
Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609



Relación del gasto en ocio y vacaciones con variables del ciclo de vida del hogar, demográficas, geográficas y económicas¹

Idoia Portilla

Universidad de Navarra

España

iportilla@unav.es

Vidal Díaz de Rada

Universidad Pública de Navarra

España

vidal@unavarra.es

Elena Abascal Fernández

Universidad Pública de Navarra

España

eabascal@unavarra.es

RESUMEN

El gasto en ocio y vacaciones de los hogares puede depender de variables demográficas, geográficas y económicas asociadas al hogar o al sustentador principal. También afecta el tipo de hogar, cuya clasificación puede realizarse según los modelos considerados en la teoría del ciclo de vida del hogar (CVH). En este trabajo, se utiliza el programa estadístico SPAD para aplicar la metodología de la caracterización de la variable y analizar el poder explicativo de un total de doce variables sobre el gasto en “vacaciones todo incluido”, “servicios culturales” y otras cinco partidas destacadas del grupo “Ocio, espectáculos y cultura” de la Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) de España. El estudio confirma el interés de considerar variables como el número de dependientes para segmentar consumidores de ocio y vacaciones, pero no de variables más complejas basadas en modelos del CVH.

Palabras clave: Ocio, España, hogar, caracterización, segmentación.

¹ Esta investigación forma parte del proyecto CSO2012-34257 “Fragmentación en los consumos de ocio en un contexto de crisis económica” financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad.

Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609



Relation of the expenditure in holidays and leisure with variables related to the household life cycle and demographic, geographic and economic characteristics

Idoia Portilla

Universidad de Navarra

España

iportilla@unav.es

Vidal Díaz de Rada

Universidad Pública de Navarra

España

vidal@unavarra.es

Elena Abascal Fernández

Universidad Pública de Navarra

España

eabascal@unavarra.es

ABSTRACT

Household expenditure in leisure and holidays is related with demographic, geographic and economic characteristics of the household or the main breadwinner. The type of household can also affect the level of spending in leisure, and this classification of the households can be made with models of the household life cycle (HLC). In this paper, the software SPAD is used to apply the methodology of the characterization of the variable. The purpose is analysing the explanatory power of twelve variables over spending in seven categories of the group "Leisure, performances and culture" collected by the "Encuesta de presupuestos Familiares" in Spain. The study confirms the interest of including variables as the number of dependents for the segmentation of consumers of leisure and holidays, but not more complicated variables based in the HLC theory.

Keywords: Leisure, Spain, household, characterization, segmentation.

I. INTRODUCCIÓN

Las investigaciones sobre el ocio familiar han considerado la influencia de aspectos como el tipo o tamaño de la familia, su etnia o raza u otros aspectos como la clase social sobre las actividades de tiempo libre que realiza este grupo (Hodge et al., 2015; Setién, 2006).

En el área del marketing, el estudio sobre ocio de hogares y/o familias también ha considerado estos aspectos a la hora de obtener perfiles y segmentar consumidores (Bigné, 1996; González et al., 1999; Kotler et al., 2003; Ojeda y Mármol, 2012). El tipo de hogar ha sido una variable destacada cuya influencia se ha observado utilizando modelos que clasifican las familias según el ciclo vital en el que se encuentran. Son las denominadas teorías del ciclo de vida del hogar (en adelante CVH). Utilizando estos modelos se han observado diferencias en el tiempo dedicado al ocio y el gasto vinculado al mismo por tipos de hogares tanto en España (Portilla 1999 y 2000; Redondo et al., 2001) como en otros países (Hisrich y Peters, 1974; Hong et al., 2005; Landon y Locander, 1979; Lansing y Kish, 1957; Lawson, 1991; Wilkes, 1995).

En esta investigación se estudia el ocio considerando el gasto realizado en productos y servicios vinculados al mismo. El objetivo es analizar la capacidad explicativa de variables del hogar y el individuo en los gastos realizados en algunos de estos productos y servicios. Concretamente, a la hora de entender el gasto en ocio se pretende valorar el interés de incluir variables que miden la estructura del hogar con modelos del CHV frente a otras variables demográficas, geográficas y económicas. Para el estudio se tendrán en cuenta las principales partidas del gasto en ocio en España incluidas en la *Encuesta de Presupuestos Familiares* (en adelante EPF).

El primer paso será revisar trabajos que demuestren el interés que tiene la inclusión de los modelos del CVH en el estudio del gasto en bienes y servicios vinculados al ocio. Se tratará así de determinar qué modelos de CVH destacan y pueden ser aplicados en nuestro trabajo. Posteriormente, se aplicarán estos modelos seleccionados al estudio de partidas del gasto en ocio incluidas en las EPF. Al mismo tiempo, se seleccionarán otras variables que recogen datos geográficos, sociodemográficos y socioeconómicos referidos al sustentador principal del hogar, de modo que sea posible determinar si la aportación del CVH al estudio del gasto en ocio destaca o no frente a ellas. Con todo ello se busca determinar el interés de considerar unas u otras variables en la segmentación de consumidores de productos y servicios de ocio en España.

II. EL CICLO DE VIDA DEL HOGAR (CVH) Y EL ESTUDIO DEL OCIO

El ciclo de vida del hogar (CVH) clasifica los hogares según la etapa temporal en la que se encuentran, desde la persona soltera a la persona mayor que vive sola, pasando por la pareja con y sin hijos, entre otras etapas. Según Murphy y Staples (1979), la fundación de la teoría del CVH se produce en los años 30 y se expande en los años 40, con un aumento en el número de etapas consideradas en el ciclo. Estos primeros trabajos tenían un enfoque sociológico, aplicándose al campo del marketing a partir de los años 50 (Clark, 1955; Wells y Gubar, 1966). El nombre de CVH se adopta en los años 90, siendo referido con anterioridad como "ciclo de vida de la familia" o CVF.

Para determinar el paso de un hogar de una etapa a otra se tienen en cuenta hechos como el casamiento o cohabitación, divorcio o viudedad, la entrada o salida de niños, y la edad de sus miembros (Wells y Gubar, 1966; Murphy y Staples, 1979; Gilly y Enis, 1982). Esta es su mayor ventaja: resumir, en una sola variable diversas características sociales del hogar. De ese modo, facilita el estudio de los cambios en el consumo de bienes y servicios vinculados a la evolución del hogar.

La teoría del CVH se ha aplicado al estudio del gasto de distintos bienes y servicios. A continuación destacaremos esquemas de CVH aplicados al estudio del consumo vinculado al ocio, de modo que sea posible entender las etapas que se manejan y el interés de considerar en el estudio una clasificación de hogares en base al CVH.

Entre los primeros trabajos encontramos el análisis de Lansing y Kish (1957). Estos autores demostraron la superioridad explicativa del ciclo de vida familiar respecto a la edad en las diferencias existentes en el nivel de renta, la presencia de esposas trabajadoras y la compra de televisor.

Los cambios en la situación financiera del hogar y su orientación al ocio fueron analizados en el estudio de Wells y Gubar (1966) (ver cuadro 1). El interés de este esquema de etapas radica en que se incluyen denominaciones como "nido lleno" y "nido vacío" que se utilizarán también en otros trabajos.

Cuadro 1. Etapas del CVH y algunos resultados del estudio de Wells y Gubar

Etapas del ciclo de vida	Situación financiera y ocio
Etapa de soltero: jóvenes independizados	Sin preocupaciones financieras Orientados al ocio
Pareja recién casada: pareja joven, sin niños	Mejor financieramente que en el futuro
Nido lleno I: pareja, niño menor con menos de 6 años	Menor liquidez Compra de televisores
Nido lleno II: pareja, niño menor con 6 años o más	Mejora la posición financiera
Nido lleno III: pareja mayor, hijos dependientes	Continúa la mejora de la posición financiera
Nido vacío I: pareja mayor, sin hijos, cabeza de familia activo	Buena situación financiera Preocupación por el ocio
Nido vacío II: pareja mayor, sin hijos, cabeza de familia retirado	Reducción drástica del ingreso
Superviviente solitario, activo	Mantenimiento de los ingresos
Superviviente solitario, retirado	Reducción drástica del ingreso

Elaboración propia a partir de W. D. Wells y G. Gubar (1966), pp. 361 y 362.

En 1974, Hisrich y Peters analizaron la práctica de diversas actividades fuera del hogar. Su esquema del ciclo era muy básico, con cuatro categorías según la edad del marido o la mujer y la presencia de niños. El ciclo se movía desde menores de 40 años sin a con niños, para pasar luego a mayores de 40 con a sin niños, un modelo utilizado previamente por Rich y Jain (1968). Según Hisrich y Peters (1974), con el ciclo aumentaba la práctica de actividades como ir a los bolos, al cine o a clubs nocturnos. En otras actividades como esquiar, jugar al golf o viajar, los resultados no eran concluyentes.

Stampfl (1978) presenta una interesante aportación con su ciclo de vida "del consumidor", combinado etapas individuales y de la familia. Atendiendo a estas etapas, describe la evolución del tiempo como recurso, según el tipo de hogar que forme. Según este estudio, tanto solteros como personas en nido vacío cuentan con abundante tiempo, es decir, con más tiempo para el ocio (ver cuadro 2).

Cuadro 2. Etapas del CVH y algunos resultados del estudio de Stampfl

Etapas del ciclo de vida del consumidor	El tiempo como recurso
Niñez	Ilimitado
Juventud	Casi ilimitado
Soltero temprano	Abundante
Soltero maduro	Limitado
Pareja recién casada: pareja joven, sin niños	Comienza a ser restrictivo
Nido lleno I: pareja joven, niño menor de menos de 6 años	Muy restrictivo
Nido lleno II: pareja joven, niño menor de 6 años o más	Muy restrictivo
Nido lleno III: pareja mayor con hijos dependientes	Bastante restrictivo (ocio limitado)
Nido lleno IV: padre/madre solo con hijos	Restricción máxima
Nido vacío I: pareja mayor, sin hijos, cabeza de familia activo	Menos restrictivo (mayor tiempo de ocio)
Nido vacío II: pareja mayor, sin hijos, cabeza de familia retirado	Abundante (excesivo tiempo de ocio)
Superviviente solitario, activo	Limitado
Superviviente solitario, retirado	Abundante (excesivo tiempo de ocio)

Elaboración propia a partir de R. W. Stampfl (1978), pp. 214 y 215.

La relación entre actividades recreativas y el CVH fue analizada en profundidad por Landon y Locander (1979). Con un CVH más elaborado observan cambios en la frecuencia y tipo de ocio fuera del hogar, y el uso de las instalaciones públicas. Landon y Locander (1979) indican que jóvenes sin niños disponen de mayor tiempo de ocio y mayor deseo de practicar actividades en el exterior. Así, la presencia de los hijos condiciona no sólo el volumen de tiempo libre sino las actividades realizadas (ver cuadro 3).

Cuadro 3. Etapas del CVH y algunos resultados del estudio de Landon y Locander

Etapas del ciclo de vida	Frecuencia (horas dedicadas al ocio exterior) Actividades de ocio exterior practicadas en mayor proporción que la media
Etapa de soltero: soltero menor de 40 años, sin niños	Alto número de horas de ocio Tenis, nadar, voleibol, montar a caballo, correr, acampar, excursionismo y bailar
Pareja recién casada: casado, con menos de 40 años, sin niños	Menos horas de ocio Gustos similares, con mayor práctica de caza y pesca
Nido lleno I (a): casado, niño menor con menos de 6 años	Horas de ocio reducidas Gustos medios, con las excepciones del bailar y nadar
Nido lleno I (b): casado, niño menor de 6 a 13 años	Horas de ocio reducidas Nadar en piscina, hacer picnics y andar en bici (ocio familiar)
Nido lleno II: casado, niño menor con 14 años o más	Menor número de horas de ocio Tenis, fútbol, esquí acuático, montar a caballo, excursionismo, andar en bici y cazar
Nido vacío (a): casado, mayor de 40 años, activo	Menor número de horas de ocio Nadar, hacer picnics, acampar, pescar y bailar
Nido vacío (b): casado, mayor de 40 años, retirado	Menor número de horas de ocio Nadar, hacer picnics, acampar, pescar y bailar
Superviviente solitario: soltero, mayor de 40 (activo o retirado)	Menor número de horas de ocio Nadar, hacer picnics, acampar, pescar y bailar

Elaboración propia a partir de E. L. Landon y W. B. Locander (1979), pp. 134 y 135.

Empleando una clasificación de Gilly y Enis (1982), Danko y Schaninger presentan una serie de trabajos sobre CVH y ocio. A partir de una misma encuesta, Danko y Schaninger presentan estudios sobre ocio (1990a), equipamiento (1990b), y en Schaninger y Danko (1993) comparan los esquemas de Gilly y Enis (1982), Murphy y Staples (1979), Wells y Gubar (1966) y el de Duvall (1971) de corte sociológico, decantándose por el primero. En estos trabajos concluyen que en las etapas de solteros y parejas jóvenes, tanto hombres como mujeres practican deportes con importante actividad física y generalmente fuera del hogar (ver cuadro 4). Las parejas con niños ven reducido su tiempo libre aumentando el consumo de películas de vídeo alquiladas y el equipamiento en el hogar vinculado al ocio. Con la edad y la falta de hijos dependientes, crece la dedicación al cuidado del jardín de la pareja, las cenas fuera de casa y el trabajo voluntario para las mujeres. Los hombres mayores de 64 años y solos acuden a más conciertos.

Cuadro 4. Algunos resultados de los estudios de Danko y Schaninger

Etapas del ciclo de vida de Gilly y Enis (1982)	Explicación de las etapas en la aplicación de los autores (1)	Porcentaje importante de mujeres que practican actividades de ocio (2)	Porcentaje importante de hombres que practican actividades de ocio (2)
Solitario I	De 18 a 35 años, soltero (no casado, divorciado, separado o viudo), sin hijos dependientes	Esquí, tenis, aerobio, bares, conciertos, cine y baile	Jogging, bicicleta, esquí, aerobio, ejercicios en máquina, squash/frontenis, excursionismo, acampada, bares, cine, baile
Solitario II	De 35 a 64 años, soltero (no casado, divorciado, separado o viudo), sin hijos dependientes	Conciertos, cine y cenas fuera de casa	Cine
Pareja joven	Mujer de 18 a 64 años, pareja (casados o no), sin hijos dependientes	Esquí, aerobio y cenas fuera de casa	Jogging, tenis, squash/frontenis, cine y cenas fuera de casa
Progenitor solo	De 18 a 35 años, soltero (no casado, divorciado, separado o viudo), con hijos dependientes	Bares, conciertos, cine y baile	(no casos suficientes)
Nido lleno I	Mujer de 18 a 35 años, pareja (casados o no), con hijos dependientes menores de 6 años	Alquiler de películas	
Nido lleno retardado	Mujer de 35 a 64 años, pareja (casados o no), con hijos dependientes menores de 6 años	Esquí, cuidado del jardín, trabajo voluntario y cine, y bastante alquiler de películas	Camping, bares, alquiler de películas
Nido lleno II y III	Mujer de 18 a 64 años, pareja (casados o no), con hijos dependientes de 6 años o más	Cuidado del jardín, trabajo voluntario	
Pareja sin hijos	Mujer de 35 a 64 años, pareja (casados o no), sin hijos dependientes	Cuidado del jardín, trabajo voluntario, conciertos, y cenas fuera de casa	Cenas fuera de casa
Pareja mayor	Mujer de 65 años o más, pareja (casados o no), sin hijos dependientes	Cuidado del jardín y cenas fuera de casa	Cuidado del jardín y cenas fuera de casa
Solitario III	De 65 años o más, soltero (no casado, divorciado, separado o viudo), sin hijos dependientes	Cuidado del jardín y trabajo voluntario	Cuidado del jardín y conciertos

(1) W. D. Danko y C. M. Schaninger (1990a), p. 888. Unen las etapas de Progenitor solo y Nido lleno II y III para evitar los grupos demasiado reducidos.

(2) De las actividades presentadas por W. D. Danko y C. M. Schaninger (1990a), pp. 892 y 893, se destacan aquellas con porcentajes de mujeres y hombres más altos y sólo en aquellas actividades en que estadísticamente las diferencias entre las etapas del ciclo son consideradas significativas (al menos al 90% del nivel de confianza según el valor de la Chi-cuadrado).

En cuanto al tipo de vacaciones elegidas en cada etapa, según Lawson (1991), y utilizando el esquema de Wells y Gubar (1966), los solteros y parejas jóvenes optan más por la aventura. Por el contrario, las familias con niños acuden más a espectáculos deportivos, y los más mayores prefieren visitar museos o hacer tours. En cuanto al tipo de alojamiento y la duración de la estancia, los hoteles serían los más importantes en parejas mayores solas, mientras que los jóvenes destacarían por la duración de sus vacaciones.

Si en lugar de observar tipo de vacaciones se observan gastos, Wilkes (1995) señala que la mayor parte de los gastos, incluidos los de entretenimiento, siguen la pauta de una "U" invertida. Los gastos mantendrían una tendencia creciente desde los solteros hasta el matrimonio con hijos mayores (el denominado Nido Lleno III), donde se da el máximo, con un pequeño parón con el nacimiento de los primeros hijos y descendiendo después de la etapa citada.

En los años 90, se publican diversos trabajos que relacionan las etapas del CVH con el gasto en viajes y turismo, que se resumen en el trabajo de Hong et al. (2005). Todos estos trabajos confirman el interés de incluir etapas del CVH o variables como el estado civil del cabeza de familia y el número de adultos y niños en el hogar, a la hora de explicar diferentes patrones de gasto en viajes (Hong et al., 2005, p. 17). Según Hong et al. (2005), las personas en las etapas de pareja sin hijos y nido vacío tienden a viajar más que las que se encuentran en otras etapas del CVH, un resultado que concuerda con los presentados por Lawson (1991).

En 2005 y 2006, Brown y Venkatesh publican los dos trabajos más recientes sobre el CVH y temas vinculados al ocio, en este caso, la adopción de tecnología. Estos autores utilizan las etapas establecidas por Gilly y Enis (1982) y demuestran que los motivos para adoptar tecnologías varían en función de las etapas del CVH, por lo que su inclusión en los modelos mejora las predicciones sobre si un hogar compraría o no un PC.

2.1 España: clasificaciones del CVH y aplicación al estudio del ocio

Al aplicar en España los modelos de CVH desarrollados para Estados Unidos, Miquel et al. (1997) observan que no todos son adecuados. LOS modelos que dejan menor porcentaje de hogares españoles sin clasificar y, por tanto, ofrecen mejores resultados, son el tradicional de Wells y Gubar (1966) y el de Gilly y Enis (1982). Sin embargo, sus resultados no demuestran la utilidad del CVH en el estudio del consumo, aunque no se aplica a bienes y servicios de ocio.

En Cruz y Redondo (1998) se aplica un CVH propio con once tipologías, adaptado para España. Esta clasificación muestra gran poder explicativo para numerosos productos de alimentación, higiene y de equipamiento del hogar cuando se utilizan datos procedentes del Estudio General de Medios (EGM). Observan, por ejemplo, que la

presencia de ordenador personal y equipos Hi-Fi se asociaba a hogares con jóvenes, y la videoconsola con hogares con hijos entre 6 y 23 años.

Utilizando datos de la Encuesta de Presupuestos Familiares, Redondo et al. (2001) demuestran una mayor capacidad explicativa del ciclo de Cruz y Redondo (1998) frente a los ciclos procedentes de Estados Unidos. En gastos vinculados al ocio como cine y alquiler de películas, tiene mayor poder explicativo que otras variables como ingresos o la edad del cabeza de familia (Redondo et al., 2001, p. 630). En el caso de gasto en libros, sin embargo, tiene mayor poder explicativo el nivel de estudios y respecto a viajes, el tamaño del municipio. En cualquier caso, esta variable contribuye a completar el modelo predictivo de otras variables relacionadas con el hogar y permite clasificar los hogares en tipologías con dispares patrones de compras (Redondo et al., 2001).

Portilla (1999) y (2000) aplica un ciclo con quince tipos de hogares a datos de consumo de televisión de Sofres AM (actualmente Kantar Media) y del Estudio General de Medios. Basándose en el modelo de Cruz y Redondo (1998), adopta la terminología de “hogar” en lugar de “familia”, “nido” o “núcleo” al no considerar lazos familiares (Portilla, 2000, p. 140). Además, considera la presencia de menores de 6 a 13 años y de 14 a 23 años, por separado, en lugar de un único grupo de 6 a 23 años. Aplicado al estudio del tiempo dedicado a ver televisión en cada tipo de hogar, el CVH destaca como variable explicativa junto a la posesión o no de mando a distancia y vídeo y la clase social (Portilla, 1999, p. 79). Permite resumir información del entorno de consumo y ayuda a explicar por qué se consume más o menos televisión. Así, aunque no se confirma un efecto directo del tipo de hogar en el consumo del individuo, el CVH complementa el poder explicativo de otras variables en el consumo individual de televisión (Portilla, 2000).

En resumen, para el estudio del gasto en ocio en España destacamos tres modelos de CVH que serán utilizados en este trabajo. En primer lugar, el modelo de Gilly y Enis (1982), que ha demostrado su valía en el estudio del ocio en otros países, que incluye situaciones como el divorcio, no incluidas en el modelo tradicional de Wells y Gubar (1966), y que Miquel et al. (1997) consideran ofrece buenos resultados al aplicarse a datos españoles. Y en segundo y tercer lugar, los modelos de Cruz y Redondo (1998) y Portilla (1999), modelos adaptados a España y que ofrecen buenos resultados en el estudio del gasto en productos vinculados al ocio y el tiempo dedicado al mismo.

III. METODOLOGÍA

Para el estudio del consumo en España los datos estrella son los micro-datos de la *Encuesta de Presupuestos Familiares* (EPF) del Instituto Nacional de Estadística. Este estudio recoge en detalle los gastos de más de 22.000 hogares, divididos en 255 líneas de gastos, además de un gran número de informaciones sobre los hogares y sus miembros (Casas, 2013). Ha sido la fuente utilizada en el estudio del CVH en España y el gasto tanto

por Miquel et al. (1997) como por Redondo et al. (2001), ya que incluye no solo gastos vinculados al ocio sino a todo tipo de productos de la cesta de la compra.

De la gran cantidad de elementos analizados por la EPF, esta investigación se centra en los gastos en *Ocio, espectáculos y cultura*. Se trata de un sector de relevancia en la economía española (Camarero, 2009) y que lleva aparejado en 2011 el 6,36% del gasto medio por hogar, superando a partidas como *Artículos de vestir y calzado* (ver tabla 1). Este trabajo se centra en los gastos de 2011, año en el que la muestra consta de 21.680 hogares.

Tabla 1. Gasto medio por hogar en 2011 y distribución porcentual.

	2011	%
Grupo 1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	4.149,20	14,24
Grupo 2. Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	606,08	2,08
Grupo 3. Artículos de vestir y calzado	1.544,77	5,30
Grupo 4. Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	9.155,04	31,43
Grupo 5. Mobiliario, equipamiento del hogar y gastos corrientes de conservación de la vivienda	1.371,88	4,71
Grupo 6. Salud	894,71	3,07
Grupo 7. Transportes	3.493,51	11,99
Grupo 8. Comunicaciones	903,83	3,10
Grupo 9. Ocio, espectáculos y cultura	1.852,41	6,36
Grupo 10. Enseñanza	309,36	1,06
Grupo 11. Hoteles, cafés y restaurantes	2.656,25	9,12
Grupo 12. Otros bienes y servicios	2.192,99	7,53

Fuente: Encuesta Continua de Presupuestos Familiares (INE).

El gasto de los hogares en *Ocio, espectáculos y cultura* se divide en un total de 19 conceptos. De ellos, analizamos en este trabajo las partidas de gasto superiores a los 92,45 Euros, que se circunscriben a siete conceptos que suponen el 75% del gasto total en ocio. Por tanto, no se consideraran aquellas cantidades que supongan menos de un 5% del gasto total (92,45 Euros) que impedirían destacar lo realmente importante.

Considerando las cifras de 2011, observamos que el gasto más elevado dentro de los gastos en ocio del año 2011 es en *Vacaciones todo incluido*, ascendiendo a 406,64 Euros. Suponen un 22% de todos lo gastado en ocio y es la partida que menos se ha reducido desde el año 2006 (ver tabla 2).

Tabla 2. Gasto en 7 partidas del grupo “Ocio, espectáculos y cultura” en 2006 y 2011

	Vacaciones todo incluido	Servicios culturales	Servicios recreativos y deportivos	Juegos de azar	Libros	Juegos, juguetes y hobbies	Aparatos receptores, registradores y reproductores de sonido e imagen
Gasto en 2006 € de 2006	408,9	283,7	181,6	170,7	154,9	144,0	108,4
Gasto en 2011 € de 2006	392,3	219,5	171,7	147,4	114,5	132,6	188,1
€ de 2011	406,64	245,54	192,08	164,94	129,04	138,05	106,80
% de cada partida sobre el gasto en ocio en 2011	22,0%	13,3%	10,4%	8,9%	7,0%	7,5%	5,8%
Incremento porcentual en 2011 respecto a 2006 (cifras en € de 2006)	-4,1%	-22,6%	-5,5%	-13,6%	-26,1%	-7,9%	73,5%

Fuente: Encuesta Continua de Presupuestos Familiares (INE)

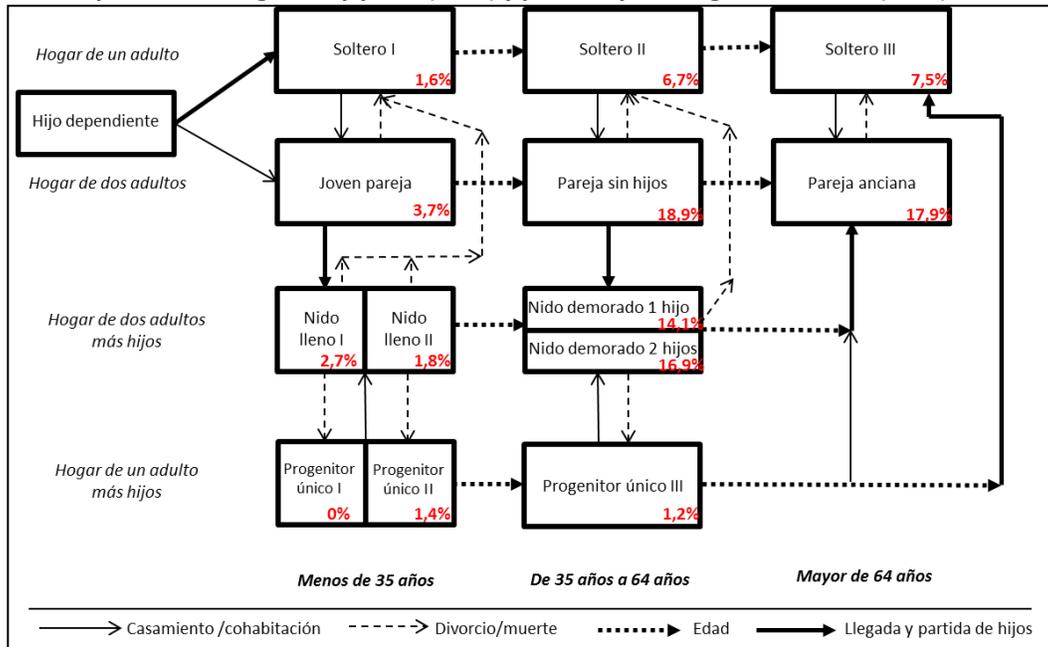
El segundo grupo de gasto en cuanto a volumen es el de *Servicios culturales*, que supone un 13,3% del gasto anual en ocio, ascendiendo a 245,54 Euros en el año 2011. Considerando que ha descendido un 22,6% desde el año 2006, se trata de una de las partidas de gasto que más ha disminuido, junto a la de *Libros*. Los gastos en *Servicios recreativos y deportivos* son los terceros en cuanto a volumen. Suponen un 10,4% del gasto anual en ocio. Finalmente, destaca el gasto en la adquisición de *Aparatos receptores, registradores y reproductores de sonido y de imagen*, que solo supone un 5,8% del gasto total en ocio (la partida menos relevante de las seleccionadas) pero es la única que ha aumentado en el período 2006-2011.

3.1. Modelos de ciclo de vida del hogar (CVH)

Los hogares estudiados en la EPF de 2011 se han clasificado atendiendo a los tres modelos de CVH seleccionados: Gilly y Enis (1982), Cruz y Redondo (1998) y Portilla (1999). Esto ha supuesto el desarrollo de tres nuevas variables a partir de la información de la EPF, tras lo que se ha observado en qué medida permitían la clasificación de todos los hogares o no.

El modelo de Gilly y Enis (1982) propone una división del hogar considerando el número de hijos, el casamiento o cohabitación, el divorcio y la viudedad, así como entrada y salida de niños. El resultado es una clasificación de los hogares en trece etapas (ver figura 1).

Figura 1. Etapas del CVH según Gilly y Enis (1982) y porcentaje de hogares de la EPF (2011) en cada etapa



Fuente: Elaboración propia a partir del esquema presentado por Gilly y Enis (1982), p. 274, y la traducción de Cruz y Redondo (1998), p. 10.

Al aplicar este modelo a los datos de la EPF, observamos que casi la mitad de los hogares se agrupa en tres etapas: pareja sin hijos, nido demorado con 1 hijo y nido demorado con 2 hijos. Esta clasificación de Gilly y Enis (1982) tiene como inconveniente que deja fuera 1.110 hogares, un 5,1% del total de los 21.680 hogares estudiados.

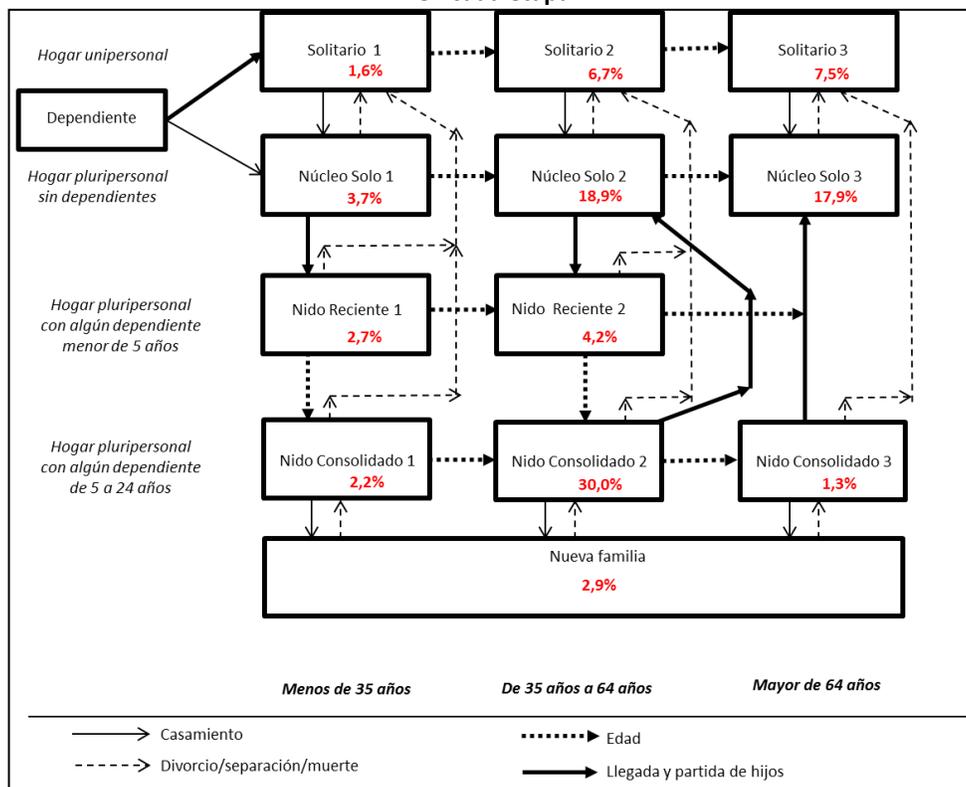
Los modelos de Cruz y Redondo (1998) y Portilla (1999) cambian respecto al de Gilly y Enis (1982) al tener en cuenta la edad de los dependientes, en lugar de su número (ver figura 2 y figura 3).

El modelo original de Cruz y Redondo (1998) contaba con once etapas. Sin embargo, al clasificar los hogares de la EPF 2011, quedan fuera 1.605 casos (el 7,4% de la muestra). Un análisis en detalle de los excluidos desvelaba que una gran parte eran hogares formados por un adulto con hijos, es decir, familias monoparentales. Este tipo de hogar ha experimentado un notable aumento entre los Censos de los años 2001 y 2011 (INE, 2013). Por ello, se ha creado un nuevo grupo llamado “Nueva familia” que incluye tales familias (ver figura 2).

También quedaban fuera de la clasificación inicial las familias reconstruidas (parejas separadas que vuelven a casarse) y los hogares con mayor número de miembros (con una media de 3,85 miembros por hogar) de doble nacionalidad o nacionalidad de otro país. Ambos casos se han incluido en las etapas de hogares pluripersonales de “Nidos consolidados”.

Finalmente, otra situación que no quedaba recogida en las etapas del modelo de Cruz y Redondo (1998) era la de jóvenes mayores de 25 años que continúan dependiendo de sus progenitores. Se trata de un tipo de hogar de reciente aparición como consecuencia de la crisis económica. En la EPF del año 2011 se localizan 582 entrevistados en esta situación, que han sido incorporados a las etapas de “Nido consolidado” o bien a “Nueva familia”, según viviesen con ambos progenitores o solo uno de ellos.

Figura 2. Etapas del CVH según Cruz y Redondo (1998) revisado y porcentaje de hogares de la EPF (2011) en cada etapa



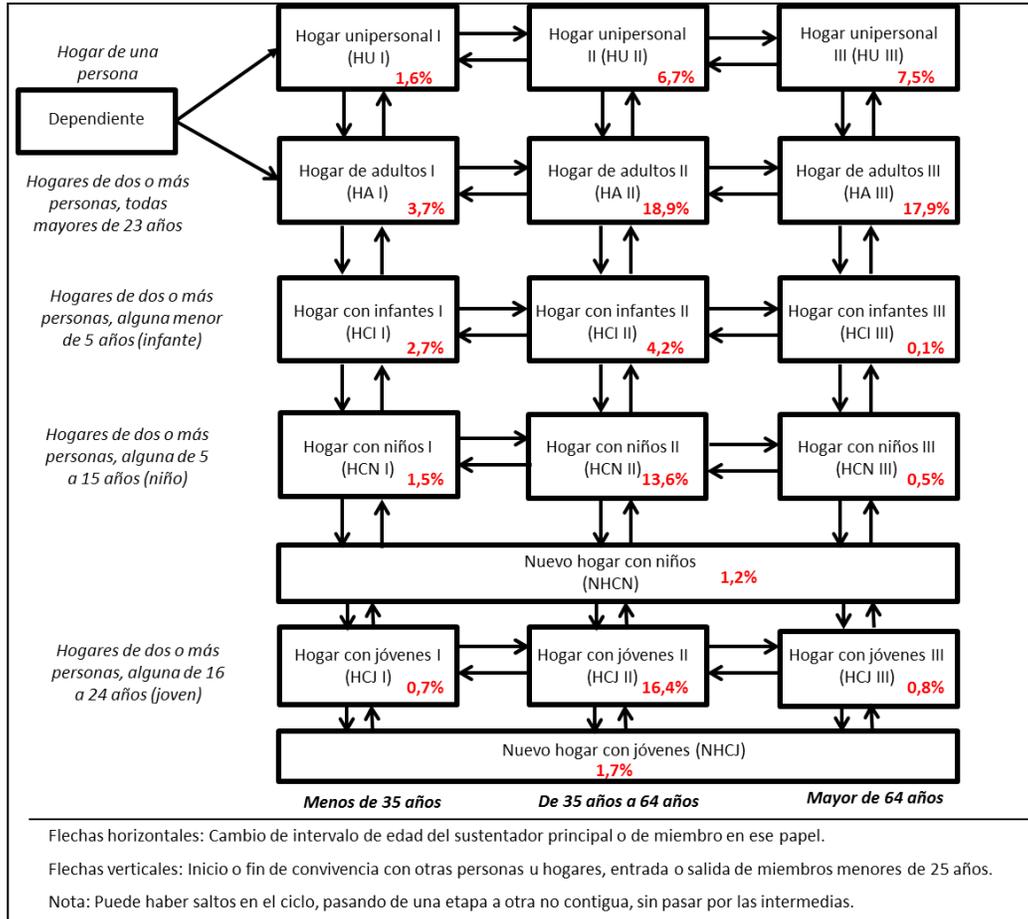
Fuente: Elaboración propia a partir de Cruz y Redondo (1998), p. 17.

Estas modificaciones permiten clasificar el 99,8% de los hogares de la EPF. En esta clasificación en doce etapas (ver figura 2), observamos que el 30% de los hogares forma parte del “Nido consolidado”, hogares de varias personas con algún dependiente entre 5 y 24 años y el sustentador principal entre 35 y 64 años.

El modelo de Portilla (1999) contaba originalmente con quince tipos de hogares. Respecto al modelo de Cruz y Redondo (1998) incorpora la división de los menores de 5 a 24 años en dos grupos según las etapas de enseñanza. Así, se separan los hogares con menores entre 5 a 15 años (en enseñanza obligatoria), de aquellos con dependientes de 16 a 24 años (ver figura 3). Al igual que en el caso anterior, este modelo no recogía explícitamente las familias monoparentales, por lo que se ha procedido a incorporarlas. Es

por ello que el modelo de Portilla (1999) revisado cuenta finalmente con diecisiete incorporando dos grupos de “Nuevos hogares” divididos según la edad de los dependientes (ver figura 3).

Figura 3. Etapas del ciclo del CVH según Portilla (1999) revisado y porcentaje de hogares de la EPF (2011) en cada etapa



Fuente: Elaboración propia a partir de Portilla (1999), p. 67

Este modelo revisado de diecisiete etapas clasifica más del 99,8% de los hogares estudiados, quedando fuera solo 37 hogares de la EPF 2011. Los más numerosos son los hogares de adultos y sustentador principal de 35 años o más, que agrupan el 36,8% de los hogares en dos categorías.

3.2. Variables geográficas, demográficas y económicas

Además de los modelos del CVH, el gasto puede variar en función de rasgos geográficos, sociodemográficos y socioeconómicos, tal y como han señalado numerosas investigaciones (entre otras, Nueno, 2014; Schiffman et al., 2013; Grande, 2002). Estas variables también son relevantes a la hora de obtener perfiles y segmentar por gasto en

ocio y/o turismo (Bigné, 1996; Castaño et al., 2003; Castaño et al., 2006; González et al., 1999; Ojeda y Mármol, 2012; Setién, 2006).

En nuestro caso, consideraremos rasgos geográficos, sociodemográficos y socioeconómicos del sustentador principal, definido en la EPF como “aquel miembro del hogar de 16 o más años cuya aportación periódica (no ocasional) al presupuesto común se destina a atender los gastos del hogar en mayor grado que las aportaciones de cada uno de los restantes miembros” (INE, 2006).

Se consideran nueve variables geográficas, sociodemográficas y socioeconómicas que, aunque se vinculan al sustentador principal, también describen al hogar (ver tabla 3). Su elección se justifica por el papel que juega en los ingresos familiares y que son las utilizadas en otros estudios que han analizado el interés o no de incluir el CVH en el estudio del gasto en España (Miquel et al., 1997; Redondo et al., 2001; Cruz y Redondo, 1998; Portilla, 1999; Portilla, 2000).

Se trata de la zona geográfica y tamaño del municipio de residencia (geográficas); sexo, edad, estudios terminados, situación de convivencia del sustentador principal y presencia de dependientes entendidos como personas menores de 16 años, o que tienen 16 o más años pero menos de 25 y son económicamente inactivos (sociodemográficas); relación con la actividad del sustentador principal y número de miembros del hogar que se encuentran ocupados, es decir, realizando actividades remuneradas fuera del hogar (socioeconómicas).

Tabla 3. Variables geográficas, demográficas y económicas utilizadas en el estudio.

	Geográficas	Demográficas	Económicas
Relativas al sustentador principal	- Zona geográfica - Tamaño del municipio de residencia	- Sexo - Edad - Estudios terminados - Situación de convivencia	- Relación con la actividad
Relativas al hogar		- Presencia de dependientes ⁽¹⁾	- Nº de ocupados ⁽²⁾

Fuente: Elaboración propia. La información sobre cómo se mide cada variable puede consultarse en el apartado de Metodología (Cuestionarios) de la Encuesta de presupuestos familiares. Base 2006 (en <http://www.ine.es/>)

Por tanto, este trabajo evalúa la capacidad explicativa para determinar el gasto en *Ocio-espectáculos-cultura* (grupo de gasto número 9 en la EPF) de un total de doce variables:

- Tres modelos del *ciclo de vida del hogar* (CVH).
- Dos variables geográficas
- Cinco demográficas.
- Dos económicas.

3.3. Técnica de análisis empleada

En este trabajo se desea conocer la relación de cada tipo de gasto con las doce variables seleccionadas. Se trata de una relación entre dos variables, por lo que sería adecuado utilizar el análisis simple de varianza o ANOVA. Ahora bien, la limitación que supone reducir todo el análisis a una mera comparación de gastos medios nos ha llevado a la búsqueda de alguna técnica alternativa que suponga una mayor riqueza interpretativa, como es la “Caracterización de variables cuantitativas por cualitativas”.

La *caracterización* de una variable es el análisis sistemático de la asociación de todas y cada una de las variables y categorías, ordenándolas de mayor a menor importancia de tal asociación (Abascal y Grande, 2005). Se trata de un algoritmo que realiza comparaciones múltiples entre proporciones de modo que se obtengan las variables explicativas relacionadas, un método que se enmarca dentro de las técnicas más recientes de “Minería de datos” (Bécue Bertaut y Valls i Marsal, 2015). Esta metodología es aplicable mediante el programa SPAD que permite disponer de una ordenación de las categorías de mayor a menor asociación, es decir, de mayor a menor relación, de forma ilustrativa.

En el caso que nos ocupa, se trata de caracterizar los gastos en Euros por medio de un total de doce variables cualitativas (ordinales y nominales). Antes del análisis de caracterización, se llevará a cabo una categorización de los grupos de gastos considerando la mediana y los cuartiles, convirtiendo la variable cuantitativa en ordinal para evitar el peso de valores extremos.

Para llevar a cabo la caracterización de cada una de las siete variables de gasto por las doce variables de identificación, se calcula la relación entre ellas empleando el contraste chi-cuadrado en cada una de las relaciones (tablas) entre dos variables. A continuación se considera la significación de cada relación y se procede con el cálculo del valor-test, el “valor de la distribución normal estándar que corresponde a la misma probabilidad” (Abascal y Grande, 2005, p. 14). Finalmente, se ordenan las variables de identificación según este último, de mayor a menor relación (Abascal y Grande, 2005), en este caso, con la variable gasto.

La ordenación mostrará un orden decreciente de asociación entre las variables (de mayor a menor valor-test). Consideramos que cuando la significación sea menor que 0,01 la variable estará relacionada con los gastos considerados. Ahora bien, tan importante como esta información es conocer el orden de las variables que caracterizan los tipos de gasto, que son las variables con valor-test más elevado.

La principal ventaja de aplicar esta técnica en la presente investigación es obtener una ordenación de las variables relevantes en base a criterios de significación estadística. Así, es posible determinar qué variables son más importantes a la hora de explicar cada

gasto y son claves, por tanto, para la definición del perfil de los consumidores. A partir de estos resultados, es posible plantear estudios más complejos centrándonos solo en las variables más significativas.

IV. RESULTADOS

Al aplicar la técnica de caracterización, el programa SPAD nos ofrece tablas para cada gasto. Estas tablas indican los valores de Chi-cuadrado para cada una de las doce variables que pueden influir en el gasto, junto con los grados de libertad, valor test y significación, ordenadas de más a menos relación.

En la tabla 4, observamos los resultados para el gasto en *Vacaciones todo incluido*. La variable con mayor asociación es la presencia de dependientes en el hogar, seguida del número de personas ocupadas y los estudios del sustentador principal. A continuación aparecen los modelos del CVH, siendo el de Portilla el que presenta una mayor influencia. La zona geográfica se ha colocado en el noveno lugar y en los siguientes aparecen una serie de aspectos definitorios del sustentador principal: relación con la actividad, edad, sexo y tamaño del municipio de residencia. Queda fuera de la tabla la variable de situación de convivencia del sustentador principal, por no tener relación con este gasto.

Tabla 4. Variables que más influyen en el gasto en *Vacaciones todo incluido*

Listado de variables de más a menos influyentes*	Chi cuadrado	Grados libertad	Valor-test	Significación
Presencia de dependientes en el hogar	544,030	9	99,990	0,000
Número de ocupados en el hogar	990,961	9	99,990	0,000
Estudios terminados por el sustentador principal	1149,580	9	99,990	0,000
CVH, modelo Portilla (ver Figura 3)	1493,240	54	35,535	0,000
CVH, modelo Cruz-Redondo (ver Figura 2)	1364,060	36	34,645	0,000
Zona Geográfica (Región)	1271,760	18	34,362	0,000
CVH Gilly-Ellis (ver Figura 1)	1326,000	39	33,947	0,000
Relación con la actividad	703,783	15	25,186	0,000
Edad sustentador principal	506,008	15	21,004	0,000
Tamaño del municipio de residencia	162,004	12	10,994	0,000
Sexo del sustentador principal	90,027	3	8,929	0,000

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la EPF 2011 y los resultados obtenidos con el software SPAD

*La variable de situación de convivencia del sustentador principal no aparece en la tabla por no ser significativa.

Para evitar repetir esta tabla para todas y cada una de las partidas de gasto, se resume el orden que ocupa cada variable en su relación con cada gasto en la tabla 5. En ella, observamos que la mayoría de las variables influyen en los gastos, pero no siempre en el mismo orden.

Tabla 5. Posición de cada variable del hogar y sustentador principal en cada partir de gasto

Listado de variables <i>La de mayor influencia es la 1ª y la de menor la 12ª</i>	Vacaciones todo incluido	Servicios culturales	Servicios recreativos y deportivos	Juegos de azar	Juegos, juguetes y hobbies	Libros	Aparatos receptores, registradores y reproductores de sonido e imagen
Presencia de dependientes en el hogar	1ª	1ª	1ª	1ª	1ª	1ª	1ª
Número de ocupados en el hogar	2ª			3ª	2ª	2ª	2ª
Estudios terminados por el sustentador principal	3ª	3ª	3ª	11ª	4ª	4ª	10ª
CVH, modelo Portilla (ver Figura 3)	4ª	4ª	4ª	5ª	5ª	5ª	4ª
CVH, modelo Cruz-Redondo (ver Figura 2)	5ª	6ª	5ª	7ª	7ª	7ª	6ª
Zona Geográfica (Región)	6ª	5ª	7ª	8ª	8ª	9ª	7ª
CVH Gilly-Ellis (ver Figura 1)	7ª	7ª	6ª	6ª	6ª	6ª	5ª
Relación con la actividad	8ª	8ª	9ª	9ª	10ª	10ª	9ª
Edad del sustentador principal	9ª	9ª	8ª	10ª	9ª	8ª	8ª
Tamaño del municipio de residencia	10ª	10ª	11ª	12ª	12ª	11ª	
Sexo del sustentador principal	11ª	11ª	10ª	2ª	11ª	12ª	11ª
Situación de convivencia del sustentador principal		2ª	2ª	4ª	3ª	3ª	3ª

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la EPF 2011 y los resultados obtenidos con el software SPAD
Los cuadros en blanco implican que esa variable no es significativa para ese gasto.

La presencia de dependientes es la variable que más influye en los gastos de ocio analizados en este estudio. Es justificable que su presencia afecte al gasto en *Vacaciones todo incluido*, en *Servicios Culturales*, y *Servicios Recreativos y deportivos*, en *Libros*, *Juguetes* o de *Aparatos receptores, registradores y reproductores de sonido e imagen*. La presencia de menores de edad alienta el gasto en todos estos elementos, como ya han destacado otros estudios (entre otros: Alaminos Checa, 2013; Cruz y Redondo, 1998; Bueno, 2014; Sarabia Sánchez et al., 2006; Schor, 2006). Sin embargo, la presencia de dependientes afecta incluso al gasto en *Juegos de azar*, que podría pensarse que se trata

de un gasto basado en una decisión más individual. De hecho, la 2ª variable que se asocia más con el gasto en *Juegos de azar* es el sexo del sustentador principal, algo que no ocurre en ninguno de los otros gastos. Por tanto, parece tratarse de un gasto distinto a los demás que precisaría ser estudiado con mayor profundidad.

El número de ocupados en el hogar es también una variable importante pero solo en cinco de los gastos, no en aquellos vinculados a *Servicios culturales*, y *Servicios recreativos y deportivos*.

La situación de convivencia del sustentador principal también es una variable destacada en casi todos los gastos salvo en el más destacado en cifras económicas, el gasto en *Vacaciones todo incluido*, con el que no mantiene ninguna relación. Esto último contradice estudios previos vistos en Hong et al. (2005) que señalaban la relación de esta variable con el gasto en viajes.

El nivel de estudios del sustentador principal ocupa una posición destacada en los gastos de *Servicios culturales* y en *Libros*, lo cual es fácilmente explicable. Pero además, el nivel de estudios se asocia de manera importante con el gasto en *Servicios recreativos y deportivos*, *Vacaciones todo incluido* y *Juegos, juguetes y hobbies*.

Entre las posiciones 4ª a 7ª aparece la influencia de alguno de modelos de CVH. El modelo de Portilla es el que aporta una mayor explicación, al aparecer en 4ª o 5ª posición. Una explicación del mayor grado de asociación de este modelo frente a los otros puede estar en que es el CVH que presta mayor atención a la presencia de dependientes en el hogar clasificándolos según sus edades (ver figura 3). Y es precisamente la presencia de dependientes la variable de mayor relación con los gastos considerados.

En posiciones entre la 5ª y 9ª se encuentra la zona geográfica. Se trata de una variable vinculada al sustentador principal pero que también hace referencia al hogar. Su peso no es muy elevado, aunque mayor que el tamaño del municipio, que apenas tiene relevancia para el estudio de estos gastos.

La edad del sustentador principal también presenta escasa relación con los gastos en ocio estudiado, al igual que el sexo del sustentador principal que, como ya se ha comentado, solo presenta una posición destacada en *Juegos de azar*.

V. CONCLUSIONES

La relevancia del ocio en España es indudable y lleva aparejada un importante porcentaje de los gastos del hogar. Bajo la denominación de "ocio" de la EPF se agrupan partidas muy diversas, y siete de ellas concentran el 22% del gasto en ocio del hogar en 2011 en España: (1) Vacaciones todo incluido, (2) Servicios culturales, (3) Servicios recreativos y deportivos, (4) Juegos de azar, (5) Juegos, juguetes y hobbies, (6) Libros y (7)

Aparatos receptores, registradores y reproductores de sonido e imagen. El gasto en estas partidas puede verse influido por multitud de características sociodemográficas, geográficas y económicas que las empresas deben conocer a la hora de segmentar a sus clientes actuales y potenciales.

En este trabajo, se han considerado doce variables demográficas, económicas, geográficas, y sobre el hogar, considerando los modelos de ciclo de vida (CVH) de uso en marketing. De estas doce variables, podemos destacar el alto grado de asociación de los siete gastos analizados con la presencia de dependientes en el hogar. Por tanto, la presencia en un hogar de alguna persona de menos de 25 años y económicamente inactiva, tiene un alto grado de relación con numerosos gastos en ocio y debería ser considerada en los estudios para conocer el perfil de estos consumidores.

La propuesta realizada de incluir clasificaciones de los hogares según modelos del CVH no se justifica con los resultados de este trabajo. La definición de las variables según la teoría del CVH es muy compleja. Exige una labor de recodificación que no se ve recompensada, dado que estas variables no ocupan posiciones destacadas en su relación con los gastos. Solo el modelo de CVH de Portilla (1999) muestra una relación mayor que otros modelos, pero que se puede explicar por el hecho de que sus etapas tienen muy en cuenta la presencia de menores. Por ello, se recomienda incorporar en otros estudios las edades de los dependientes, además de su presencia o no en el hogar, pero sin elaborar variables complejas basadas en el CVH que clasifiquen los hogares según este y otros criterios.

En resumen, aunque los modelos de CVH han demostrado relación con los gastos en ocio y, anteriormente, con el tipo de vacaciones elegido por una familia o las actividades realizadas en el tiempo libre, nuestro estudio desaconseja su utilización. Se recomienda que, para la definición de perfiles o segmentación de consumidores de bienes y servicios de ocio, se incluyan variables sencillas y comunes en las bases de datos, como la presencia o no de dependientes en el hogar por sus edades, el número de ocupados en el hogar o la situación de convivencia del sustentador principal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abascal Fernández, E. y Grande Esteban, I. (2005). *Análisis de encuestas*. Madrid: Esic.
- Alaminos Checa, A. (2013): La futura vida cotidiana en España: la sociedad de consumo. *Obets*, 8 (1), 15-59.
- Bécue Bertaut, M. y Valls i Marsal, J. (2015). *Manual de introducción a los métodos factoriales y clasificación con SPAD*, Barcelona: Servei d'Estadística Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado de

<http://sct.uab.cat/estadistica/sites/sct.uab.cat.estadistica/files/manualSPAD.pdf>

- Bigné, E. (1996). Turismo y márketing en España: Análisis del estado de la cuestión y perspectivas de futuro. *Estudios turísticos*, 129, 105-128. Recuperado de <http://turismo.janium.net/janium-bin/pdfview.pl?id=20151118160415&r=45587&t=p>
- Brown, Susan A. y Venkatesh, V. (2005). Model of adoption of technology in households: a baseline model test and extension incorporating household life cycle. *MIS Quarterly*, 29 (3), 399-426.
- Brown, S.A., Venkatesh, V. y Bala, H. (2006). Household technology use: integrating household life cycle and the model of adoption of technology in households. *The Information Society*, 22, 205-218.
- Camarero, M. (2009). Nuevas tendencias de consumo turístico. Tipología de los turistas españoles. *Estudios Turísticos*, 179, 67-94.
- Casas, J.I. (2013). Cómo lidian los hogares con la crisis económica. *Investigación y Marketing*, Marzo, 18-23.
- Castaño, J.M., Moreno, A. y Crego, A. (2006). Perfiles turísticos en una muestra de sujetos españoles: un modelo de segmentación empírica en función de los patrones de viaje y las características del viajero. *Estudios Turísticos*. 171, 57-76.
- Castaño, J.M., Moreno, A., García, S. y Crego, A. (2003). Aproximación psicosocial a la motivación turística: variables implicadas en la elección de Madrid como destino. *Estudios Turísticos*, 158, 5-41. Recuperado de <http://docplayer.es/5512359-Aproximacion-psicosocial-a-la-motivacion-turistica-variables-implicadas-en-la-eleccion-de-madrid-como-destino-1.html>
- Clark, L. H. (1955). *Consumer behavior, vol. II. The life cycle and consumer behaviour*. New York: New York University Press.
- Cruz, I. y Redondo, I. (1998). La influencia de la estructura familiar en el consumo y el equipamiento del hogar español. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 2 (marzo), 7-29.
- Danko, W.D. y Schaninger, C.M. (1990a). Attitudinal and leisure activity differences across modernized household life cycle categories. *Advances in Consumer Research*, 17, 886-894.
- Danko, W.D. y Schaninger, C.M. (1990b). An empirical evaluation of the Gilly-Enis updated household life cycle model. *Journal of Business Research*, 21, 39-57.
- Grande, I. (2002). *El consumo de la tercera edad*. Madrid: ESIC.
- González, A., Cervantes, M. y N. Muñiz (1999). La Incidencia de los Estilos de Vida en la Segmentación del Mercado Turístico. *Revista de investigación económica y social de Castilla y León*, 2, 41-56. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/download/articulo/202075.pdf>
- Hisrich, R.D. y Peters, M. (1974). Selecting superior segmentation correlate. *Journal of Marketing*, 38 (July), 60-63.

- Hodge, C. et al. (2015). Family Leisure. An Integrative Review of Research from Select Journals. *Journal of Leisure Research*, 47 (5), 577–600. Recuperado de <http://www.researchgate.net/publication/281244845>.
- Hong, G-S., Fan, Jessie X., Palmer, L. y Bhargava, Vibha (2005). Leisure travel expenditure patterns by family life cycle stages. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 18 (2), 15-30.
- INE-Instituto Nacional de Estadística-INE (2006). *Encuesta de Presupuestos Familiares. Metodología*. Madrid: INE. Recuperado de <http://www.ine.es/metodologia/t25/t2530p458.pdf>
- INE-Instituto Nacional de Estadística-INE (2013). *Censo de Población y Viviendas 2011*. Madrid: INE.
- Kotler, P., Bowe, J., Maken, J., Rufin, R. y Reina, D. (2003). *Marketing para Turismo*. 3ª edición. Madrid: Prentice-Hall.
- Landon, L.E. y Locander, W.B. (1979). Family life cycle and leisure behaviour research. *Advances in Consumer Research*, 6, 133-138.
- Lansing, J.B. y Kish, L. (1957). Family life cycle as an independent variable. *American Sociological Review*, 22, 512-519.
- Lawson, R. (1991). Patterns of tourist expenditure and types of vacation across the Family Life Cycle. *Journal of Travel Research*, 29 (4), 12-19.
- Mcdonald, M. y Dunbar, I. (1995). *Market Segmentation*. Londres: McMillan Press.
- Miquel, S., Royo, M., Cuenca, A., Miquel, M.J. y Aldás, J. (1997). La capacidad predictiva de los modelos de ciclo de vida familiar frente a variables socioeconómicas. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 1 (septiembre), 113-125.
- Murphy, P. y Staples, W. (1979). A modernized family life cycle. *Journal of Consumer Research*, June, 12-22.
- Nueno, J. L. (2014). *El regreso del consumidor*. Madrid: AECOC.
- Ojeda C. D. y Mármol, P. (2012). *Marketing turístico*. Madrid: Paraninfo.
- Portilla, I. (1999). Hogar y consumo de medios: una aplicación al caso de televisión. En *AEDEMO, 15ª Seminario sobre audiencia de televisión. 87º Seminario AEDEMO* (pp. 57-82). Barcelona: AEDEMO
- Portilla, I. (2000). Hogar y consumo de televisión en España. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 4(2), 137-178.
- Redondo, I., Royo-Vela, M. y Aldas-Manzano, J. (2001). A family life cycle model adapted to the Spanish environment. *European Journal of Marketing*, 35 (5/6), 612-638.
- Rich, S. U. y Jain, S. C. (1968). Social class and life cycle as predictors of shopping behaviour. *Journal of Marketing Research*, 5, 41-49.
- Sarabia Sánchez, F.J. et al. (2006). *Valores y estilos de vida de los consumidores*. Madrid: Pirámide.

- Schaninger, C.M. y Danko, W.D. (1993). A Conceptual and Empirical Comparison of Alternative Household Life Cycle Models. *Journal of Consumer Research*, 19 (4), 580-594.
- Schiffman, L. et al. (2013). *Consumer behaviour*. Nueva York: Pearson.
- Schor, J.B. (2006). *Nacidos para comprar*. Madrid: Paidós.
- Setién, M.L. (2006). Sociología del ocio. En *El ocio como producto: una primera aproximación a su gestión y comercialización* (pp. 201-216). Bilbao: Universidad de Deusto. Recuperado de http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs_ocio/ocio31.pdf
- Stampfl, R. W. (1978). The consumer life cycle. *Journal of Consumer Affairs*, 12, 209-219.
- Wells, W. y Gubar, G. (1966). Life cycle concept in marketing research. *Journal of Marketing Research*, 3 (November), 355-363.
- Wilkes, R.E. (1995). Household life-cycle stages, transitions, and product expenditures. *Journal of Consumer Research*, 22 (1), 27-42.