado en nuestro país sobre la formación, desarrollo y características peculiares de estos grupos.

Una muestra de 574 sujetos como la utilizada es además inusual de testar durante quince meses en cualquier país, como lo ponen de manifiesto las ausencias observables en la literatura sobre el tema. De este modo, podemos aquí ofrecer los resultados del primer estudio sobre el tema reseñado.

<sup>13</sup> Dann, G.M.S.: «Anomie, Ego-Enhancement and Tourism». *Annals of Tourism Research*, IV (4), 1977.

<sup>14</sup> Crompton, J.L.: «Motivations for Pleasure Vacation». *Annals of Tourism Research*, VI (4), 1979.

<sup>15</sup> Holloway, J.C., *op. cit.*, 1981.

<sup>16</sup> Anderson, B. y Langmeyer, L.: «The under-50 and over-50 Travelers: A profile of similarities and differences». *Journal of Travel Research*, XX (4), 1982.

Cohen, E. y Taylor, L.: *Escape Attempts*. Harmondsworth. Penguin, 1976.

Crompton, J.L. *op. cit.* 1979.

<sup>17</sup> Holloway, J.C., *op. cit.*, 1981.

<sup>18</sup> Crompton, J.L., *op. cit.*, 1979.

<sup>19</sup> Gorman, B., *op. cit.*, 1979.

<sup>20</sup> Schmidt, C.J., *op. cit.*, 1975.  
Turner, L. and Ash, J., *op. cit.*, 1975.

<sup>21</sup> Argyle, M.: «Intercultural Communication», en *Cultures in Contact: Studies in Cross-Cultural Interaction*. Pergamon Press, Oxford, 1982.

<sup>22</sup> Pearce, P.L., *op. cit.*, 1982.

Una revisión de la literatura sobre la motivación turística revela la escasa investigación existente acerca de los motivos psicosociales (factor «push»; Dann, 1977)<sup>13</sup>. Parece razonable la afirmación de Crompton (1979)<sup>14</sup> en el sentido de que los turistas no suelen estar motivados por las cualidades específicas de un destino, sino más bien por las posibilidades que tenga ese destino de satisfacer sus necesidades psicológicas.

Plantea Pearce (1982) que muchos de los estudios sobre la motivación turística están faltos de una descripción de las motivaciones y centran su interés en las imágenes y recursos de los destinos turísticos en relación con las características demográficas del turista.

Las expectativas tienen también, lógicamente, una importancia capital. Para Holloway (1981)<sup>15</sup> la mayoría de los turistas busca algún tipo de experiencia única durante el viaje. Otros (Cohen y Taylor, 1976; Crompton, 1979; Anderson y Langmeyer, 1982)<sup>16</sup> subrayan formas variadas de enriquecimiento o búsquedas de identidad y auto-desarrollo. O, como en el caso de Pearce (1982), se trata de perspectivas étnicas (interés en la gente local) o simplemente recreativas. La Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (1974) habla de perspectivas psicocéntricas (preocupaciones personales) y aloécnicas (interés por el entorno).

La interacción es uno de los aspectos más interesantes a tener en cuenta, sobre todo en este tipo de «circuitos guiados» nunca estudiados en España. En ellos se da el especialísimo factor proxémico rico en matices de posibles relaciones laterales, frontales, diagonales o a través de la barrera psicológica del pasillo, como hace notar Holloway (1981)<sup>17</sup> citando los estudios de Goffman (1963) sobre las estrategias utilizadas en los viajes de avión o de autobús. Para Crompton (1979)<sup>18</sup> lo que induce a la interrelación en los circuitos organizados es, fundamentalmente, la íntima proximidad física con los demás. Gorman (1979)<sup>19</sup> destaca la solidaridad que se desarrolla en estos grupos.

Posiblemente acentúe la eficacia de la proximidad física el hecho de que el autobús y su microambiente cerrado resulten muralla insalvable frente al paisaje, la gente, los monumentos y hasta frente al mismo clima meteorológico no participado desde la calefacción o el aire acondicionado del autobús. Esta situación, junto al hecho de que, desde la misma programación inicial del viaje, ya otras personas se encargan de diseñar lo que ha de hacerse, confieren al circuito organizado ese aspecto de extraña «burbuja trashumante» reflejado en los trabajos de Turner y Ash (1975) y de Schmidt (1975)<sup>20</sup>.

Sin embargo, algún tipo de interacción social entre el turista y el entorno —el país anfitrión— tiene lugar (Pearce, 1982). De ello son testigos los cambios producidos en muchos países, como en España, y los observados en los propios visitantes al contacto con unas realidades que rebasan cualquier estereotipo. Esta interacción, pues, no deja de ser evidente, aun admitiendo que existe un fenómeno de «protección» del turista respecto de la cultura local por parte de la «cultura internacional» que exhiben los hoteles (Argyle, 1982)<sup>21</sup>. La existencia de escalas utilizadas para medir cambios de actitudes producidos por los contactos culturales (Pearce, 1982)<sup>22</sup> certifican la

evidencia de este fenómeno, fruto necesario de la interrelación entre culturas.

Los grupos organizados, más concretamente los Circuitos guiados de autocar, han sido el objeto de nuestro estudio. Además de peculiares, son importantes en número. Fue el británico Thomas Cook quien en el siglo pasado promovió los primeros viajes colectivos.

A pesar de existir una literatura contraria a este tipo de turismo que se ha llamado de «rebaño», de anonimato, de gregarismo y automatización (I.E.T., 1980, 1981, 1982)<sup>23</sup>, sus ventajas son también múltiples e importantes (Goffman, 1969; Schmidt, 1975; Crompton, 1979)<sup>24</sup>. Sin olvidar el indudable beneficio de la presencia del guía, a efectos de fomentar la interacción en el grupo, la seguridad y protección ante las dificultades del país anfitrión, o como útil agente cultural (Schmidt, 1975; Taft, 1977; Farrell, 1979; López, 1980; Holloway, 1981; Pearce, 1982)<sup>25</sup>.

Estos grupos en estudio ofrecen una serie de complejas y diversas características de entorno que ejercen gran influencia sobre el proceso grupal. Tales como las físicas de forma, tamaño, territorialidad (Shaw, 1980)<sup>26</sup>, disposición espacial y distancia interpersonal. O las personales de edad, sexo, etc. O las sociales como homogeneidad-heterogeneidad de sexo, cultura, raza, etc., y la cohesión grupal en relación con la interacción, la satisfacción, etc.

## HIPOTESIS Y TRABAJO DE CAMPO

El objetivo de nuestro estudio se centró en un análisis de características y peculiaridades de los grupos turísticos y de algunos aspectos de su formación, tratando de detectar la importancia de esta dinámica grupal concreta.

Hemos formulado varias hipótesis de trabajo, calculando que la riqueza de datos que se desprendería de la aplicación de los cuestionarios y del test sociométrico podía ofrecernos información relevante sobre aspectos relacionados con características de tipo psicosocial en estos grupos.

De ahí que algunas de las hipótesis hagan clara referencia a la formación y desarrollo de estos grupos, en tanto que otras tienen que ver, fundamentalmente, con factores característicos de tales grupos, pero en aspectos tales como motivaciones, expectativas, etc.

Se ha utilizado para este estudio una muestra de 574 personas, todas ellas turistas extranjeros —latinoamericanos— que estaban realizando un circuito guiado de autocar por Europa.

El total de turistas que integran esta muestra viajó en 13 grupos diferentes, organizados por una misma Agencia de Viajes, durante el período mayo 1981-agosto 1982. Tales grupos comprendían, cada uno, un mínimo de 26 personas y un máximo de 58, y la duración de los viajes era de entre 18-32 días. Estos grupos fueron seleccionados al azar.

Un primer cuestionario se les entregó al tercer día de iniciado el viaje, y un segundo y último, dos días antes de finalizar el mismo.

<sup>23</sup> I.E.T.: «Comportamiento vacacional y turístico...». *Estudios Turísticos*, 66, 1980.  
«Actitudes del personal...». *Estudios Turísticos*, 72, 1981.  
«Actitudes viajeras de los españoles». *Estudios Turísticos*, 73-74, 1982.  
Crompton, J.L. op. cit. 1979.

<sup>24</sup> Goffman, E.: *The presentation of self in everyday life*. London, Allen Lane, 1969.  
Schmidt, C.J. op. cit. 1975.

<sup>25</sup> Farrell, B.H.: «Tourism's Human Conflicts: Cases from the Pacific». *Annals of Tourism Research*, VI (2), 1972.  
Holloway, J.C. op. cit. 1981.  
López, E.M.: «The Effect of Leadership Style on Satisfaction Levels of Tour Quality». *Journal of Travel Research*, XVIII (4), 1980.  
Schmidt, C.J. op. cit. 1975.  
Pearce, P.L. op. cit. 1982.  
Taft, R.: «Coping with unfamiliar cultures». *Studies in Cross-Cultural Psychology*. Vol. 1. Academic Press. London, 1977.

<sup>26</sup> Shaw, M.E.: *Dinámica de grupos: Psicología de la conducta de los pequeños grupos*. Herder. Barcelona, 1980.

Por otra parte, a seis grupos se les pasó un test sociométrico al comienzo y final del viaje. Los sociogramas se organizaron sobre el mapa gráfico de los asientos del autobús para controlar también la variable proximidad física.

Se trataba de obtener información en base a variables de edad, sexo, estado civil, nacionalidad, nivel de estudios y circunstancia de viajar solo o acompañado.

El trabajo de campo ha sido realizado a lo largo de los años 1981-1983, y en 1984 el análisis de resultados.

Los datos de los 1.126 cuestionarios conseguidos fueron computados para obtener los porcentajes totales y cruzar, finalmente, las variables que consideramos más relevantes en base a las hipótesis previamente formuladas. Del mismo modo, también fueron elaborados los datos de los tests sociométricos para extraer la información pertinente sobre la formación de estos grupos.

Las dificultades encontradas en la realización del trabajo pueden ser comprendidas si se tienen en cuenta las peculiaridades de la población testada, dispuesta siempre, como es lógico, a entender que el precio de su viaje reporta beneficios y disfrutes que difícilmente pueden asociarse con ninguna otra clase de prestaciones a la inversa.

## ANALISIS DE RESULTADOS

En la Tabla nº 1 se pueden observar los datos extraídos del Cuestionario I (ida) pasado a los sujetos de los trece grupos que forman la muestra en estudio y que recogen información sobre:

- Características generales de los turistas que forman estos grupos.
- Motivaciones del viaje.
- Expectativas respecto al grupo de viaje.
- Razones para viajar en grupo organizado.
- Inconvenientes de los viajes en grupo organizado.
- Expectativas sobre la función del guía-acompañante en el grupo de viaje.

**TABLA Nº 1**  
Resultados totales del Cuestionario I (ida) N = 549

		%	Frec. Abs.
1. ¿ES ESTA LA PRIMERA VEZ QUE VIAJA FUERA DE SU PAIS?	Sí	22,4	123
	No	76,3	419
	No contesta	1,3	7
2. ¿ES ESTA LA PRIMERA VEZ QUE VIAJA POR EUROPA?	Sí	82,0	450
	No	16,8	92
	No contesta	1,2	7
3. ¿ES ESTA LA PRIMERA VEZ QUE VIAJA EN UN GRUPO ORGANIZADO?	Sí	49,2	270
	No	50,3	276
	No contesta	0,5	3

Resultados totales del Cuestionario I (ida) N = 549 (Cont.)

		%	Frec. Abs.
4. ¿CUALES SON LOS DOS MOTIVOS PRINCIPALES POR LOS QUE, EN OPINION, A LA MAYORIA DE LA GENTE LE GUSTA VIAJAR?	Razones culturales	46,3	508
	Oportunidad de contacto humano	19,9	219
	Olvidar problemas diarios	4,9	54
	Conocer nuevas personas	3,4	37
	Sentirse menos solo	1,0	11
	Prestigio social	3,0	33
	Otros motivos	0,3	3
	No sabe	0,1	1
(Nota.—En esta pregunta se eligieron 2 respuestas.)	No contesta	21,1	232
5. ¿LE RESULTA DIFICIL TENER QUE CONVIVIR A LO LARGO DEL VIAJE CON SUS COMPAÑEROS DE GRUPO, HASTA AHORA DESCONOCIDOS PARA USTED?	Mucho	0,9	5
	Bastante	1,6	9
	Poco	14,0	77
	Nada	73,2	402
	Indiferente	9,3	51
	No sabe	0,2	1
	No contesta	0,8	4
6. ¿LE ATRAE LA IDEA DE HACER NUEVAS AMISTADES ENTRE LOS COMPONENTES DEL GRUPO?	Mucho	35,5	195
	Bastante	35,0	192
	Poco	13,3	73
	Nada	0,9	5
	Indiferente	13,8	76
	No sabe	0,4	2
	No contesta	1,1	6
7. A LA HORA DE RELACIONARSE CON COMPAÑEROS DEL GRUPO, ¿QUE TIPO DE PERSONA PREFERE USTED?	De su misma EDAD	17,9	98
	De distinta EDAD	23,9	131
	Es indiferente	57,0	313
	De su mismo SEXO	5,5	30
	De distinto SEXO	18,4	101
	Es indiferente	73,2	402
	De su misma NACIONALIDAD	14,9	82
	De distinta NACIONALIDAD	23,0	126
	Es indiferente	60,1	330
	De su mismo NIVEL CULTURAL	27,1	149
	De distinto NIVEL CULTURAL	21,7	119
	Es indiferente	49,7	273
	De su misma CLASE SOCIAL	18,0	99
	De distinta CLASE SOCIAL	16,8	92
	Es indiferente	63,0	346
	De su misma IDEOLOGIA	14,6	80
	De distinta IDEOLOGIA	16,4	90
	Es indiferente	65,8	361
	De sus mismos GUSTOS ARTIST.	18,6	102
	De distintos GUSTOS ARTIST.	20,8	114
	Es indiferente	58,1	319
	Mismas prefer. TIEMPO LIBRE	45,2	248
	Distintas	13,1	72
	Es indiferente	37,2	204
7 bis. ¿TIENE PROBLEMAS EN RELACIONARSE CON CUALQUIER PERSONA?	Sí	8,4	46
	No	81,6	448
	No sabe	2,4	13
	No contesta	7,6	42

Resultados totales del Cuestionario I (ida) N = 549 (Cont.)

		%	Frec. Abs.
8. ¿QUE ACTIVIDADES ORGANIZADAS LE ATRAEN MAS?	Visitas artísticas y culturales	20,5	338
	Actividades sociales	3,8	63
	Visitas a mercados	2,2	36
	Paseos y excursiones	21,3	351
	Otras actividades	0,7	12
	No sabe	0,1	2
(Nota.—En esta pregunta se eligieron 3 opciones.)	No contesta	51,4	847
9. ¿CREE QUE USTED PUEDE APORTAR ALGO POSITIVO A OTRAS PERSONAS DEL GRUPO?	Sí	80,9	444
	No	3,5	19
	No sabe	11,8	65
	No contesta	3,8	21
10. ¿CREE USTED QUE EL GRUPO DE VIAJE ES ADECUADO PARA HACER AMISTADES?	Muy adecuado	24,0	132
	Adecuado	58,8	323
	Indiferente	9,8	54
	No adecuado	2,4	13
	No sabe	1,3	7
	No contesta	3,7	20
11. ¿CREE NECESARIA LA COLABORACION DE TODOS LOS MIEMBROS DEL GRUPO PARA QUE EL VIAJE RESULTE AGRADABLE?	Sí	94,7	520
	No	2,9	16
	No sabe	0,7	4
	No contesta	1,7	9
12. ¿ESTA USTED DISPUESTO A COLABORAR PARA QUE EL VIAJE RESULTE UN EXITO Y MOTIVO DE SATISFACCION PARA TODOS?	Sí	97,1	533
	No	0,2	1
	No sabe	0,2	1
	No contesta	2,5	14
13. ¿DE QUE FORMAS CONCRETAS SE PODRIA COLABORAR POSITIVAMENTE?	Siendo respetuoso	29,9	328
	Siendo disciplinado	18,4	202
	Aumentando momentos convivenc.	10,7	117
	Dejando a cada uno ir a su gusto	3,6	39
	Otros motivos	0,4	4
	No sabe	0,1	1
(Nota.—En esta pregunta se eligieron 2 respuestas.)	No contesta	37,0	407
14. ¿LE GUSTARIA QUE SUS COMPAÑEROS DE VIAJE FUESEN PARECIDOS A USTED EN GUSTOS Y OPINIONES?	Sí	44,1	242
	No	7,7	42
	Indiferente	41,5	228
	No sabe	0,4	2
	No contesta	6,3	35
15. ¿ENCUENTRA INCONVENIENTES EN TENER QUE COMPARTIR ACTIVIDADES Y TIEMPO LIBRE CON SUS COMPAÑEROS?	Muchos	1,8	10
	Algunos	19,1	105
	Ninguno	76,9	422
	No sabe	0,4	2
	No contesta	1,8	10
16. ¿CUALES SON LAS VENTAJAS MAS IMPORTANTES QUE TIENE VIAJAR EN GRUPOS ORGANIZADOS?	Resulta más económico	12,1	133
	Se aprovecha más el viaje	27,7	304
	Se pueden hacer amigos	10,1	111
	La seguridad personal	19,9	219
	No hay que preocuparse de nada	16,7	183
	Otros motivos	0,5	5
	No sabe	0,1	1
	(Nota.—En esta pregunta se eligieron 2 respuestas.)	No contesta	13,0

Resultados totales del Cuestionario I (ida) N = 549 (Cont.)

		%	Frec. Abs.
17. ¿CUALES SON LOS INCONVENIENTES MAS IMPORTANTES?	Falta de independencia	10,1	111
	Rigidez de horarios	17,4	191
	Imposiciones de un programa	9,0	99
	Molestias de los compañeros	14,1	155
	Otros motivos	3,0	33
	No sabe	2,3	25
	No contesta	44,1	484
<i>(Nota.—En esta pregunta se eligieron 2 respuestas.)</i>			
18. ¿QUE OPINION LE MERECE EL TRABAJO DEL GUIA PARA LA BUENA MARCHA DEL GRUPO?	Es indispensable	97,1	533
	Es indiferente	0,5	3
	No es necesario	0,2	1
	Es un obstáculo	0,4	2
	No sabe	0,7	4
	No contesta	1,1	6
19. ¿QUE ES LO QUE PREFERENTEMENTE PEDIRIA DE UN GUIA?	Eficacia	17,6	193
	Simpático y agradable	19,5	214
	Servicial y atento	13,0	143
	Alto nivel cultural	14,0	154
	Que tenga experiencia	30,1	330
	Otros	0,1	1
	No contesta	5,5	60
<i>(Nota.—En esta pregunta se eligieron 2 respuestas.)</i>			
20. ¿CUAL ES PARA USTED LA EDAD DEL GUIA IDEAL?	Menos de 20 años	0,5	3
	De 20 a 30 años	30,4	167
	De 31 a 40 años	52,1	286
	De 41 a 50 años	3,6	20
	De 51 a 60 años	0,4	2
	No sabe	3,1	17
	No contesta	9,9	54
21. ¿QUE PREFIERE QUE SEA EL GUIA?	Un hombre	10,2	56
	Una mujer	22,2	122
	Es indiferente	66,1	363
	No sabe	0,4	2
	No contesta	1,1	6
22. ¿EN QUE ASPECTOS CREE QUE LA CONTRIBUCION DEL GUIA EN EL GRUPO ES MAS NECESARIA?	Facilitar convivencia, conocimiento	37,1	407
	Resolución de problemas técnicos	24,0	264
	Resolución conflictos grupales	6,6	72
	Preocupación por los más aislados	12,6	138
	Otros	0,6	7
	No sabe	0,3	3
	No contesta	18,8	206
<i>(Nota.—En esta pregunta se eligieron 2 respuestas.)</i>			
23. ¿COMO CONSIDERA DE ATRACTIVA LA PROFESION DEL GUIA DE VIAJE ORGANIZADO?	Muy atractiva	45,0	247
	Atractiva	43,0	236
	Nada atractiva	4,2	23
	No sabe	3,3	18
	No contesta	4,5	25
23 bis. ¿PODRIA EXPLICAR EL POR QUE?	Por la cultura que se adquiere	17,3	95
	Por poder aportar y asesorar	5,0	27
	Oportunidad de contacto humano	16,1	88
	Por no ser rutinario	1,1	6
	Por requerir responsabilidad	0,9	5
	Por ejercer funciones de líder	1,3	7
	Por apartarles de la familia	0,3	2
	Por ser tarea complicada	1,1	6
	Por dependencia del grupo	0,2	1
	Por ser monótona y rutinaria	0,9	5
	<i>(Nota.—En esta pregunta se eligieron 2 respuestas.)</i>		



Resultados totales del Cuestionario I (ida) N = 549 (Cont.)

24. ¿QUE CUALIDADES PERSONALES DEL GUIA CREE QUE SON MAS O MENOS IMPORTANTES PARA EL BUEN DESEMPEÑO DE SU TRABAJO?	POCO		BASTANTE		MUCHO	
	%	Frec. Abs.	%	Frec. Abs.	%	Frec. Abs.
Claridad en la expresión	2,6	14	5,8	32	87,2	479
Buena memoria	2,8	15	12,2	67	78,2	429
Conocimiento de idiomas	3,8	21	9,3	51	75,9	417
Claridad de ideas	3,5	19	8,9	49	75,4	414
Capacidad de trabajo	2,4	13	6,4	35	83,6	459
Capacidad organizadora	2,0	11	4,7	26	85,0	467
Capacidad persuasiva	10,9	60	16,0	88	60,8	334
Personalidad enérgica	18,6	102	18,0	99	51,5	283
Activa y dinámica	3,3	18	6,7	37	81,1	445
Personalidad equilibrada	2,7	15	9,1	50	76,9	422
Eficaz y resolutiva	3,0	16	8,2	45	77,1	423
Personalidad conciliadora	7,8	43	15,3	84	62,7	344
Persona servicial y atenta	4,5	25	10,6	58	79,1	434
Inteligente	2,3	13	9,8	54	79,4	436
Persona afectiva	9,3	51	15,5	85	66,5	365
Abierta y sociable	4,3	24	10,2	56	77,4	425
Segura de sí misma	2,0	11	6,6	36	82,9	455
Sin prejuicio en el trato	4,2	23	7,7	42	78,2	429
Buena presencia física	17,1	94	22,2	122	50,3	276
Seria y comedida	16,1	88	16,2	89	56,1	308
Reservada	23,8	131	12,4	68	49,6	272
Buen sentido del humor	3,4	19	8,4	46	81,4	447
<hr/>						
25. EDAD	Menos de 20 años	3,1	17			
	De 20 a 25 años	6,2	34			
	De 26 a 35 años	11,7	64			
	De 36 a 45 años	13,1	72			
	De 46 a 55 años	26,0	143			
	De 56 a 65 años	26,0	143			
	Más de 65 años	10,9	60			
	No contesta	3,0	16			
<hr/>						
26. SEXO	Hombre	33,9	186			
	Mujer	64,1	352			
	No contesta	2,0	11			
<hr/>						
27. ESTADO CIVIL	Soltero	19,7	108			
	Casado	64,7	355			
	Viudo	10,9	60			
	Separado	2,7	15			
	No contesta	2,0	11			
<hr/>						
28. NACIONALIDAD	Argentina	52,1	286			
	Brasil	6,6	36			
	Chile	3,3	18			
	Colombia	1,8	10			
	Ecuador	1,6	9			
	México	12,2	67			
	Perú	2,2	12			
	Uruguay	6,2	34			
	Venezuela	2,7	15			
	Europeos	3,8	21			
	No contesta	7,5	41			
<hr/>						
29. NIVEL DE ESTUDIOS	Primarios	20,6	113			
	Secundarios	41,7	229			
	Medios	9,1	50			
	Superiores y universitarios	25,0	137			
	No contesta	3,6	20			

Resultados totales del Cuestionario I (ida) N = 549 (Cont.)

		%	Fre. Abs.
30. PROFESION	Gerentes, directores, profesionales	17,5	96
	Empresarios, comercio, negocios	8,6	47
	Téc. medios, maestros, funcion.	22,6	124
	Trabajadores independientes	2,4	13
	Estudiantes	3,5	19
	Amas de casa	15,1	83
	Jubilados	8,6	47
	Otras	1,1	6
	No contesta	20,6	113
31. ¿CON QUIEN ESTA VIAJANDO EN ESTE MOMENTO?	Solo	7,3	40
	Con su cónyuge	56,3	309
	Con la familia	17,0	93
	Con amigos	17,4	96
	No contesta	2,0	11

En la Tabla nº 2 se recogen los datos extraídos del Cuestionario II (vuelta) pasado a los mismos sujetos y que aportan información sobre:

- Convivencia grupal.
- Inconvenientes encontrados durante el viaje.
- Función del guía-acompañante en el grupo de viaje.
- Nivel de satisfacción tras la realización del viaje.
- Preferencia por los viajes en grupo organizado.

TABLA Nº 2

Resultados totales del Cuestionario II (vuelta) N = 499

		%	Frec. Abs.
1. ¿COMO VALORA ESTE VIAJE DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA CONVIVENCIA GRUPAL?	Muy positivo	28,7	143
	Positivo	62,9	314
	Negativo	5,0	25
	Muy negativo	0,4	2
	No sabe	0,6	3
	No contesta	2,4	12
2. ¿LE HA COSTADO MUCHO ESFUERZO ADAPTARSE AL GRUPO EN GENERAL?	Sí	9,0	45
	No	88,2	440
	No sabe	1,0	5
	No contesta	1,8	9
2.1. ¿POR QUE SI?	Heterogeneidad del grupo	3,0	15
	Mi forma de ser	1,0	5
	El grupo no lo facilitaba	2,6	13
	Otros	2,4	12
2.2. ¿POR QUE NO?	Sé adaptarme	25,1	125
	El grupo lo facilitó	23,8	119
	Homogeneidad del grupo	12,2	61
	Mi forma de ser	7,2	36
	El guía nos estimuló	2,2	11
	Viaje sin problemas	0,8	4
	No contesta	16,9	84

Resultados totales del Cuestionario II (vuelta) N = 499 (Cont.)

		%	Frec. Abs.
3. ¿QUE SITUACION DEL VIAJE LE HA PARECIDO LA MAS DIFICIL?	Robo a algún compañero	2,8	14
	Enfermedad personal	0,6	3
	Accidente o avería	0,4	2
	Hostilidad de algún país	4,4	22
	Dificultad de idioma	3,8	19
	Deficiencias técnicas	16,4	82
	Roces personales	8,2	41
	Otras: fumar, maletas	3,2	16
	No contesta	60,2	300
4. ¿A QUE SE DEBIO LA DIFICULTAD?	Fallos técnicos	17,4	87
	Dificultad de convivencia	9,6	48
	Ineficacia del guía	1,2	6
	Hostilidad en lugares visitados	10,0	50
	Otros	7,2	36
	No sabe	0,6	3
	No contesta	54,0	269
5. ¿EN QUE MOMENTO DEL VIAJE HA TENIDO MAYOR DIFICULTAD EN LA RELACION CON SUS COMPAÑEROS?	Al comienzo del viaje	40,1	200
	En la mitad del viaje	10,6	53
	Al final del viaje	4,2	21
	No contestan	45,1	225
6. ¿SE SENTIO EN ALGUN MOMENTO RECHAZADO POR SUS COMPAÑEROS?	Frecuentemente	0,6	3
	De vez en cuando	9,8	49
	Nunca	71,9	359
	No sabe	9,0	45
	No contesta	8,7	43
7. ¿RECUERDA SI HA HABIDO ALGUN MOMENTO ESPECIAL DE TENSION ENTRE LAS PERSONAS DEL GRUPO?	Sí	34,7	173
	No	51,9	259
	No sabe	6,8	34
	No contesta	6,6	33
7 bis. ¿QUE MOTIVOS ORIGINARON DICHA SITUACION DE TENSION?	Fallos técnicos	7,2	36
	Robo, enfermedad, accidente	1,0	5
	Falta de disciplina	9,4	47
	Enfrentamientos	13,4	67
	Otros: fumadores, cansancio	1,8	9
	No contesta	1,9	9
¿CREE QUE SE RESOLVIO DICHA SITUACION DE TENSION?	Sí	19,6	98
	No	10,4	52
	No sabe	3,4	17
	No contesta	1,3	6
¿COMO CALIFICARIA LA INTERVENCION DEL GUIA EN DICHO MOMENTO?	Muy positiva	10,4	52
	Positiva	8,8	44
	Negativa	2,0	10
	Muy negativa	0,4	2
	No intervino	9,4	47
	No sabe	0,6	3
	No contesta	3,1	15
8. ¿HA HECHO BUENAS AMISTADES ENTRE LOS MIEMBROS DEL GRUPO?	Sí	87,2	435
	No	5,8	29
	No sabe	3,2	16
	No contesta	3,8	19

Resultados totales del Cuestionario II (vuelta) N = 499 (Cont.)

		%	Frec. Abs.
9. ¿HA COMPARTIDO SU TIEMPO LIBRE CON OTROS MIEMBROS DEL GRUPO?	Siempre o casi siempre	55,1	275
	A veces	37,9	189
	Nunca o casi nunca	4,4	22
	No contesta	2,6	13
10. ¿SE HA SENTIDO SOLO A LO LARGO DEL VIAJE?	Siempre o casi siempre	0,8	4
	A veces	8,6	43
	Nunca o casi nunca	86,0	429
	No contesta	4,6	23
11. ¿CREE QUE HA COLABORADO CON SUS COMPAÑEROS PARA EL BUEN EXITO DEL VIAJE?	Sí	89,2	445
	No	1,2	6
	No sabe	6,6	33
	No contesta	3,0	15
12. ¿QUE ES LO QUE MAS VALORA DEL TRABAJO DEL GUIA EN GENERAL?	Que anime y enriquezca al grupo	40,5	202
	Que cuide a todos por igual	44,7	223
	Que dé buena imagen	12,6	63
	Otras razones	1,7	8
	No sabe	0,2	1
	No contesta	0,3	1
13. ¿QUE PREFIERE QUE SEA EL GUIA?	Un hombre	12,2	61
	Una mujer	30,5	152
	Es indiferente	55,9	279
	No sabe	0,4	2
	No contesta	1,0	5
14. ¿COMO CALIFICARIA EL TRABAJO DEL GUIA QUE ESTA VIAJANDO CON USTEDES?	Menos de 5 puntos	1,4	7
	De 5 a 6 puntos	4,8	24
	De 7 a 8 puntos	22,0	110
	De 9 a 10 puntos	67,9	339
	No sabe	0,2	1
	No contesta	3,7	18
15. RAZONE LOS MOTIVOS MAS IMPORTANTES QUE INFLUYEN EN LA PUNTUACION QUE HA CONCEDIDO AL GUIA	Inteligencia, cultura	12,8	64
	Claridad de ideas	0,3	1
	Claridad de expresión	1,3	6
	Afectiva, amable, humana	10,9	54
	Servicial y atenta	7,9	39
	Activa y dinámica	3,2	16
	Equilibrada	2,1	10
	Eficaz y resolutive	7,5	37
	Abierta y sociable	1,2	6
	Conciliadora	1,6	8
	Enérgica	0,7	3
	Segura de sí misma	1,8	9
	Reservada	0,6	3
	Seria, comedida, correcta	5,7	28
	Buen sentido del humor	3,8	19
	Sin prejuicio en el trato	0,1	0
	Capacidad de trabajo	6,0	30
	Capacidad organizadora	4,0	20
	Con experiencia profesional	12,9	64
	Responsable, sensata	3,7	18
Buena memoria	0,1	0	
Conocimiento idiomas	0,9	4	
Cuidar a todos por igual	2,3	11	
Persuasiva	0,4	2	
Paciente	0,6	3	
Otros	7,6	38	

Resultados totales del Cuestionario II (vuelta) N = 499 (Cont.)

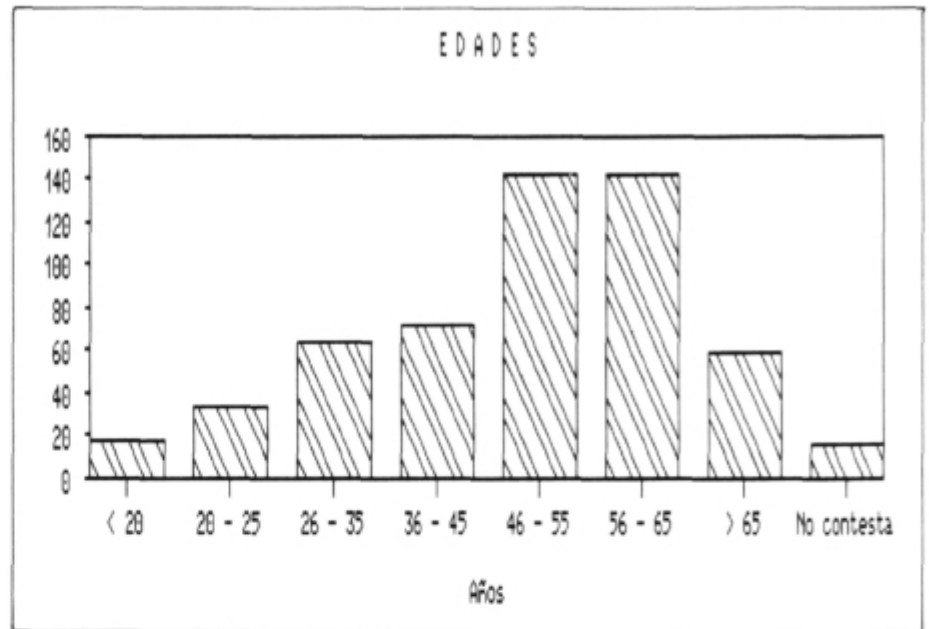
		%	Frec. Abs.
16. ¿COMO SE SIENTE USTED DEL VIAJE?	Muy satisfecho	47,9	239
	Bastante satisfecho	40,7	203
	Poco satisfecho	6,6	33
	Nada satisfecho	0,8	4
	Indiferente	1,4	7
	No contesta	2,6	13
16 bis. ¿PODRIA EXPLICAR EL POR QUE?	Enriquecimiento cultural	34,7	173
	Cumplimiento expectativas	13,7	68
	Recibí más de lo que esperaba	2,8	14
	Organización del viaje	6,6	33
	Oportunidad de convivencia	11,3	56
	Grupo muy agradable	5,2	26
	Eficiencia del guía	3,1	15
	Me he divertido mucho	3,1	15
	Viaje sin problemas	1,7	8
	Mala atención en algún país	1,7	8
	No recibí lo que se me ofreció	6,8	34
	Demasiado rápido y cansado	5,4	27
	Razones de convivencia	0,7	3
	Mal tiempo	1,4	7
	Otros	0,7	3
No contesta	1,1	5	
17. ¿ACONSEJARIA A ALGUN AMIGO SUYO REALIZAR UN VIAJE EN ORGANIZADO?	Sí	83,6	417
	No	6,2	31
	No sabe	4,6	23
	No contesta	5,6	28
18. ¿ACONSEJARIA A SUS AMIGOS REALIZAR EL MISMO VIAJE QUE USTED TERMINA AHORA?	Sí	72,7	363
	No	15,0	75
	No sabe	5,6	28
	No contesta	6,7	33
18.1. ¿POR QUE SI?	Recorrido muy interesante	19,2	96
	Recorrido muy completo	12,4	62
	Viaje bien organizado	8,2	41
	Manera económica de viajar	2,8	14
	El grupo fue muy ameno	1,4	7
	Por estar bien guiado	0,6	3
	Otros	2,0	10
	No contesta	26,1	130
18.2. ¿POR QUE NO?	Por el tamaño del grupo	0,8	4
	Deficiencias técnicas	4,2	21
	Por los compañeros de viaje	1,2	6
	Demasiado recorrido en autobús	5,2	26
	Por ser demasiado largo	0,8	4
	Otros	0,2	1
	No contesta	2,6	13
19. ¿VOLVERIA A REPETIR ESTA EXPERIENCIA DE VIAJAR EN GRUPO ORGANIZADO AUNQUE TUVIERA POSIBILIDAD DE VIAJAR DE OTRA FORMA?	Sí	67,9	339
	No	17,8	89
	No sabe	9,0	45
	No contesta	5,3	26

De más alto valor y significación, en relación a las hipótesis inicialmente formuladas, hemos podido obtener la siguiente información:

**Gráfico nº 1**

**La EDAD y los viajes organizados**

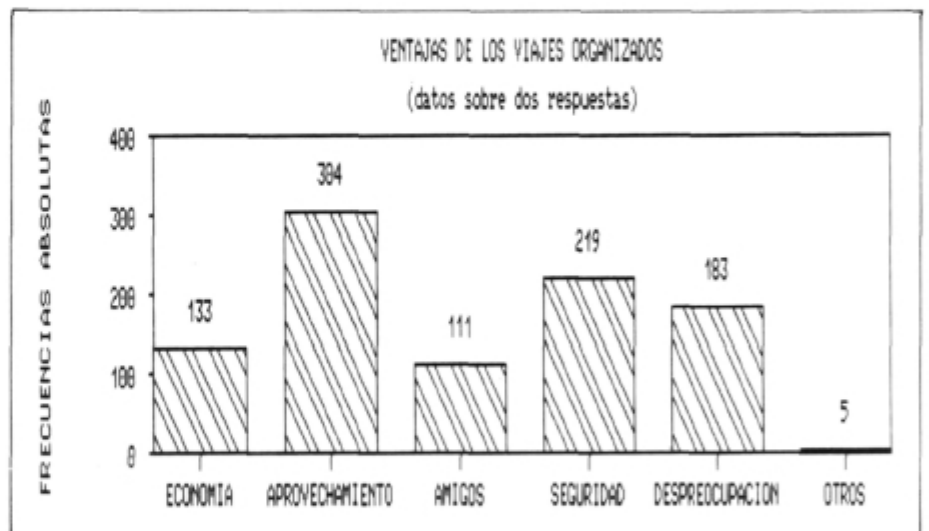
La asistencia a los viajes en grupo organizado va aumentando hasta una determinada edad en la cual se estabiliza y después comienza a disminuir.



**Gráfico nº 2**

Datos extraídos de la Tabla nº 1 (cuestionario 1, pregunta nº 16)

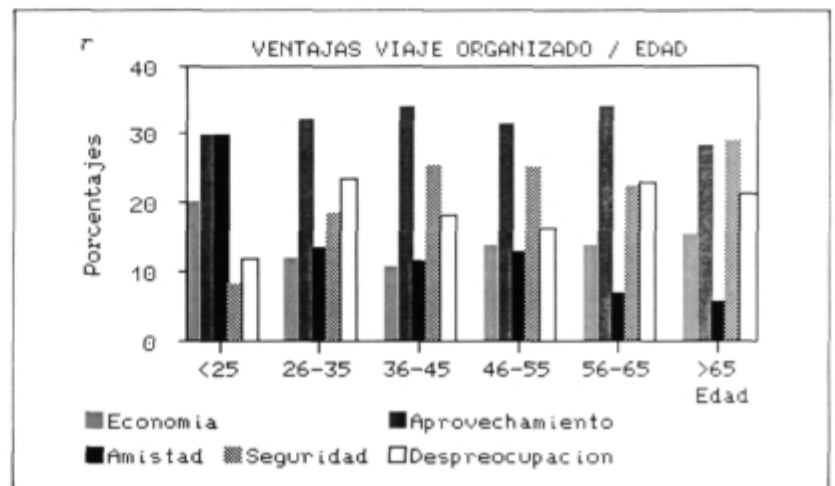
Los turistas de nuestra muestra consideran que las principales ventajas de este tipo de viajes son, en primer lugar, el aprovechamiento del viaje y, en segundo lugar, la seguridad personal. Esta última ventaja va a estar relacionada con la edad, como muestran los Gráficos nos. 3, 4 y 5.



**Gráfico nº 3**

Existe una relación significativa entre las razones señaladas por los turistas como ventajas de los viajes en grupo organizado y su edad.

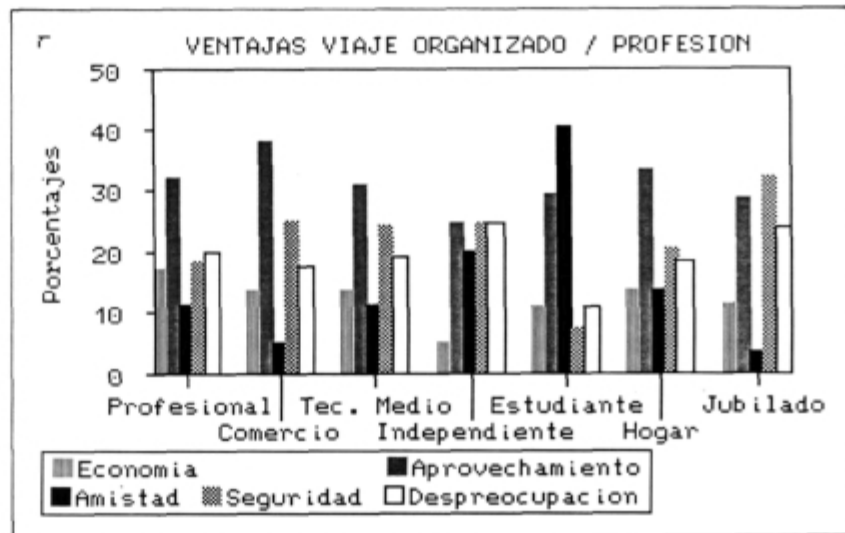
Las razones de seguridad personal se hacen más importantes para los sujetos al aumentar la edad de éstos, siendo la razón principal para las personas de más de 65 años y la de menor importancia para los menores de 26 años quienes, a su vez, encuentran la mayor ventaja de estos viajes en el hecho de poder hacer amigos, razón que decrece en importancia al aumentar la edad.



**Gráfico nº 4**

Existe una relación significativa entre las razones expuestas por los turistas como ventajas de los viajes en grupo organizado y su profesión, y entre dichas ventajas y el estado civil.

Los jubilados consideran las razones de seguridad personal como ventaja principal de estos viajes, mientras los estudiantes son los que menos importancia dan a dicha razón. Por el contrario, los estudiantes señalan como ventaja de mayor importancia de este tipo de viajes el poder hacer amigos, mientras para los jubilados es la ventaja de menor importancia.

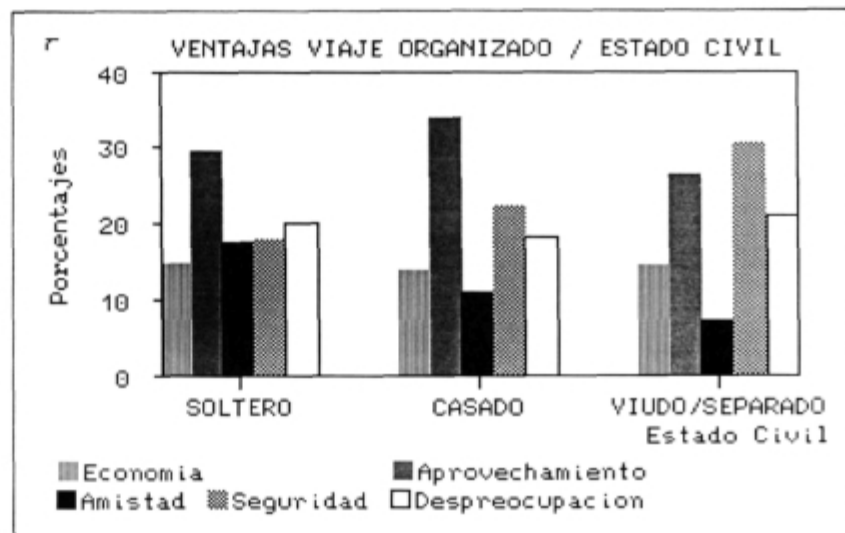


**Gráfico nº 5**

Por otra parte, los viudos señalan las razones de seguridad personal como principal ventaja de este tipo de viajes.

Tras el análisis de los gráficos anteriores se puede deducir la influencia de la edad a la hora de señalar las razones de seguridad personal como ventaja de importancia en este tipo de viajes, factor que como ya indicábamos, se hace prioritario con el paso de los años.

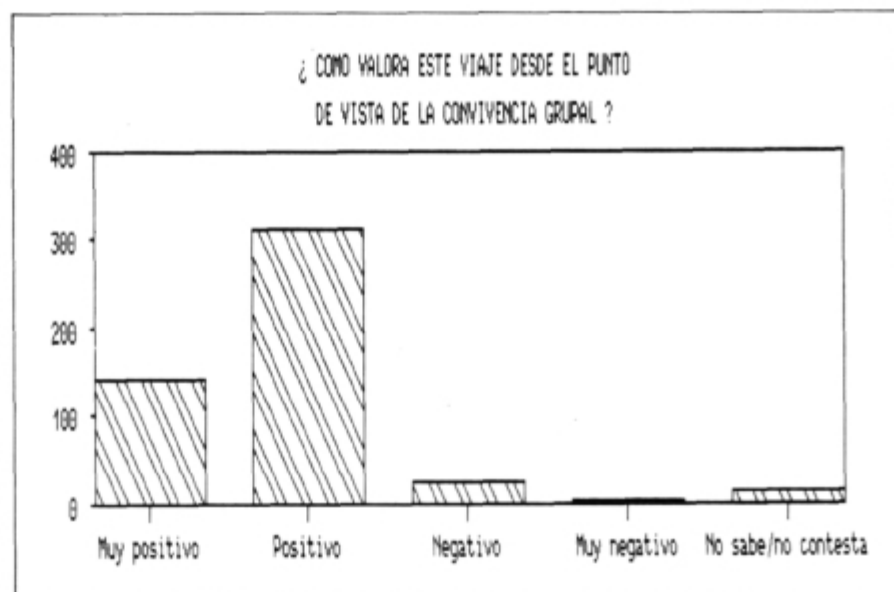
Los datos anteriormente expuestos muestran claras diferencias entre la gente joven y la gente de edad en relación a las razones expuestas como ventajas de viajar en grupo organizado.



**Gráfico nº 6**

El éxito en la convivencia como razón gratificante fundamental

Datos obtenidos en la Tabla nº 2 (Cuestionario II) indican que la mayoría de los turistas de los grupos en estudio valoran de forma positiva la convivencia grupal al finalizar el viaje.

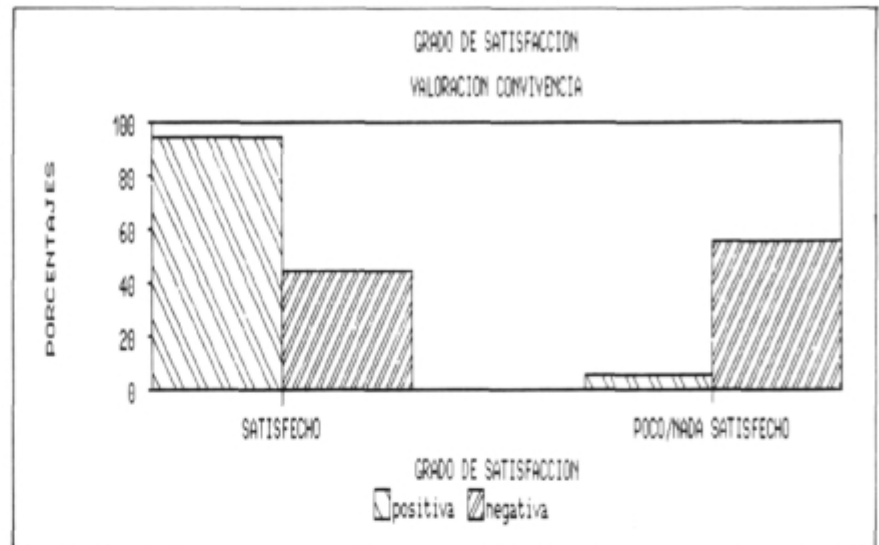


**Gráfico nº 7**

La valoración de esta convivencia grupal influye significativamente en el nivel de satisfacción personal tras el viaje.

Así, un 94,6% de personas que están satisfechas, valoran positivamente la convivencia en el grupo, mientras un 56% de las que están poco o nada satisfechas valoran dicha convivencia de forma negativa.

Corroborar la importancia del éxito de la convivencia durante el viaje, el hecho de que exista una relación significativa entre el nivel de satisfacción tras el viaje y el haberse sentido rechazado por los compañeros, y entre la valoración de la convivencia grupal y el sentirse rechazado.

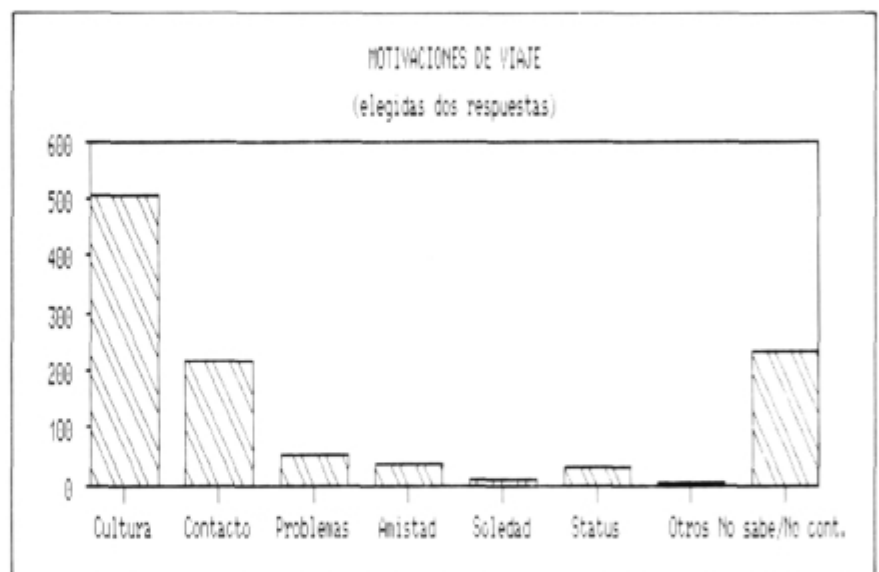


**Gráfico nº 8**

La motivación de viaje en grupos organizados

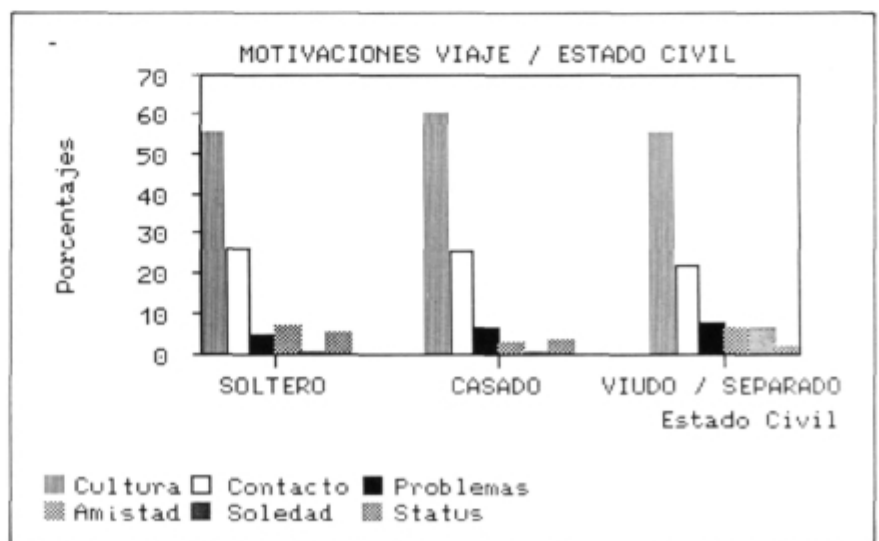
Datos de la Tabla nº 1 (Cuestionario I, pregunta nº 4) arrojan la siguiente información: Queda patente que la motivación principal en este tipo de viajes es cultural, lo que podría explicarse en parte, si tenemos en cuenta que:

- La motivación cultural es una razón socialmente bien aceptada.
- Estos viajes están programados desde una perspectiva cultural: incluyen visitas a monumentos, explicaciones de un guía, etc.
  - Europa se considera destino cultural
- El nivel cultural de los turistas de la muestra (41% estudios secundarios).



**Gráfico nº 9**

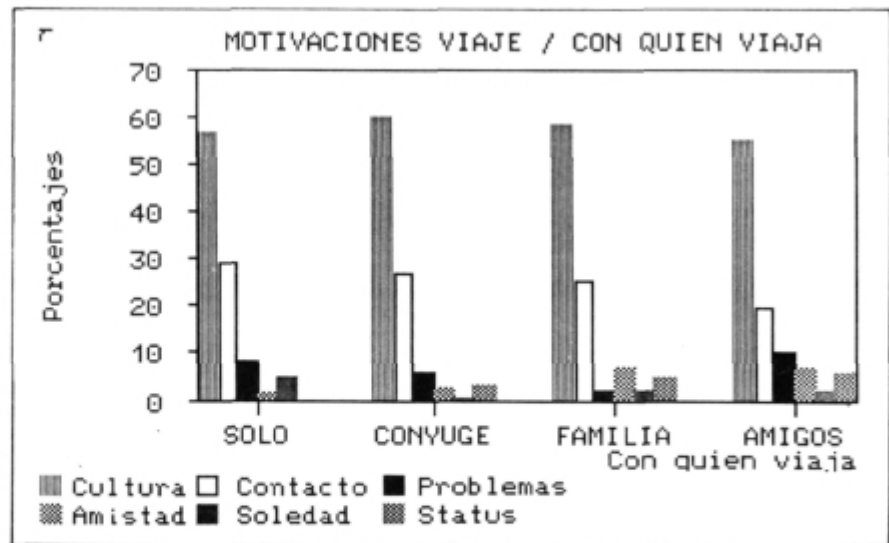
El estado civil de los turistas, el hecho de viajar solos o con familiares o amigos, y la nacionalidad, son variables que influyen significativamente en las razones que exponen los turistas como motivos de viaje.





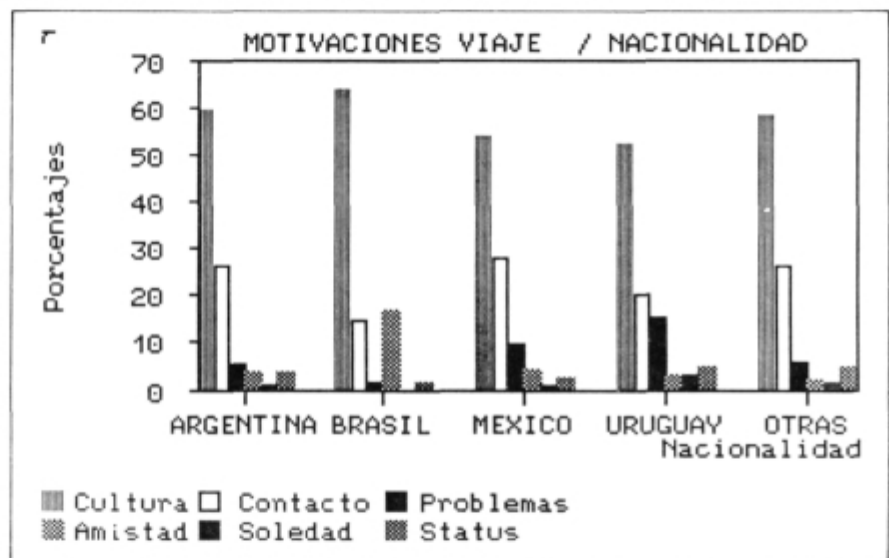
**Gráfico nº 10**

Tal vez resulte oportuno consignar aquí, entre otras variables a tener en cuenta que, de las personas que están viajando solas, el 40% son solteras y el 40% son viudas/separadas y aproximadamente, la mitad de los que viajan con la familia y de los que viajan con amigos, son también solteros.



**Gráfico nº 11**

Más de la mitad (62,1%) de los brasileños de esta muestra dicen tener estudios medios y superiores, mientras que más de la mitad de los mexicanos (56,7%) y de los uruguayos (73,5%) han cursado estudios secundarios.



**Gráfico nº 12**

**La función del guía-acompañante como líder impuesto**

Según datos extraídos de la Tabla nº 1 (Cuestionario I, pregunta número 18), el 97,1% de los turistas de esta muestra opinan que el trabajo del guía es indispensable para la buena marcha del grupo.

Las expectativas de los turistas sobre el guía-acompañante quedan reflejadas en los gráficos nos. 12 y 13.

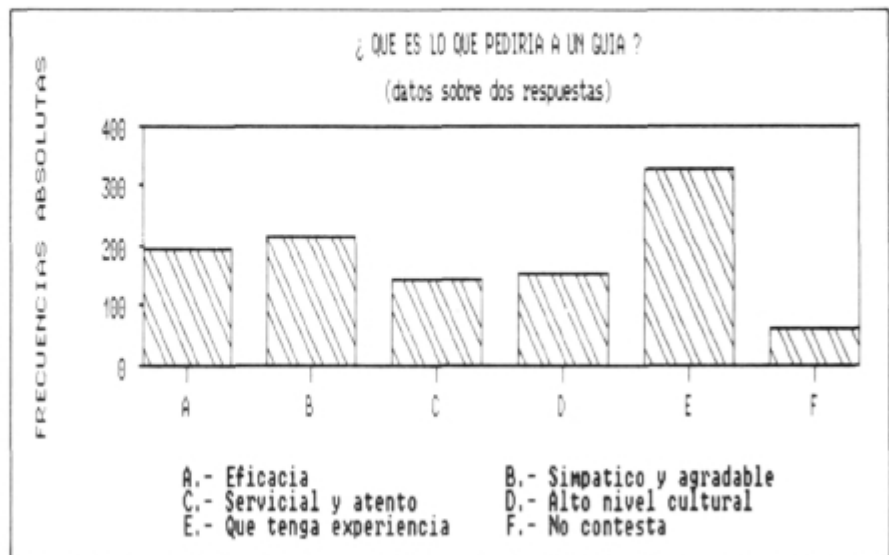


Gráfico nº 13

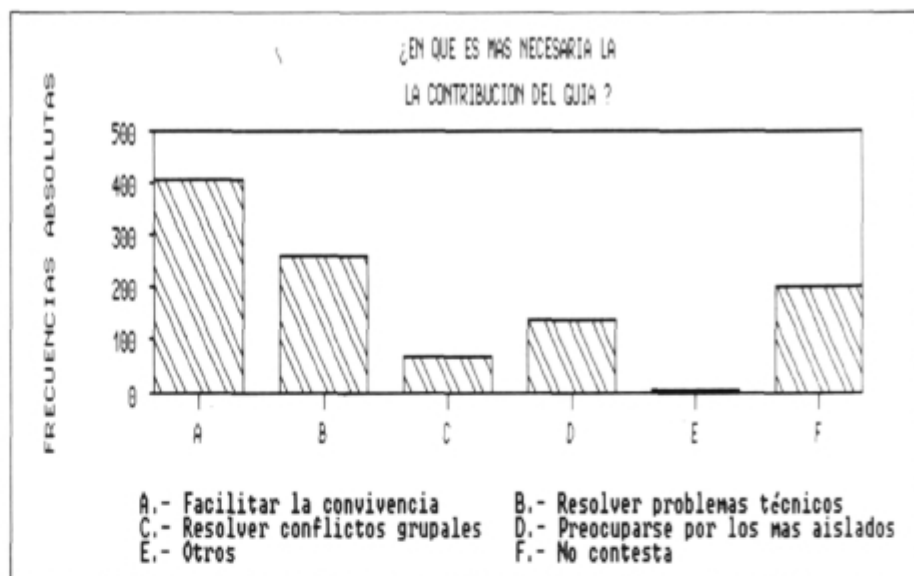
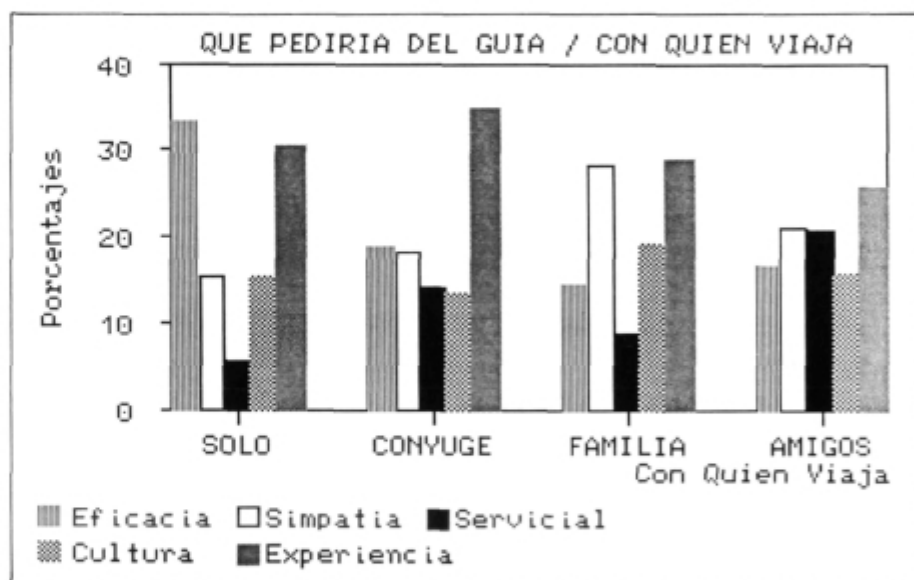


Gráfico nº 14

El hecho de viajar solo o acompañado por familiares o amigos en el grupo, influye significativamente a la hora de que los turistas expresen los distintos aspectos que pedirían de un guía-acompañante.



#### Tamaño y cohesión en los grupos

Posiblemente la propia desorientación que conlleva un viaje fuera del país de origen facilita que los turistas de un grupo tiendan a unirse y compartir su tiempo de ocio.

Los datos obtenidos de los tests sociométricos señalan que, en esta muestra en particular, los grupos pequeños están más cohesionados o asociados que los grandes a la hora de expresar las recíprocas simpatías, pero cuando se trata de compartir tiempo libre, ocurre al revés.

El hecho de que los grupos grandes tiendan a tener una menor cohesión es algo ya estudiado (Cartwright y Zander, 1980)<sup>1</sup>; pero, por otra parte, en los grupos grandes existen mayores oportunidades de conocer a personas interesantes y atractivas o que satisfagan las propias necesidades interpersonales (Shaw, 1980)<sup>2</sup>. Además, son también mayores las oportunidades que tienen los miembros de estos grupos de encontrarse con personas de su misma edad, sexo, nacionalidad o que, como ellos, viajen solos.

Por lo tanto, los efectos del tamaño del grupo sobre sus miembros dependerán de las características de cada grupo en particular.

<sup>1</sup> Cartwright, D. y Zander, A.: *Dinámica de Grupos: Investigación y Teoría*. Trillas, México, 1980.

<sup>2</sup> Shaw, M.E.: *Dinámica de Grupo: Psicología de la conducta de los Pequeños Grupos*. Herder, Barcelona, 1980.

*Se ha de tener en cuenta que estudiar la influencia del tamaño de los grupos sobre el índice de cohesión grupal es algo muy complejo, sobre todo con grupos como los de esta muestra en estudio, de características tan diversas que, posiblemente, contrarrestan los efectos del tamaño (Cartwright y Zander, 1980; Shaw, 1980).*

#### **La proximidad física como determinante fundamental en la atracción y selección de los compañeros**

*Del análisis de los sociogramas se desprende que por encima de la edad, el sexo, la nacionalidad y el hecho de viajar solo o acompañado de familiares o amigos, aparece la proximidad física como determinante fundamental en la formación de los subgrupos.*

*Esta proximidad física parece tener una mayor influencia al comienzo de la convivencia (inicio del viaje) que al final de la misma.*

*La nacionalidad es, en segundo lugar, la variable que más influencia ejerce a la hora de formarse los grupos y, por el contrario, parece influir más al final del viaje que al comienzo.*

### **CONCLUSIONES**

A modo de síntesis final, cabría explicitar algunas de las conclusiones fundamentales, en los siguientes términos:

— La edad es una variable significativa en la elección de los viajes organizados, en base fundamentalmente a razones de seguridad en la población de más edad, mientras entre los jóvenes aparece como razón principal la de «hacer amistades».

— La situación de estos viajes de autocar potencia las relaciones interpersonales, convirtiendo el ocio compartido en una actividad cultural.

— La convivencia grupal es valorada positivamente y cuando se cultiva aumenta los índices de satisfacción personal tras el viaje. La adaptación al grupo facilita el logro de las expectativas personales.

— El estado civil, el hecho de viajar solo o acompañado por familiares o amigos y la nacionalidad influyen significativamente en las razones de viaje de los turistas de esta muestra.

— Por múltiples razones, el liderazgo impuesto del guía es normalmente bien aceptado. Se valoran de modo especial características que tengan que ver con preparación técnica y capacidad de potenciar las relaciones interpersonales.

— Parece ser que los máximos niveles de cohesión se dan en los grupos pequeños, y los mínimos en los grandes, aunque las características de estos grupos pueden fácilmente afectar tales resultados.

— Antes que la edad, el sexo, la nacionalidad y el hecho de viajar solo o acompañado, la proximidad física es la variable más significativa a la hora de formarse los subgrupos en los grupos de nuestro estudio.

Al margen de esto, algunas otras conclusiones, entre muchas, nos parece que ofrecen un indudable interés; así, por ejemplo, que:

— El sexo de los turistas influye significativamente a la hora de expresar sus preferencias por compañeros de viaje, de uno u otro sexo.

### **RÉSUMÉ**

La dynamique et la formation des groupes est un sujet qui a été étudié depuis longtemps et d'une façon permanente par la Psychologie Sociale.

Néanmoins, l'étude des groupes touristiques est une question plus délimitée et moins recherchée.

En conséquence, si nous spécifions un peu plus, jusqu'à préciser les buts dans l'analyse réalisée en Espagne sur des groupes touristiques en voyages organisés, nous nous trouvons face au premier travail systématique réalisé dans notre pays à propos de la formation, du développement et des caractéristiques particulières de ces groupes.

Un échantillonnage de 574 touristes, comme ce que nous avons recueilli pendant quinze mois, est d'ailleurs très peu courant d'après les absences remarquées dans la littérature à ce propos.

C'est ainsi que nous pouvons offrir ici les résultats de la première étude sur le sujet déjà cité.

## SUMMARY

The dynamics and formation of groups is a subject that Social Psychology has, since long, continuously researched.

Nevertheless, research on travel groups is a more restricted question which has received little attention.

Consequently, if we specify a little more in order to give detailed account of the aims of the study carried out in Spain on travel groups, we have the first systematic research work, accomplished in our country, concerning formation, development and particular characteristics of these groups.

On the other hand, our field work consists of a sample of 574 tourists who have been observed during fifteen months, that seems quite unusual according to the noticeable gaps in the bibliography concerning this subject.

So that, we can offer here the results of the first study dealing with the above mentioned subject.

## ZUSAMMENFASSUNG

Schon seit langem sind, praktisch in der ganzen Welt, die Dynamik und Bildung von Gruppen Objekt psychosozialer Studien gewesen, wobei jedoch Reisegruppen als eingegrenztes Thema weniger untersucht wurden. Wenn wir uns also näher und sogar konkret mit Beobachtungen an Gruppen auf organisierten Rundreisen in Spanien beschäftigen, so bedeutet dies die erste systematische Arbeit, die in unserem Land in Hinsicht auf Bildung, Entwicklung und bestimmte Merkmale solcher Gruppen vorgenommen wurde.

Ausserdem ist in allen Ländern, wie das Fehlen von entsprechender Literatur zu diesem Thema zeigt, eine fünfzehn Monate lange Untersuchung an 574 Personen sehr ungewöhnlich. Daher können wir hier die Ergebnisse der ersten Studie auf diesem Gebiet vorlegen.

— El estado civil de los turistas influye significativamente a la hora de expresar sus preferencias por compañeros de sexo, nacionalidad y clase social determinados.

— El nivel de estudios de los turistas de esta muestra influye significativamente a la hora de expresar su preferencia por compañeros de viaje con semejante nivel cultural y formas de empleo del tiempo libre.

— La profesión de los turistas de esta muestra, influye significativamente a la hora de expresar sus preferencias sobre el nivel cultural de sus compañeros de viaje.

— El viajar solo o acompañado por familiares o amigos, influye significativamente en sus preferencias por compañeros con semejantes formas de empleo del tiempo libre.

— El nivel de estudios y la profesión de los turistas de estos grupos influyen significativamente a la hora de considerar los inconvenientes de los mismos.

— La edad, el sexo, el estado civil, la nacionalidad, el nivel de estudios, la profesión y el viajar solo o acompañado, influyen significativamente en la evaluación que hacen los turistas de las cualidades del guía.

— El nivel de estudios y la profesión de los turistas, influyen significativamente en la experiencia de un sentimiento de soledad durante el viaje.

— La nacionalidad y el estado civil influyen en el rechazo sentido por algunos turistas en el grupo de viaje.

— El sentimiento de rechazo sentido por algunos turistas durante el viaje, influye significativamente a la hora de hacer o no buenas amistades en el grupo.