

Pol Alsina Folch

**TURISME DE COMPENSACIÓ: EL VIATGE COM A RESPOSTA A
EMOCIONS NEGATIVES**

TREBALL DE FI DE GRAU

Dirigit per la Sra. Natàlia Moruno Cendra

Grau en Gestió en Turisme i Hoteleria



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Vila-seca

2026

Índex

1.	Introducció.....	2
1.1	Plantejament	2
1.2	Objectius i hipòtesis	2
1.3	Metodologia	3
2.	Marc teòric i conceptual.....	5
2.1	Turisme i emocions.....	5
2.2	Motivacions turístiques i benestar	6
2.3	Context social contemporani: malestar emocional, transformacions personals i recerca de benestar	7
2.4	El concepte d'“escapada” i l'escapisme turístic	8
2.5	Turisme de compensació.....	9
2.6	Expectatives, idealització del viatge i límits del turisme de compensació.....	10
3.	Obtenció de dades primàries	12
4.	Anàlisi de resultats	14
4.1	Perfil de la mostra	14
4.2	Benestar i desconexió	15
4.3	Realització del viatge de compensació.....	17
4.4	Perfils del turisme de compensació per tipologia de situació.....	19
4.4.1	Estrès laboral o acadèmic.....	19
4.4.2	Acomiadament laboral.....	23
4.4.3	Ruptura sentimental.....	27
4.4.4	Problemes familiars	30
4.4.5	Sobrecàrrega de responsabilitats familiars	33
4.4.6	Mort d'una persona propera	36
4.4.7	Malaltia greu o terminal.....	40
4.5	Influència de la situació personal en la distància del viatge	43
4.6	Impulsivitat de la decisió i evolució de l'estat anímic	44
4.7	Evolució de l'estat anímic: abans, durant i després del viatge.....	45
4.8	Expectatives i compliment emocional del viatge	46
4.9	Comparació per gènere.....	47
4.10	Comparació per generació.....	50
4.11	Síntesi de resultats	54
5.	Conclusions.....	57
6.	Fonts i bibliografia	59
7.	Annexos.....	62

1. Introducció

1.1 Plantejament

Avui en dia, el viatge ha deixat de ser únicament una activitat de lleure per convertir-se, en molts casos, en una resposta davant el malestar emocional. La propagació de termes com “escapada” o “desconnexió” en el discurs turístic actual reflecteix una transformació en la manera com les persones utilitzen el viatge com a eina de gestió emocional. Aquest fenomen, que el present treball denomina “turisme de compensació”, fa referència als viatges motivats principalment per la necessitat d'alleujar estats emocionals negatius derivats de situacions personals difícils.

Tot i que el sector turístic ha anat incorporant progressivament el benestar emocional en les seves ofertes, el fenomen específic del turisme de compensació no ha rebut fins ara un tractament propi en la literatura acadèmica.

Aquest treball pretén abordar aquest buit a partir d'una recerca que combina la revisió de la literatura existent en àmbits propers a l'estudi, juntament amb dades primàries obtingudes a través d'un qüestionari distribuït a residents de Catalunya majors d'edat, amb l'objectiu de caracteritzar el fenomen i avaluar fins a quin punt el viatge aconsegueix complir la funció emocional que li és atribuïda.

1.2 Objectius i hipòtesis

La present recerca té com a objectiu analitzar com el turisme actua com a estratègia de compensació emocional davant situacions emocionalment negatives i fins a quin punt el viatge contribueix realment al benestar del turista.

S'identifiquen una sèrie d'objectius específics que es volen abordar en aquest treball:

- Identificar les principals motivacions emocionals i situacions detonants del turisme de compensació.
- Analitzar les diferències de comportament en funció de l'edat, el gènere i la tipologia del viatge.
- Examinar la relació entre les expectatives prèvies i l'experiència emocional real viscuda.

- Detectar les barreres (econòmiques, socials i emocionals) que condicionen l'accés a aquest tipus de turisme.

A partir d'aquests objectius, també es plantejen quatre hipòtesis a les quals es vol donar resposta al llarg d'aquesta recerca:

- **H1:** Existeixen diferències significatives en el comportament turístic de compensació en funció de l'edat i el gènere, tant en els acompanyants com en la durada, la destinació i les activitats.
- **H2:** Les escapades de curta durada són percebudes com una forma d'evasió emocional més accessible que els viatges llargs.
- **H3:** El viatge de compensació genera una millora emocional predominantment temporal, que es redueix significativament amb el retorn a la vida quotidiana.
- **H4:** Les persones amb persones a càrrec seu són més propenses a realitzar turisme de compensació, malgrat tenir menys disponibilitat de temps i recursos.

1.3 Metodologia

Per assolir els objectius i les hipòtesis plantejades, aquest treball d'investigació pretén recollir informació a partir d'una metodologia mixta, separada per dos blocs ben diferenciats. El primer, una revisió teòrica de la literatura existent i el segon una obtenció de dades de collita pròpia. Aquesta estructura metodològica permet, d'una banda, contextualitzar i conceptualitzar el fenomen des d'un punt de vista acadèmic i, de l'altra, analitzar com es manifesta aquest tipus de turisme en la pràctica a partir de les experiències i percepcions dels propis turistes en l'actualitat.

Pel que fa al primer bloc de recopilació d'informació, s'elabora un marc teòric separat per 6 capítols el qual es basa en la revisió de literatura internacional acadèmica i professional relacionada principalment amb el turisme, la psicologia i les emocions. La majoria de les fonts s'han extret de la plataforma Google Scholar cercant a través de paraules clau com "turisme i emocions", "psicologia en turisme" o "turisme de benestar" però també s'ha extret informació d'articles i premsa web sobre dinàmiques socials contemporànies i salut mental per complementar la part teòrica.

Aquesta part està redactada en forma de relat, de manera que s'inicia parlant d'una manera més genèrica de les emocions en el turisme i, al llarg dels capítols, rep un enfocament cada cop més

directe cap a la tipologia que tracta aquest treball, el turisme de compensació tot recorrent les motivacions turístiques i benestar, el context social contemporani, la terminologia d'escapada i escapisme i finalment les expectatives, idealitzacions i limitacions que se'n poden derivar.

El segon bloc, es basa en l'obtenció d'informació primària a partir de l'elaboració d'una enquesta distribuïda online a majors d'edat residents a Catalunya que permet assolir un perfil més concret de com són les persones viatgeres de la tipologia investigada. L'enquesta s'ha dissenyat amb l'objectiu de recollir informació tant dels viatgers reals com de les intencions sobre les motivacions del viatge, les característiques de les escapades realitzades i la percepció dels seus efectes emocionals. També inclou preguntes relacionades amb les expectatives prèvies al viatge i la valoració posterior de l'experiència.

Els resultats obtinguts del qüestionari es processen mitjançant una anàlisi descriptiva en blocs amb l'objectiu de poder identificar patrons i tendències en el comportament dels participants que siguin útils en l'estudi del treball i que, relacionant-los amb els conceptes i la informació extreta del marc teòric, permetin extreure unes conclusions alineades amb els objectius del treball i unes respostes a les hipòtesis plantejades en l'anterior punt.

2. Marc teòric i conceptual

2.1 Turisme i emocions

La incorporació de les emocions en l'estudi del turisme és cada vegada més important per entendre el comportament dels turistes actuals. Durant molts anys, la recerca turística es va centrar principalment en aspectes econòmics i funcionals, però en les darreres dècades s'ha posat de manifest que el turisme no pot entendre's únicament com una activitat de consum o de mobilitat sinó també una experiència profundament vinculada a les vivències personals dels individus (Hosany, Hunter-Jones & McCabe, 2020).

Les emocions intervenen en totes les fases del procés turístic: abans del viatge condicionen la presa de decisions i la construcció d'expectatives; durant l'experiència, en determinen la percepció i la interpretació; i al retorn, influeixen en la memòria, la satisfacció i la intenció de repetir. Com diu Hosany et al. (2020), "les experiències turístiques són intrínsecament emocionals", és a dir, quan una persona viatja no només visita un lloc, sinó que viu emocions. Per exemple, quan algú visita una ciutat nova pot sentir sorpresa, alegria o admiració pel paisatge i la cultura.

Des d'un punt de vista psicològic, les emocions sorgeixen de la valoració que fa l'individu del que està vivint en relació amb el seu benestar personal (Lazarus, 1991). Aplicat al turisme, elements com el paisatge, el clima, les activitats disponibles, les interaccions socials o el simbolisme cultural d'una destinació poden generar respostes emocionals molt diverses, que no depenen únicament de les característiques objectives del lloc sinó també de l'estat emocional previ del turista i de les expectatives que portava.

A partir d'aquesta perspectiva, el turisme pot entendre's com un espai on les persones experimenten i gestionen les seves emocions. Les experiències turístiques contribueixen a generar emocions positives, sensacions de relaxació o fins i tot processos de reflexió personal (Filep, 2014). El canvi d'entorn i la ruptura amb la rutina faciliten una sensació de desconnexió que pot comportar una renovació emocional. Moltes persones associen el fet de viatjar precisament amb la possibilitat de desconnectar mentalment o recuperar l'equilibri: el canvi de ritme i d'entorn pot reduir l'estrès i millorar l'estat d'ànim (CEUPE, 2023; BeBloomers, 2024). Això ha afavorit l'aparició de conceptes com el turisme emocional o el turisme transformador, que posen l'accent en el potencial del viatge per influir en la percepció personal dels individus, especialment en moments de transició vital.

Tanmateix, la relació entre turisme i emocions no és sempre positiva ni resolutiva. En alguns casos el viatge s'usa per escapar temporalment de situacions personals difícils, i el desplaçament pot proporcionar un alleujament momentani sense que desapareguin els problemes de fons (Cigna Salut, 2024). Aquesta doble dimensió mostra com viatjar és molt més que una simple activitat de lleure, també serveix com a font d'emocions positives i com a estratègia d'evasió.

2.2 Motivacions turístiques i benestar

Comprendre per què les persones decideixen viatjar és fonamental per explicar els comportaments turístics i les preferències de destinació. El model *push-pull* de Dann (1977) i Crompton (1979) ha estat un dels més influents en aquest àmbit: diferència entre els factors *push* (motivacions internes com la necessitat de descans, d'escapar de la rutina o de viure noves experiències) i els factors *pull* (elements atractius de la destinació com el clima, la cultura o el paisatge). Aquesta distinció resulta especialment útil per analitzar el turisme de compensació, ja que en aquest cas les motivacions de partida solen ser predominantment internes.

En les societats actuals, caracteritzades per ritmes de vida accelerats, pressió laboral i una elevada connectivitat digital, el turisme és percebut cada vegada més com una oportunitat per recuperar l'equilibri emocional. Viatjar ofereix un espai de desconexió que permet reduir l'estrès i recuperar energia mental (Sirgy et al., 2011). Des de la psicologia del benestar, cal distingir entre el benestar hedònic (vinculat a la recerca de plaer i satisfacció immediata) i el benestar eudaimònic (relacionat amb el desenvolupament personal i el sentit vital més a llarg termini). El turisme pot contribuir a les dues dimensions, tot i que els seus efectes tendeixen a ser més immediats que duradors (Ryan & Deci, 2001).

Diversos estudis han mostrat que les vacances generen increments temporals de benestar, amb nivells més elevats de relaxació i satisfacció durant el viatge. No obstant, aquestes millores solen disminuir amb el retorn a la rutina, en un procés que Nawijn (2011) anomena adaptació hedònica: la tendència de les persones a tornar al seu nivell habitual de benestar després d'experiències positives.

2.3 Context social contemporani: malestar emocional, transformacions personals i recerca de benestar

Per entendre l'interès creixent per formes de turisme vinculades al benestar emocional, cal situar el fenomen dins del context social actual. En les darreres dècades, diverses transformacions han contribuït a l'augment de situacions de malestar, estrès i incertesa en moltes societats occidentals. Trastorns com l'ansietat, la depressió o l'estrès crònic han augmentat de manera significativa, una tendència intensificada per la pandèmia de la COVID-19 i per la incertesa econòmica i social (New Medical Economics, 2024). A Catalunya, per exemple, les baixes laborals vinculades a trastorns psicològics han crescut aproximadament un 70% els darrers anys, una xifra que il·lustra la magnitud del problema i la seva incidència en la vida quotidiana (Equipos y Talento, 2025).

A aquesta pressió psicosocial s'hi afegeix el fenomen del *caregiver burden* o càrrega del cuidador: l'envelliment progressiu de la població fa que un nombre creixent d'adults hagi d'assumir responsabilitats de cura durant períodes llargs, amb l'estrès emocional i el cansament psicològic que això comporta.

Ahora, els canvis en les relacions afectives (l'augment de ruptures sentimentals i separacions, explicable per transformacions culturals i per l'augment de les expectatives emocionals sobre les relacions) generen noves formes de malestar personal (El Taller Emocional, 2024).

En tots aquests contextos, el turisme pot aparèixer com una via de desconexió o d'escapada temporal per recuperar una certa perspectiva personal (Cigna Salud, 2024). Aquesta tendència es reflecteix en com es parla del viatge en la societat actual. Ha emergit la idea del viatge com una experiència transformadora o fins i tot terapèutica, i han aparegut conceptes com el *painmoon*, viatges realitzats arran d'una ruptura sentimental amb la intenció de superar el procés emocional associat (El Confidencial, 2026).

El desplaçament turístic es converteix així en un espai simbòlic on les persones projecten expectatives de canvi i reconstrucció personal. El sector turístic ha respost a aquesta demanda: les ofertes de *wellness* i benestar emocional (retirs de desconexió digital, programes de *mindfulness*, experiències en entorns naturals) han crescut de manera notable (Eurecat, 2022), mostrant com el sector s'adapta a les noves necessitats emocionals dels turistes i obrint el camí a formes específiques de turisme com l'escapisme i el turisme de compensació.

2.4 El concepte d'“escapada” i l'escapisme turístic

El concepte d'“escapada” té cada vegada més presència en el llenguatge turístic actual. En el context contemporani, aquest terme s'utilitza habitualment per descriure viatges de curta durada, sovint associats a caps de setmana o períodes breus de descans, que tenen com a objectiu principal desconnectar temporalment de la rutina quotidiana. Aquest tipus de viatge s'ha fet especialment popular en societats urbanes i amb ritmes de vida accelerats, on moltes persones no disposen de llargues vacances però sí que busquen moments puntuals per descansar o canviar d'ambient (Pearce & Lee, 2005). Més enllà del seu ús comercial o pràctic, però, l'escapada també pot interpretar-se com una experiència amb un important component emocional i simbòlic i està estretament relacionat amb la idea d'escapisme.

L'escapisme és un concepte àmpliament estudiat en psicologia i ciències socials. Iso-Ahola (1982) el defineix com el desig d'allunyar-se temporalment de situacions percebudes com a estressants o insatisfactòries. En el context turístic, aquesta necessitat es materialitza en el desplaçament cap a un entorn diferent del quotidià, que permet trencar les rutines i experimentar una sensació de distanciament respecte als problemes diaris. De fet, una de les motivacions principals per viatjar és precisament la necessitat d'escapar de les pressions de la vida quotidiana: el canvi d'entorn, de ritme i d'activitats facilita una ruptura simbòlica que pot tenir efectes positius sobre l'estat emocional del turista (Dann, 1977).

En el context del turisme de compensació, l'escapada adquireix un significat particular. Quan el viatge es produeix en moments de malestar emocional o de crisi personal, la necessitat d'escapar va més enllà de la simple desconexió de la rutina diària: el desplaçament representa una manera de prendre distància tant física com simbòlica respecte a situacions difícils com una ruptura sentimental, períodes d'estrès intens o una pèrdua. Iso-Ahola (1982) suggereix que aquest tipus d'escapisme pot actuar com una estratègia d'afrontament emocional, proporcionant un espai temporal per reduir la pressió i observar la situació amb certa perspectiva. L'escapada té, per tant, una dimensió clarament psicològica i simbòlica que la diferencia del simple viatge de lleure.

Tanmateix, l'escapisme també té limitacions rellevants. Quan el viatge es planteja únicament com una forma de fugida, pot generar una dinàmica d'evitació en la qual els problemes personals no s'afronten realment, sinó que simplement es posposen (Cohen, 1979). En aquests casos, l'alleujament emocional és temporal i desapareix amb el retorn a la vida quotidiana. Aquesta

tensió entre descans genuí, evasió i afrontament fa de l'escapada un element central per comprendre el turisme de compensació, que s'analitza a continuació.

2.5 Turisme de compensació

El turisme de compensació fa referència a les pràctiques turístiques motivades principalment per la necessitat de compensar o alleujar estats emocionals negatius. En aquest marc, el viatge no es concep com una activitat de lleure convencional, sinó com una resposta davant situacions personals de malestar, estrès o crisi vital. Tot i que el terme no està completament consolidat com a categoria específica dins de la literatura turística, s'analitza a partir d'aportacions teòriques sobre les motivacions emocionals del viatge, el benestar subjectiu i les estratègies d'afrontament psicològic (Pearce, 2005; Filep, 2014).

Des d'una perspectiva psicològica, el turisme pot interpretar-se com una estratègia de *coping* davant situacions de tensió emocional. El *coping* fa referència al conjunt d'estratègies que les persones utilitzen per gestionar situacions d'estrès o dificultat; en aquest context, el viatge pot actuar com una forma de *coping* basada en la distracció o en el canvi d'entorn, que permet reduir temporalment la intensitat de les emocions negatives (Pearce, 2005). A més, les experiències turístiques poden generar emocions positives i contribuir a reduir l'estrès percebut, especialment quan el viatge implica un canvi d'entorn o de ritme de vida que facilita un distanciament psicològic respecte als problemes quotidians (De Bloom, Nawijn & Geurts, 2017).

Situacions com la mort d'un familiar, una ruptura sentimental, períodes d'estrès laboral intens o altres experiències vitals difícils actuen habitualment com a detonants del desig de viatjar. En aquests contextos, el viatge es percep com una oportunitat per prendre distància, reflexionar o iniciar simbòlicament una nova etapa. Significativament, les pràctiques de turisme de compensació es basen sobretot en motivacions internes (els *push factors* de Dann (1977) i Crompton (1979)) més que no pas en l'atractiu específic d'una destinació: el desig de viatjar neix d'una necessitat emocional prèvia, i la destinació funciona com un escenari simbòlic on el turista projecta les seves expectatives de canvi o renovació personal.

Malgrat el seu potencial, el turisme de compensació presenta una ambivalència clara: tot i que el viatge pot generar emocions positives i moments de benestar, els seus efectes sovint són temporals i depenen en gran manera del context personal del turista (Nawijn & Filep, 2016). El viatge pot oferir moments de desconexió, reflexió o alleujament emocional, però no sempre és

capaç de transformar de manera duradora les situacions personals que han motivat el desplaçament, qüestió que porta directament a analitzar el paper de les expectatives i els límits d'aquest tipus de turisme.

2.6 Expectatives, idealització del viatge i límits del turisme de compensació

Les expectatives que les persones construeixen abans de viatjar influeixen de manera directa en la percepció final de l'experiència. Aquestes expectatives no es formen únicament a partir d'informació objectiva sobre la destinació: es construeixen també a partir d'imaginariis socials i culturals. Urry (1990) ho descriu amb el concepte del *tourist gaze*: la manera com els turistes aprenen a mirar i interpretar els llocs a través d'imatges, representacions i discursos socials que generen sovint una visió idealitzada de l'experiència turística. Avui, les xarxes socials amplifiquen aquest efecte: plataformes com Instagram, TikTok o YouTube mostren constantment imatges de viatges associades a paisatges espectaculars i emocions positives, reforçant la idea del viatge com un espai de felicitat i autorerealització que sovint no reflecteix la complexitat de l'experiència real.

Aquesta idealització és especialment intensa quan el viatge s'associa a moments de malestar emocional. En aquests casos, el desplaçament es pot percebre com una oportunitat per deixar enrere una situació difícil o per recuperar l'equilibri, projectant sobre el viatge una funció transformadora o compensatòria que pot superar el que l'experiència real és capaç d'oferir. Filep (2014) assenyala que el turisme pot contribuir al benestar emocional, però que aquest efecte depèn de múltiples factors (les motivacions del viatge, el context personal del turista i les expectatives prèvies) i que quan les expectatives són massa elevades, existeix el risc que el viatge no compleixi el paper transformador que la persona li havia atribuït. D'altra banda, com s'ha vist, l'adaptació hedònica descrita per Nawijn (2011) explica per què la millora de benestar generada pel viatge tendeix a disminuir amb el retorn a la rutina quotidiana: el viatge proporciona una sensació temporal de benestar, però no sempre comporta canvis duradors.

A les limitacions de naturalesa psicològica s'hi afegeixen factors estructurals que condicionen l'accés al turisme de compensació. El cost econòmic del transport, l'allotjament i les activitats; la manca de temps lliure derivada de les responsabilitats laborals; i les obligacions familiars o de cura (tenir fills o persones dependents a càrrec) poden dificultar o impedir que moltes persones puguin viatjar precisament en els moments en què més ho necessarien.

Tot plegat mostra que el turisme de compensació no és una opció accessible per a tothom, i que la possibilitat de viatjar per gestionar el malestar emocional està condicionada per factors socials, econòmics i personals. En conseqüència, tot i que el viatge pot oferir moments valuosos de desconexió i alleujament, no pot substituir altres processos més profunds de gestió emocional: quan s'usa exclusivament com a forma d'escapar dels problemes, el retorn a la vida quotidiana pot implicar la reaparició de les mateixes dificultats que havien motivat el desplaçament (Nawijn & Filep, 2016).

3. Obtenció de dades primàries

Per a la recollida de dades primàries sobre la tipologia de turisme estudiada en aquest treball, s'ha elaborat un qüestionari propi mitjançant Google Forms, distribuït en línia entre el 23 de març i el 12 d'abril de 2026, obtenint un total de 204 respostes vàlides. La població objectiu de l'estudi és la formada per persones majors d'edat residents a Catalunya. La difusió s'ha realitzat a través de contactes personals i familiars, als quals se'ls va demanar que reenviessin el formulari al seu entorn, generant un efecte de bola de neu que ha permès ampliar el radi de la mostra més enllà del cercle immediat de l'autor.

El disseny del qüestionari respon a una decisió metodològica clau: atès que el turisme de compensació és una tipologia poc coneguda i sense estudis previs que en determinessin el percentatge de realització, no era possible anticipar quina proporció de participants l'hauria practicat. Per aquest motiu, el qüestionari s'ha estructurat de manera que tothom que hi respongués, hagués realitzat o no un viatge de compensació, aportés informació útil a l'estudi. Això s'ha aconseguit mitjançant una lògica de salts en l'enquesta: les persones que havien realitzat un viatge de compensació eren dirigides a les preguntes sobre la seva experiència real, mentre que les que no n'havien realitzat cap eren dirigides directament a les preguntes d'intenció hipotètica. Així, el formulari maximitza el rendiment informatiu de cada resposta.

El qüestionari elaborat, consultable a l'annex 3 consta de 25 preguntes i s'organitza en quatre blocs temàtics:

- Bloc 1. Perfil sociodemogràfic: Recull informació bàsica sobre el participant: edat, gènere, estat civil i si té persones a càrrec seu (menors, gent gran o persones amb discapacitat). Aquest bloc permet posteriorment segmentar els resultats per variables sociodemogràfiques i analitzar si existeixen diferències significatives en el comportament del turista de compensació en funció d'aquestes.
- Bloc 2. Actitud general cap al viatge i les emocions. Inclou dues preguntes en escala de l'1 al 5 que mesuren, d'una banda, en quina mesura viatjar influeix positivament en el benestar emocional del participant i, de l'altra, fins a quin punt la desconexió de la vida quotidiana és un motiu principal per viatjar. Aquest bloc situa el turisme de compensació en el marc de les motivacions generals cap al viatge de cada participant.

- Bloc 3. Experiència real del viatge de compensació. La pregunta central del formulari demana si el participant ha fet alguna vegada un viatge per evadir-se d'una situació personal difícil i, en cas afirmatiu, quin n'ha estat el motiu (estrès laboral o acadèmic, acomiadament laboral, ruptura sentimental, problemes familiars, sobrecàrrega de responsabilitats familiars, mort d'una persona propera o malaltia greu o terminal). A partir d'aquí, les persones que responen afirmativament contesten un seguit de preguntes sobre les característiques del viatge realitzat: acompanyants, durada, àmbit territorial, impulsivitat de la decisió, estat anímic abans, durant i després del viatge, activitats buscades, ordre de prioritats en la planificació i grau de compliment de les expectatives emocionals. En cas de no haver complert les expectatives, se'n demana el motiu principal. Les persones que declaren no haver fet mai un viatge de compensació indiquen el motiu principal d'aquesta absència i passen directament al bloc 4.
- Bloc 4. Intenció hipotètica. Adreçat a tots els participants que no han realitzat un viatge de compensació, aquest bloc planteja un escenari hipotètic: si haguessin de viatjar per evadir-se de cadascuna de les set situacions personals difícils recollides al formulari, com planificarien el viatge? Per a cada situació es pregunta sobre els acompanyants preferits, l'àmbit territorial, la durada i les activitats o característiques prioritàries. La comparació entre les respostes d'aquest bloc i les del bloc 3 permet analitzar les divergències entre el comportament real i les intencions declarades, un dels eixos analítics centrals d'aquest treball.

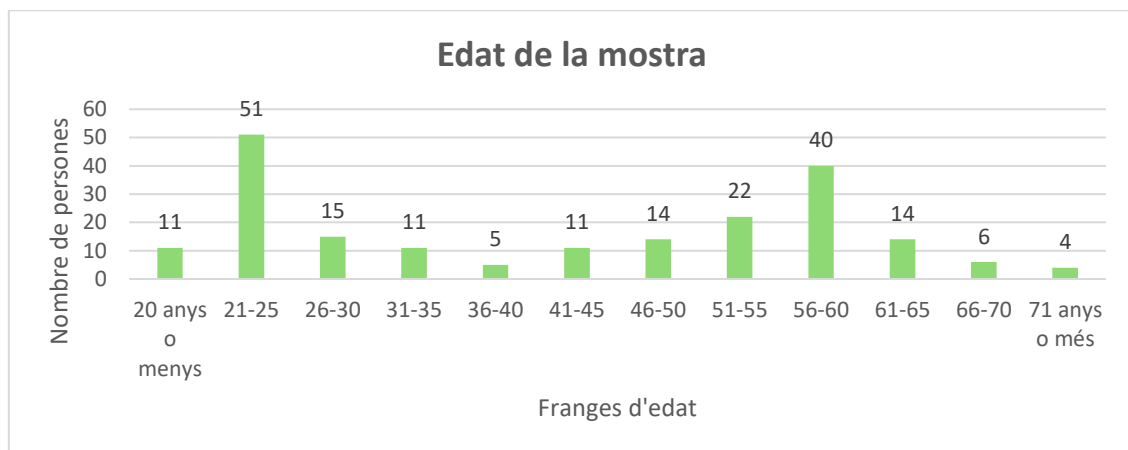
Les dades obtingudes s'han processat mitjançant una anàlisi descriptiva amb l'objectiu d'identificar patrons i tendències en el comportament dels participants. Els resultats es presenten en gràfics al llarg d'una sèrie d'apartats que permeten visualitzar les diferències i patrons del comportament del turista de compensació. La combinació d'aquesta informació amb els conceptes del marc teòric permet extreure conclusions coherents amb els objectius del treball i donar resposta a les hipòtesis plantejades inicialment.

4. Anàlisi de resultats

A continuació es presenten els resultats obtinguts a partir de l'enquesta realitzada en el marc d'aquest treball. En total, el qüestionari va ser respost per 204 persones residents a Catalunya majors de 18 anys. Les dades s'han organitzat en blocs temàtics amb l'objectiu de facilitar-ne la lectura i la interpretació, tot relacionant-les amb el marc teòric i les hipòtesis plantejades inicialment.

4.1 Perfil de la mostra

El primer bloc de l'anàlisi té per objectiu descriure les característiques sociodemogràfiques de les persones que han participat en l'enquesta. Conèixer el perfil de la mostra és essencial per contextualitzar les respostes obtingudes i per poder interpretar posteriorment les diferències de comportament en funció de variables com l'edat, el gènere, l'estat civil o les responsabilitats de cura.



Gràfic 1. Distribució de la mostra per franja d'edat. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 1 de l'enquesta.

Pel que fa a l'edat, tal com es presenta en el gràfic 1, la mostra presenta una distribució amb dos nuclis de concentració de respostes clarament diferenciats. El primer es localitza en la franja de 21 a 25 anys, que és la més nombrosa amb 51 participants (25,0% del total). El segon nucli es concentra en les franges d'edat més avançades: la franja de 56 a 60 anys és la segona més representada, amb 40 participants (19,6%), seguida de la de 51 a 55 anys (22 persones, 10,8%).

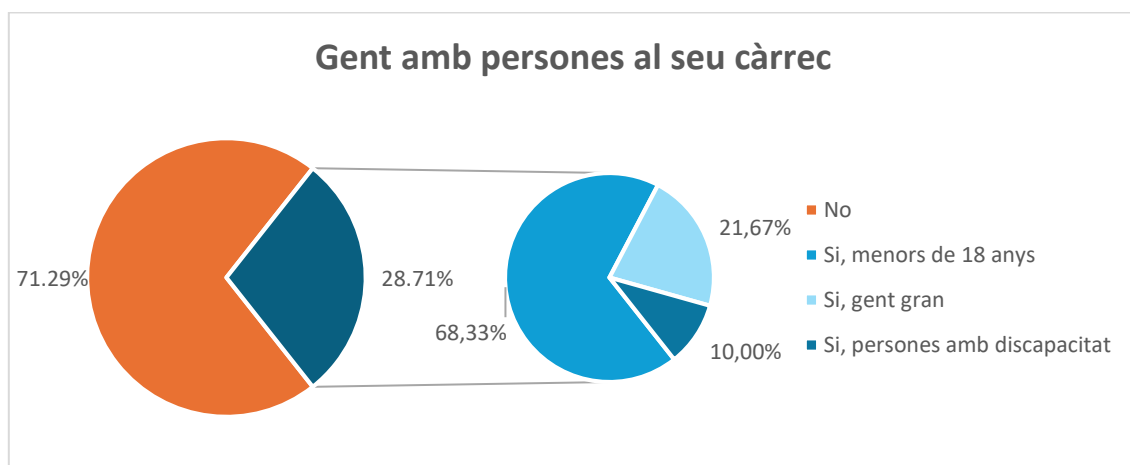
Aquesta distribució és coherent amb el mètode de difusió emprat (bola de neu a través de contactes personals) i reflecteix dos perfils poblacionals clarament diferenciats: adults joves en

formació o en les primeres etapes de la vida laboral, i adults d'edat mitjana i avançada en etapes vitals marcades per responsabilitats familiars i professionals consolidades.

Quant al gènere (consultar gràfic 2 de l'annex 1), la mostra presenta un clar predomini femení: el 67,65% de les persones enquestades són dones (138 persones), mentre que el 32,35% restant són homes (66 persones). Aquesta composició desequilibrada és una limitació que cal tenir present en la interpretació dels resultats comparatius per gènere (apartat 3.8).

Respecte a l'estat civil (consultar gràfic 3 de l'annex 1), la categoria més representada és la de casat/ada (38,73%), seguida de la de solter/a (28,43%) i parella de fet (22,55%). Les categories de divorciat/ada o separat/ada (8,33%) i vidu/vídua (1,96%) representen proporcions menors.

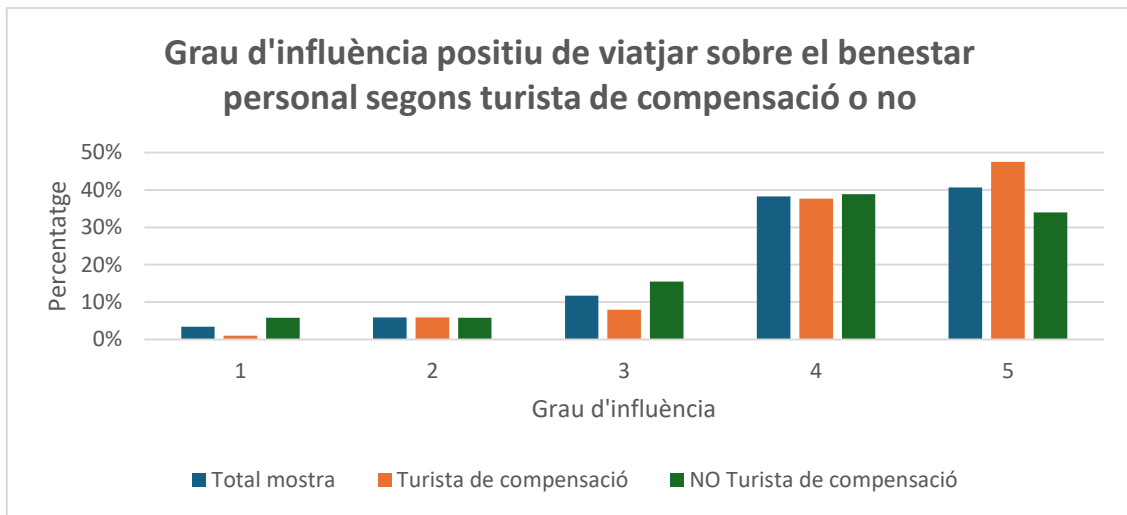
Finalment, com es mostra en el gràfic 4, el 28,71% dels participants declaren tenir alguna persona al seu càrrec (aproximadament 59 persones), mentre que el 71,29% restant no en té cap. D'entre els que sí que en tenen, la tipologia predominant és la de menors de 18 anys (68,33%), seguida de gent gran (21,67%) i persones amb discapacitat (10,00%).



Gràfic 4. Distribució de la mostra per responsabilitats de cura. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 4 de l'enquesta.

4.2 Benestar i desconexió

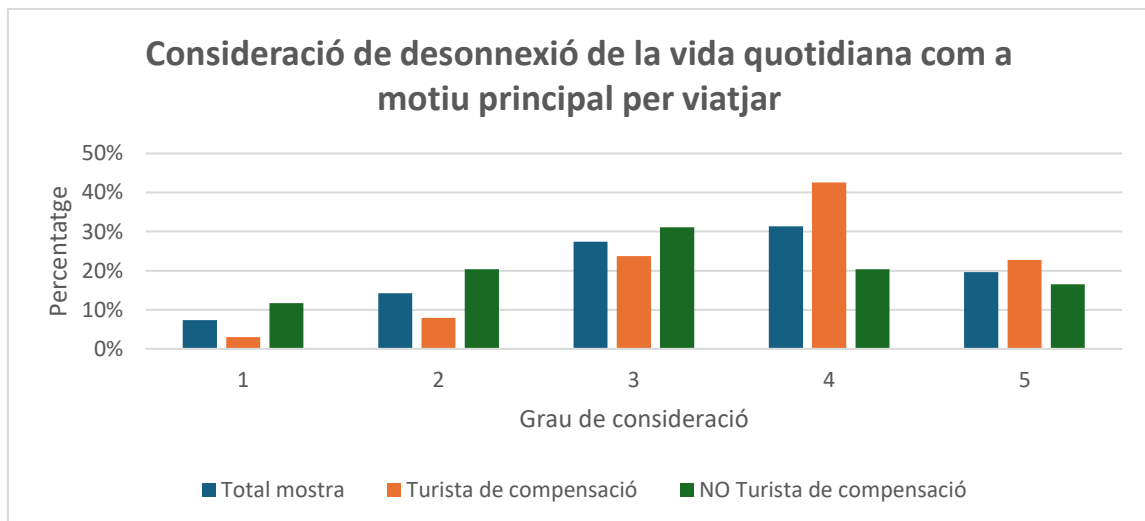
Abans d'analitzar els comportaments específics de turisme de compensació, resulta necessari explorar de quina manera els participants perceben la relació entre el fet de viatjar i el seu benestar emocional. Les respostes s'han segmentat en dos grups: les persones que han realitzat alguna vegada un viatge de compensació i les que no.



Gràfic 5. Grau d'influència positiu de viatjar sobre el benestar personal per tipologia de turista.

Elaboració pròpia a partir de la pregunta 5 de l'enquesta.

Els resultats de la gràfica 5 mostren que la gran majoria de participants perceben que viatjar influeix positivament en el seu benestar emocional. Les respostes es concentren en els valors superiors. Les persones que han realitzat turisme de compensació puntuen lleugerament més alt (85,14% entre els valors 4 i 5) que les que no l'han practicat (72,81%). Aquesta diferència suggereix que les persones que han usat el viatge per gestionar situacions difícils han experimentat de manera més intensa el seu efecte emocional positiu.



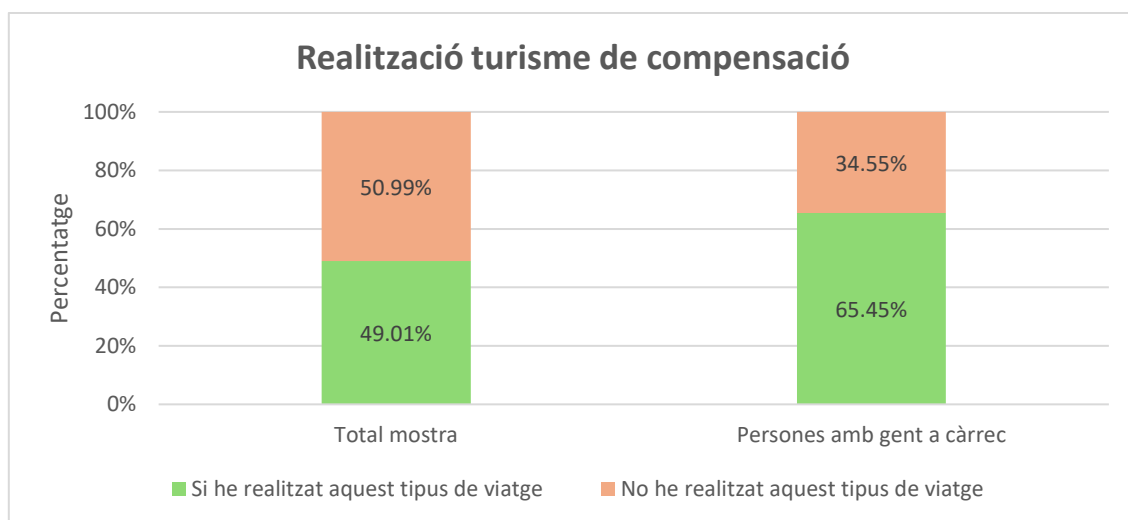
Gràfic 6. Consideració de la desconnexió com a motiu principal per viatjar, per tipologia de turista.

Elaboració pròpia a partir de la pregunta 6 de l'enquesta.

A la gràfica 6 es tracta la desconnexió com a motivació turística. La diferència entre grups és notablement més pronunciada. Les persones que han practicat turisme de compensació mostren

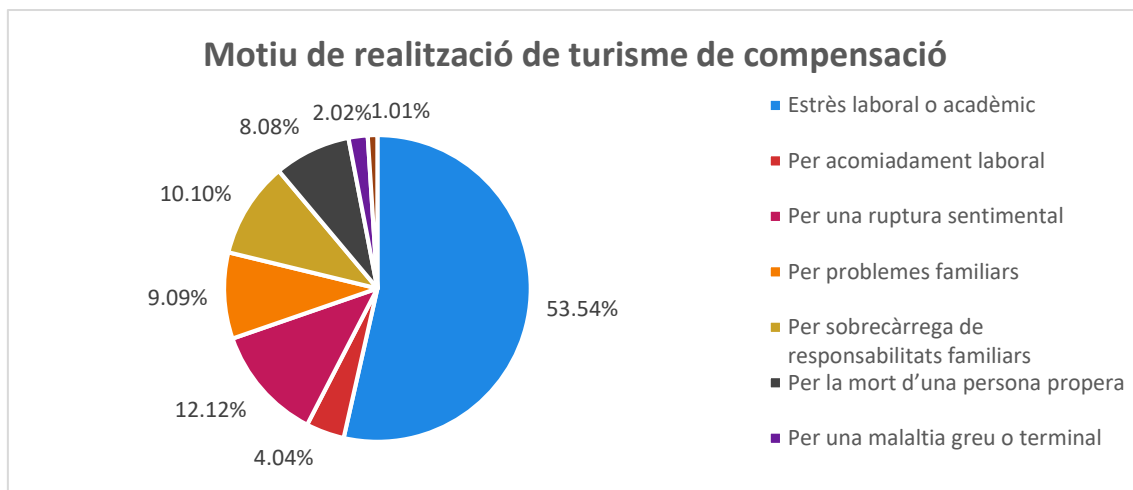
una concentració molt marcada en el valor 4 i una suma del 65,34% entre els valors 4 i 5, mentre que les que no l'han practicat presenten una distribució més centrada i una suma del 36,89% entre els valors 4 i 5. Aquesta diferència confirma que la necessitat de desconnexió és especialment determinant entre les persones que han usat el viatge com a estratègia emocional.

4.3 Realització del viatge de compensació



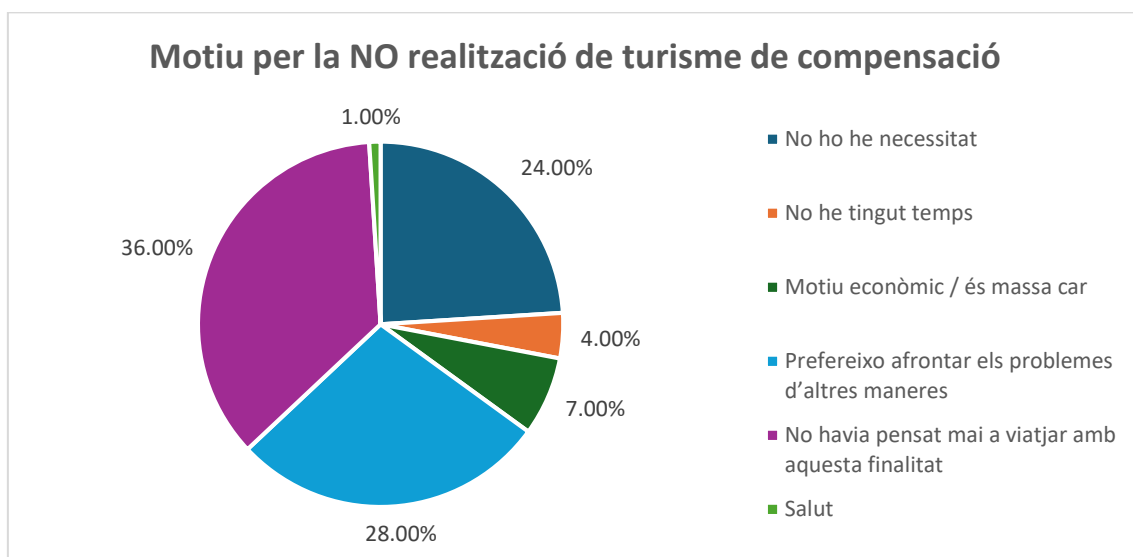
Gràfic 7. Proporció de la mostra que ha realitzat turisme de compensació, per total i per persones amb càrrecs. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 4 i 7 de l'enquesta.

Com s'observa en el gràfic 7, dels 204 participants, 100 persones (49,01%) declaren haver realitzat alguna vegada un viatge motivat per evadir-se d'una situació personal difícil, mentre que les 104 restants (50,99%) no ho han fet mai, de manera que es demostra que aquesta tipologia de turisme és més habitual del que un pot pensar. Quan es filtra per les persones que tenen algú al seu càrrec (60 individus), la proporció augmenta notablement fins al 65,45%. Aquest resultat és especialment significatiu: la presència de responsabilitats de cura, lluny d'actuar exclusivament com a barrera per viatjar, sembla associada a una major necessitat de compensació turística, possiblement per la sobrecàrrega emocional vinculada al rol de cuidador.



Gràfic 8. Motiu que va impulsar la realització del viatge de compensació. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 de l'enquesta.

En el gràfic 8 es pot veure el motiu clarament predominant de les persones que realitzen aquest tipus de turisme. L'estrès laboral o acadèmic (53,54%) es situa àmpliament com la més comuna. Amb distància, el segon motiu és la ruptura sentimental (12,12%), seguida de la sobrecàrrega de responsabilitats familiars (10,10%), els problemes familiars (9,09%) i la mort d'una persona propera (8,08%). L'acomiadament laboral (4,04%), la malaltia greu o terminal (2,02%) i el tornar a casa (1,01%) queden en posicions minoritàries. El predomini de l'estrès laboral és coherent amb l'augment dels trastorns psicològics vinculats a la pressió laboral i la precarietat comentada en l'apartat 4 del estudi.



Gràfic 9. Principal motiu adduït per les persones que no han realitzat turisme de compensació. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 20 de l'enquesta.

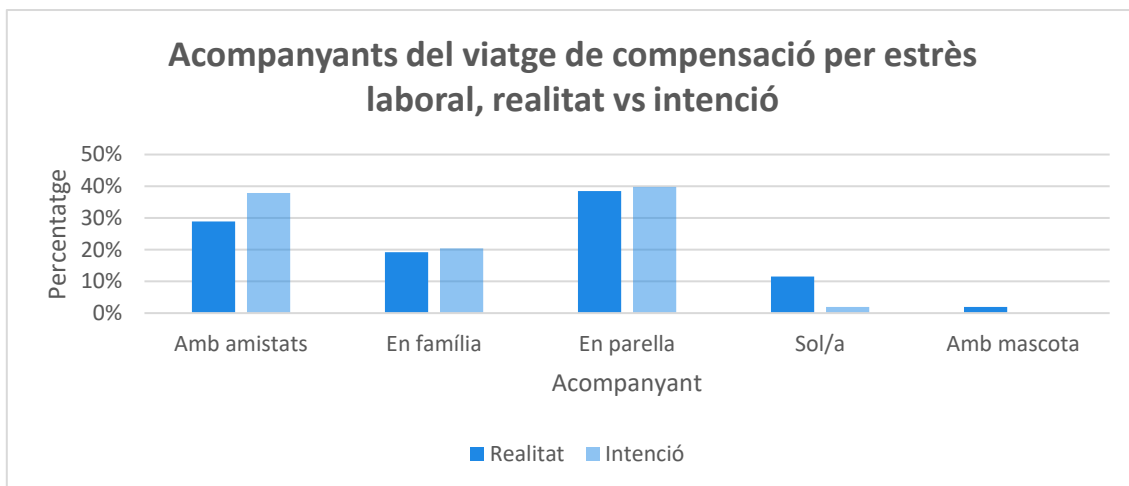
En la gràfica 9 s'examinen els motius de les persones que no han realitzat mai un viatge amb aquesta finalitat. La raó predominant és no haver pensat mai a viatjar amb aquesta finalitat (36%), seguit de la preferència per afrontar els problemes d'altres maneres (28%) i de no haver-ho necessitat (24%). El motiu econòmic (7%), la manca de temps (4%) i raons de salut (1%) queden en posicions secundàries. El resultat més destacable és que la primera barrera no és econòmica ni logística, sinó conceptual: més d'un terç no havia concebut el viatge com a eina de gestió emocional, fet que suggereix un potencial de creixement d'aquest tipus de turisme lligat a la normalització del seu component emocional.

4.4 Perfils del turisme de compensació per tipologia de situació

Un dels objectius principals d'aquest treball és analitzar si el comportament turístic varia en funció del tipus de situació personal difícil que ha motivat el viatge. Per a cada una de les set tipologies estudiades, s'ha construït un perfil específic que recull les preferències en quatre dimensions: acompanyants, durada, àmbit territorial i activitats, comparant el comportament real amb les intencions hipotètiques declarades per les persones que no han viscut la situació. Finalment, només amb els casos reals obtinguts, es mostra el rànquing que les persones enquestades posicionen els quatre ítems analitzats.

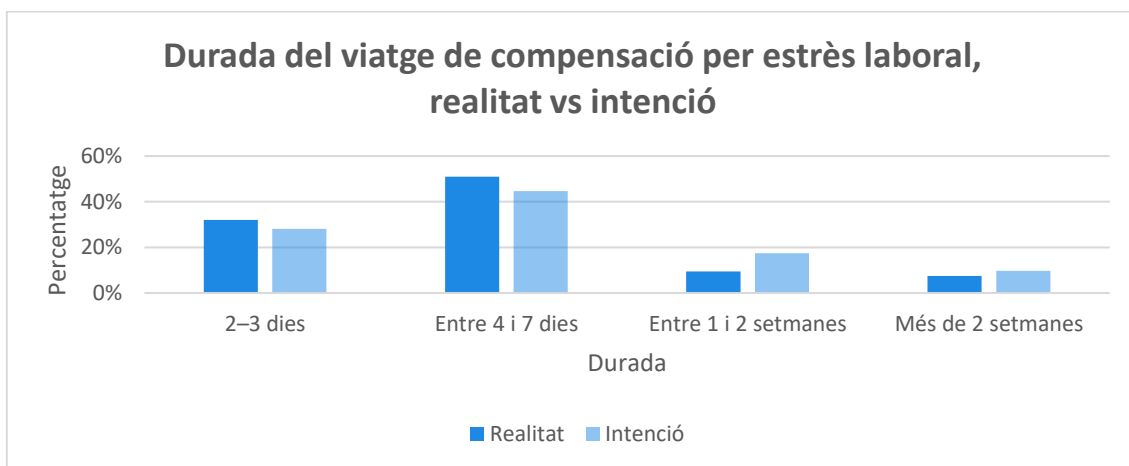
4.4.1 Estrès laboral o acadèmic

Com s'ha comentat, l'estrès laboral o acadèmic és el detonant més freqüent del turisme de compensació (53,54% dels casos). En la gràfica 10 pràcticament coincideixen els valors reals amb les intencions. Les persones que han viatjat per aquest motiu opten principalment per fer-ho en parella (38,46% en realitat, 39,81% en intenció), tot i que una proporció notable hi va amb amistats (28,85% real, 37,86%). Destaca que el viatge sol és més freqüent del que podria esperar-se (11,54% real, 1,94% intenció). Es suggereix una preferència per compartir l'experiència de desconexió.



Gràfic 10. Acompanyants del viatge de compensació per estrès laboral, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 8 i 21 de l'enquesta.

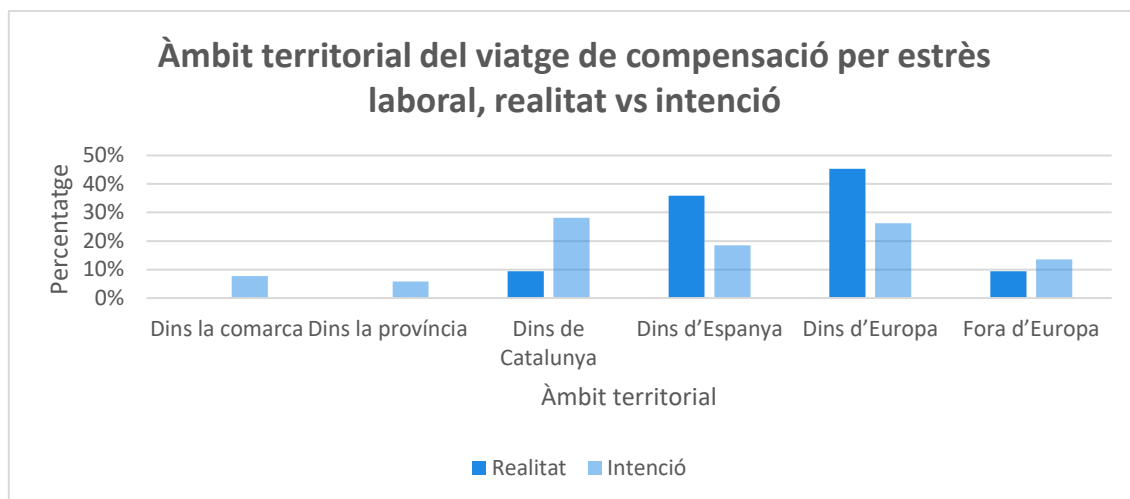
Quant a la durada (gràfic 11), també es segueix una tendència bastant comuna en ambdós casos. La franja majoritària és entre 4 i 7 dies (50,94% real, 44,66% intenció), seguida de 2-3 dies (32,08% real, 28,16% intenció). La realitat reflecteix viatges lleugerament més curts del que la intenció hipotètica suggeria. Això indica que les limitacions pràctiques (laborals, econòmiques o familiars) acaben condicionant la durada real del viatge a la baixa respecte a les aspiracions inicials.



Gràfic 11. Durada del viatge de compensació per estrès laboral, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 9 i 22 de l'enquesta.

Territorialment (gràfic 12), la majoria de turistes de compensació per estrès s'han desplaçat dins d'Europa (45,28% real), seguits dels que han viatjat dins d'Espanya (35,85%). Les distàncies curtes (comarca, província) no apareixen en la realitat, a diferència de la intenció, on Catalunya

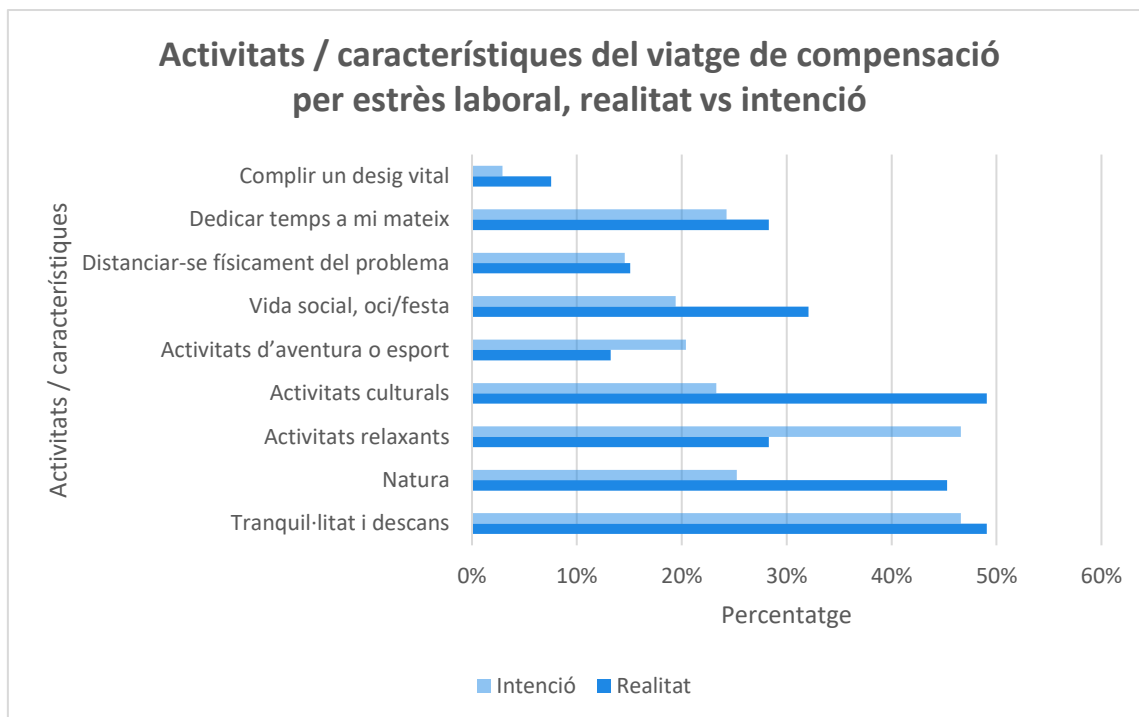
(28,16% intenció) tenia més pes. Aquests resultats suggereixen que, a l'hora de la veritat, les persones amb estrès laboral busquen un distanciament geogràfic significatiu que superi els límits del territori proper.



Gràfic 12. Àmbit territorial del viatge de compensació per estrès laboral, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 11 i 23 de l'enquesta.

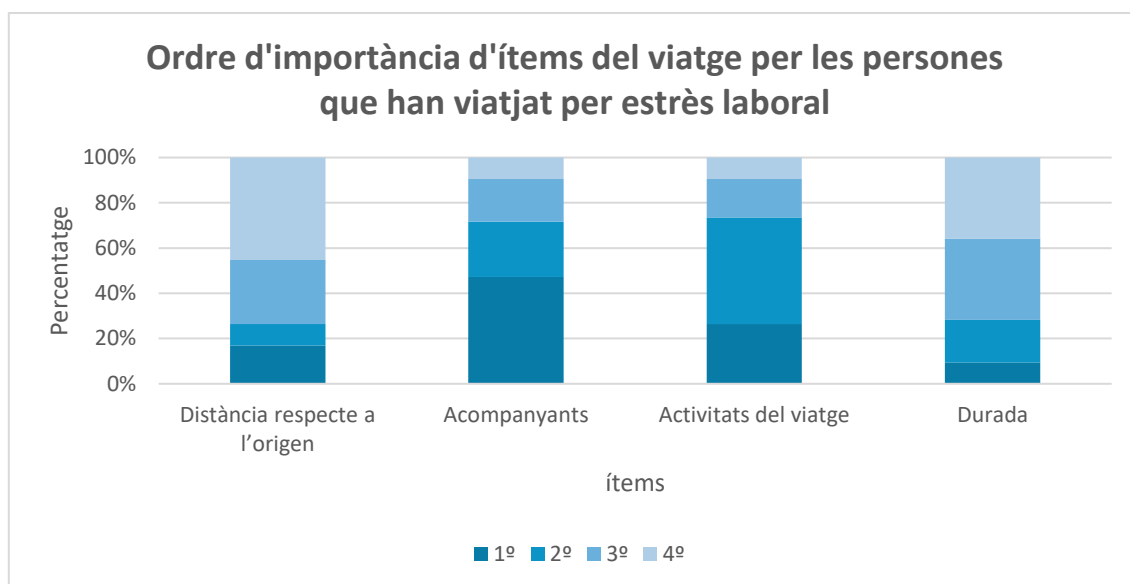
Les activitats prioritzades s'identifiquen en la gràfica 13. En els casos reals són la tranquil·litat i descans i les activitats culturals (49,06% cadascuna), seguides de la natura (45,28%) i la vida social/oci (32,08%). Destaca la divergència en activitats relaxants (spa, passejades): mentre que la intenció les situava molt amunt (46,60%), la realitat les situa a menys del 30%. Contràriament, les activitats culturals i de natura ja mencionades dupliquen la intenció. També algunes experiències reals van indicar altres característiques com gastronomia i dedicar temps a la família o la parella.

En conjunt, el perfil apunta a un viatge que combina desconnexió, estímul cultural i natural.



Gràfic 13. Activitats del viatge de compensació per estrès laboral, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 14 i 24 de l'enquesta.

Quant a l'ordre de prioritats en la planificació, la gràfica 14 i la taula 1 situa els acompanyants com el factor més valorat (mitjana 1,91), seguit de prop per les activitats del viatge (2,09). Més lluny queden la durada (2,98) i la distància respecte a l'origen (3,02). Això indica que, per a les persones que viatgen per estrès laboral, amb qui es viatja i què es farà té més pes que on o quant de temps, la qual cosa reforça la interpretació que la dimensió social és un component clau de la compensació emocional en aquest context.



Gràfic 14. Ordre d'importància dels ítems del viatge per les persones que han viatjat per estrès laboral.

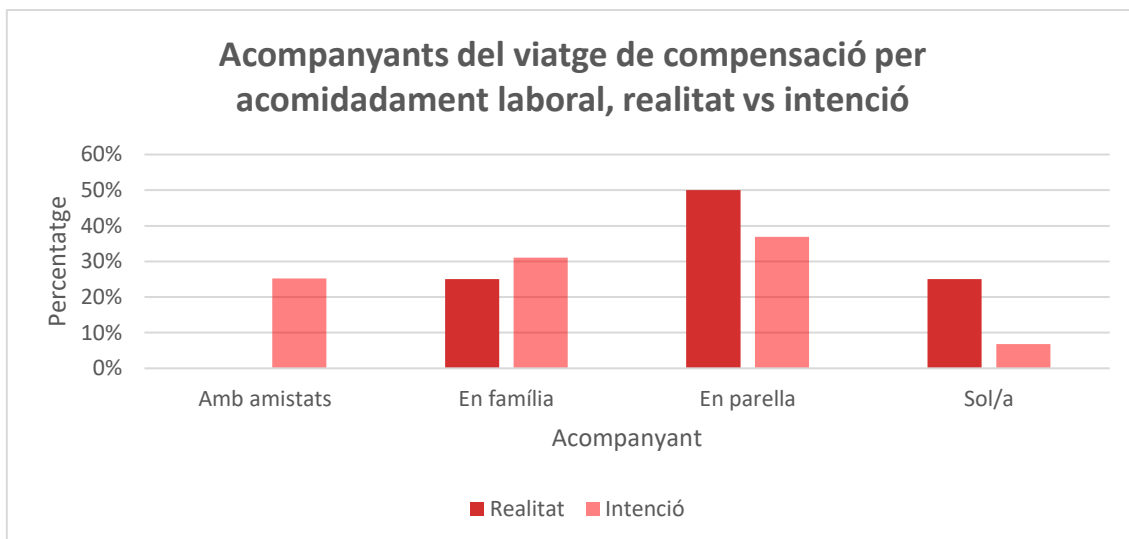
Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 15 de l'enquesta.

Estrès laboral	Mitjana
Acompanyants	1,91
Activitats del viatge	2,09
Durada	2,98
Distància respecte a l'origen	3,02

Taula 1. Mitjana de l'ordre d'importància dels ítems (estrès laboral; 1=més important, 4=menys important). Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 15 de l'enquesta.

4.4.2 Acomiadament laboral

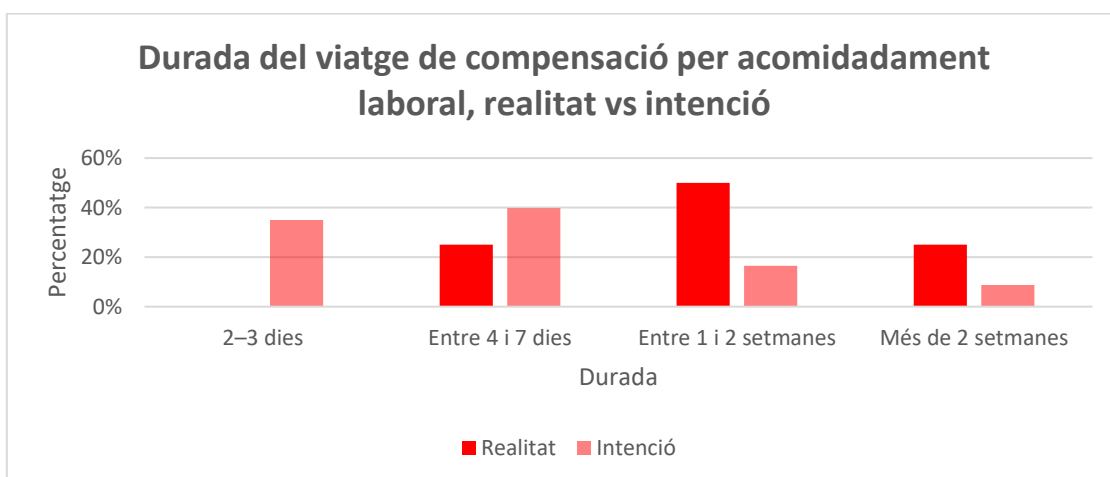
L'acomiadament laboral, tot i representar un percentatge minoritari dels casos reals (4,04%), és una situació que combina l'impacte emocional amb la incertesa econòmica. Les persones que han viatjat per aquesta causa (gràfic 15) opten principalment per fer-ho en parella (50% real vs 36,89% intenció). La intenció hipotètica mostra preferència per viatjar també amb amistats (25,24%) o en família (31,07%), mentre que la realitat reflecteix una tendència a buscar també l'autonomia individual.



Gràfic 15. Acompanyants del viatge de compensació per acomiadament laboral, realitat vs. Intenció.

Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 9 i 22 de l'enquesta.

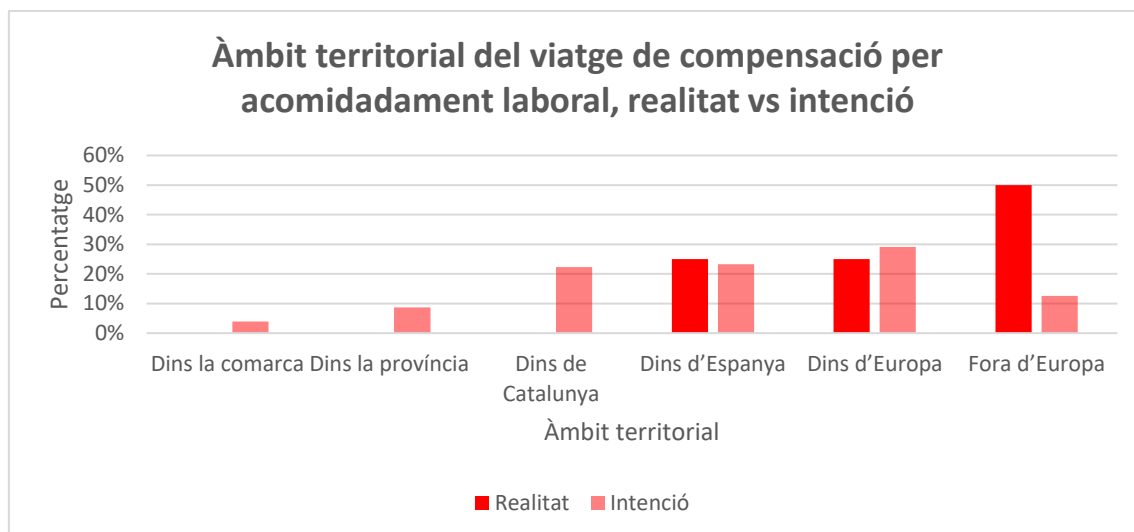
La durada (gràfic 16) real és notablement llarga: el 50% van optar per viatges d'1 a 2 setmanes i el 25% per més de 2 setmanes, la qual cosa contrasta amb la intenció, que apuntava a viatges més curts (74,76% optaven per viatges de menys d'una setmana). Aquesta divergència és especialment significativa: davant d'un acomiadament, les persones semblen necessitar períodes de desconexió més llargs del que creien, possiblement perquè la situació requereix un temps de reflexió i reorientació personal més extens.



Gràfic 16. Durada del viatge de compensació per acomiadament laboral, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 9 i 22 de l'enquesta

Territorialment (gràfic 17), el perfil real mostra una preferència per desplaçaments llunyans: el 50% van viatjar fora d'Europa, seguit del 25% dins d'Europa i el 25% dins d'Espanya. La intenció,

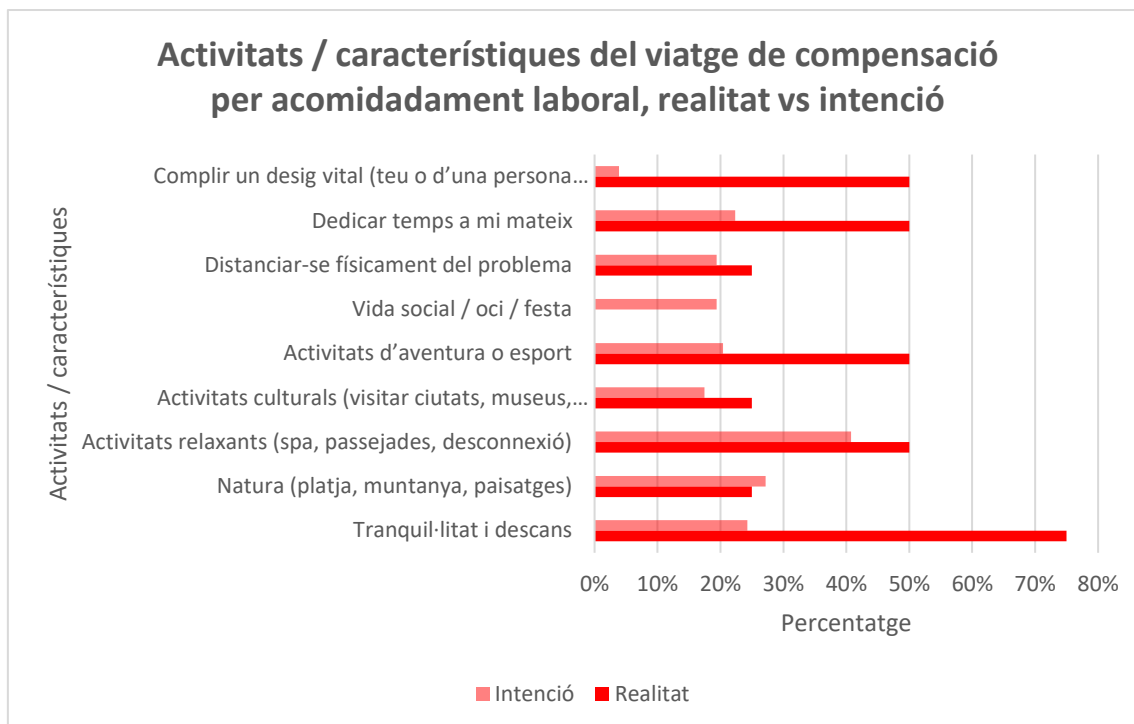
en canvi, apostava per destins menys llunyans. La distància geogràfica real és, per tant, molt superior a la declarada en la intenció, possiblement com a manifestació de la necessitat d'un trencament radical amb l'entorn associat al fracàs laboral.



Gràfic 17. Àmbit territorial del viatge de compensació per acomiadament laboral, realitat vs. Intenció.

Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 11 i 23 de l'enquesta.

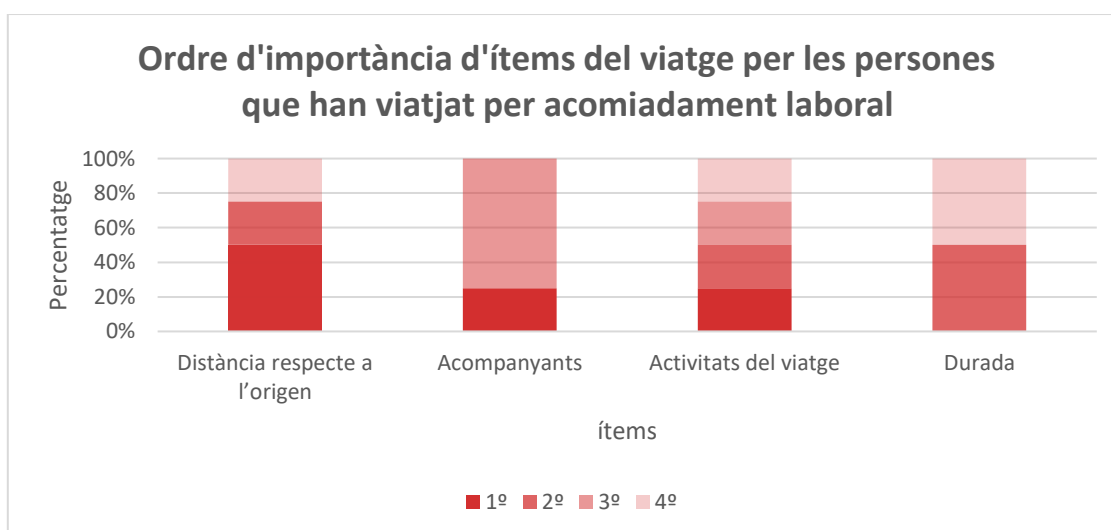
Les activitats (gràfic 18) mostren un perfil clarament orientat al benestar: la tranquil·litat i descans domina amb el 75% de les respostes reals, molt per sobre de la intenció (24,27%). Activitats relaxants (50%), aventura o esport (50%), temps per a un mateix (50%) i complir un desig vital (50%) també hi tenen un pes molt elevat. Aquest perfil suggereix que l'acomiadament activa una necessitat de renovació personal profunda que es concreta en activitats que combinen descans intens amb experiències significatives i introspecció.



Gràfic 18. Activitats del viatge de compensació per acomiadament laboral, realitat vs. Intenció.

Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 14 i 24 de l'enquesta.

En l'ordre de prioritats (gràfic 19 i taula 2), la distància respecte a l'origen és el factor més valorat (mitjana 1,50), per davant dels altres ítems. Aquesta primacia de la distància és singular i contrasta clarament amb el perfil d'estrès laboral, on els acompanyants eren el factor principal. En un context d'acomiadament, el distanciament físic de l'entorn quotidià té un valor simbòlic i emocional dominant: allunyar-se és la primera necessitat.



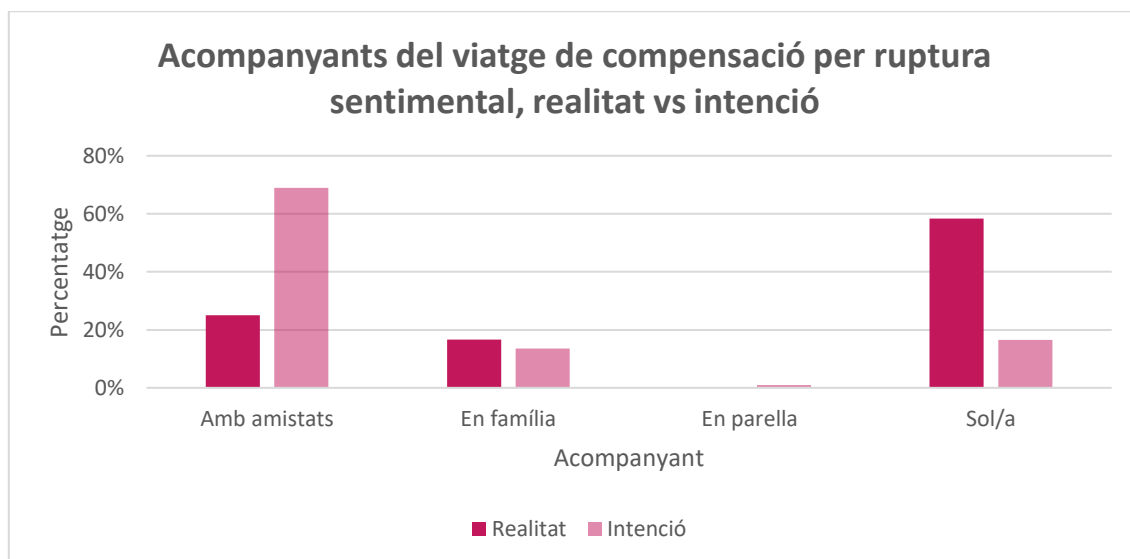
Gràfic 19. Ordre d'importància dels ítems del viatge per les persones que han viatjat per acomiadament laboral. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 15.

Acomiadament laboral	Mitjana
Distància respecte a l'origen	1,50
Acompanyants	2,50
Activitats del viatge	2,50
Durada	3,00

Taula 2. Mitjana de l'ordre d'importància dels ítems (acomiadament laboral; 1=més important, 4=menys important). Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 15 de l'enquesta.

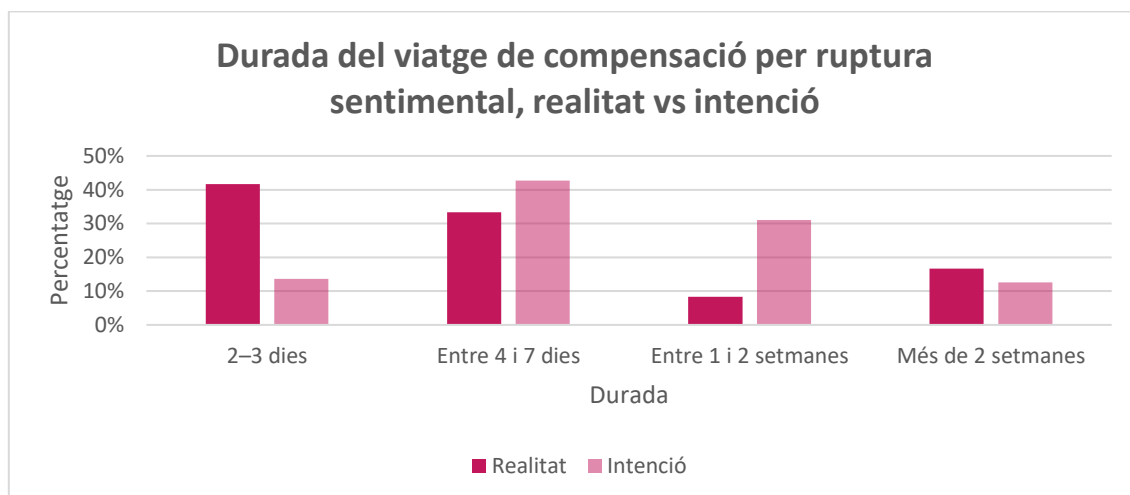
4.4.3 Ruptura sentimental

La ruptura sentimental és el segon motiu de turisme de compensació més comú a la mostra (12,12%), i una de les situacions més associades al turisme emocional en la literatura especialitzada, present en fenòmens com el denominat *painmoon* mencionat en l'apartat 4. El resultat més destacable en els acompanyants (gràfic 20) és la preferència per viatjar sol/a (58,33% real), molt per sobre de la intenció (16,50%), i la comprensible absència de viatge en parella. En canvi, la intenció hipotètica apostava majoritàriament per viatjar amb amistats (68,93%), mentre que la realitat ho situa al 25%. Aquesta divergència apunta que, en el moment de la ruptura, les persones opten per la solitud com a espai de reflexió i recomposició personal, per davant del suport social anticipat.



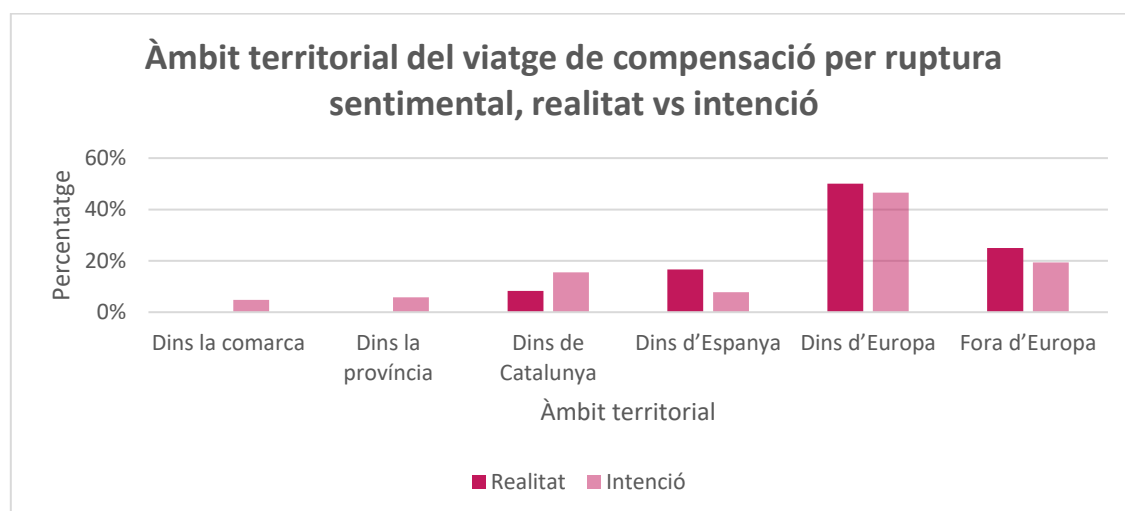
Gràfic 20. Acompanyants del viatge de compensació per ruptura sentimental, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 9 i 22 de l'enquesta.

Respecte a la durada (gràfic 21), la realitat és predominantment curta: el 41,67% va optar per viatges de 2-3 dies i el 33,33% per 4-7 dies. La intenció, en canvi, apuntava a estades més llargues (42,72% d'entre 4 i 7 dies, 31,07% d'1 a 2 setmanes). Aquesta tendència als viatges curts en la realitat podria explicar-se per la dificultat d'organitzar un viatge llarg de manera impulsiva en un moment emocionalment intens.



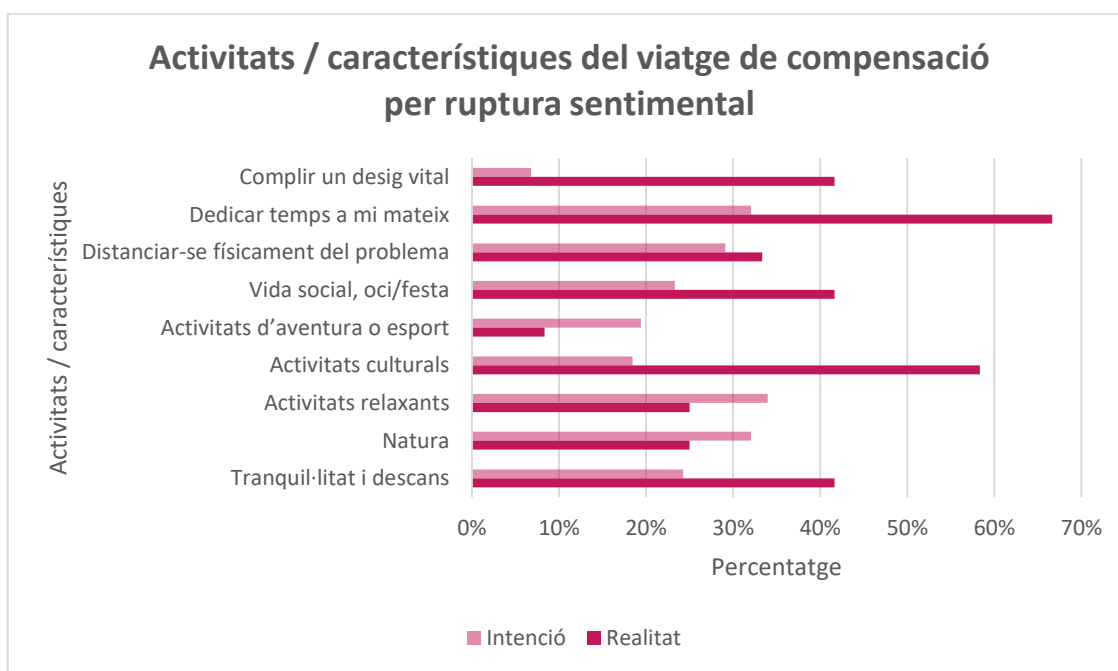
Gràfic 21. Durada del viatge de compensació per ruptura sentimental, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 9 i 22 de l'enquesta

En l'àmbit territorial (gràfic 22), destaca com realitats i intencions coincideixen en la distància on viatjar. 75% en els casos reals i 66,02% en els hipotètics indiquen desplaçar-se fora d'Espanya com la millor opció en aquesta situació. El perfil territorial reflecteix una necessitat clara de distanciament geogràfic significatiu de l'entorn associat a la parella perduda.



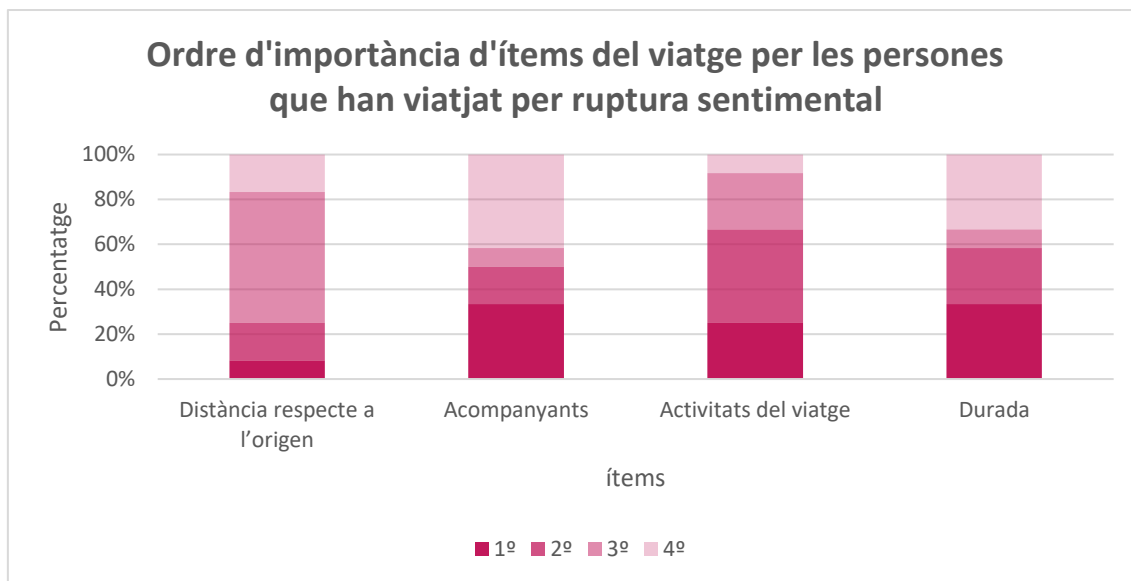
Gràfic 22. Àmbit territorial del viatge de compensació per ruptura sentimental, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 11 i 23 de l'enquesta.

Les activitats (gràfica 23) mostren un perfil singular: En els casos reals, dedicar temps a un mateix lidera amb un 66,67%, seguit de les activitats culturals (58,33%), tranquil·litat/descans, vida social i complir un desig vital (41,67% cadascuna). Només coincideixen en 1 (dedicar temps a mi mateix) en el top 4 de les intencions, on es valoren amb importància activitats relaxants, de natura i distanciar-se físicament del problema (en aquest cas principalment la ex-parella) Aquesta combinació reflecteix un turisme de ruptura orientat a la (re)construcció de la identitat individual: la cultura i l'autoexploració com a eines de reconexió amb un mateix.



Gràfic 23. Activitats del viatge de compensació per ruptura sentimental, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 14 i 24 de l'enquesta.

En l'ordre de prioritats (gràfic 24 i taula 3), els quatre ítems estan bastant equilibrats. Les activitats del viatge ocupen el primer lloc (mitjana 2,17), seguides de la durada (2,42), la distància respecte a l'origen (2,50) i els acompanyants (2,58). La preeminència de les activitats per davant dels acompanyants és coherent amb el perfil observat: quan es viatja sol/a, el que es fa guanya importància com a element central de l'experiència, per davant de les dimensions socials o geogràfiques.



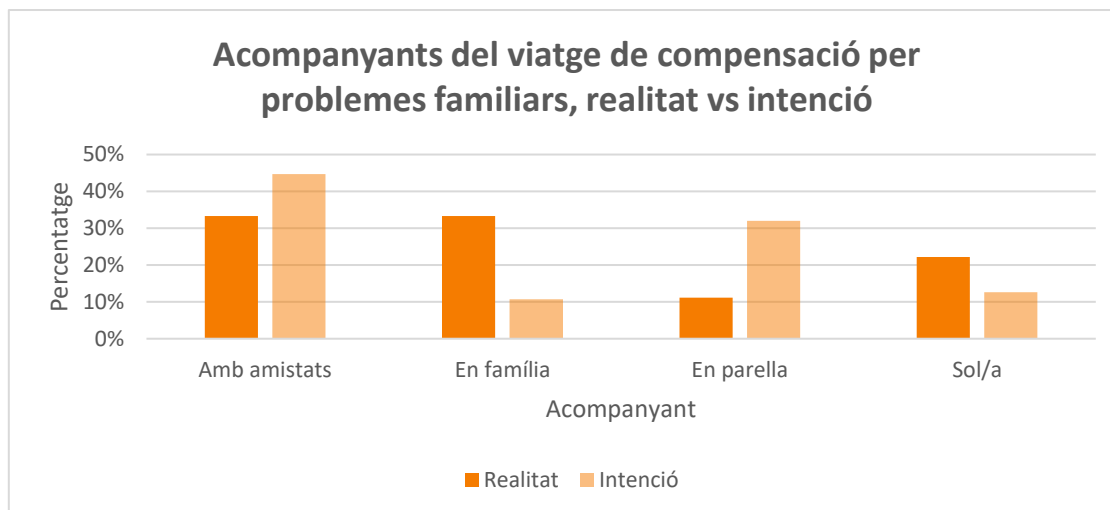
Gràfic 24. Ordre d'importància dels ítems del viatge per les persones que han viatjat per ruptura sentimental. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 15 de l'enquesta.

Ruptura sentimental	Mitjana
Activitats del viatge	2,17
Durada	2,42
Distància respecte a l'origen	2,50
Acompanyants	2,58

Taula 3. Mitjana de l'ordre d'importància dels ítems (ruptura sentimental; 1=més important, 4=menys important). Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 15 de l'enquesta.

4.4.4 Problemes familiars

Els problemes familiars representen el 9,09% dels casos de turisme de compensació de la mostra. Quant als acompanyants (gràfic 25), hi ha una diferència notable en els casos reals de viatjar en família i sol, els quals guanyen més importància. Aquesta divergència suggereix que, davant de problemes familiars, la realitat duu moltes persones a buscar refugi precisament en l'entorn familiar o a refugiar-se en la solitud, mentre que en abstracte s'anticiparia un viatge de desconexió amb amistats o parella.

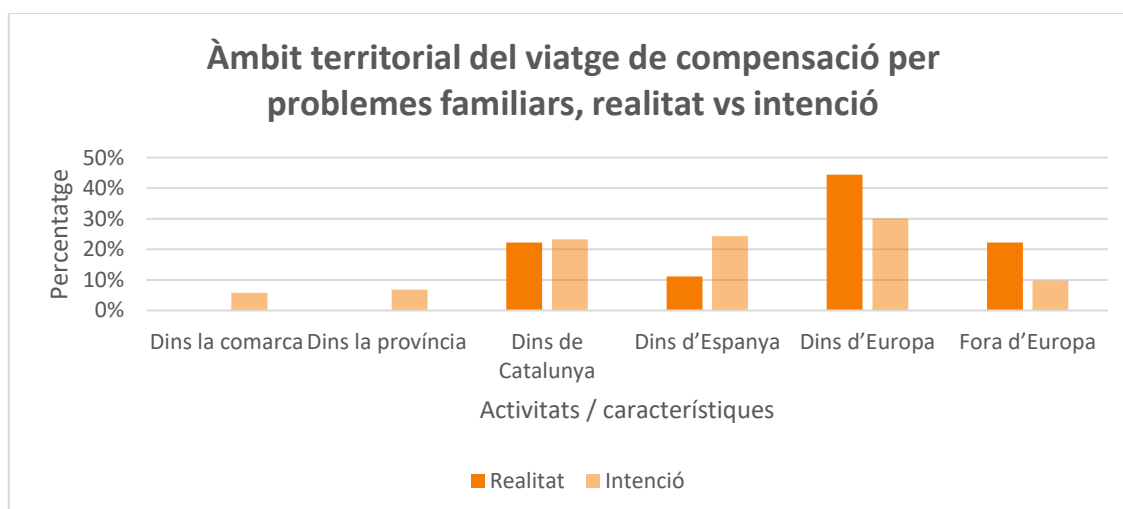


Gràfic 25. Acompanyants del viatge de compensació per problemes familiars, realitat vs. Intenció.

Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 9 i 22 de l'enquesta.

Pel que fa a la durada, gairebé no hi ha discrepàncies entre els dos casos. S'observa com davant de problemes familiars, les persones tendeixen a viatges relativament breus i concrets, que no s'allarguen excessivament (consultar gràfic 26 de l'annex 1).

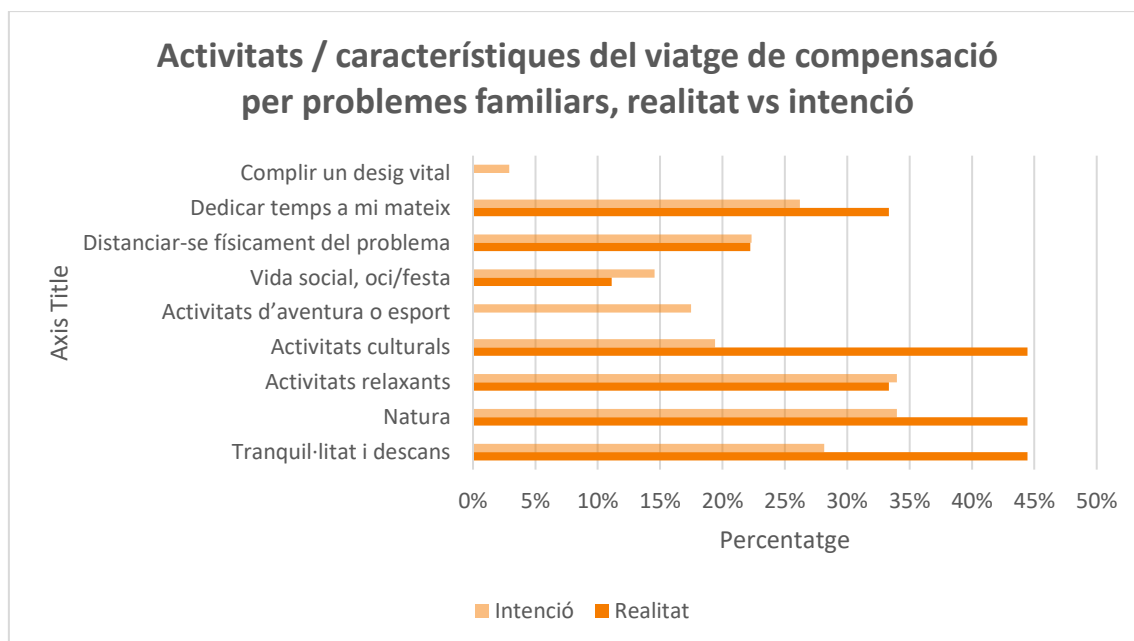
En l'àmbit territorial (gràfica 27), la destinació real predominant és dins d'Europa (44,44%), seguida de Catalunya i fora d'Europa (ambdós 22,22%). La intenció aposta per destinacions més repartides entre Catalunya (23,30%), Espanya (24,27%) i Europa (30,10%), mentre que la realitat polaritza més cap a Europa i més enllà. Així, en el moment real del viatge, les persones afectades per problemes familiars opten per un distanciament geogràfic significatiu que supera l'entorn immediat.



Gràfic 27. Àmbit territorial del viatge de compensació per problemes familiars, realitat vs. Intenció.

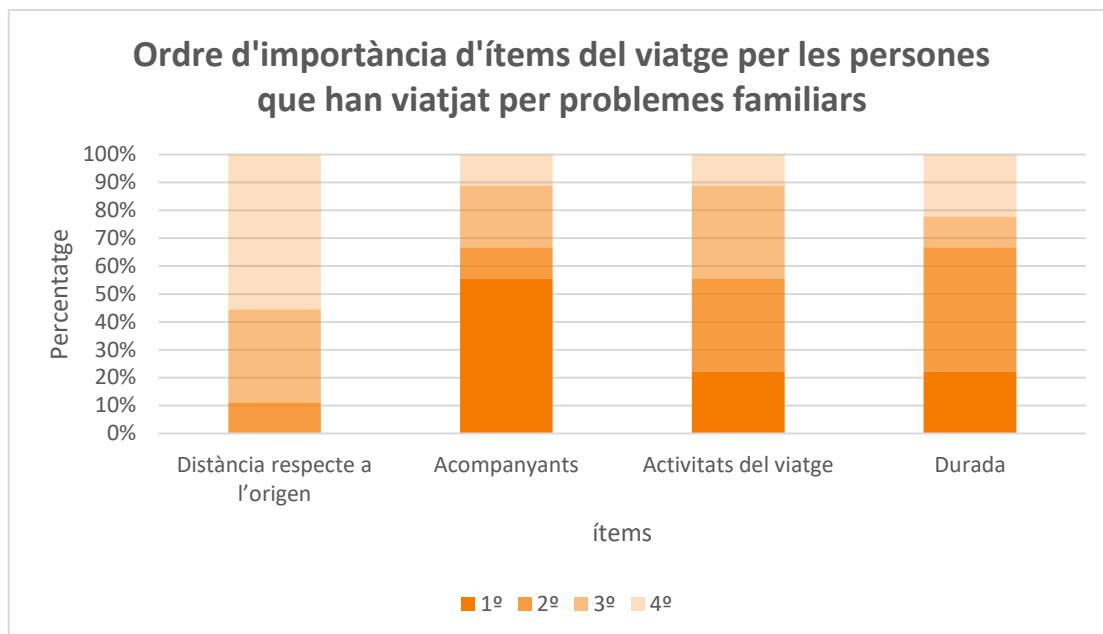
Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 11 i 23 de l'enquesta.

Les activitats més freqüents (gràfic 28) en els casos reals són la tranquil·litat i descans (44,44%), la natura (44,44%) i les activitats culturals (44,44%). Les intencions presenten posicionaments similars a excepció de les activitats culturals, que superen notablement la intenció (19,42%). En conjunt, el perfil reflecteix un turisme de regeneració emocional basat en natura, cultura i descans.



Gràfic 28. Activitats del viatge de compensació per problemes familiars, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 14 i 24 de l'enquesta.

En l'ordre de prioritats (gràfic 29 i taula 4), es situa els acompanyants com el factor més valorat amb diferència (mitjana 1,89), molt per davant de les activitats del viatge (2,33), la durada (2,33) i la distància respecte a l'origen (3,22). Això indica que, en un context de conflicte familiar, la dimensió social (amb qui es comparteix el viatge) és l'element central de la planificació, probablement perquè la selecció de l'acompanyant té un valor simbòlic de suport emocional directe.



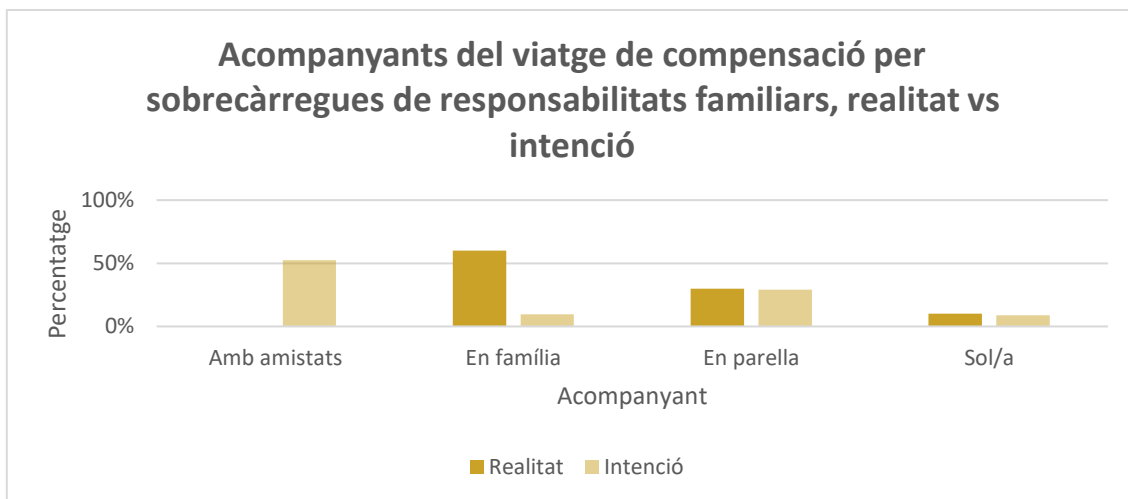
Gràfic 29. Ordre d'importància dels ítems del viatge per les persones que han viatjat per problemes familiars. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 15 de l'enquesta.

Problemes familiars	Mitjana
Acompanyants	1,89
Activitats del viatge	2,33
Durada	2,33
Distància respecte a l'origen	3,22

Taula 4. Mitjana de l'ordre d'importància dels ítems (problemes familiars; 1=més important, 4=menys important). Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 15 de l'enquesta.

4.4.5 Sobrecàrrega de responsabilitats familiars

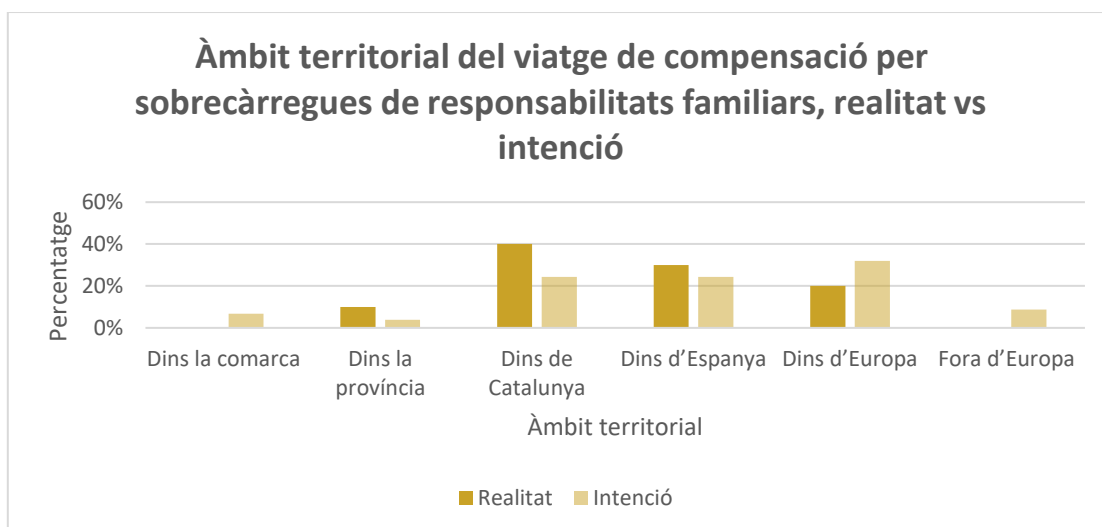
La sobrecàrrega de responsabilitats familiars és el tercer motiu en importància (10,10%) i és una situació estretament vinculada al fenomen del *caregiver burden* comentat en l'apartat 4 del treball. Quant als acompanyants (gràfic 30), el tret més destacable és que no s'han registrat casos reals de viatge amb amistats (0% realitat vs. 52,43% intenció. En la realitat, l'opció majoritària és viatjar en família (60,00%) al contrari del valor que li donava la intenció (9,71%). Aquesta divergència radical és interpretable: quan es pateix una sobrecàrrega derivada del rol de cuidador, el moment de viatjar s'aprofita per refer els llaços amb la parella o la família més propera, en lloc d'evadir-se amb amistats tal com s'anticiparia en abstracte.



Gràfic 30. Acompanyants del viatge de compensació per sobrecàrregues de responsabilitats familiars, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 9 i 22 de l'enquesta.

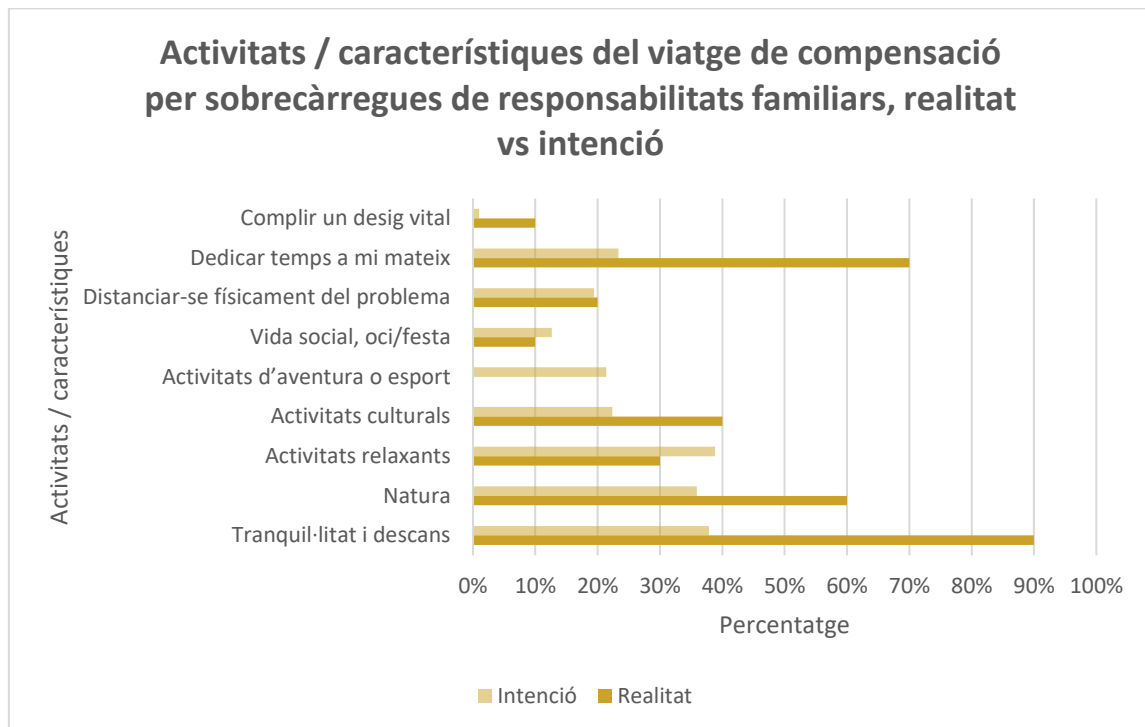
Quant a la durada (consultar gràfic 31 de l'annex 1), la distribució és similar en els dos casos. S'opta principalment per un viatge de menys d'una setmana (70% els casos reals i 78,64% en intenció).

A escala territorial (gràfic 32), el perfil real se centra dins de Catalunya, Espanya i Europa. La diferència recau en que Catalunya és la més valorada en els casos reals (40%) mentre que en les intencions és dins d'Europa (32,04%). En conjunt, la realitat és més propera geogràficament del que la intenció suggeriria, possible reflex de les limitacions pràctiques que comporta ser cuidador (menor disponibilitat de temps, dificultats logístiques) que restringeixen les possibilitats de viatjar lluny.



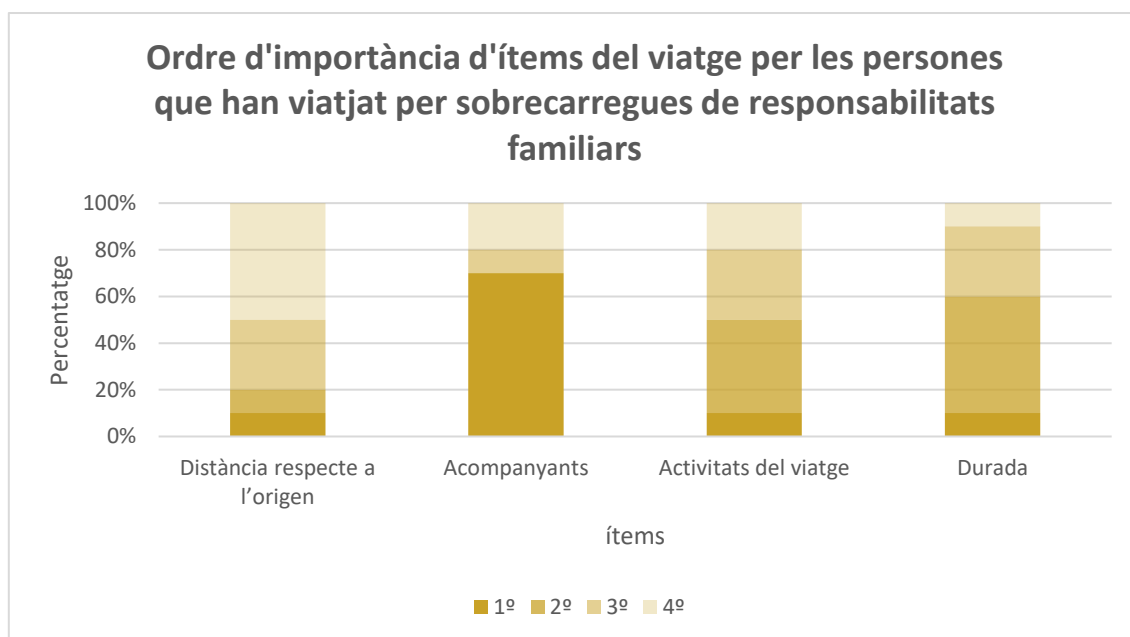
Gràfic 32. Àmbit territorial del viatge de compensació per sobrecàrregues de responsabilitats familiars, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 11 i 23 de l'enquesta.

Les activitats (gràfic 33) presenten un perfil amb dinàmiques diferents. La tranquil·litat i descans (90%) domina de manera absoluta en els casos reals, seguida de dedicar temps a un mateix (70%) i la natura (60%). En el cas de les intencions, les activitats relaxants són l'activitat amb més percentatge (38,83%). Tant la realitat com la intenció coincideixen a pràcticament descartar la vida social/oci com a prioritats.



Gràfic 33. Activitats del viatge de compensació per sobrecàrregues de responsabilitats familiars, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 14 i 24 de l'enquesta.

En l'ordre de prioritats (gràfic 34 i taula 5), els acompanyants tornen a ser el factor més valorat (mitjana 1,80), amb el 70% dels participants assenyalant-los en primera posició. La durada ocupa el segon lloc (2,40), seguida de les activitats (2,60) i la distància respecte a l'origen (3,00), que és clarament el factor menys rellevant. Aquest resultat reforça la interpretació anterior: quan el problema és la sobrecàrrega familiar, amb qui es viatja té més valor que on, la qual cosa pot reflectir la necessitat d'un espai compartit de reconexió amb la parella o la família fora del context habitual de les responsabilitats quotidianes.



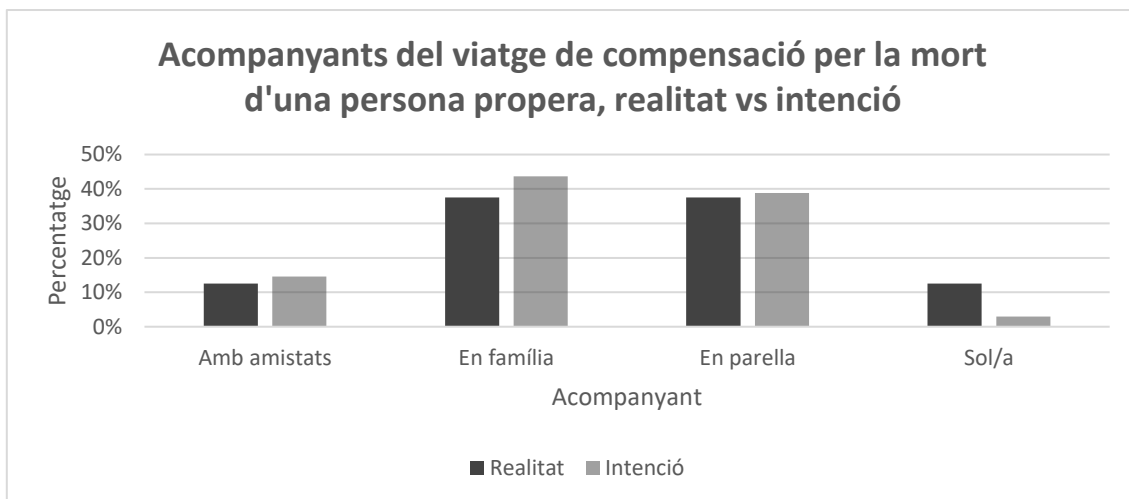
Gràfic 34. Ordre d'importància dels ítems del viatge per les persones que han viatjat per sobrecarregues de responsabilitats familiars. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 15 de l'enquesta.

Sobrecàrrega de responsabilitats familiars	Mitjana
Acompanyants	1,80
Durada	2,40
Activitats del viatge	2,60
Distància respecte a l'origen	3,00

Taula 5. Mitjana de l'ordre d'importància dels ítems (sobrecàrrega de responsabilitats familiars; 1=més important, 4=menys important). Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 15 de l'enquesta.

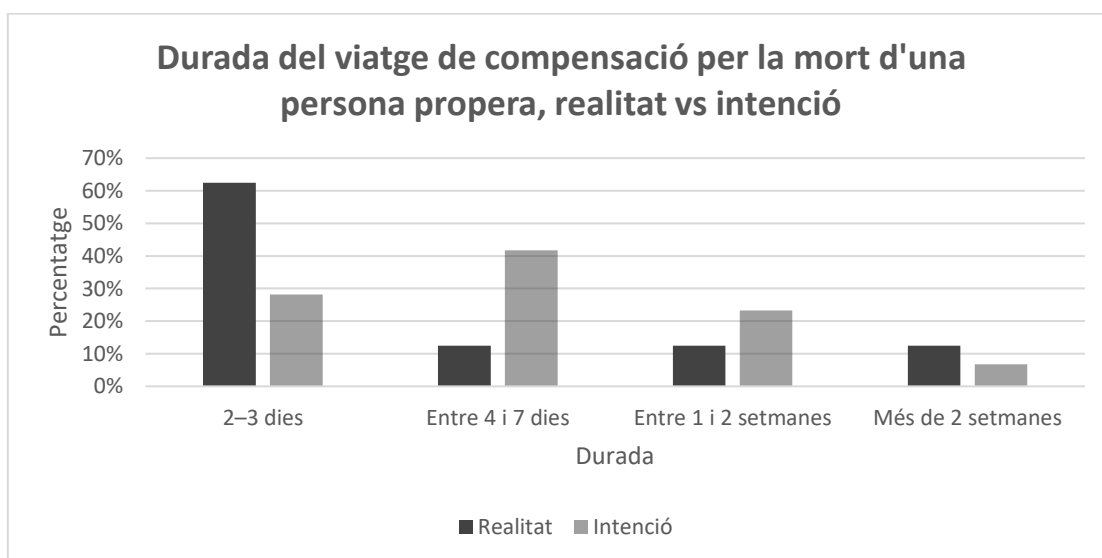
4.4.6 Mort d'una persona propera

La pèrdua d'un ésser estimat (8,08% dels casos) és probablement una de les situacions personals de major intensitat emocional analitzades. Quant als acompanyants (gràfica 35), els perfils són similars. Es viatja de manera força equilibrada entre família i parella. Això indica que davant d'una pèrdua, les persones busquen de manera natural el suport dels vincles afectius més propers com a acompanyants del viatge, en una dinàmica de dol compartit que contrasta radicalment amb el perfil de la ruptura sentimental, on la solitud era predominant.



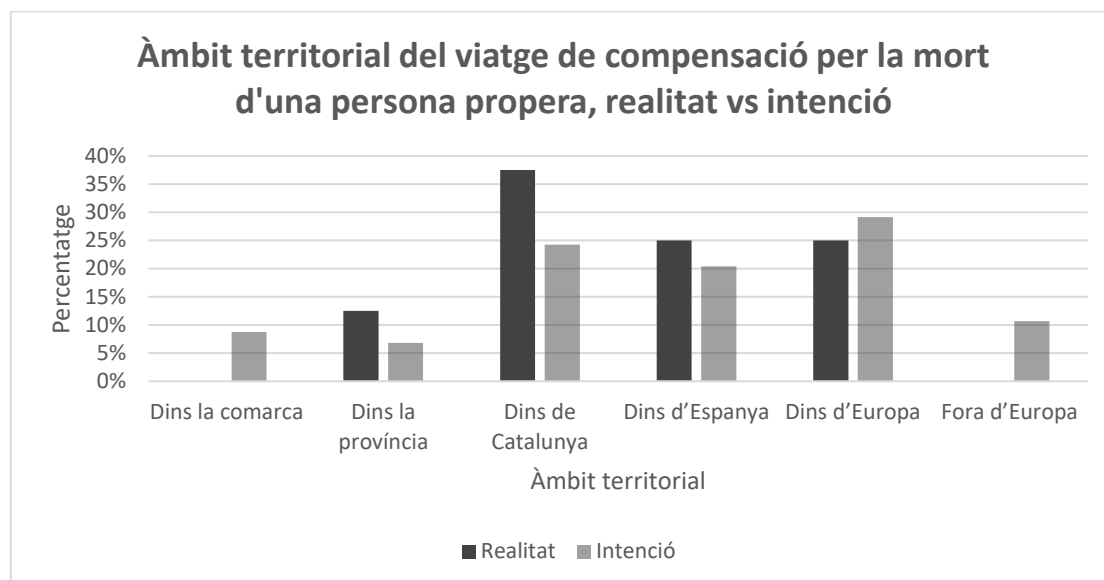
Gràfic 35. Acompanyants del viatge de compensació per la mort d'una persona propera, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 9 i 22 de l'enquesta.

En relació amb la durada del viatge (gràfic 36), el perfil real és singular: el 62% dels casos reals va optar per viatges de només 2-3 dies, mentre que la intenció apuntava a viatges d'entre 4 i 7 dies (41,75%). Aquesta concentració en viatges molt curts pot interpretar-se com una resposta a la dificultat emocional i logística d'organitzar un viatge llarg en plena fase de dol agut. La intenció hipotètica, en canvi, anticipa una necessitat de desconnexió més prolongada, possiblement perquè en abstracte la pèrdua sembla justificar un viatge més llarg del que la realitat permet.



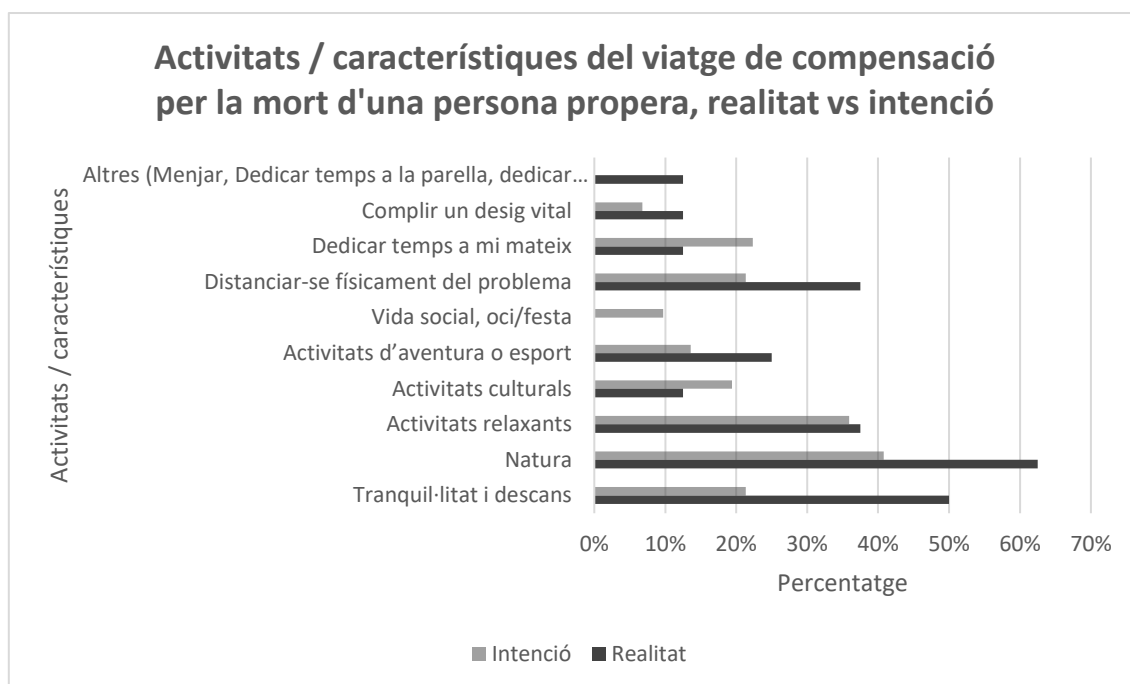
Gràfic 36. Durada del viatge de compensació per la mort d'una persona propera, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 9 i 22 de l'enquesta

En quant a territori (gràfic 37), els desplaçaments reals se centren dins de Catalunya (37,50%), Espanya (25%) i Europa (25%). La realitat es manté en àmbits més propers en comparació amb la intenció. Aquesta proximitat territorial, combinada amb la curta durada observada, confirma que el viatge de dol tendeix a ser una pausa breu i proper, condicionada pels límits emocionals i pràctics del moment.



Gràfic 37. Àmbit territorial del viatge de compensació per la mort d'una persona propera, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 11 i 23 de l'enquesta.

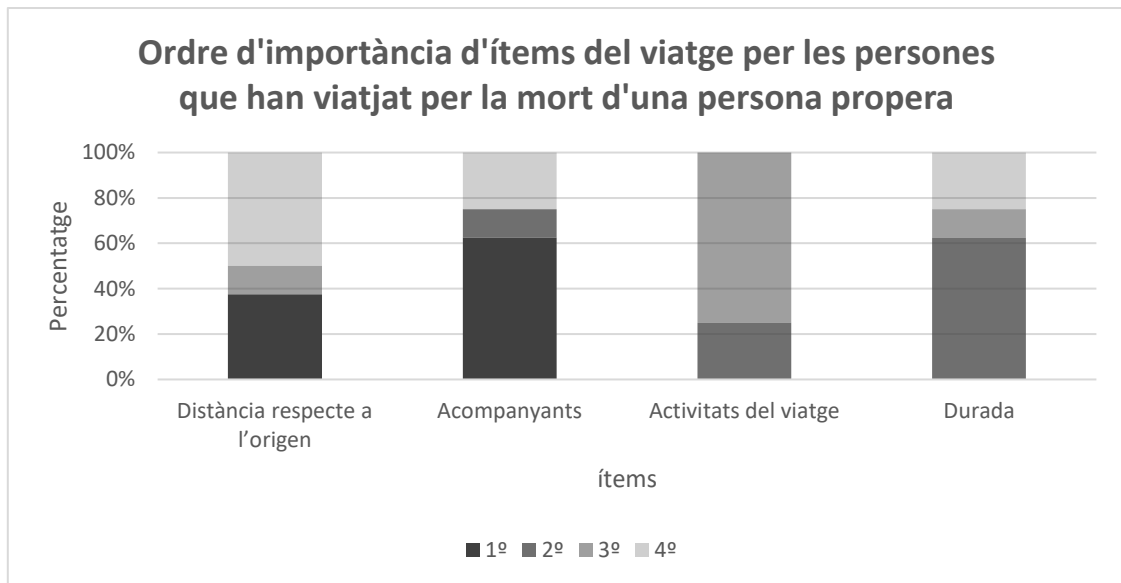
Les activitats (gràfic 38) coincideixen en posicionament entre perfils i mostren un perfil clarament orientat a la natura i la desconexió física: natura (62,50% real vs. 40,78% intenció), tranquil·litat i descans (50% real vs. 21,36% intenció) i activitats relaxants (37,50% real vs. 35,92% intenció) lideren les preferències. Destaca també distanciar-se físicament del problema (37,50% real vs. 21,36% intenció), que en el context del dol pren un significat particular: allunyar-se dels espais associats a la persona perduda.



Gràfic 38. Activitats del viatge de compensació per la mort d'una persona propera, realitat vs. Intenció.

Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 14 i 24 de l'enquesta.

En l'ordre de prioritats (gràfic 39 i taula 6), els acompanyants tornen a ocupar la primera posició per àmplia diferència (mitjana de 1,88). La durada ocupa el segon lloc (2,63), seguida de la distància respecte a l'origen (2,75) i les activitats del viatge (2,75), que comparteixen la darrera posició. Malgrat que les activitats juguen un paper important en el perfil real observat, els enquestats les situen com a menys prioritàries en la fase de planificació, en favor dels acompanyants. Això suggereix que en un context de dol, el primer que es decideix és amb qui es vol viure aquell moment, i la resta de decisions (on, quan i què) queden subordinades a aquesta elecció.



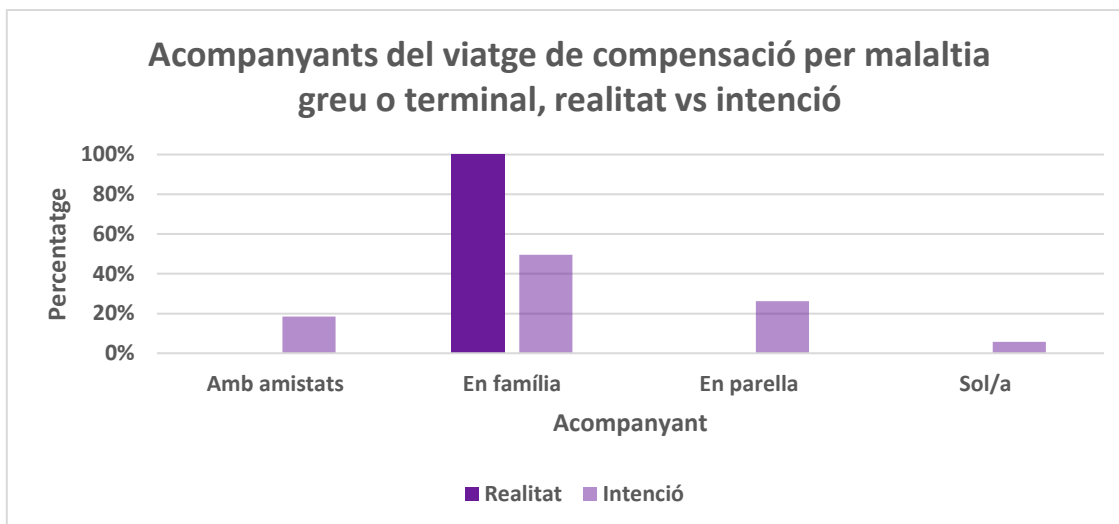
Gràfic 39. Ordre d'importància dels ítems del viatge per les persones que han viatjat per la mort d'una persona propera. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 15 de l'enquesta.

Mort d'una persona propera	Mitjana
Acompanyants	1,88
Durada	2,63
Distància respecte a l'origen	2,75
Activitats del viatge	2,75

Taula 6. Mitjana de l'ordre d'importància dels ítems (mort d'una persona propera; 1=més important, 4=menys important). Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 15 de l'enquesta.

4.4.7 Malaltia greu o terminal

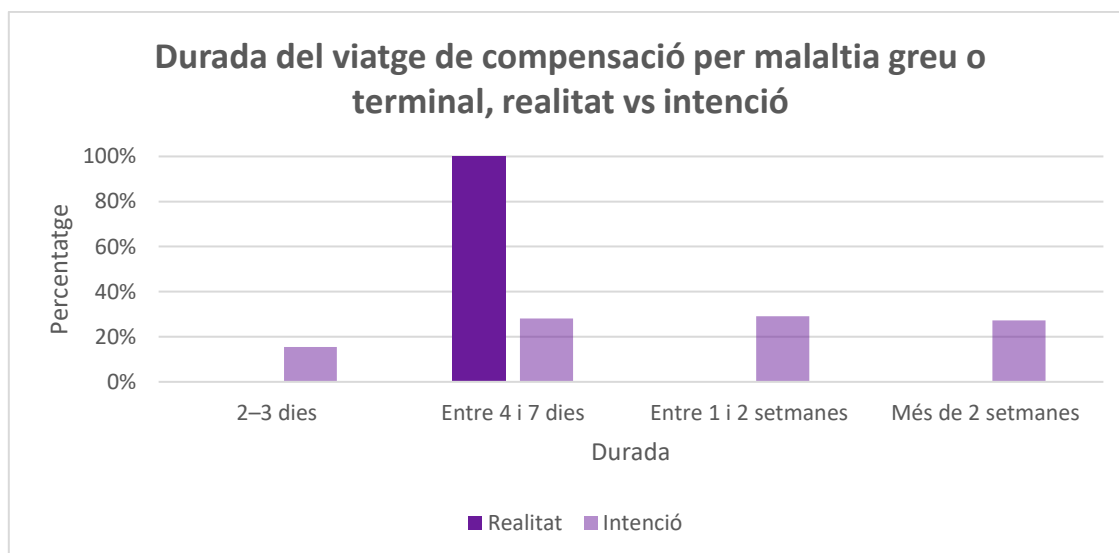
La malaltia greu o terminal (2,02%) és la situació menys freqüent i representada de la mostra però una de les més excepcionals, probablement per la intensitat emocional singular que comporta. Quant als acompanyants (gràfica 40), el 100% dels casos reals va optar per viatjar en família, sense cap alternativa. La intenció hipotètica també distribueix la preferència de viatjar en família (49,51%).



Gràfic 40. Acompanyants del viatge de compensació per malaltia greu o terminal, realitat vs. Intenció.

Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 9 i 22 de l'enquesta.

La durada d'aquest viatge (gràfic 41), va ser d'entre 4 i 7 dies en el 100% dels casos reals. La intenció hipotètica, en canvi, distribueix les preferències de manera més dispersa: entre 4 i 7 dies (28,16%), entre 1 i 2 setmanes (29,13%) i més de 2 setmanes (27,18%), amb una presència també de 2-3 dies (15,33%). Això suggereix que en abstracte s'anticiparien viatges més llargs, però que en la pràctica les limitacions associades a la malaltia (físiques, logístiques o emocionals) acaben concentrant l'experiència en una setmana concreta.



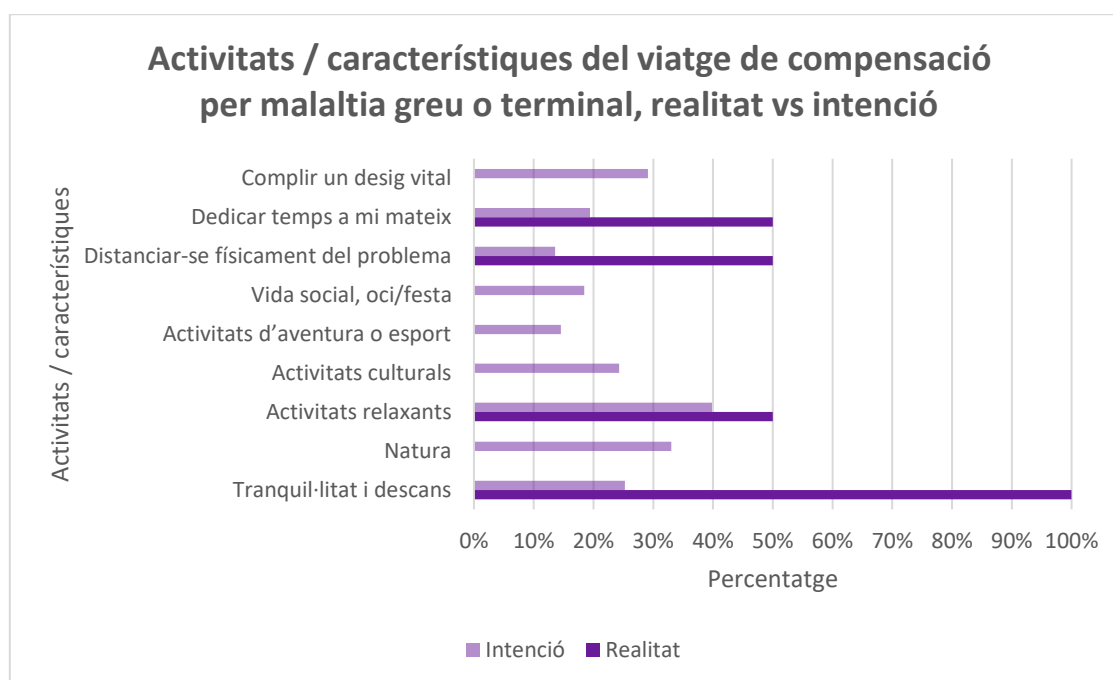
Gràfic 41. Durada del viatge de compensació per malaltia greu o terminal, realitat vs. Intenció.

Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 9 i 22 de l'enquesta

Territorialment (consultar gràfic 42 de l'annex 1), la realitat es reparteix a parts iguals entre Catalunya i Europa. La intenció apostava principalment per un viatge fora d'Europa (33,98%) o dins d'Europa (25,24%)

Les activitats (gràfic 43) mostren un perfil de màxima concentració: la tranquil·litat i descans, activitats relaxants, distanciar-se físicament del problema i dedicar temps a un mateix són les valorades pels casos reals. Totes tenen un component de benestar i la introspecció, amb el viatge com a espai de pau i serenitat compartida en família, més que com a experiència d'aventura o descoberta.

Significativament, complir un desig vital (29,13%) rep una certa importància a diferència de les anteriors tipologies en les intencions de la mostra. Això tindria una certa relació amb el que es denomina *bucket list tourism*, és a dir, la llista de desitjos, somnis o experiències que una persona desitja complir o viure al llarg de la vida, generalment abans de morir.

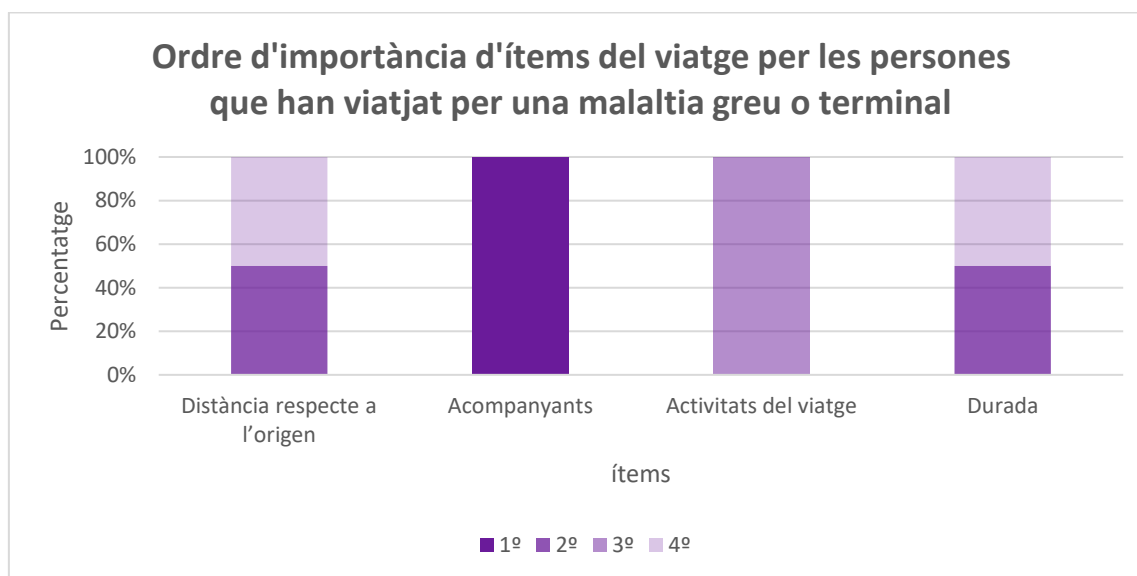


Gràfic 43. Activitats del viatge de compensació per malaltia greu o terminal, realitat vs. Intenció.

Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 14 i 24 de l'enquesta.

Finalment, els acompanyants són el factor absolutament dominant en l'ordre de prioritats (gràfic 44 i taula 7): el 100% dels enquestats els situa en primera posició. La distància respecte a l'origen ocupa el segon lloc (mitjana 2,00), seguida d'activitats del viatge (3,00) i durada (3,00), que comparteixen l'última posició. Aquesta jerarquia és altament coherent amb el perfil observat:

quan la situació és una malaltia greu, la dimensió relacional precedeix qualsevol altra consideració logística. El viatge és, essencialment, un acte d'amor i companyia.



Gràfic 44. Ordre d'importància dels ítems del viatge per les persones que han viatjat per malaltia greu o terminal. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 15 de l'enquesta.

Malaltia greu o terminal	Mitjana
Acompanyants	1
Distància respecte a l'origen	2
Activitats del viatge	3
Durada	3

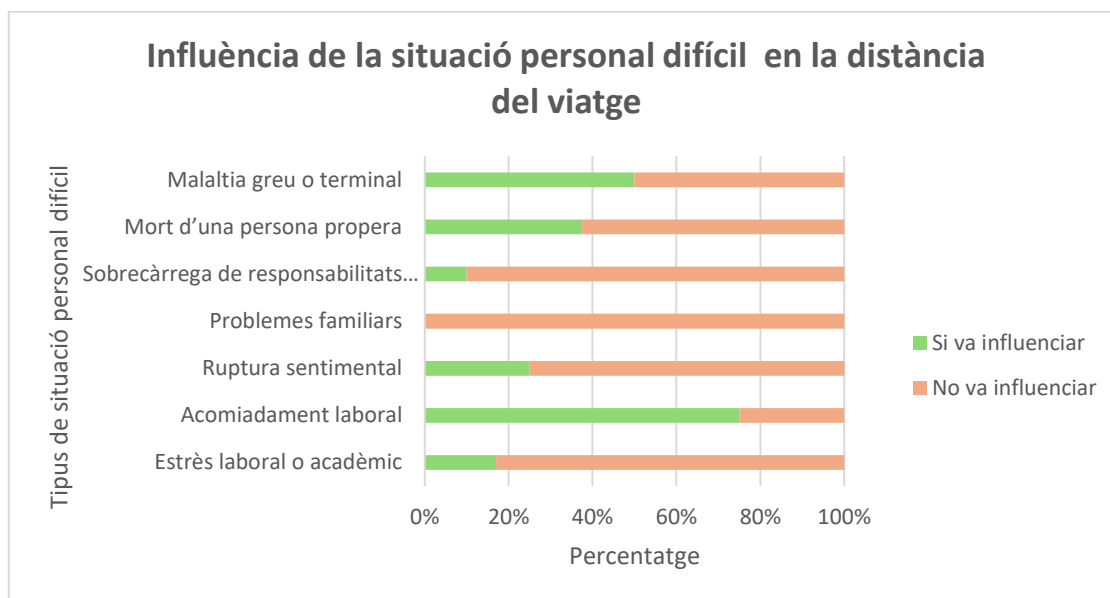
Taula 7. Mitjana de l'ordre d'importància dels ítems (malaltia greu o terminal; 1=més important, 4=menys important). Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 15 de l'enquesta.

4.5 Influència de la situació personal en la distància del viatge

Un dels aspectes rellevants a analitzar és si la gravetat o la naturalesa de la situació personal ha condicionat la distància del desplaçament. Els resultats que s'observen en la gràfica 45 mostren diferències notables entre tipologies tot i que en general, es percep una tendència a la no influència. L'acomiadament laboral registra la major proporció d'influència (75%), seguit de la malaltia greu o terminal (50%) i la mort d'una persona propera (38%). En canvi, l'estrès laboral o acadèmic presenta la menor influència (17%), juntament amb la sobrecàrrega de responsabilitats familiars (10%) i els problemes familiars (sense casos declarats d'influència).

Aquests resultats són coherents amb la teoria de l'escapisme emocional: com més greu i rupturista és la situació, més tendència hi ha a buscar un distanciament geogràfic significatiu

com a part de la resposta compensatòria. Cal matisar que, en el cas de l'estrès laboral, la baixa influència en la distància no implica viatges propers, sinó que la distància no és percebuda com un factor determinant de la decisió, malgrat que en la realitat els desplaçaments són majoritàriament europeus.



Gràfic 45. Proporció de turistes de compensació que indiquen que la situació personal va influir en la distància del viatge, per tipologia. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 10 de l'enquesta.

També afegir la idea que proporciona una de les persones enquestades: “En comptes de novetat, algunes persones busquem seguretat en marxar cada any al mateix lloc, on tot és conegut i, per tant, no hi ha tantes preocupacions”. Així doncs, per a algunes persones, tornar al mateix lloc pot funcionar com un refugi emocional que redueix preocupacions i aporta estabilitat psicològica.

4.6 Impulsivitat de la decisió i evolució de l'estat anímic

La impulsivitat en la presa de decisió de viatjar és un indicador rellevant per comprendre la naturalesa del turisme de compensació. Analitzada per tipologies de situació en la taula 8, s'observa que: la ruptura sentimental és la situació que genera decisions més impulsives (mitjana 3,83/5), seguida dels problemes familiars (3,78), l'acomiadament laboral (3,25) i la malaltia greu o terminal (3,00). En canvi, la sobrecàrrega de responsabilitats familiars (2,80), la mort d'una persona propera (2,75) i l'estrès laboral o acadèmic (2,52) són les situacions que generen decisions més meditades i menys reactives.

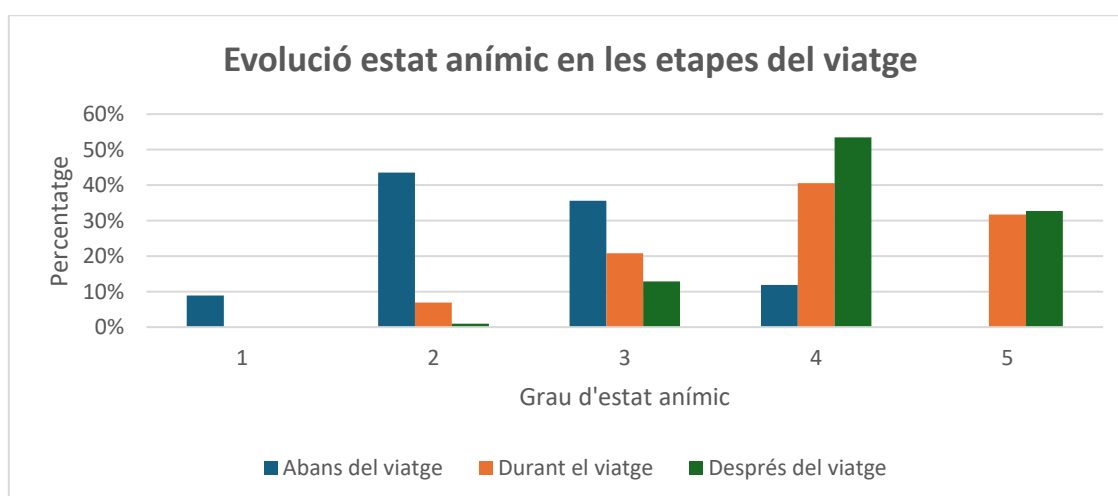
Així doncs, s'identifica un patró clar: les situacions de ruptura sobtada (sentimental, laboral, familiar) tendeixen a generar respostes turístiques més impulsives, mentre que les situacions de caràcter gradual o crònic (estrès acumulat, malaltia, dol) permeten una planificació més reposada. La mitjana global se situa al voltant del 3,00/5, la qual cosa suggereix un perfil de decisió que no és ni plenament impulsiva ni plenament reflexiva, sinó condicionada per la urgència emocional del moment.

Impulsivitat en la realització del viatge de compensació per tipologia de situació personal difícil	Mitjana (segons puntuació del 1 al 5)
Estrès laboral o acadèmic	2,52
Mort d'una persona propera	2,75
Sobrecàrrega de responsabilitats familiars	2,80
Malaltia greu o terminal	3,00
Acomiadament laboral	3,25
Problemes familiars	3,78
Ruptura sentimental	3,83

Taula 8. Mitjana Impulsivitat en la realització del viatge de compensació per tipologia de situació personal difícil (1=menys impulsiva, 5=més impulsiva). Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7 i 12 de l'enquesta.

4.7 Evolució de l'estat anímic: abans, durant i després del viatge

L'anàlisi de l'evolució de l'estat anímic és un dels resultats més significatius d'aquest treball, atès que permet contrastar directament la hipòtesi sobre l'efecte temporal del turisme com a estratègia de compensació emocional tal i com es mostra en el gràfic 46.

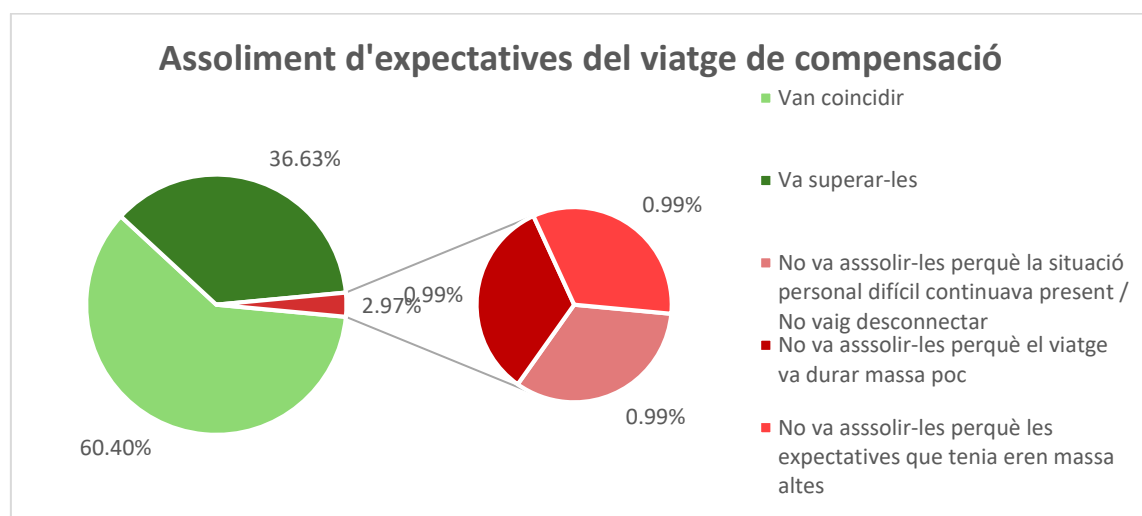


Gràfic 46. Evolució de l'estat anímic dels turistes de compensació en les tres etapes del viatge. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 13, 16 i 17 de l'enquesta.

Abans del viatge, les respostes s'aglutinen principalment als valors baixos: Hi ha un 8,91% que valora 1 com el seu estat anímic previ, el 43,56% el puntua amb un 2 i el 35,63% amb un 3, reflectint un estat anímic clarament deteriorat. Tot i així algun comentari de l'enquesta reflexionava que existeix una fase abans de realitzar el viatge la qual és la planificació d'aquest i ja proporciona resultats positius anímicament: "La pròpia preparació del viatge comporta emocions positives, això suposa que els beneficis emocionals s'anticipen a la realització del viatge en sí en algunes ocasions".

Durant el viatge, la distribució es desplaça cap als valors superiors: el 40,59% puntua amb un 4 i el 31,68% amb un 5, amb una reducció dràstica dels valors 1 i 2. Després del viatge, la tendència positiva es manté però amb matisos: el 53,47% puntua amb un 4 i el 32,67% amb un 5, mentre que els valors inferiors a 4 pràcticament desapareixen. Aparentment, el viatge no només millora l'estat anímic en el moment, sinó que sembla mantenir un efecte positiu posterior. Tanmateix, cal interpretar aquests resultats amb cautela: la millora post-viatge pot respondre a una adaptació cognitiva de la situació original (que potser ja ha evolucionat) més que a un efecte sostenible del viatge en si. Nawijn (2011) descriu aquest fenomen com a adaptació hedònica: la tendència de les persones a retornar al seu nivell habitual de benestar un cop finalitzada l'experiència positiva. En aquest sentit, els resultats confirmen parcialment la tercera hipòtesi: el viatge genera una millora anímica clara durant l'experiència i immediatament després, però la seva sostenibilitat a llarg termini resta per determinar.

4.8 Expectatives i compliment emocional del viatge



Gràfic 47. Grau de compliment de les expectatives emocionals del viatge i principals motius de no compliment. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 18 i 19 de l'enquesta.

La gràfica 46 pretén analitzar el compliment d'expectatives dels viatges de compensació realitzats. En el 60,40% dels casos el viatge va coincidir amb les expectatives prèvies, i en el 36,63% les va superar. Només el 2,97% dels participants consideren que el viatge no va assolir les expectatives de millora anímica esperada. Entre els motius de no compliment (tots amb un pes igualat del 0,99% cadascun) apareixen: la situació personal difícil continuava present i no es va desconnectar, el viatge va durar massa poc, i les expectatives eren massa altes.

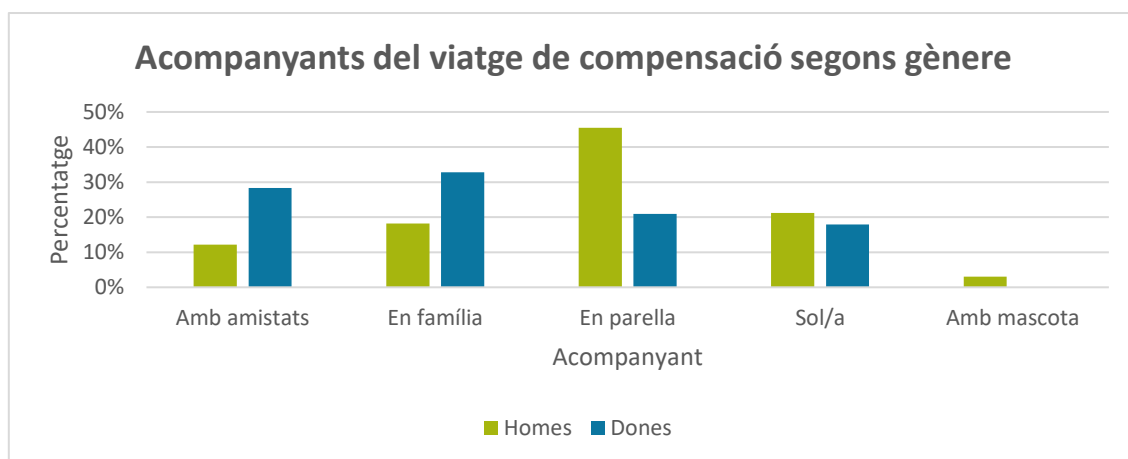
Aquests resultats són especialment reveladors: Com es mencionava en l'apartat 7, quan les expectatives relacionades amb la funció transformadora del viatge són molt elevades (com és el cas del turisme de compensació), existeix el risc que l'experiència no respongui al paper compensatori que la persona li havia atribuït. Tot i així, el turisme de compensació és percebut majoritàriament com una experiència que respon o supera les expectatives emocionals prèvies, la qual cosa reforça el seu valor com a mecanisme de regulació i cura emocional, aportant-li un cert valor terapèutic.

Cal afegir que una de les persones enquestades, va comentar que "durant el viatge, va ploure cada dia, però només poder anar a escampar la boira del meu cap, ja va ser prou positiu". Aquesta idea il·lustra que en el turisme de compensació l'èxit del viatge no es mesuraria amb els criteris convencionals (bon temps, activitats completes), sinó amb la millora emocional percebuda. Es podria reforçar l'argument que les expectatives funcionen de manera diferent en aquest perfil de turista.

4.9 Comparació per gènere

Per tal de respondre a la primera hipòtesi del treball "existeixen diferències significatives en funció del gènere", s'ha realitzat una comparació entre els patrons de comportament d'homes i dones entre els turistes de compensació de la mostra. La mostra està distribuïda en un 33% homes i un 67% dones.

En els acompanyants (gràfic 48), s'observen diferències notables entre homes i dones. Els homes opten majoritàriament per viatjar en parella (45,45%) i sols (21,21). Les dones, en canvi, presenten una distribució més equilibrada en la que prevalen la família (32,84%) i les amistats (28,36%). Per tant, es perceben pautes de suport emocional diferenciades per gènere.



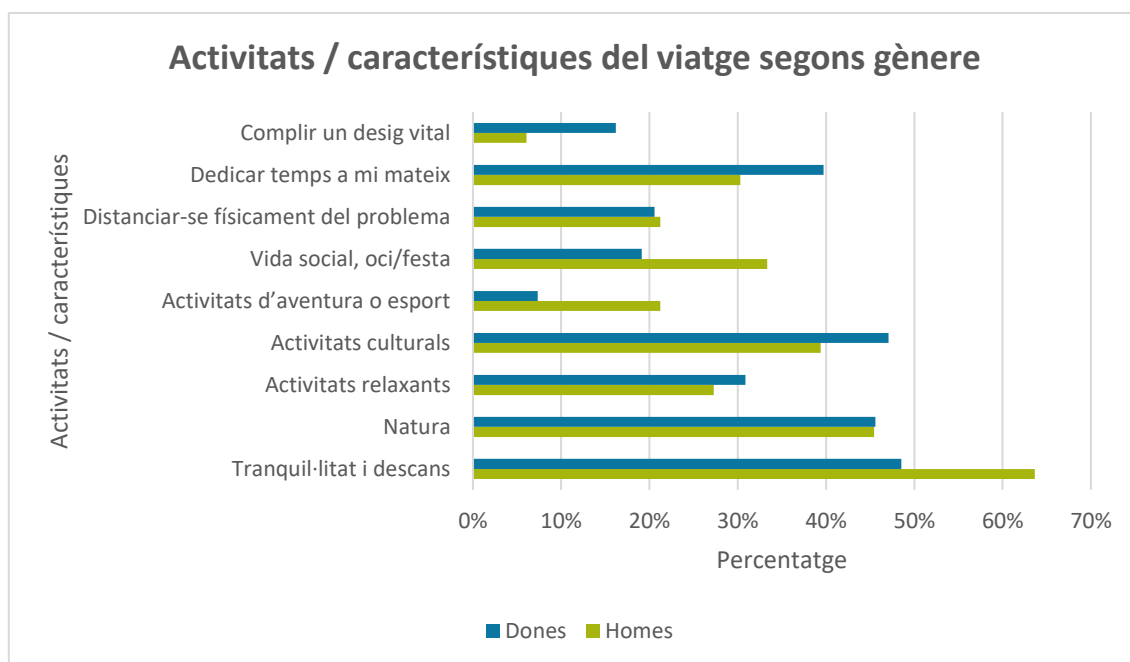
Gràfic 48. Acompanyants del viatge de compensació segons gènere. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 2, 7 i 8 de l'enquesta.

Pel que fa a la durada (consultar gràfic 49 de l'annex 1), els dos gèneres presenten un perfil similar amb la franja de 4-7 dies com a dominant (homes 39,39%, dones 50%). La principal diferència és que els homes mostren una lleugera major presència de viatges llargs de més de 2 setmanes (15,15% vs. 5,88% les dones).

L'àmbit territorial (consultar gràfic 50 de l'annex 1) consta d'un perfil molt similar entre homes i dones, amb Europa com a destinació predominant en ambdós casos (homes 36,36%, dones 42,65%). La segona opció és Espanya (30,30% homes, 29,41% dones), seguida de Catalunya en el cas de les dones (17,65%) i fora d'Europa en cas dels homes (15,15%). En global, les diferències territorials entre gèneres són moderades i no defineixen perfils radicalment divergents.

Les activitats realitzades (gràfic 51) mostren algunes diferències significatives. La tranquil·litat i descans és l'activitat més freqüent en ambdós gèneres, però amb major pes en els homes (63,64% vs. 48,53%). Segueixen les activitats de natura (45,45% vs. 45,59%) i les culturals (39,39% vs. 47,06%).

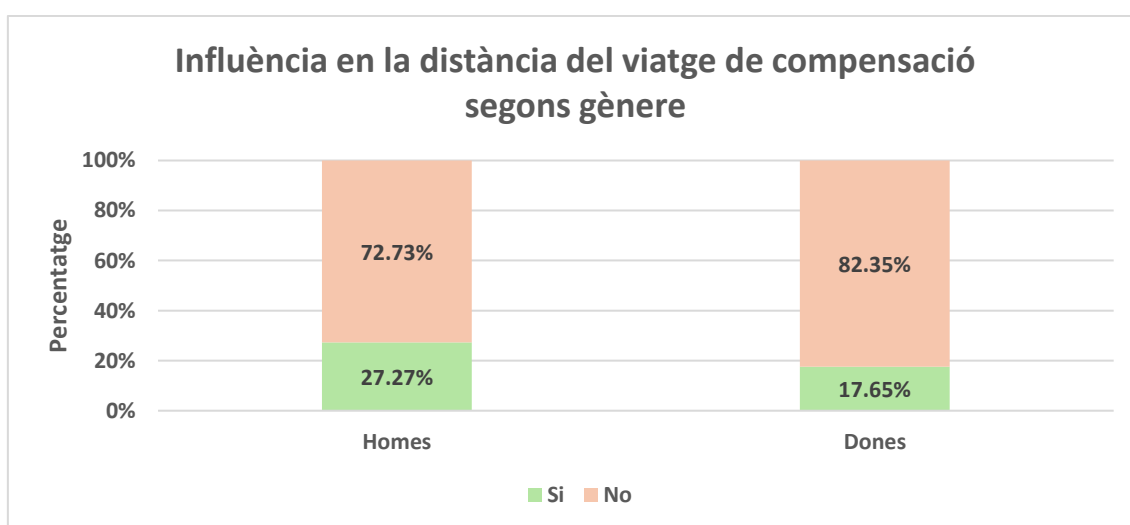
Els homes mostren major tendència a activitats d'aventura o esport (21,21% vs. 7,35%) i vida social/oci (33,33% vs. 19,12%), mentre que les dones prefereixen l'autoconeixement i compliment de desitjos vitals.



Gràfic 51. Activitats i característiques del viatge de compensació segons gènere. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 2, 7 i 14 de l'enquesta.

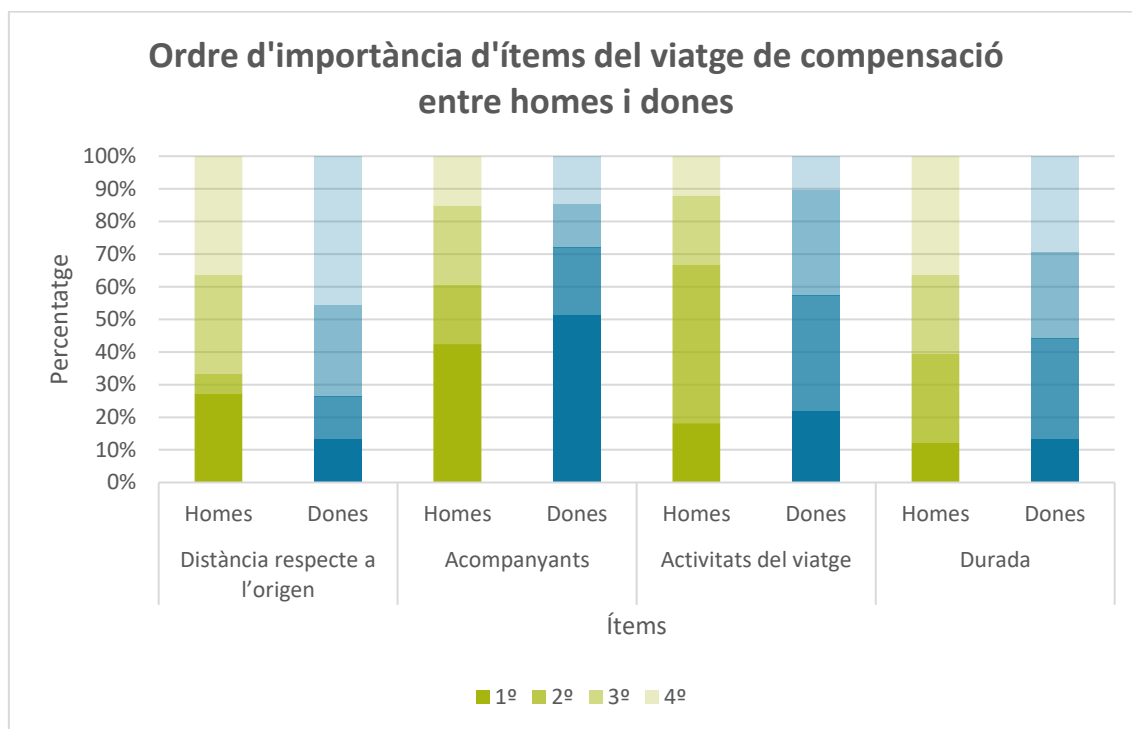
La impulsivitat és lleugerament més pronunciada en les dones (2,97/5) que en els homes (2,75/5), però la diferència és moderada (consultar taula 9 de l'annex 2).

Pel que fa a la influència de la situació personal en la distància del viatge (gràfic 52), els homes declaren una influència lleugerament major (27,27%) que les dones (17,65%), tot i que en ambdós casos la majoria no considera que la situació hagi condicionat la distància.



Gràfic 52. Influència de la situació personal en la distància del viatge de compensació segons gènere. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 2, 7 i 10 de l'enquesta.

En l'ordre de prioritats (gràfic 53 i taula 9), ambdós gèneres situen els acompanyants com el factor més valorat (homes 2,12; dones 1,91), seguit de les activitats (homes 2,27; dones 2,31). La principal diferència rau en la distància respecte a l'origen, més rellevant per als homes (2,76) que per a les dones (3,06), i la durada, similar en ambdós (homes 2,85; dones 2,72).



Gràfic 53. Ordre d'importància dels ítems del viatge de compensació segons gènere. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 2, 7 i 15 de l'enquesta.

Ordre de prioritats dels ítems segons mitjana de les puntuacions del 1 al 4	Mitjana Homes	Mitjana Dones
Acompanyants	2,12	1,91
Activitats del viatge	2,27	2,31
Distància respecte a l'origen	2,76	3,06
Durada	2,85	2,72

Taula 9. Mitjana de l'ordre d'importància dels ítems del viatge de compensació per homes i dones (1=més important, 4=menys important). Elaboració pròpia a partir de la pregunta 2, 7 i 15 de l'enquesta

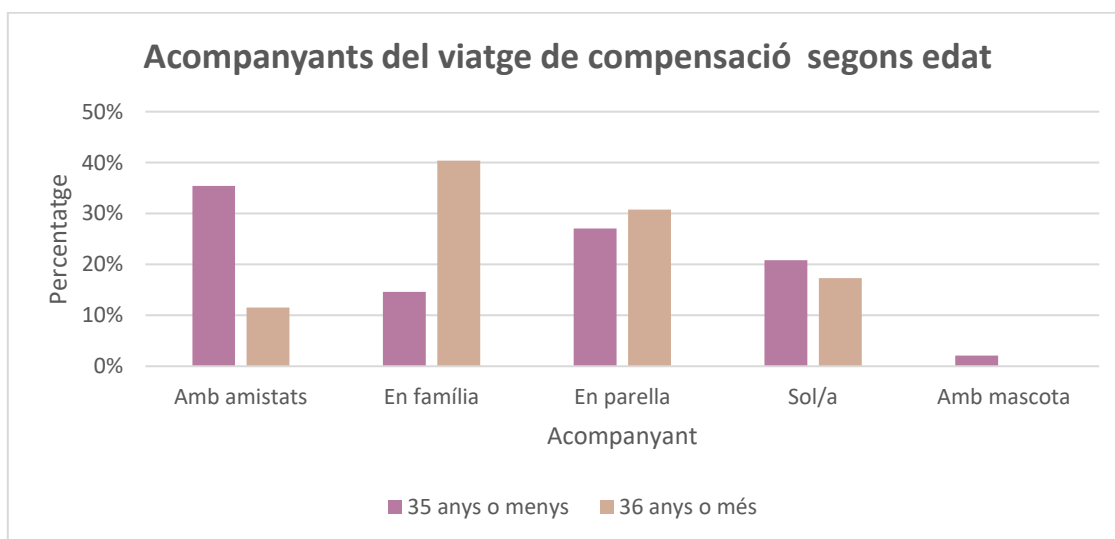
4.10 Comparació per generació

Per esbrinar i seguir en línia amb la hipòtesi plantejada inicialment de que existeixen diferències entre generacions pel que fa al comportament turístic en el turisme de compensació, la mostra s'ha dividit en dos grups: persones de 35 anys o menys i de 36 anys o més, per comparar el

comportament d'adults joves amb el d'adults d'edat mitjana i avançada. S'ha escollit aquest tall d'edat per tal de tenir un nombre de mostra pràcticament idèntic en les dos franges d'edat i que els resultats no es vegin descompensats.

Respecte als acompanyants (gràfic 54), les diferències entre generacions són de les més marcades de tot el bloc comparatiu. El grup de 35 anys o menys viatja majoritàriament amb amistosats (35,42%), seguit de parella (27,08%), sol/a (20,83%) i família (14,58%). El grup de 36 anys o més, en canvi, té la família com a primera opció (40,38%), seguida de la parella (30,77%), sol/a (17,31%) i amb una presència molt menor d'amistosats (11,54%).

Això reflecteix clarament les diferències vitals entre ambdós grups: els joves recorren a la xarxa d'amistosats com a suport emocional principal, mentre que els adults madurs s'orienten cap al nucli familiar. També es pot explicar pel fet que es troben en etapes vitals molt diferents: la majoria de joves tendeixen a establir els vincles més íntims amb les amistosats, ja que encara no han format una família consolidada, a diferència de les generacions més adultes.

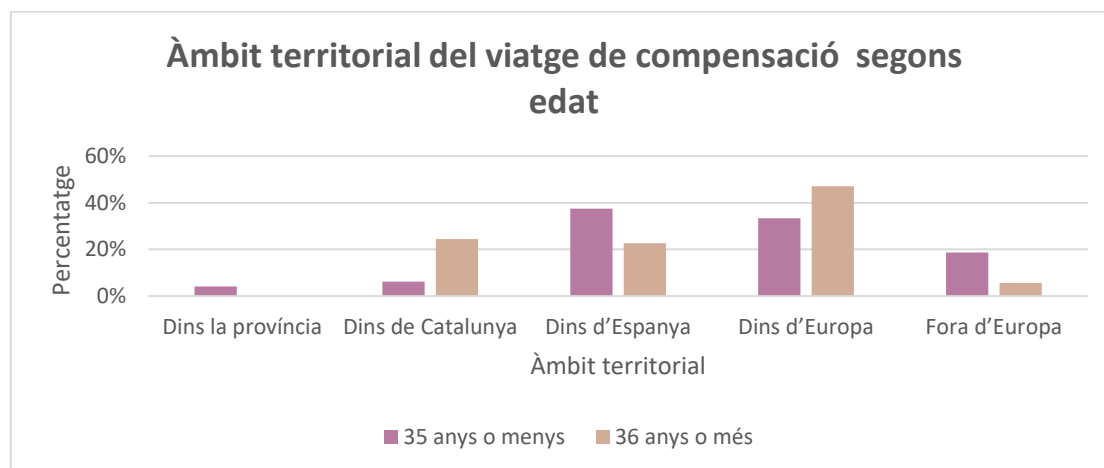


Gràfic 54. Acompanyants del viatge de compensació segons edat. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 1, 7 i 8 de l'enquesta.

Quant a la durada (consultar gràfic 55 de l'annex 1), els dos grups presenten un perfil molt similar: al igual que en el gènere, la franja de 4-7 dies predomina en tots dos (45,83% el grup jove, 47,47% el de major edat), seguida de 2-3 dies (31,25% i 33,96% respectivament).

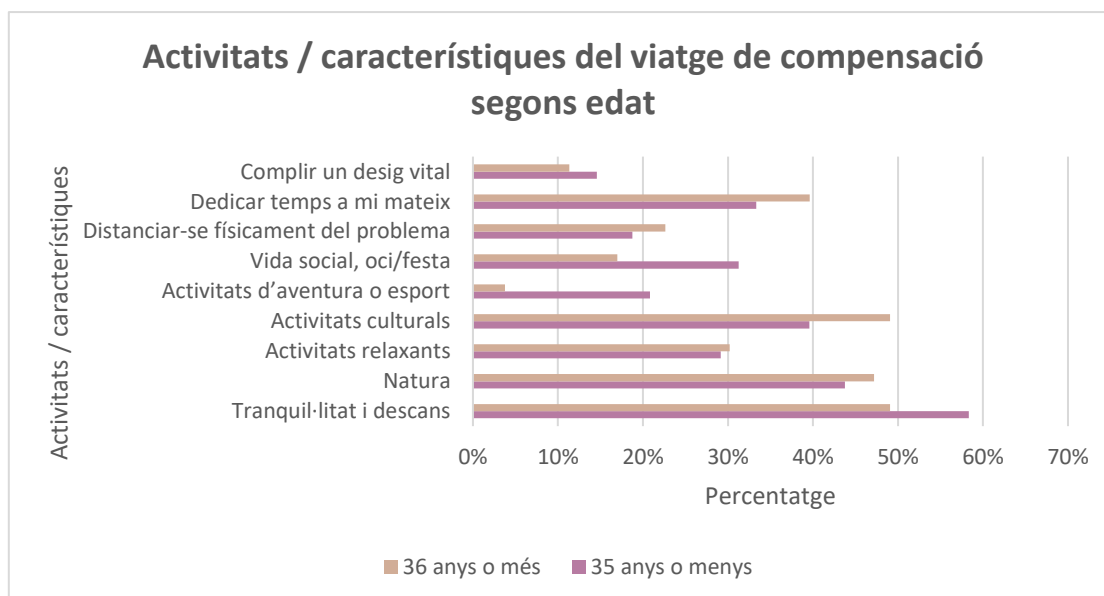
Pel que fa a l'àmbit territorial (gràfic 56), s'observen diferències notables. El grup jove es concentra a Espanya (37,50%) i Europa (33,33%), amb una presència significativa fora d'Europa

(18,75%) i mínima a Catalunya (6,25%). El grup de més edat, en canvi, prioritza Europa (47,17%) i Catalunya (24,53%), amb menor pes d'Espanya (22,64%) i molt poca presència fora d'Europa (5,66%). Això suggereix que els joves busquen destinacions més variades i llunyanes, mentre que els adults madurs opten per Europa i el propi país com a àmbit de referència consolidat.



Gràfic 56. Àmbit territorial del viatge de compensació segons edat. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 1, 7 i 11 de l'enquesta.

Les activitats (gràfic 57) no mostren diferències significatives: les dos franges d'edat analitzades es centren en tranquil·litat i descans (58,33 vs 49,06%), natura (43,75 vs 47,17%), i cultura (39,58 vs 49,06%). La diferència recau en les activitats d'aventura o esport (20,83% vs 3,77%) i la vida social d'oci i festa (31,25% vs 16,98%) on el jovent té una gran diferència en la preferència respecte als majors de 36 anys.

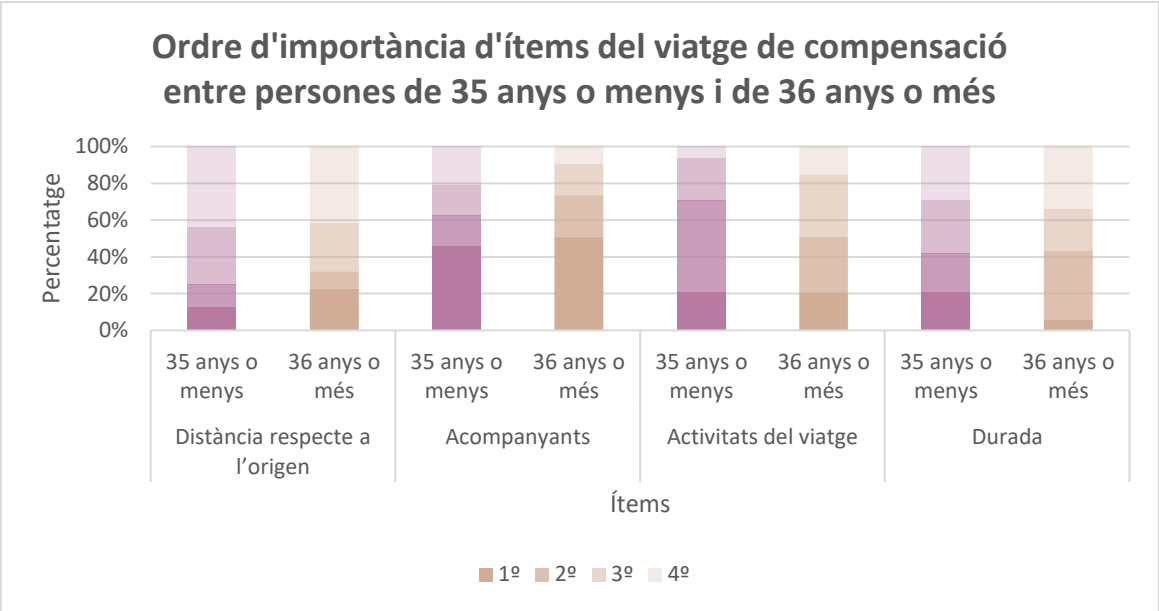


Gràfic 57. Activitats i característiques del viatge de compensació segons edat. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 1, 7 i 14 de l'enquesta.

La impulsivitat és pràcticament idèntica entre els dos grups (36 anys o més: 2,92/5; 35 anys o menys: 2,88/5), sense diferències rellevants. (consultar taula 11 de l'annex 2)

La influència de la situació personal en la distància també és similar en tots dos (20,75% vs 20,83%), sense que l'edat sembli un factor discriminant en aquest aspecte. (consultar gràfic 58 de l'annex 1)

En l'ordre de prioritats (gràfic 59 i taula 11), ambdós grups situen els acompanyants com el factor més important, però amb major intensitat en el grup de 36 anys o més (1,85 vs. 2,13). Les activitats del viatge ocupen la segona posició en tots dos (≤ 35 : 2,15; ≥ 36 : 2,43), seguides de la durada (≤ 35 : 2,67; ≥ 36 : 2,85) i la distància (≤ 35 : 3,06; ≥ 36 : 2,87).



Gràfic 59. Ordre d'importància dels ítems del viatge de compensació segons edat. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 1, 7 i 15 de l'enquesta.

Ordre de prioritats dels ítems segons mitjana de les puntuacions del 1 al 4	Mitjana 35 anys o menys	Mitjana 36 anys o més
Acompanyants	2,13	1,85
Activitats del viatge	2,15	2,43
Durada	2,67	2,85
Distància respecte a l'origen	3,06	2,87

Taula 11. Mitjana de l'ordre d'importància dels ítems del viatge de compensació per grups d'edat (1=més important, 4=menys important). Elaboració pròpia a partir de la pregunta 1, 7 i 15 de l'enquesta.

4.11 Síntesi de resultats

En aquest apartat es vol sintetitzar de forma breu els resultats obtinguts al llarg dels anteriors apartats d'anàlisi de l'enquesta de manera que permetin dibuixar un perfil detallat del turisme de compensació, en aquest cas, a Catalunya:

- **Turisme de compensació**

El turisme de compensació és una pràctica més estesa del que podria semblar a priori: el 49,01% de la mostra ha realitzat alguna vegada un viatge motivat per evadir-se d'una situació personal difícil. La proporció augmenta fins al 65,45% entre les persones que tenen algú al seu càrrec, la qual cosa indica que la sobrecàrrega de responsabilitats no actua exclusivament com a barrera per viatjar, sinó que pot intensificar la necessitat de compensació emocional.

El motiu predominant és l'estrès laboral o acadèmic (53,54% dels casos), amb molta distància sobre la ruptura sentimental (12,12%), la sobrecàrrega familiar (10,10%) i els problemes familiars (9,09%). Les situacions de major impacte emocional (malaltia greu, mort d'una persona propera i acomiadament laboral) representen percentatges menors, però presenten perfils de viatge especialment singulars.

Entre les persones que no han practicat mai el turisme de compensació, el principal fre no és econòmic ni logístic: el 36% presenta no haver concebut mai el viatge com a eina de gestió emocional. Això indica que el principal obstacle és de naturalesa conceptual, i que el potencial de creixement d'aquest tipus de turisme és significatiu si augmenta la seva normalització social.

- **Comportament per tipologia de situació**

L'anàlisi per tipologies revela que el comportament turístic varia de manera significativa en funció del tipus de situació difícil que ha motivat el viatge, i que en gairebé tots els casos existeixen divergències rellevants entre la realitat i les intencions declarades. Aquestes divergències reflecteixen la distància entre allò que les persones creuen que farien i allò que finalment fan quan es troben immerses en la situació.

Estrès laboral: Viatge en parella o amb amigats, de 4-7 dies, majoritàriament dins d'Europa, combinant tranquil·litat, cultura i natura. Els acompanyants i les activitats són els factors de planificació més valorats, per davant de la distància.

Acomiadament laboral: Viatges llargs (1-2 setmanes o més), majoritàriament fora d'Europa i en parella, amb una concentració molt elevada en activitats de descans, activitats relaxants i complir desitjos vitals. La distància respecte a l'origen és el factor prioritari, reflex de la necessitat d'un trencament simbòlic profund amb l'entorn associat al fracàs laboral.

Ruptura sentimental: Viatges en solitud o amb amists, de caràcter curt (menys d'una setmana), majoritàriament fora d'Espanya, centrats a dedicar temps a un mateix, cultura i vida social. La preferència de les activitats per davant dels acompanyants és coherent amb el perfil del viatge.

Problemes familiars: La realitat reflecteix un equilibri entre família, amists i solitud, a diferència de la intenció (amists i parella). Viatges de 4-7 dies, principalment dins d'Europa, combinant natura, descans i cultura. Els acompanyants lideren les preferències per damunt de tot.

Sobrecàrrega de responsabilitats familiars: Divergència entre realitat i intenció: 0% van viatjar amb amists en la realitat (vs. 52% en intenció), mentre que la família va ser majoritària (60%). Viatges curts (1 setmana o menys) principalment dins d'Europa i activitats de recuperació: tranquil·litat i descans, temps per a un mateix, natura i cultura. Els acompanyants són el factor clau en l'elaboració del viatge mentre que la distància no té gairebé importància.

Mort d'una persona propera: Viatge breu (de 2-3 dies) i dol compartit en família o parella, dins de Catalunya o Espanya, orientat a la natura, el descans i el distanciament físic dels espais associats a la persona perduda. Els acompanyants lideren la planificació de manera clara, confirmant que en el dol, el company de viatge és la primera decisió.

Malaltia greu o terminal: S'opta per viatjar en família i uns 4-7 dies, majoritàriament entre Catalunya i Europa tot i que la intenció prefereix anar més enllà. Activitats centrades en descans, relaxació i temps personal. Els acompanyants com a primera posició, confirmant que en un context de malaltia, estar amb qui s'estima és una prioritat.

- **Impulsivitat, distància i evolució anímica**

La impulsivitat de la decisió de viatjar segueix un patró clar: les situacions de ruptura sobtada generen decisions més impulsives, mentre que les situacions cròniques o de llarg recorregut permeten una planificació més meditada.

La influència de la situació en la distància del viatge és major en les situacions de major impacte emocional (acomiadament i malaltia) i gairebé nul·la en les situacions més habituals (estrès laboral i problemes familiars).

L'evolució de l'estat anímic mostra una millora clara i progressiva: d'un estat previ deteriorat (79,47% als valors 2 i 3), passa a una millora significativa durant el viatge (72,27% als valors 4 i 5) que es manté o fins i tot s'incrementa lleugerament després (86,14% als valors 4 i 5). En el 97,03% dels casos el viatge va complir o superar les expectatives prèvies, una xifra que confirma el turisme de compensació com un mecanisme de regulació emocional efectiu, almenys a curt termini.

- **Diferències per gènere i edat**

Les comparacions per gènere i generació confirmen parcialment l'existència de diferències significatives. Per gènere, els homes tendeixen a viatjar en parella i sols, mentre que les dones prefereixen la família i les amistats. Les dones s'orienten cap a activitats de cultura i autoconeixement, mentre els homes combinen descans amb aventura i vida social i es veuen més influenciats per la presa de distància respecte al problema.

Per generació, la diferència més marcada és en els acompanyants (joves s'inclinen per les amistats i els adults madurs per la família) i en el perfil territorial (joves prefereixen Espanya i fora d'Europa mentre que els adults opten per Europa i Catalunya).

5. Conclusions

Aquest treball ha analitzat el turisme de compensació com a estratègia de regulació emocional davant situacions personals adverses. Els resultats obtinguts permeten extreure les conclusions següents en relació amb els objectius i les hipòtesis plantejades inicialment:

- El turisme de compensació és una pràctica real i prevalent: el 49,01% de la mostra l'ha practicat, proporció que puja fins al 65,45% entre les persones amb càrrecs, evidenciant que la sobrecàrrega de responsabilitats intensifica la necessitat de compensació emocional més que no pas la inhibeix, fet que dona resposta a la quarta hipòtesi plantejada.
- El principal detonant és l'estrès laboral o acadèmic (53,54%), coherent amb l'augment dels trastorns psicosocials vinculats a la pressió laboral documentat en l'apartat 4.
- La primera barrera identificada per als no practicants no és econòmica sinó conceptual: el 36% no havia concebut mai el viatge com a eina de gestió emocional, la qual cosa apunta a un potencial de creixement significatiu lligat a la normalització d'aquest tipus de turisme.
- Quant a l'efectivitat emocional del viatge, el 97,03% dels turistes de compensació va considerar que l'experiència va complir o superar les expectatives de millora anímica, i l'evolució de l'estat anímic mostra una trajectòria clara de deteriorament previ, millora durant el viatge i manteniment posterior. Això confirma parcialment la tercera hipòtesi: el viatge genera una millora real a curt termini, però la seva sostenibilitat a llarg termini no pot determinar-se amb les dades disponibles i és coherent amb l'adaptació hedònica descrita per Nawijn (2011) en l'apartat 3 del treball.
- L'anàlisi per tipologia de situació revela que cada context de malestar genera un perfil de viatge propi i diferenciable. Les divergències entre realitat i intenció mostren que les situacions d'alta intensitat emocional generen comportaments que no sempre es poden anticipar racionalment.

- El factor de planificació més valorat en gairebé totes les tipologies és l'acompanyant, confirmant que amb qui es viu l'experiència, és el nucli de la compensació emocional, per damunt de la destinació, la durada o les activitats.
- Les comparacions per gènere i generació confirmen parcialment la primera hipòtesi. S'observen diferències rellevants en els acompanyants, perfil territorial i activitats. En canvi, la durada, la impulsivitat la influència en la distància i les preferències no presenten diferències significatives entre grups.
- La durada de menys d'una setmana del viatge predomina en la suma de tots els perfils (79,20%), confirmant parcialment la segona hipòtesi de que les escapades de curta durada són percebudes com una forma d'evasió emocional més accessible que els viatges llargs. Tot i que la durada no és el factor de planificació més valorat.

Finalment, aquest treball presenta limitacions que cal tenir en compte en la interpretació dels resultats. En primer lloc, el turisme de compensació és una tipologia que no es troba consolidada com a categoria específica en la literatura acadèmica, la qual cosa ha dificultat la recerca bibliogràfica i ha obligat a construir el marc teòric a partir d'aportacions parcials d'altres disciplines (principalment turisme emocional i psicologia). En segon lloc, algunes de les tipologies de situació analitzades presenten mostres reduïdes, la qual cosa limita la representativitat dels seus perfils i en condiona la generalització. Futures investigacions podrien beneficiar-se d'una mostra més àmplia i equilibrada entre tipologies que permetin mesurar l'efecte real del viatge en cada situació.

També es podria aprofundir en la investigació de l'efecte a llarg termini d'aquest tipus de turisme, analitzar el paper de les xarxes socials en la idealització del viatge o explorar com el sector turístic i les destinacions poden respondre i treballar de manera més específica a les necessitats d'aquest segment estudiat en aquest treball.

6. Fonts i bibliografia

BeBloomers. (2024). Viajar como terapia. Recuperat de <https://bebloomers.com/tu-mente/gestion-emocional/viajar-como-terapia/>

CEUPE. (2023). Turismo emocional. Recuperat de <https://www.ceupe.com/blog/turismo-emocional.html>

Cigna Salud. (2024). Viajar para escapar: la paradoja del viaje como alivio emocional. Recuperat de <https://www.cignasalud.es/sala-de-prensa/notas-de-prensa/viajar-para-escapar-la-paradoja-del-viaje-como-alivio-emocional>

Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179–201. <https://doi.org/10.1177/003803857901300203>

Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)

Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184–194. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)

De Bloom, J., Nawijn, J., & Geurts, S. A. E. (2017). Holiday travel, staycations, and subjective well-being. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 573–588. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1229323>

El Confidencial. (2026, 18 de febrer). El viaje de terapia: el 'painmoon', una tendència que es consolida después de una ruptura. Recuperat de https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2026-02-18/viaje-terapia-painmoon-tendencia-consolida-ruptura-psicologo_4301559/

El Taller Emocional. (2024). Por qué han aumentado tanto las rupturas. Recuperat de <https://www.eltalleremocional.es/por-que-han-aumentado-tanto-las-rupturas/>

Equipos y Talento. (2025). Las bajas por salud mental aumentan un 70% en Catalunya. Recuperat de <https://www.equiposytalento.com/noticias/2025/10/10/las-bajas-por-salud-mental-aumentan-un-70-en-catalunya>

Eurecat. (2022). Potencial del turisme de benestar a Catalunya. Recuperat de https://costadaurada.info/sites/default/files/informe_tt9_22_potencialbenestar_eurecatptdt_0.pdf

Filep, S. (2012). Moving beyond subjective well-being: A tourism critique. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(2), 171–185. <https://doi.org/10.1177/0047287518759227>

Hosany, S., Hunter-Jones, P., & McCabe, S. (2020). Emotions in tourism. *Annals of Tourism Research*, 84, 102983. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7245290/>

Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256–262. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(82\)90049-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90049-4)

Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and adaptation*. Oxford University Press. https://openlibrary.org/works/OL1841149W/Emotion_and_adaptation

Nawijn, J. (2011). Happiness through vacationing: Just a temporary boost or long-term benefits? *Journal of Happiness Studies*, 12(4), 651–665. <https://doi.org/10.1007/s10902-010-9221-y>

Nawijn, J., & Filep, S. (2016). Two directions for future tourist well-being research. *Annals of Tourism Research*, 61, 221–223. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.07.007>

New Medical Economics. (2024). El aumento de los trastornos mentales en la población española. Recuperat de <https://www.newmedicaleconomics.es/el-aumento-de-los-trastornos-mentales-en-la-poblacion-espanola/>

Pearce, P. L. (2005). *Tourist behaviour: Themes and conceptual schemes*. Channel View Publications. https://www.researchgate.net/publication/292244181_Tourist_Behaviour_Themes_and_Conceptual_Schemes

Pearce, P. L., & Lee, U.-I. (2005). Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research*, 43(3), 226–237. <https://doi.org/10.1177/0047287504272020>

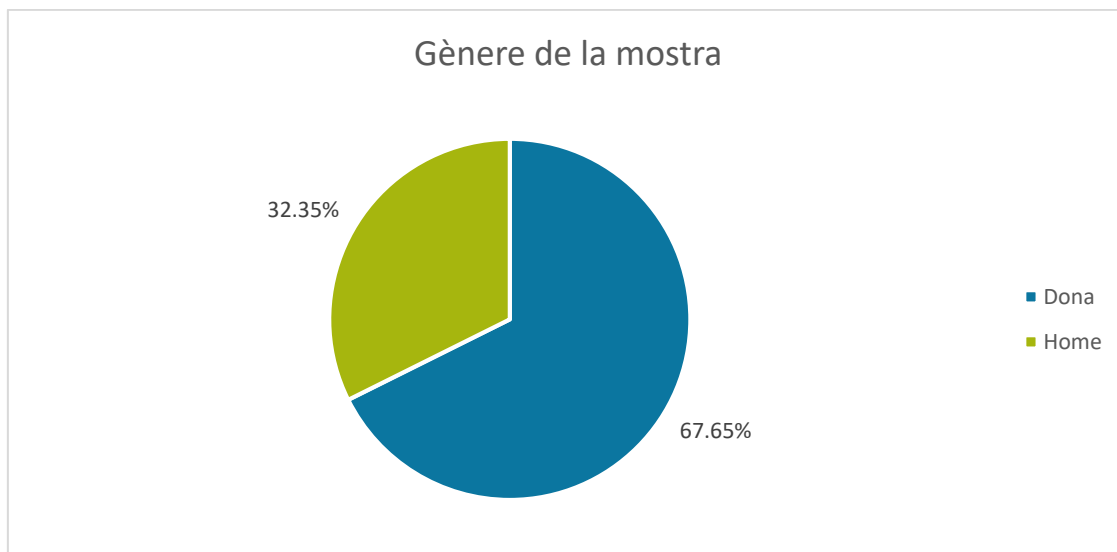
Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 141–166.
<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.141>

Sirgy, M. J., Kruger, P. S., Lee, D.-J., & Yu, G. B. (2011). How does a travel trip affect tourists' life satisfaction? *Journal of Travel Research*, 50(3), 261–275.
<https://doi.org/10.1177/0047287510362784>

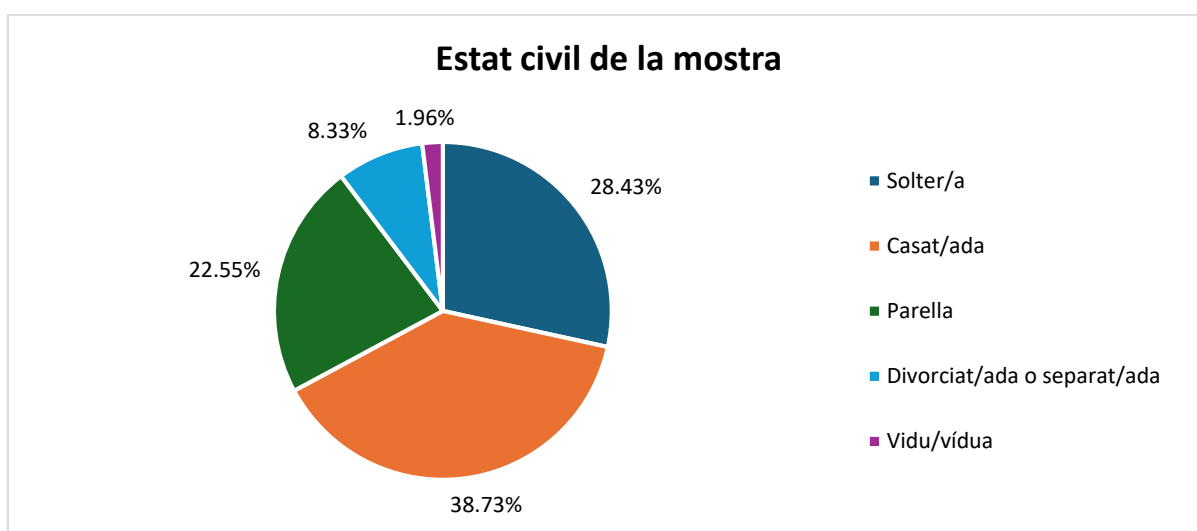
Urry, J. (1990). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. Sage.
https://www.negrophonic.com/pdfs/Urry-The_Tourist_Gaze_2nd_Edition.pdf

7. Annexos

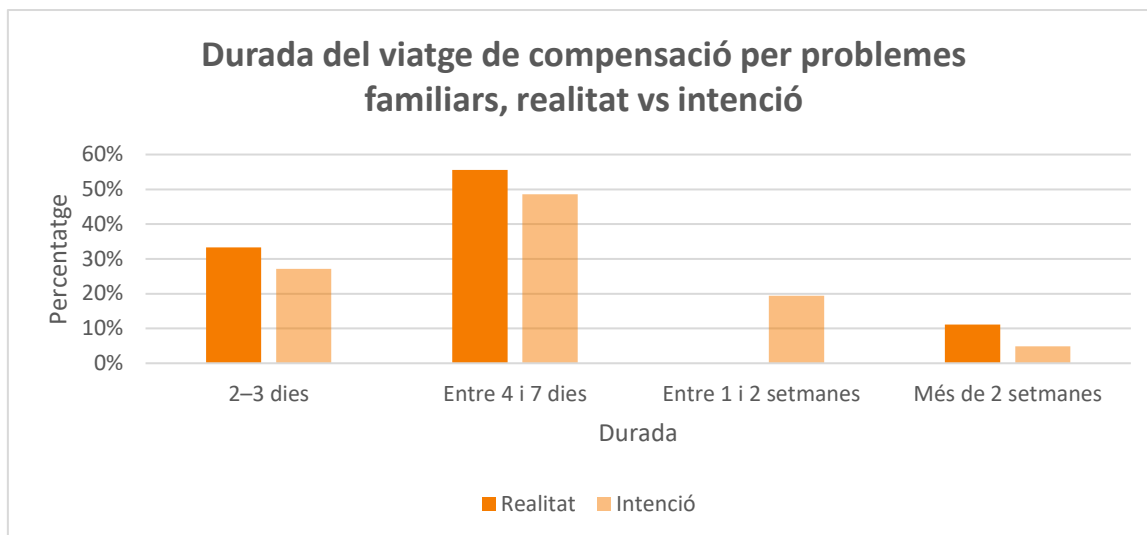
Annex 1: Recopilació de gràfiques



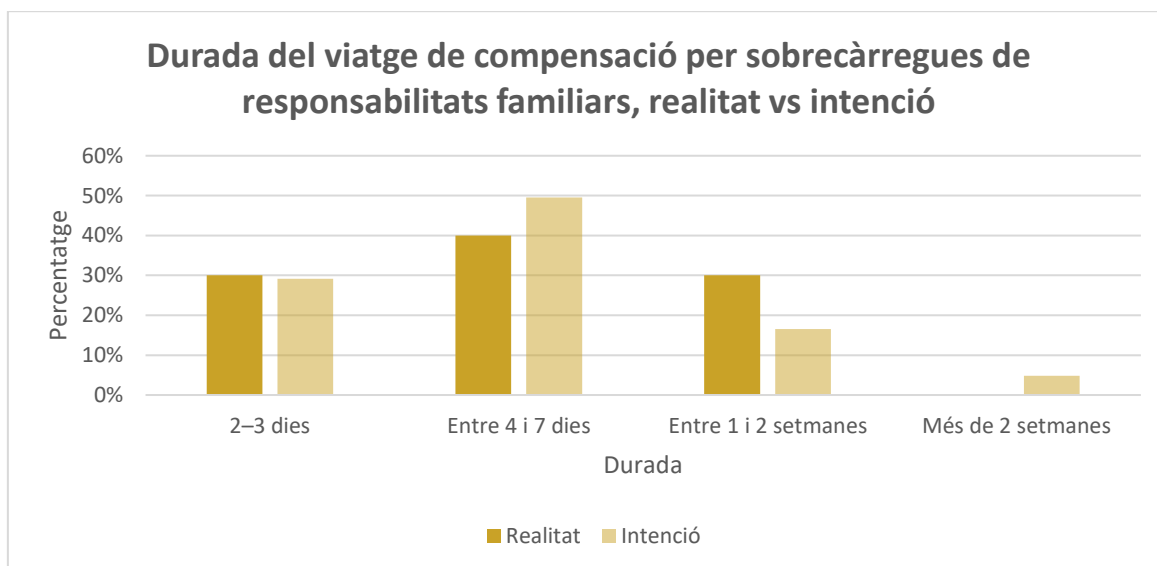
Gràfic 2. Distribució de la mostra per gènere. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 2 de l'enquesta.



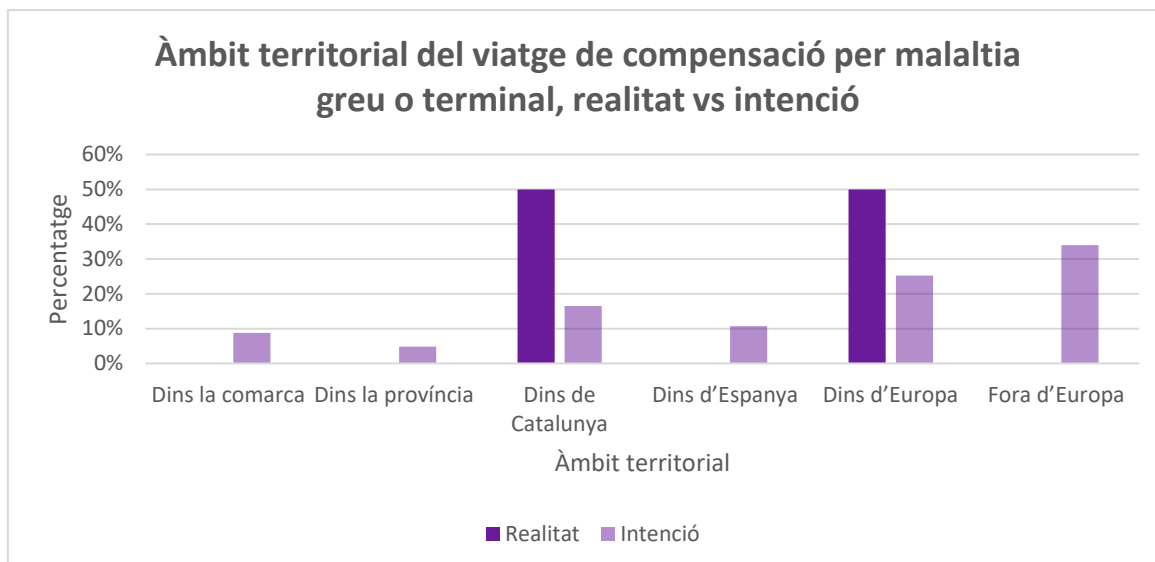
Gràfic 3. Distribució de la mostra per estat civil. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 3 de l'enquesta.



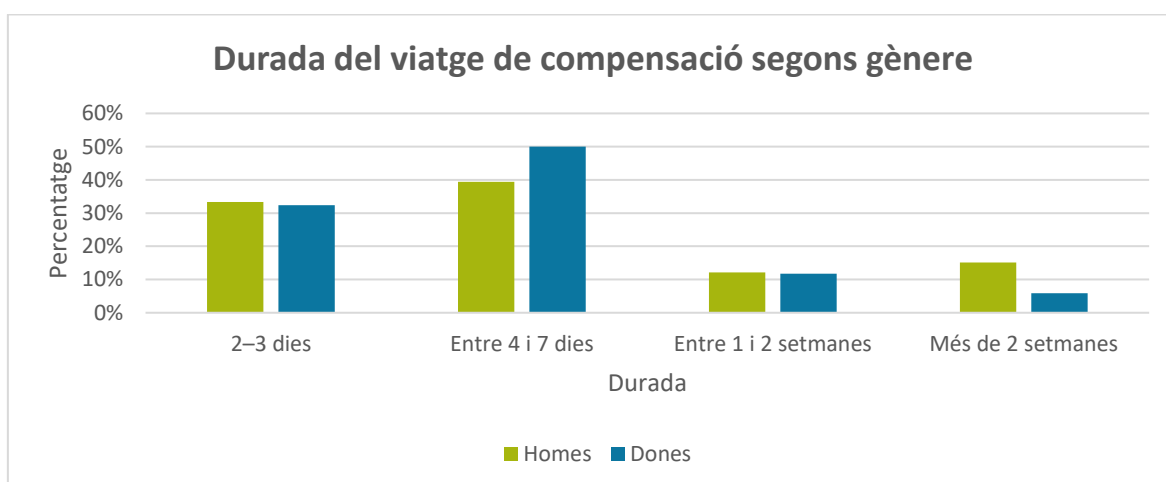
Gràfic 26. Durada del viatge de compensació per problemes familiars, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 9 i 22 de l'enquesta



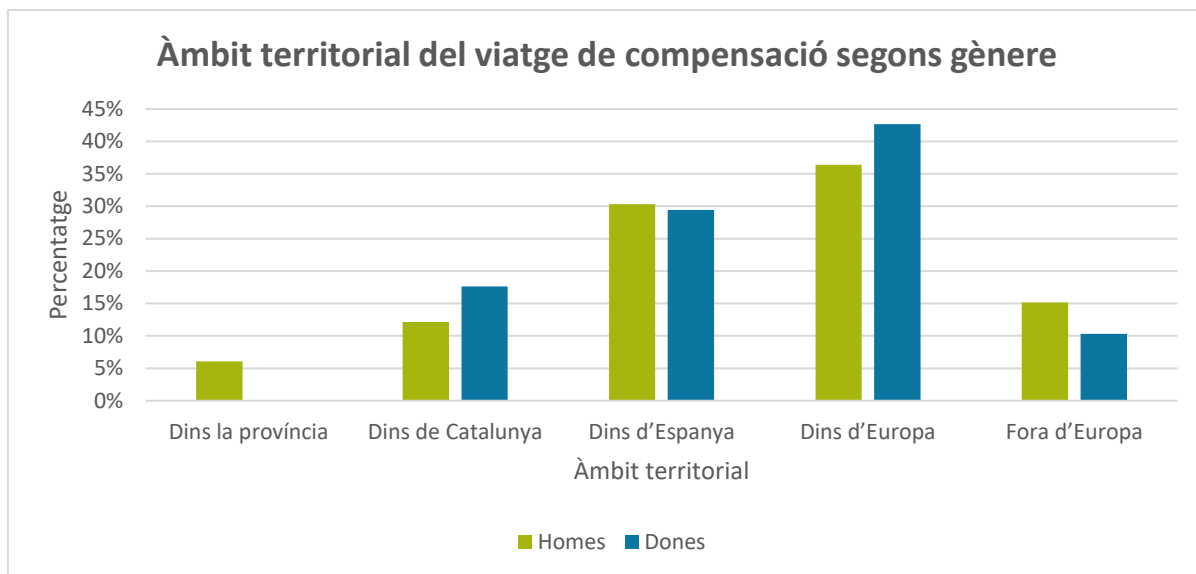
Gràfic 31. Durada del viatge de compensació per sobrecàrregues de responsabilitats familiars, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 9 i 22 de l'enquesta



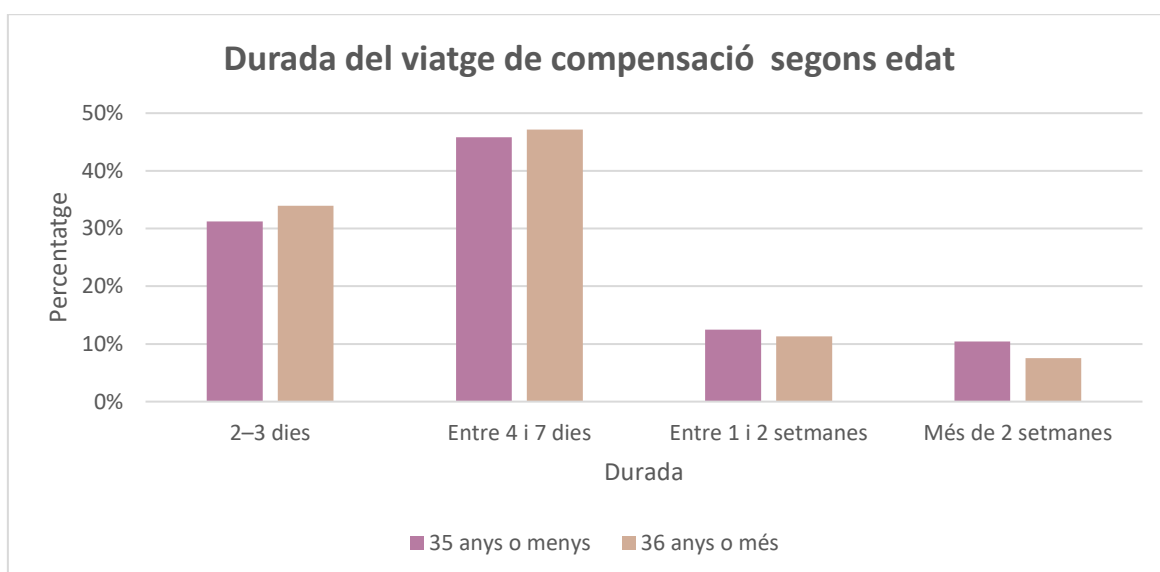
Gràfic 42. Àmbit territorial del viatge de compensació per malaltia greu o terminal, realitat vs. Intenció. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 7, 11 i 23 de l'enquesta.



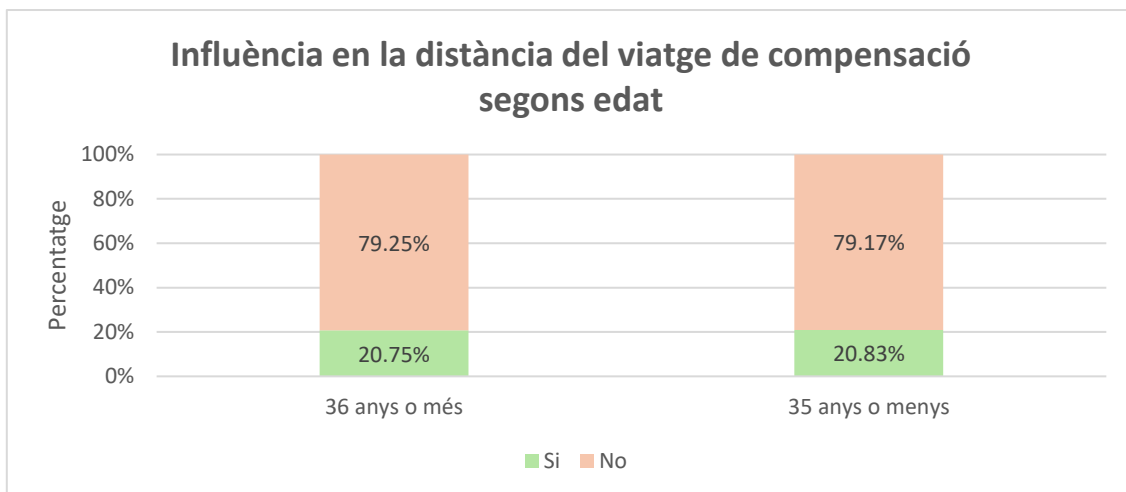
Gràfic 49. Durada del viatge de compensació segons gènere. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 2, 7 i 9 de l'enquesta.



Gràfic 50. Àmbit territorial del viatge de compensació segons gènere. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 2, 7 i 11 de l'enquesta.



Gràfic 55. Durada del viatge de compensació segons edat. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 1, 7 i 9 de l'enquesta



Gràfic 58. Influència de la situació personal en la distància del viatge de compensació segons edat.

Elaboració pròpia a partir de la pregunta 1, 7 i 10 de l'enquesta.

Annex 2: Recopilació de taules

Mitjana grau d'impulsivitat valorada del 1 al 5	
Homes	Dones
2,75	2,97

Taula 9. Mitjana del grau d'impulsivitat valorada de l'1 al 5 segons gènere. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 2, 7 i 12 de l'enquesta.

Mitjana grau d'impulsivitat valorada del 1 al 5	
36 anys o més	35 anys o menys
2,92	2,88

Taula 11. Mitjana del grau d'impulsivitat valorada de l'1 al 5 segons edat. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 1, 7 i 12 de l'enquesta.

Annex 3: Model d'enquesta

10/5/26, 13:53

Turisme de compensació: viatjar com a estratègia per equilibrar emocions negatives

Turisme de compensació: viatjar com a estratègia per equilibrar emocions negatives

Soc el Pol Alsina Folch, estudiant del Grau en Gestió en Turisme i Hoteleria de la URV i estic realitzant el treball de fi de grau.

El meu estudi analitza el turisme com a mecanisme de compensació emocional davant situacions personals adverses.

Agrairé la teva col·laboració contestant aquest breu qüestionari anònim.

** Indica que la pregunta es obligatoria*

1. Quina és la teva edat? *

2. Quin és el teu gènere? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Home
- ☐ Dona
- ☐ No binari

3. Quin és el teu estat civil? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Solter/a
- ☐ Casat/ada
- ☐ Parella
- ☐ Divorciat/ada o separat/ada
- ☐ Vidu/vídua
- ☐ Prefereixo no respondre

4. Tens persones al teu càrrec? (marca totes les que corresponguin) *

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Sí, menors de 18 anys
☐ Sí, gent gran
☐ Sí, persones amb discapacitat
☐ No

5. Indica, de l'1 al 5, en quina mesura viatjar influeix positivament en el teu benestar emocional? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
No i	☐	☐	☐	☐	☐	Influeix molt

6. En una escala de l'1 a 5, fins a quin punt viatges per desconnectar de la vida quotidiana com a motiu principal? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
No v	☐	☐	☐	☐	☐	Viatjo només per desconnectar

7. Alguna vegada has fet un viatge per evadir-te d'una situació personal difícil? (si ha estat més d'una, valora l'última, o bé, la que tingui més pes per tu) *

Marca solo un óvalo.

- ☐ No, mai Salta a la pregunta 20
- ☐ Sí, per estrès laboral o acadèmic Salta a la pregunta 8
- ☐ Sí, per acomiadament laboral Salta a la pregunta 8
- ☐ Sí, per una ruptura sentimental Salta a la pregunta 8
- ☐ Sí, per problemes familiars Salta a la pregunta 8
- ☐ Sí, per sobrecàrrega de responsabilitats familiars Salta a la pregunta 8
- ☐ Sí, per la mort d'una persona propera Salta a la pregunta 8
- ☐ Sí, per una malaltia greu o terminal Salta a la pregunta 8
- ☐ Otro:

Característiques del viatge

Tenint en ment aquest viatge, respon les següents preguntes

8. Amb qui vas realitzar aquest viatge? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Amb amistats
- ☐ En família
- ☐ En parella
- ☐ Sol/a
- ☐ Otro:

9. Quant va durar aquest viatge? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ 2-3 dies
- ☐ Entre 4 i 7 dies
- ☐ Entre 1 i 2 setmanes
- ☐ Més de 2 setmanes

10. La situació personal complexa va influir en la distància a la qual vas viatjar? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
- ☐ No

11. En quin àmbit territorial et vas desplaçar respecte al lloc de residència habitual?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Dins la comarca
- ☐ Dins la província
- ☐ Dins de Catalunya
- ☐ Dins d'Espanya
- ☐ Dins d'Europa
- ☐ Fora d'Europa

12. Indica, de l'1 al 5, quant d'impulsiva va ser la decisió de realitzar el viatge? *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Gen: ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Molt impulsiva

13. Indica, de l'1 al 5, com estaves anímicament **abans** del viatge? *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Mol: ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Molt bé

14. Quines característiques o activitats buscaves principalment en aquest viatge? *
(marca totes les que corresponguin)

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Tranquil·litat i descans
- ☐ Natura (platja, muntanya, paisatges)
- ☐ Activitats relaxants (spa, passejades, desconexió)
- ☐ Activitats culturals (visitar ciutats, museus, patrimoni)
- ☐ Activitats d'aventura o esport
- ☐ Vida social / oci / festa
- ☐ Distanciar-se físicament del problema
- ☐ Dedicar temps a mi mateix
- ☐ Complir un desig vital (teu o d'una persona estimada)
- ☐ Otro: _____

15. Ordena de l'1 al 4 què va ser més important per tu per decidir l'organització d'aquest viatge (on 1 és el més important i 4 el menys)

*

Marca solo un óvalo por fila.

	Distància respecte a l'origen	Acompanyants	Activitats del viatge	Durada
1º	☐	☐	☐	☐
2º	☐	☐	☐	☐
3º	☐	☐	☐	☐
4º	☐	☐	☐	☐

16. Indica, de l'1 al 5, com estaves anímicament durant el viatge? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5
Molt	☐	☐	☐	☐	☐
Molt bé					

17. Indica, de l'1 al 5, com estaves anímicament després del viatge? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5
Molt	☐	☐	☐	☐	☐
Molt bé					

18. Realitzar aquest viatge va complir les teves expectatives de millorar el teu estat d'ànim? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Va superar-les *Salta a la pregunta 25*
- ☐ Van coincidir *Salta a la pregunta 25*
- ☐ No va assolir les meves expectatives *Salta a la pregunta 19*

19. Si el viatge no va tenir l'efecte emocional esperat, quin creus que va ser el principal motiu? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ La situació personal difícil continuava present / No vaig desconnectar
- ☐ El viatge va durar massa poc
- ☐ Les expectatives que tenia eren massa altes
- ☐ Van aparèixer altres preocupacions o problemes
- ☐ Otro: _____

Salta a la pregunta 25

20. Si NO has realitzat mai un viatge amb la intenció d'escapar o desconnectar d'una situació personal complicada, quin és el principal motiu? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ No ho he necessitat
- ☐ No he tingut temps
- ☐ Motiu econòmic / és massa car
- ☐ Prefereixo afrontar els problemes d'altres maneres
- ☐ No havia pensat mai a viatjar amb aquesta finalitat
- ☐ Otro: _____

En cas que fessis un viatge amb la intenció d'escapar o desconnectar de les següents situacions personals difícils, respon:

21. Amb qui prioritzaries viatjar? *

Marca solo un óvalo por fila.

	Amb amistats	En família	En parella	Sol/a
Estrès laboral o acadèmic	☐	☐	☐	☐
Acomiadament laboral	☐	☐	☐	☐
Ruptura sentimental	☐	☐	☐	☐
Problemes familiars	☐	☐	☐	☐
Sobrecàrrega de responsabilitats familiars	☐	☐	☐	☐
Mort d'una persona propera	☐	☐	☐	☐
Malaltia terminal o greu	☐	☐	☐	☐

22. A quin àmbit territorial prioritzaries desplaçar-te? *

Marca solo un óvalo por fila.

	Comarcal	Provincial	Català	Estat espanyol	Europeu	Fora d'Europa
Estrès laboral o acadèmic	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Acomiadament laboral	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ruptura sentimental	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Problemes familiars	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sobrecàrrega de responsabilitats familiars	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mort d'una persona propera	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Malaltia terminal o greu	☐	☐	☐	☐	☐	☐

23. Quina durada prioritzares que tingués? *

Marca solo un óvalo por fila.

	2-3 dies	Entre 4 i 7 dies	Entre 1 i 2 setmanes	Més de 2 setmanes
Estrès laboral o acadèmic	☐	☐	☐	☐
Acomiadament laboral	☐	☐	☐	☐
Ruptura sentimental	☐	☐	☐	☐
Problemes familiars	☐	☐	☐	☐
Sobrecàrrega de responsabilitats familiars	☐	☐	☐	☐
Mort d'una persona propera	☐	☐	☐	☐
Malaltia terminal o greu	☐	☐	☐	☐

24. Quines característiques o activitats prioritzares? (marca totes les que corresponguin) *

Selecciona todos los que correspondan.

	Descans	Relaxació	Distanciar-me físicament del problema	Aventura o esport	Socialitzar, oci o festa	Natura	Cultura
Estrès laboral o acadèmic	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Acomiadament laboral	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ruptura sentimental	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Problemes familiars	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sobrecàrrega de responsabilitats familiars	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mort d'una persona propera	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Malaltia terminal o greu	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

25. Vols afegir algun comentari o aspecte que consideris rellevant i que no s'hagi recollit en les preguntes anteriors?
