



**El Periplo Sustentable**

Universidad Autónoma del

Estado de México

<http://rperiplo.uaemex.mx/>

ISSN: 1870-9036

Publicación Semestral

Número: 39

Julio / Diciembre 2020

---

**Artículo**

**Título**

Turismo gerontológico:  
una aproximación conceptual

**Autores:**

Maria Lyssette Mazo Quevedo

Trinidad Cortés Puya

**Fecha Recepción:**

18 de abril de 2018

**Fecha Reenvío:**

05 de julio de 2019

**Fecha Aceptación:**

22 de agosto de 2019

**Páginas:**

31 - 63

**Turismo gerontológico:  
una aproximación conceptual**

**Senior tourism:  
a conceptual approach**

**Resumen**

El turismo gerontológico se ha establecido de forma exitosa en distintos países, presentándose como un elemento clave para el desarrollo integral del turismo social. En contraste, la reciente declaración y promoción de este turismo en México ha mostrado carencias desde su figura conceptual. Por tanto, la presente investigación tiene como objetivo establecer una definición sistémica del fenómeno, a partir del análisis de la literatura e interpretación de las diversas concepciones y relaciones existentes entre sus actores sociales. El diseño metodológico expone un estudio de caso del estado de Tabasco, mediante la aplicación de técnicas mixtas de investigación, que incluyeron entrevistas y la realización de una encuesta, a fin de comparar la información. Como resultado, se propone un modelo conceptual que explica la interacción de los componentes del turismo gerontológico. Se concluye destacando la importancia de la aproximación teórica como un referente para la planificación responsable de destinos turísticos.

**Palabras clave:**

Turismo social, turismo gerontológico, destinos turísticos,  
gestión y planificación Turística.

**Abstract**

Senior tourism has been successfully established in different countries, presenting itself as a key element for the integral development of social tourism. In contrast, the recent declaration and promotion of this tourism in Mexico has shown shortcomings from its conceptual figure. Therefore, this document aims to establish a systemic definition of the phenomenon, from the analysis of literature and interpretation of the various conceptions and relationships between its social actors. The methodological design exposes a case study of the state of Tabasco, through the application of mixed research techniques, which included interviews and conducting a survey, in order to compare the information. As a result, it is proposed a conceptual model explains the interaction of the components of senior tourism. It is concluded emphasizing the importance of the theoretical approach as a reference for the responsible planning of tourist destinations.

**Keywords:**

Social tourism, senior tourism, tourist destinations,  
destination management and planning.

# De las AUTORAS

## ***Maria Lyssette Mazo Quevedo***

Universidad Popular de  
la Chontalpa, México.

[marialyssette@hotmail.com](mailto:marialyssette@hotmail.com)

## ***Trinidad Cortés Puya***

Doctora en Geografía Humana.  
Profesora de marketing  
en UNIR, España.

Consultora activa en estrategia  
vinculada al desarrollo turístico.

Sus líneas de investigación se  
centran en marketing, turismo  
sostenible y liderazgo ético.

## ***Introducción***

El concepto de turismo gerontológico o turismo sénior ha sido estudiado científicamente desde múltiples perspectivas (destinos, segmentación de mercado, producto turístico). De hecho, no es hasta el 2014 cuando la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2014) publica su propia definición. En este contexto y en el marco del Programa de Doctorado de la Universidad Nebrija (España), se planteó la necesidad de profundizar en este ámbito académico. Así, este artículo presenta los resultados de dicha investigación en su marco conceptual.

El objetivo del presente estudio es mostrar la diversidad de concepciones entorno al turismo gerontológico, tanto desde la perspectiva científica como de los actores sociales, gestores turísticos, prestadores de servicios y propios turistas mayores. Su entendimiento y acciones impactan, sin duda alguna, en la generación, desarrollo y transformación de los destinos turísticos para mayores, con mayor o menor éxito y con una mayor o menor orientación al desarrollo sostenible del territorio. El resultado de esta investigación es el planteamiento de un modelo conceptual del turismo gerontológico según sus actores.

Las actividades turísticas en el adulto mayor implican la interacción con ambientes novedosos, interculturalidad y transacciones económicas constantes, por tanto, se le considera una práctica social permeada por el género, el estatus familiar y la situación económica. Sin embargo, la ausencia de elaboraciones teóricas que permitan entender la concepción del turismo gerontológico bajo un modelo sistémico que incluya las diferentes apreciaciones de los actores involucrados, es lo que ha llevado a que el contexto conceptual se haya conformado desde distintas perspectivas analíticas. El turismo gerontológico parte de la premisa de que los momentos de ocio son necesarios para los adultos mayores, toda vez que les permite desarrollarse “desde la participación, creación, recreación, identidad, productividad y aprendizaje” (Marín, García y Troyano, 2006:164).



Al igual que la diversidad de nomenclaturas utilizadas para nombrar al turismo gerontológico, se han podido identificar varios intentos por definirlo, la mayoría de estos se limitan a describir sus peculiaridades, tales como las motivaciones, los elementos delimitadores del viaje, la duración y frecuencia de los viajes, los destinos visitados y las actividades realizadas durante sus estancias. Otros se centran en el análisis de su distribución y comercialización, así como de la valoración de servicios turísticos especializados. Además, existen caracterizaciones sobre el mercado emisor y el potencial para el desarrollo del turismo gerontológico, como complemento de la oferta original del destino.

Este colectivo demanda servicios adaptados o especializados a sus necesidades, tales como habitaciones más amplias, rampas y elevadores en los hoteles, menús con dietas específicas, personal capacitado, transportes adaptados, etcétera (Molina y Cánoves, 2010). De estas necesidades surgen iniciativas para la estandarización de los servicios turísticos gerontológicos a través de indicadores internacionales, que provienen de organismos sanitarios y turísticos, y que han dado origen a programas de gestión sociosanitaria y certificaciones de calidad de los servicios locales; tal es el caso del Distintivo G o Distintivo de Turismo Gerontológico promovido desde el 2011 por el Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores en México (INAPAM) y la Secretaría de Turismo en México (SECTUR).

El conjunto de significados y relaciones que establecen los implicados en el turismo para adultos mayores revela una complejidad e importancia que no se ha explorado, puesto que los abordajes que se han realizado hasta el momento son de un orden más simple, como descripciones sobre la oferta especializada de destinos turísticos gerontológicos, la segmentación y el comportamiento turístico del séniór, el potencial de mercado que tienen destinos y atracciones turísticas para los adultos mayores, además de diversos estudios de casos que analizan las políticas públicas, sobre todo europeas, en su desarrollo; que lejos de permitir un entendimiento de la complejidad sistémica de la actividad, sólo brindan información utilitaria sobre bienes y servicios, así como de la temporalidad de su consumo, es decir, sólo describen el potencial de desarrollo y el estado de este sector del mercado, no así los intereses de los involucrados, ni el cómo las particularidades de cada uno de estos crean un “todo” que no ha sido comprendido. Estas argumentaciones llevan a reflexionar sobre la concepción que los actores tienen sobre el turismo gerontológico, en el entendido de que las percepciones individuales llevan a experiencias colectivas y trascendentales para comprender el fenómeno estudiado.



Es así que surgen las preguntas: ¿cuál es la concepción que tienen sobre el turismo gerontológico sus actores?, ¿existen diferencias entre estas concepciones según los distintos grupos involucrados?, en respuesta a las interrogantes, el trabajo de investigación tiene como objetivo identificar el estado del arte sobre el tema, así como analizar las concepciones y relaciones existentes entre los usuarios, gestores políticos, prestadores de servicios turísticos y residentes de la comunidad anfitriona en el estado de Tabasco, México, y con base en ello establecer una definición sobre el turismo gerontológico y un modelo conceptual sobre su gestión en la zona de estudio.

De lo anterior se desprende la hipótesis de que existen diferencias sustanciales sobre la concepción del turismo gerontológico entre los diferentes actores sociales que lo integran. En este sentido, se considera que conocer la percepción que cada involucrado tiene sobre el turismo gerontológico, permitiría gestar una definición integral concebida por sus actores, para comprender la actividad, y finalmente partir de un concepto para la gestión de estrategias que permitan el posicionamiento de un destino turístico accesible y responsable con este sector de la sociedad.

## Metodología

Los escenarios de este trabajo están comprendidos en la realidad social del estado de Tabasco, México; entidad seleccionada acorde con la relevancia que ha adquirido al ser impulsado como el primer destino gerontológico del país a partir de la firma de convenio, celebrada el 16 de marzo de 2011 entre el INAPAM y la SECTUR, que propuso poner en marcha el programa turismo gerontológico en Tabasco y ampliarlo a nivel nacional, mediante la certificación con el Distintivo G de prestadores de servicios turísticos, públicos y privados (INAPAM, 2012).

El planteamiento incluyó un esbozo de los referentes teóricos y conceptuales del turismo gerontológico que cumplió con la función de detectar conceptos claves del tema, revisar las metodologías utilizadas en otros estudios, pero sobre todo este apartado permitió conocer las distintas formas en las que ha sido abordado el tema. En este sentido, el contexto conceptual se inició con una investigación documental a partir del análisis de las aportaciones especializadas realizadas por diversos autores y organizaciones sobre la relación existente entre el adulto mayor y la necesidad de recreación como elemento de análisis crucial que da origen a la definición del turismo gerontológico y al diseño del modelo conceptual del fenómeno.



Además se tuvieron como fuentes de información a aquellas provenientes de la propia investigación de campo y que surgen de la realización de entrevistas y la aplicación de una encuesta. Se entrevistaron a quince responsables de empresas acreditadas con el Distintivo G, dos gestores públicos, y trece turistas gerontológicos. Las empresas analizadas se conformaron por seis hoteles, cuatro restaurantes, dos transportadoras turísticas, una agencia de viaje, una hacienda chocolatera y una embarcación recreativa; en las que se entrevistaron, previa cita y autorización; preferentemente a gerentes o, en su ausencia, al personal de contacto u otro con mayor rango jerárquico. El criterio de selección se estableció con base en el conocimiento y experiencia que estas empresas han adquirido durante los procesos de capacitación, implementación y seguimiento de la acreditación, lo que refiere una aproximación a la realidad del fenómeno de estudio, permitiendo obtener una descripción confiable del mismo.

Es necesario mencionar que de acuerdo con indagaciones realizadas a personal del Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turístico de México-DATATUR, en el país no se generan datos sobre la segmentación por grupos de edad de los visitantes. A partir de esta realidad y por ser esta investigación con preponderancia cualitativa, el muestreo teórico incluyó a un grupo de los adultos mayores, de sesenta años o más de edad, considerados como turistas gerontológicos por ser consumidores, a manera discrecional de esta investigación, de los servicios turísticos ofertados por las empresas turísticas con Distintivo G en Tabasco. Posteriormente como gestores del turismo se entrevistó, previa cita y autorización, a personal de la Dirección de Capacitación y Vinculación Turística de la Coordinación de Turismo del Estado, y de la Delegación Estatal del INAPAM.

Los guiones para entrevistas se estructuraron en dos categorías de análisis, pero con ítems adaptados al contexto de cada uno de los tres grupos entrevistados. Las categorías estudiadas fueron: conocimiento y vinculación con los actores sociales. La primera tuvo como objetivo identificar la definición de turismo gerontológico percibida por los actores y la segunda intentó determinar cómo se relacionan dichos sujetos vinculados con el fenómeno turístico. En total se formularon seis preguntas de opinión, las primeras dos sobre el concepto del turismo gerontológico y el Distntivo G. Las otras interrogantes abordan la gestión y operación de políticas, planes y programas desde sus ámbitos; así como la comunicación establecida con los demás actores.



La encuesta se seleccionó como técnica para recoger información de la comunidad receptora, toda vez que se buscó identificar la concepción que tienen todos los actores sociales sobre el turismo gerontológico. La aplicación de la encuesta fue mediante una entrevista personal. El instrumento utilizado fue un cuestionario conformado por las mismas categorías incluidas en los guiones de entrevistas; que incluyó, en la categoría de conocimiento, una pregunta abierta: ¿qué es para usted el turismo gerontológico? y una pregunta dicotómica: ¿ha escuchado sobre el Distintivo G o Distintivo de Turismo Gerontológico? En tanto que, la categoría de vinculación con los actores sociales presentó tres cuestionamientos dicotómicos sobre su participación y relación, activa o pasiva, en el sistema turístico gerontológico.

La muestra de la encuesta se seleccionó a población mayor de edad, a partir de los 18 años, con el objetivo de incluir respuestas de jóvenes, adultos y adultos mayores; consideradas válidas por su madurez intelectual, excluyendo la participación de niños y adolescentes. De acuerdo con el último Censo de Población y Vivienda, en la ciudad de Villahermosa habitan 240 451 personas mayores de edad (INEGI, 2015), de esta población se ha obtenido una muestra de 384 con un margen de error de  $\pm 5\%$  para un nivel de confianza del 95%, con un porcentaje estimado de la muestra de 50% ( $p=q=50\%$ ). La información cuantitativa fue sistematizada a través del *software Statistical Package for de Social Sciences* (SPSS), versión 22.0, en Windows 8. Posteriormente se hizo un análisis de las relaciones existentes entre los actores sociales, mencionadas en las entrevistas y en la encuestas simultáneamente.

## Fundamentos teóricos-conceptuales

### Enfoques de estudio del turismo gerontológico

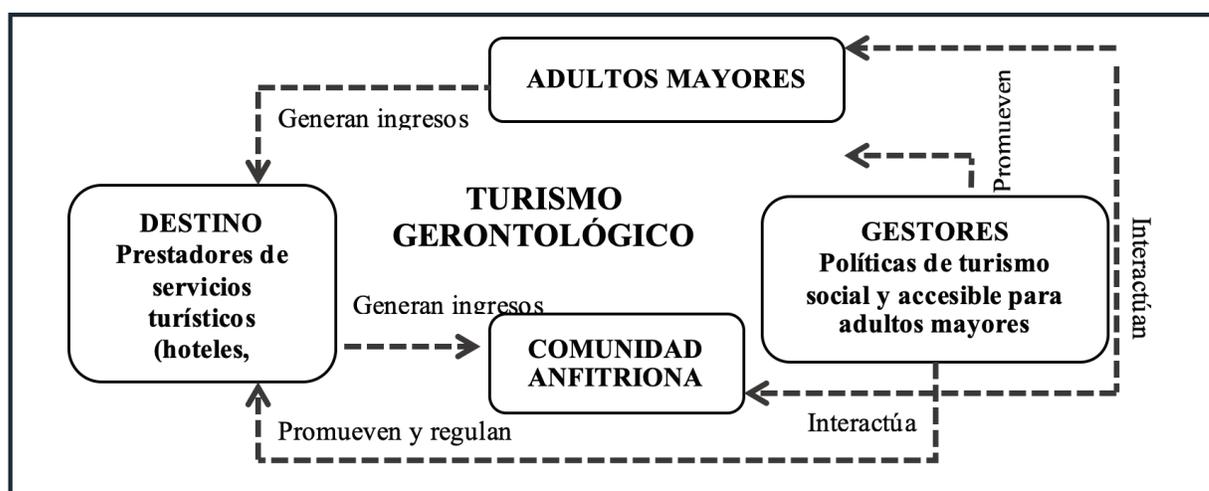
Durante la investigación se pudieron identificar varios intentos por definir al turismo gerontológico, la mayoría de estos se limitan a describir sus peculiaridades, tales como las motivaciones, los elementos delimitadores del viaje, la duración y frecuencia de los viajes, los destinos visitados y las actividades realizadas durante sus estancias. Otros se centran en el análisis de su distribución y comercialización, así como de la valoración de servicios turísticos especializados.



Distintas investigaciones caracterizan también al mercado emisor y el potencial para el desarrollo del turismo gerontológico como complemento de la oferta original del destino. De esta manera, el turismo senior es abordado desde cuatro enfoques principales: a) la interacción de los actores, b) la segmentación del mercado c) desarrollo de destinos turísticos, d) el potencial y análisis de empresas turísticas especializadas y e) la accesibilidad como un derecho o garantía social.

El turismo gerontológico implica la percepción y la experiencia de todos los actores involucrados; usuarios, gestores, destinos y comunidades anfitrionas (figura 1), los cuales deben interactuar entre sí, ya que “en lo que se refiere a la industria turística, se ha demostrado que, mientras más cooperación existe entre sus actores, mejor podrán enfrentar la competencia de otros países y destinos” (Amaya, Zizaldrá & Mundo, 2015:88).

Figura 1. Mapa conceptual del turismo gerontológico



Fuente: elaboración propia a partir de fuentes consultadas.



En este sentido se expone, de acuerdo con la comprensión empírica y el análisis de los referentes teóricos y conceptuales; que los actores involucrados en el sistema le otorgan diferentes significados personales y culturales al concepto. Por lo que se percibe una clara desconexión conceptual entre los prestadores de servicios turísticos; agentes de viajes, transportistas, hoteleros, restauranteros, guías turísticos, etc. (Cruz, 2014; Pardo, 2014; TURESPAÑA, 2013; Bermeo y Coronel, 2012; Aguilar 2011; Esichaikul, 2012; Vivanco, 2012; Domínguez, Alén y Fraíz, 2010; Nielsen, 2010; Martínez, 2008 y Romero, 2008); los gestores y promotores de esta actividad, tanto particulares como del Estado (Martínez y Morales, 2013; Maldonado, 2012, Molina y Cánoves, 2010; Ferri, Durá y Garcés, 2013; Ferri, Garcés, Durá y Sánchez, 2013; Martos, 2012; SECTUR, 2012; Fernández, 2007; OMS, 2007; Canalis, 2011; OMT, 1999; OMT, 1996; SEGIB, 2008; Haulot, 2005; Muñiz, 2001; Muñiz, 1999; Khatchikian y Murray, 1999 y Wallingre, 1998) y los residentes de las comunidades anfitrionas (Álvarez, 2006; Monterrubio, 2009 y Rico, 1999). Dadas estas condiciones, las relaciones que se originan en este sistema pueden impactar sobre la demanda del servicio por parte de los adultos mayores (Le Serre, 2008; Losada, Alén y Domínguez 2015; González y Santa Cruz, 2014; Fernández, 2013; Miranda y González, 2010; Marín, García y Troyano, 2006; Moscardo, 2006; Nielsen, 2010; Boksberger y Laesser, 2008; Wang, 2006; Armadans, 2002 y Roberson, 1999).

Desde la perspectiva de la segmentación de mercados, se encontraron documentos que incluyen características diferenciadas entre nichos de mercados para evitar dar un tratamiento homogéneo a este segmento turístico. Dichos estudios tratan al turismo gerontológico a partir de las motivaciones de viajes como base para el diseño de estrategias de mercado. Acorde con Fleicher y Pizan (2002), “no todos los sénior tienen las mismas preferencias y motivaciones, existen diferencias de género, edad, características demográficas, estado de salud, y muchos otros factores” (citado en Alén *et al.*, 2010:14).

Estudios de casos describen el posicionamiento de este sector en países como Ecuador, España, Uruguay y Australia. Sus aportaciones van desde la implementación de rutas específicas para turismo senior, el análisis de sus gustos, preferencias y motivos de viaje, hasta la connotación negativa del turismo gerontológico para la imagen del destino. Además se encontró que en distintas empresas de Ecuador, Tailandia y España, encargadas de satisfacer las necesidades y expectativas



de este segmento de mercado, se elaboran diferentes diagnósticos de estudios técnicos, modelos de negocios y satisfacción del visitante, entre otros; que les permiten a dichas empresas diseñar estrategias para atraer y brindar un mejor servicio a personas de la tercera edad (cuadro 1).

**Cuadro 1.** Abordajes del turismo gerontológico

El turismo gerontológico desde el análisis de la segmentación del mercado		
<i><b>Autores</b></i>	<i><b>Lugar</b></i>	<i><b>Aportaciones</b></i>
Losada, Alén y Domínguez (2015)	España	Demuestra que además de la edad, la tendencia al viaje de los sénior viene determinada por otro tipo de variables y ciertos factores autopercibidos que incentivan/desincentivan el viaje, rechazando que se trata de un segmento homogéneo.
González y Santa Cruz (2014)	Varadero (Cuba)	Propone un análisis de la variable de edad de los clientes para cualquier tipo de empresa turística mediante el uso de herramientas de la estadística descriptiva e inferencial.
Parracho (2012)	Portugal	Estudio exploratorio que describe quién es el turista sénior portugués, cuáles son sus características y necesidades, qué le lleva a viajar y cuál es la contribución de las instituciones públicas y privadas para promover y apoyar la práctica del turismo en este segmento.
Maldonado (2012)	Tegucigalpa (Honduras)	Investiga sobre las motivaciones, el comportamiento, las fuentes de información y los destinos preferidos por los jubilados.
Vivanco (2012)	Quito (Ecuador)	Describe el perfil demográfico, las características de los viajes y los niveles de satisfacción del turista gerontológico que visita Quito.
Baeza y Hernández (2011)	Tabasco (México)	Menciona las características socio-económicas de los adultos mayores usuarios del Programa Turismo Gerontológico en Villahermosa, e identifica sus actividades de tiempo libre y ocio, así como la funcionalidad de las actividades para la vida diaria de los adultos mayores.
Boksberger y Laesser (2008)	Suiza	Identifica tres grupos de turistas sénior. Dos de ellos, parcialmente representan un concepto de ciclo de vida: Tiempo Cumplido <i>Bon Vivants</i> , Exploradores Canosos y Viajeros Retro.



Wang (2006)	Taiwán	Describe las características y motivaciones de los viajes realizados por taiwaneses, adultos mayores, a través de paquetes turísticos grupales, enfatizando la heterogeneidad en las motivaciones y el comportamiento de consumo en este segmento.
<b>Implementación y desarrollo de destinos turísticos gerontológicos</b>		
<b>Autores</b>	<b>Lugar</b>	<b>Aportaciones</b>
Córdova (2014)	Tulcán (Ecuador)	Propone la implementación de dos rutas: “Mis mejores años recorriendo El Carchi” y “Los caminos de mi abuelo” a partir del estudio de la oferta y la demanda turística potencial.
Losada, Alén y Domínguez (2014)	España	Determina de la relación entre el propósito principal del viaje y los atributos del destino para el turismo gerontológico a través de diversos análisis estadísticos. Propone estrategias específicas para la comercialización de destinos acorde a la motivación del viaje.
Pardo (2014)	Arco Mediterráneo (España)	Describe un marco referencial del desarrollo y evolución del turismo gerontológico en el Arco Mediterráneo Español, específicamente analiza la incidencia del envejecimiento demográfico y el proceso de adaptación de los agentes interesados.
Aigaje y López (2013)	Ciudades de Milagro y Naranjito de la Provincia de Guayas (Ecuador)	Identifica y describe los circuitos turísticos capaces de contribuir a la promoción del turismo gerontológico en las ciudades estudiadas.
Ivars (2013)	Benidorm (España)	Considera al turismo gerontológico bajo connotaciones negativas para la imagen del destino.
Nielsen (2010)	Costa del Sol (España)	Ofrece un análisis descriptivo sobre las pautas de consumo de ocio turístico de la tercera edad en la Costa del Sol con un enfoque transversal.
Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay (2009)	Montevideo (Uruguay)	Analiza elementos de la demanda potencial del turismo gerontológico y su adecuación al destino.



García y Martorell (2007)	Illes Balears (España)	Refiere al turismo sénior como complemento al segmento de sol y playa.
Moscardo (2006)	Gran Barrera de Coral (Australia)	Analiza el fenómeno turístico de la tercera edad o turismo sénior y explora los diferentes aspectos del crecimiento de este segmento en la Gran Barrera de Coral Australiana.
Forcades y Martorell (2003)	Illes Balears (España)	Estudio descriptivo del desarrollo del turismo gerontológico como un segmento turístico complementario al destino.
<b>Potencial y análisis del desarrollo de empresas prestadoras de servicios turísticos gerontológicos</b>		
<b>Autores</b>	<b>Lugar</b>	<b>Aportaciones</b>
Cruz (2014)	Provincia de Guayas (Ecuador)	Presenta el diagnóstico y el estudio técnico para fundamentar la propuesta de un resort para turistas gerontológicos.
Bermeo & Coronel (2012)	Ciudad de Cuenca (Ecuador)	Realiza un diagnóstico de los modelos de negocio, los servicios recreativos, de salud, infraestructura y el clima de países que ofertan servicios de bienes raíces, especializados en extranjeros jubilados que permite la elaboración de un plan para la implementación de un producto turístico.
Eisichaikul (2012)	Tailandia	Analiza la importancia y la satisfacción de los adultos mayores europeos que visitan Tailandia, que incluyen: alojamiento, accesibilidad, atracciones, facilidades y servicios públicos.
Aguilar (2011)	Provincia de Pichincha (Ecuador)	Establece un inventario de los recursos turísticos de la población de Mind y desarrolla un plan de <i>marketing</i> y un estudio técnico para emprender un ecolodge en la zona.
Domínguez, Alén & Fraíz (2010)	España	Describe la composición del producto turístico de termalismo ofertado en setenta establecimientos de España, respecto al producto/paquete de servicios y precio, comunicación/promoción y distribución.
Martínez (2008)	Galicia (España)	Descripción de la operación del Programa Termalismo y de sus beneficios percibidos por algunos balnearios de Galicia.
Romero (2008)	Provincia de Cotopaxi (Ecuador)	Establece un marco referencial de la provincia de Cotopaxi y de manera específica describe el cantón de Salcedo, en donde se realiza un estudio de mercado y una propuesta técnica para desarrollar el proyecto turístico.

**Fuente:** elaboración propia a partir de fuentes consultadas.



Otras literaturas consultadas refieren al turismo gerontológico desde la accesibilidad. En este sentido, el turismo gerontológico se plantea como un derecho o garantía social para que los adultos mayores puedan realizar actividades turísticas en entornos que aseguren su integridad física y psicológica (Martínez y Morales, 2013; Ferri, Durá y Garcés, 2013; Ferri, Garcés y Durá, 2013; Ferri, Garcés, Durá y Sánchez, 2013; Martos, 2012; Molina y Cánoves, 2010; SECTUR, 2012; Fernández, 2007; OMS, 2007; SEGIB, 2008; Haulot, 2005; Muñiz, 2001/2009; Khatchikian y Murray, 1999; y Wallingre, 1998). De esta manera, el turismo se llevará a cabo en las condiciones apropiadas para cualquier persona, independientemente de sus condiciones físicas o socioculturales (Molina & Cánoves, 2010).

### **Diversas definiciones del turismo gerontológico**

Como resultado de la revisión y el análisis de literatura se encontró que el turismo gerontológico es referido en otros países, regiones o autores como sinónimo de otros términos, algunos de estos son:

1. Turismo *senior* o *sénior* (Aguilar, 2011; Álvarez, 2006; Armadans, 2002; Boksberger, 2008; Canalis, 2011; Domínguez, Alén y Fraíz, 2010; Eisichaikul, 2012; Forcades y Martorell, 2003; García y Martorell, 2007; González y Santa Cruz, 2014; Ivars, 2013; Losada, Alén y Domínguez, 2015; Martínez, 2013; Molina y Cánoves, 2010; Moscardo, 2006; OMT, 2014; OMT, 1999; Pardo, 2014; Parracho, 2012; Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay, 2009; SEGITTUR, 2010; Trujillo, 2013; TURESPAÑA, 2013; Wang, 2006).
2. Turismo de o para la tercera edad (Armadans, 2002; Barroso, 2002; Cruz, 2014; Grünewald, 2002; Lewin, 2002; Moscardo, 2006; Nielsen, 2010; Ramón & Pérez, 2006 y Vivanco, 2012).
3. Turismo de o para personas mayores (Gheno, 2015 y OMT, 1996).
4. Turismo mayor (Miranda y González, 2010).
5. Turismo de adultos mayores (Roberson, 1999).
6. Turismo gerontológico (Aigaje y López, 2013; Baeza y Hernández, 2011; Córdova, 2014; Cruz, 2014; INAPAM, 2012; Quevedo, 2012; Romero, 2008 y SECTUR, 2012).
7. Otros: turismo maduro, turismo *grey*, *grey travelers*, *young senior generation* o *new-age-elderly* (Armadans, 2002 y Hurtado, 2014).



La disertación de las aproximaciones conceptuales del turismo gerontológico conlleva al análisis fragmentado del propio término, introducido como tal por la SECTUR México en el 2011 en un marco de difusión de la certificación de calidad, denominada Distintivo G (INAPAM, 2012). La expresión “turismo gerontológico” se integra del sustantivo “turismo” y del adjetivo “gerontológico”. Este último refiere al término “gerontología”. La gerontología es definida como “la ciencia que estudia el envejecimiento en todos sus aspectos e incluye las ciencias biológicas y médicas, psicológicas y sociológicas; además de la aplicación del conocimiento científico en beneficio del envejecimiento y de los adultos mayores” (Prieto, 1999:1).

La palabra gerontología proviene del griego *geron* que significa viejo y *logos* que significa estudio. De la gerontología se deriva la geriatría y la gerontología social, la geriatría es una rama de la medicina que se ocupa de la vejez y de su tratamiento, ocupándose de aspectos clínicos, terapéuticos y sociales en la salud y enfermedad de los adultos mayores. El término geriatría también se deriva del griego *geron* aunado a *iatrikos* que significa tratamiento médico (Prieto, 1999; RAE, 2015). Por su parte, la gerontología social es una especialidad que aborda los aspectos socioculturales y ambientales en el envejecimiento, y se ocupa además de las actuación de los actores sociales sobre las gestiones a emprender para mejorar la participación de este segmento poblacional (Fernández, 2000).

Respecto a los términos asociados con el turismo de la tercera edad o para la tercera edad, estos de forma genérica están asociados con la desactivación laboral del individuo vinculada con la jubilación, es decir, la tercera edad es el nombre administrativo que se le da al adulto mayor a partir del cruce entra actividad y edad, y que en la mayoría de los países se asume entre los 60 y 65 años (Barroso, 2002). La etiqueta de tercera edad se utiliza, entonces, para describir el retiro del campo de trabajo y el inicio a nuevas oportunidades para el desarrollo personal (Moscardo, 2006). En este sentido, la expresión de tercera edad “tiene un carácter relativo, tanto por su alcance como por su sentido en el tiempo y en el espacio” (Ortega, 1989; citado en Armadans, 2002:139). Por tanto, las expresiones “mayor” y “tercera edad” no son necesariamente intercambiables, ya que “no todas las personas mayores verán su jubilación como una tercera edad” (Moscardo, 2006: 31, traducción propia).



En tanto que las expresiones de turismo que incluyen el término “mayor” refieren al criterio asumido por la OMS que incluye en este grupo poblacional a las personas de 60 años y más (OMS, 2015). Por otra parte, el término sénior o *senior* (en inglés) que proviene del latín *senior*, derivado de *senex* que significa viejo o anciano (RAE, 2015); describe un sinónimo del término mayor. Finalmente, las palabras “maduro” y “grey” (gris en español) se muestran como adjetivos mercadológicos para segmentar este nicho de mercado. Además que muchas empresas de *marketing* han nombrado a este grupo de consumidores con otras etiquetas como *young senior generation* o *new-age-elderly*; este último referido a un tipo de personas con mayor control sobre sus vidas, con un estilo de vida activo y con experiencia en viajes (Armadans, 2002; Hurtado, 2014).

El turismo gerontológico se considera, basándose en la edad cronológica de los visitantes, de acuerdo con Hossain, Bailey y Lubulwa (2003) y Alcaide (2005) (citados en Alén *et al.*, 2010), a partir de los 55 años; mientras que algunas empresas ubican a los sénior a partir de los 60, edad la cual los individuos comienzan a demandar productos y servicios con características especiales. En general, se observa que la edad utilizada para delimitar al turista gerontológico difiere en cada estudio, y se establece un rango de entre los 50 años y más (Alén *et al.*, 2010). Tal como refiere Parracho (2012), esta falta de consenso de edades prevalece también en los programas de apoyo y promoción del turismo gerontológico.

Por otra parte, la edad de jubilación puede ser considerada como criterio clasificador, delimitador y complementario de la edad cronológica, porque además de ser un dato fácil de obtener, ésta “marca un punto de inflexión en la curva vital de una persona cuanto a la disponibilidad de tiempo para viajar [...] y también marca un hito vital de ingresos de la persona” (Martínez, 2013:39). Además existe la edad percibida o cognitiva como variable de segmentación del turista gerontológico, en el supuesto de alcanzar un mejor entendimiento de los mayores, derivado de que “la edad cognitiva permite enriquecer el conocimiento sobre los clientes mayores al considerar el autoconcepto que cada uno tiene de sí mismo, ya que aporta información adicional que no se obtiene mediante la utilización de la edad cronológica” (Miranda y González, 2010:112). No obstante, la mayoría de las aportaciones científicas convergen en que el fenómeno del turismo gerontológico está creciendo, y que éste no puede ser tratado como un grupo con características homogéneas, ya que difieren en términos demográficos, fisiológicos, psicológicos y de comportamiento.



Para Le Serre (2008), el consumidor adulto mayor se trata de un concepto frágil, toda vez que existen dos tipos de elementos que lo caracterizan. Los primeros son los que no varían, sin importar la identidad del vendedor o el tipo de industria o negocio que se trate y que establecen estos elementos como características intrínsecas de un segmento de mercado. Por otra parte, están los elementos con características que varían en función de la identidad del negocio, así individuos que son considerados como adultos mayores en algunos sectores, para otros no lo son; estos elementos son los responsables de la fragilidad del concepto. De acuerdo con la misma autora, el concepto de turista gerontológico tiene tres elementos con características no variables:

- a) El segmento de los adultos mayores representa un alto potencial para la industria turística.
- b) Los adultos mayores han alcanzado o han pasado un umbral de edad cronológica por encima del cual aparecen algunos signos de la vejez.
- c) Los adultos mayores se autoperciben más jóvenes que su edad cronológica (Le Serre, 2008:5, traducción propia).

Respecto a los elementos variables del concepto de turista gerontológico, Le Serre (2008) indica que existen dos aspectos a considerar. El primero revela que cada definición analizada de dicho concepto está intrínsecamente vinculada con criterios que permiten identificar quién es un turista gerontológico de quién no es. El segundo refiere a la falta de consenso sobre la definición del turismo gerontológico y en consecuencia sobre un criterio homogéneo.

Además se revisaron once documentos que muestran las diferentes concepciones del turismo gerontológico, las cuales coinciden en que se trata de un turismo para personas de la tercera edad, sin embargo, difieren en las edades específicas de éstas, y en las capacidades que los caracterizan. Asimismo, mientras unos abordan el concepto desde la perspectiva de que se trata de un conjunto de empresas, otros sugieren que se trata de un conjunto de personas que demandan un servicio especial (cuadro 2).



**Cuadro 2. Definiciones del turismo gerontológico**

<b>Autores</b>	<b>Término utilizado</b>	<b>Concepto</b>
Álvarez (2006)	Turismo sénior	Nicho de mercado cuya importancia crece al ritmo del envejecimiento de la población.
Armadans (2002)	Turismo de la tercera edad o seniors	Colectivo que está experimentando un crecimiento demográfico importante, disponen de tiempo y de posibilidades de efectuar sus viajes con características propias (fuera de temporada, días de estancia, etc.).
Baeza y Hernández (2011)	Turismo gerontológico	Conjunto de empresas prestadoras de servicios que organizan paquetes de viaje y servicios turísticos para adultos mayores.
Barroso (2002)	Turismo de o para la tercera edad	Capacidad de compra de turismo de las personas mayores condicionada por la disposición de tiempo libre y ahorro.
Córdova (2014)	Turismo gerontológico	Es un segmento de mercado de personas mayores a los 65 años, los cuales pueden viajar de forma individual o en contingentes y que solicitan servicios e instalaciones especializadas y orientadas a sus necesidades.
Maldonado (2012)	Turismo sénior	Tipo de turismo destinado a personas mayores de 60 años.
Molina y Cánoves (2010)	Turismo sénior	Grupo de personas mayores de 60 años, que han empezado a viajar en la edad adulta y que mayoritariamente, se pueden identificar con el turismo de IMSERSO.
Moscardo (2006)	Turismo de la tercera edad	Aquellas personas mayores que viajan.
OMT (2014)	Turismo senior	Los turistas senior son la población mayor de 60 años que, con discapacidad o sin ella, desarrolla una actividad turística similar o superior a otros grupos de población, motivado por diferentes factores como son unos ingresos estables, más tiempo libre y mayor disponibilidad para viajar.
Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay (2009)	Turismo sénior	Grupos conformados por más de 60 años que son autosuficientes en capacidades psíquicas y físicas, disponen de tiempo y recursos económicos para viajar y pernoctar en un destino turístico.
Quevedo (2012)	Turismo gerontológico	Es la profesionalización de los colaboradores del ramo turístico para la atención del adulto mayor en sus viajes de esparcimiento y diversión.

**Fuente:** elaboración propia a partir de fuentes consultadas.



Por otra parte, se considera pertinente hacer una distinción entre el turismo gerontológico o sénior y el turismo de migración de jubilados, la diferencia entre estos reside en la permanencia en el lugar al que migra, ya sea con carácter definitivo o por periodos, pese a que sus condicionantes son básicamente las mismas: situación patrimonial y estado de salud (Pardo, 2014). Así, el fenómeno de migración de jubilados está asociado con el término de turismo residencial, visto como “una actividad económica relacionada con la construcción y venta de viviendas que conforman el sector extra hotelero” (Bermeo & Coronel, 2012:V111). Este tipo de desplazamiento es característico de las sociedades occidentales y se manifiesta con el cambio de residencia de los adultos mayores, tras alcanzar su jubilación, a entornos preferibles a los habituales (Hurtado, 2014).

El turismo gerontológico se trata de un segmento en constante crecimiento constituido por adultos mayores que están en plenitud de sus facultades, que cuentan con un considerable poder adquisitivo y que disponen de tiempo libre. Sin duda, es uno de los segmentos más atractivos para la industria turística en los países desarrollados. Sin embargo, es importante señalar que este grupo es heterogéneo a causa de su diversidad demográfica, psicológica y comportamental; y sus exigencias y criterios de selección no son fáciles de satisfacer (Gheno, 2015; Miranda y González, 2010).

Finalmente, es claro que este segmento turístico adquirirá mayor importancia en el futuro cercano, por lo que se abre una gama de posibilidades para las empresas y destinos que se propongan atender las necesidades específicas de este grupo tales como “mayor accesibilidad en hoteles y transportes, servicios de proximidad, seguridad, servicios médicos, ofertas fuera de temporada, programas de fidelización, viajes pensados para aprender de la experiencia, etc.” (Canalis, 2011:42). En este sentido, la industria turística puede aprovechar la oportunidad de este colectivo caracterizado por tener mejores condiciones físicas e intelectuales, por su crecimiento constante, por estar cada vez más dispuesto a viajar, a conocer nuevos destinos y culturas e interactuar con otras personas y por ende experimentar otros momentos de la vida; pero que también es exigente con la calidad del producto turístico demandado y, tiene conocimiento y dominio de las tecnologías de la información y comunicación (Alén *et al.*, 2010; Marín *et al.*, 2006).



## Resultados y discusión

Considerando la experiencia y vinculación con el desarrollo del turismo que tienen los actores sociales del sector público, se preguntó cómo definirían el turismo gerontológico. Ambos vincularon sus respuestas a un segmento de personas mayores, asimismo, reiteraron la importancia de brindarles atención especial y de no descuidar este mercado que es capaz de generar una fuerte derrama económica en los destinos que visita.

*-“Es muy importante y con un gran potencial ya que en nuestro país hay un gran porcentaje de la población, que es de la tercera edad”.*

*-“... lo entiendo como aquel turismo que va enfocado a los adultos mayores, a las personas de más de sesenta años de edad... es un grupo interinstitucional que atiende en específico a los adultos mayores que viajan”.*

Respecto al conocimiento que demuestran los prestadores de servicios acerca del turismo gerontológico, tres de quince entrevistados tuvieron un acercamiento conceptual a dicho término, definiéndolo como: un mercado, una parte esencial de la sociedad y un turismo de la tercera edad.

*- “Es un mercado que no ha sido explotado; es un mercado que puede tener grandes beneficios para cualquier destino”.*

*- “... lo definiría como una parte esencial de la sociedad... aunque como Estado tampoco estamos muy enfocados a la parte de los adultos mayores”.*

*- “Para nosotros el turismo de la tercera edad es un turismo que puede dejar una porcentual en la diversificación de nuestros clientes.*

Las entrevistas restantes demostraron una evidente ambigüedad en sus respuestas, describiendo las características de este segmento con adjetivos calificativos como: un turismo tierno, amable, respetuoso, etc., y en el peor de los casos la pregunta era evadida por completo.

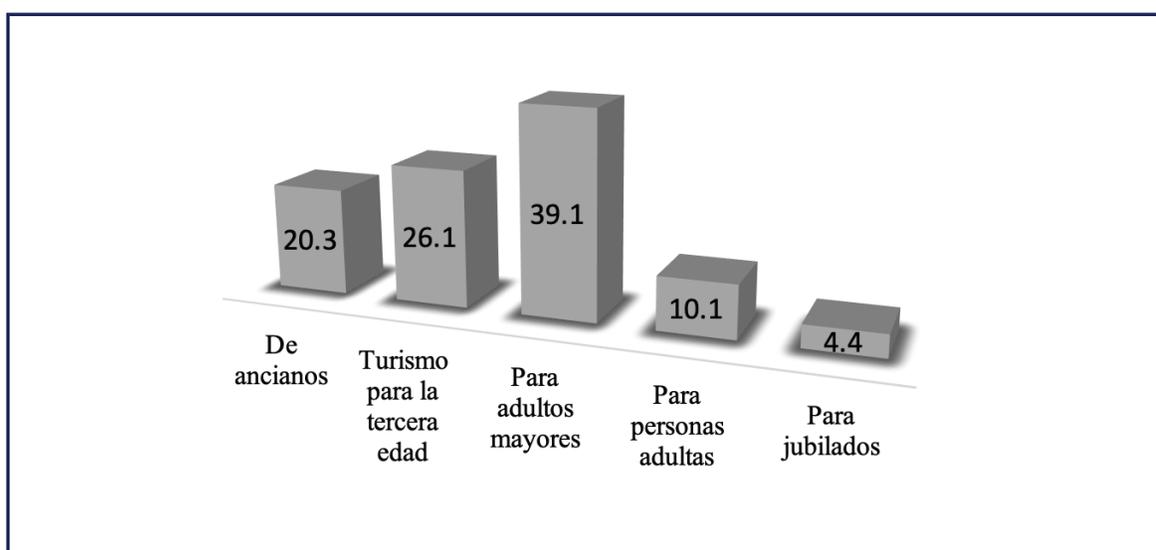
Por otra parte, considerando la experiencia y el gusto por viajar del turista gerontológico, se preguntó a los entrevistados cómo definirían las prácticas turísticas en los adultos mayores; a lo que la mayoría respondió con afirmaciones ambiguas que salían de contexto. Sin embargo, las respuestas más cercanas relacionaron este tipo de turismo con actividades pasivas que son apropiadas para personas mayores.



- “De prácticas pasivas o lentas”.
- “Como una actividad necesaria con cuidados especiales”.
- “Como la realización de las atenciones que prestan los servicios para ayudar o, pues proteger al, a los mayores”.

La mayoría de los residentes encuestados (80%) indicaron que desconocen el significado del turismo gerontológico. Sin embargo, de acuerdo con la concepción que tiene el resto de la comunidad receptora, 4 de cada 10 respondieron que se trata de un turismo para adultos mayores (39.1%), casi 3 de cada 10 lo considera como turismo para la tercera edad (26.1%) y 1 de cada 5 lo refiere como turismo para los ancianos (20.3%); con menor frecuencia indican para personas adultas (10.1%) y jubilados (4.4%) (figura 2). Al cuestionar sobre su conocimiento sobre el Distintivo G en turismo gerontológico, se observa que una amplia mayoría (96.6%) ignora al respecto y sólo un 3.4% tiene conocimiento de ello.

**Figura 2.** Definición del turismo gerontológico en la comunidad receptora



Fuente: elaboración propia.



### **Modelo conceptual del turismo gerontológico, según sus actores**

El modelo conceptual que se presenta tiene el propósito principal de organizar y representar, a manera de esquema, la información proporcionada por los actores sociales respecto al sistema turístico gerontológico. Este modelo describe la semántica y aseveraciones sobre el dominio del tema que representa. Para crear este modelo, se parte de la construcción de la definición del turismo gerontológico según sus actores, la cual se propone a continuación:

El turismo gerontológico es un segmento turístico que implica un conjunto de actividades realizadas por sujetos de sesenta años y más, también llamados personas de la tercera edad o adultos mayores; quienes viajan fuera de su entorno habitual con el fin de ocupar su tiempo libre en ocio activo para conocer y disfrutar diferentes sitios turísticos, preferentemente con atractivos culturales y de relajación. El turismo gerontológico, además, es considerado como un nicho de mercado con gran potencial, que puede generar una derrama económica en los destinos turísticos y es capaz de mitigar el problema de la estacionalidad, manteniendo activa la operatividad turística en temporadas bajas. Este tipo de turismo se caracteriza porque atiende a viajeros experimentados que demandan la satisfacción de necesidades específicas como: higiene, alimentación, salud, accesibilidad, seguridad e infraestructura; así como la existencia de políticas y programas sociales que promuevan y garanticen su viaje.

Posteriormente se hizo un análisis de las relaciones existentes entre los actores sociales, mencionadas en las entrevistas y en la encuesta en el apartado referente a la vinculación. Los resultados obtenidos muestran un sistema turístico (figura 3), integrado por: adultos mayores, prestadores de servicios turísticos, promotores del destino, superestructura turística privada, gestor de calidad, organismos públicos y comunidad receptora.



Figura 3. Modelo conceptual del turismo gerontológico según sus actores



Fuente: elaboración propia.

Los elementos del sistema turístico gerontológico se interrelacionan en un proceso que inicia con el establecimiento de una política pública, mediante la integración de organismos e instituciones gubernamentales, encaminada a fomentar el desarrollo de este segmento a través de la creación de programas sociales que incentiven los viajes en los adultos mayores. Entre los organismos e instituciones públicas y los prestadores de servicios turísticos (hoteles, restaurantes, agencias de viajes y otros) está presente la intermediación de dos actores sociales: los promotores del destino y la superestructura turística privada. El rol de los promotores del destino implica la realización de actividades de planificación y operación de estrategias de promoción turística del destino. Por otra



parte, los organismos públicos comunican los acuerdos, programas y normas establecidas a las organizaciones turísticas privadas, como cámaras y asociaciones, en una interacción bidireccional, quienes, a su vez; se encargan de fomentar, difundir y proponer estrategias para la aplicación de las mismas entre sus socios o agremiados.

Nótese en este punto que, pese a que existe comunicación entre los organismos e instituciones públicas y los prestadores de servicios turísticos, la comunicación entre estos dos actores sociales se limita al fomento y regulación del turismo gerontológico como una política pública que contiene ciertos programas con garantías y beneficios sociales para este segmento poblacional. Pero que de ninguna forma obliga a la iniciativa privada a ofertar estos beneficios ni mucho menos exige una estandarización de la calidad de los servicios que ofrecen a través de mecanismos de certificación como el Distintivo G; relegando dicha certificación a voluntad de los socios o agremiados de algunas de las organizaciones que integran la superestructura turística privada. En este punto, surge una interacción particular de la superestructura turística privada con el gestor de calidad, quien es el responsable de verificar la gestión, programas y servicios ofertados por las empresas y certificarlas con el Distintivo G.

Una vez alcanzada esta etapa del proceso, los adultos mayores visitan el destino y hacen uso de los servicios turísticos de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes, recreación, entre otros; generando con esto una derrama económica que beneficia a la comunidad receptora a través de la generación de empleos y mediante la convivencia intercultural con sus residentes. Sin embargo, esta comunidad de acogida juega un papel un tanto pasivo o receptivo en el fenómeno turístico, toda vez que no forman parte activa de los procesos de planificación ni difusión del turismo gerontológico en su Estado y carecen de información sobre los beneficios sociales otorgados por el gobierno como turistas gerontológicos potenciales.



## Conclusiones

De acuerdo con los resultados de la investigación, se concluye que la hipótesis planteada se aprueba. Puesto que existen diferencias sustanciales en la concepción sobre el turismo gerontológico entre los diferentes actores que participan en él. Mientras para algunos el término está asociado con aspectos sociales que permiten segmentarlo por la condición de vejez, para otros está más relacionado con características mercadológicas, otros lo definen desde el ámbito económico, están quienes lo delimitan exclusivamente con la certificación del Distintivo G y finalmente se encuentran los que desconocen en absoluto el término.

Dentro de las concepciones sociales se observa la concreción de características del fenómeno a partir de sujeto turístico, tales como que el turista gerontológico es aquel que requiere de cuidados y protección especial, sobre todo en aspectos de seguridad a su integridad física, especialmente en la accesibilidad en las instalaciones. Además, que le gustan los atractivos culturales y sitios de relajación, su práctica de viaje es pasiva o lenta, se distinguen por ser educados y experimentados en viajes, y que requieren de personal de contacto en las empresas que sean altamente capacitados en la atención a las necesidades y expectativas biológicas, psicológicas y sociales del adulto mayor.

Las concepciones aportadas desde el enfoque mercadológico incluyen la definición del turismo gerontológico como un segmento de mercado que no ha sido desarrollado completamente, pero que tiene potencial para el posicionamiento turístico del destino, así como que éste vislumbra una serie de oportunidades para la creación de productos turísticos especializados.

Los conceptos del turismo gerontológico vinculados al impacto económico lo posicionan como un sector turístico diversificado y atractivo, toda vez que permite la generación de una derrama económica en la comunidad receptora, preferentemente de divisas y la reducción del fenómeno de la estacionalidad turística del destino. Además de contribuir a la distribución interna de la riqueza de los turistas gerontológicos, quienes cuentan con algún sistema de jubilación o con condiciones económicas estables y el tiempo para viajar.



En un grupo minoritario están las concepciones del turismo gerontológico atribuidas esencialmente al Distintivo G, considerado como equivalente. Finalmente, se observó que la mayoría de los residentes de la comunidad receptora desconocen o carecen de alguna idea respecto al término. De ellos, quienes dijeron saber qué es el turismo gerontológico, se obtuvieron respuestas que indicaban un campo semántico que incluían turismo para adultos mayores, turismo para la tercera edad, turismo para ancianos, para personas adultas y para jubilados.

El trabajo realizado abona a la conceptualización y comprensión del turismo gerontológico, pero deja de lado algunos aspectos que deberían profundizarse desde distintas áreas del conocimiento, como la psicología, la sociología, la administración de empresas, la política y la mercadotecnia, entre otras que permitan ahondar en temas como: a) envejecimiento activo y turismo, b) normalización y estandarización de servicios turísticos gerontológicos, c) consumo turístico del adulto mayor, d) inclusión del adulto mayor en políticas de turismo social, e) desarrollo de productos turísticos gerontológicos, y f) generación de estadísticas del segmento turístico gerontológico.

Finalmente, se considera importante destacar que antes de llevar a cabo acciones en pro del bienestar social, se deben clarificar y establecer las concepciones correctas acerca del fenómeno en cuestión. Así, la población de los adultos mayores exige estudios de investigación aplicada que generen el conocimiento requerido para atender los problemas, necesidades u oportunidades en el presente, y coadyuven en las áreas prioritarias que requieren del conocimiento de referentes teóricos que permitan el correcto diseño y aplicación de políticas, programas y estrategias responsables, incluyentes y sostenibles que beneficien al segmento poblacional del adulto mayor no solo en México, sino en todos aquellos países que consideren las necesidades de recreación y de actividades turísticas en la vejez.



## Referencias

- Aguilar, M. (2011). *Plan de negocios Ecolodge "Edad de oro"*. Tesis (Ingeniería en Administración Hotelera). Quito, Ecuador: Universidad de Especialidades Turísticas.
- Aigaje, A. & López, V. (2013). *Diseño de un circuito turístico para contribuir al desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de Milagro y Naranjito de la Provincia de Guayas*. Tesis (Licenciatura en Turismo). Universidad Estatal de Milagro. Unidad Académica Administrativa y Comerciales, Milagro Ecuador.
- Alén, G., Domínguez, V. & Fraíz, G. (2010). El turismo senior como segmento de mercado emergente. *Cuadernos de Turismo*, 26(1), 9-24.
- Álvarez, C. (2006). Desestacionalización y mucho más, *Hosteltur*. Turismo Senior. Reportaje, 7.
- Amanda, M., Zizaldra, H. & Mundo, V. (2015). Examen del fenómeno del turismo contemporáneo y la Competitividad en la Frontera del Conocimiento. *El Periplo Sustentable*, (28), 81-114. [En línea] Disponible en <http://rperiplo.uaemex.mx/>, [06 de marzo de 2018].
- Armadans, T. (2002). *Actividad de ocio-turístico y personas mayores: análisis de diferencias psicosociales entre "viajeros" y "no viajeros"*. Tesis Doctoral. (Psicología Social). España: Universidad de Barcelona, Facultad de Psicología.
- Baeza, F. & Hernández, L. (2011). *Perfil socio-sanitario de los adultos mayores usuario del Programa Turismo Gerontológico en Tabasco, México, 2011*. Trabajo de investigación, producto del Programa Institucional "Verano Científico en tu Escuela". México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. División Académica de Ciencias Sociales.
- Barroso, J. (2002). Pirámide de edades y demanda turística. *Turismo para la tercera edad (14-22)*. Buenos Aires: Fundación Turismo para Todos.



- Bermeo, A. & Coronel, M. (2012). *Plan estratégico para la implementación de un nuevo proyecto turístico en la ciudad de Cuenca, enfocado a incrementar la estabilidad residencial en los extranjeros jubilados*. Tesis (Ingeniería Comercial). Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- Boksberger, P. & Laesser, C. (2008). Segmenting the senior travel market by means of travel motivation – Insights from a mature market (Switzerland). Conferencia, *University of Wollongong, Research Online, Faculty of Commerce-Papers (Archive)/Faculty of Business* (1-13). Suiza.
- Canalis, X. (2011). *Los cambios demográficos que transformarán el turismo en el siglo XXI*. Informe de la OMT (julio-agosto) (43-44), España: OMT.
- Córdova, F. (2014). *Implementación de rutas turísticas dirigidas a los adultos mayores para desarrollar el turismo gerontológico en la Provincia del Carchi*. Tesis (Ingeniería en Turismo y Ecoturismo) Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales. Escuela de Turismo y Ecoturismo, Tulcán, Ecuador.
- Cruz, B. (2014). *Relación de los beneficios mentales y físicos con las actividades recreativas para adultos mayores, Diseño de un resort para personas de la tercera edad en el Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas*. Tesis (Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Facultad de Especialidades Empresariales. Guayaquil, Ecuador.
- Domínguez, V., Alén, G. & Fraíz, G. (2010). El turista senior y el termalismo. En Maximsev, I.A., Krasnoproshin, V.V. & Prado-Román, C. (coords.). *Global Financial & Business Networks and Information Management Systems* (175-181). Madrid: Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM).
- Esichaikul, R. (2012). Travel motivations, behavior and requirements of European senior tourists to Thailand. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(2), 47-58.



- Fernández, A. (2007). *Turismo accesible: análisis de la accesibilidad hotelera en la Provincia de Cádiz*. Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de Economía de la Empresa. Universidad de Cádiz, España.
- Fernández, B. (2000). *Gerontología Social*. España: Ediciones Pirámides.
- Fernández, B. (2013). *Recreación: práctica de un buen envejecimiento*. Ponencia. 10º Congreso Argentino y 5º Latinoamericano de Educación Físico y Ciencias en SEDICI. Repositorio Institucional de la Universidad de La Plata (UNLP).
- Ferri, S., Durá, F. y Garcés, F. (2013). SAMAST: instrumento para la sostenibilidad turística, *Papers de turismo*, (54), 201-221.
- Ferri, S., Garcés, F., Durá, F. & Sánchez (2013). El Turismo Social Accesible como estrategia de envejecimiento activo y saludable. En Pérez-Fuentes, M. del C. & Molero-Jurado, M. del M. (coords.). *Acercamiento multidisciplinar a la salud en el envejecimiento*, (2), 17-22.
- Ferri, S., Garcés, F. & Durá, F. (2013). Iniciativas europeas en la promoción del turismo social accesible: análisis particular del caso español. *La Saeta Universitaria. Académica y de Investigación 2013*. Publicación del Centro de Investigación y Documentación de la Universidad Autónoma de Encarnación (CIDUNAE). 2(1), 9-22.
- Forcades, J. & Martorell, C. (2003). *Situación actual y perspectivas de turismo en las Illes Balears, Bases para una contribución a la reflexión sobre su futuro*. Palma: Cambra de Comerç-Cercle d'Economia de Mallorca.
- García, S. & Martorell, C. (2007). *Una reflexión sobre el modelo turístico de las Illes Balears*. Memoria. XX Congreso Anual de la Asociación Europea de Dirección y Economía de Empresa (AEDEM): Decisiones basadas en el conocimiento y en el papel social de la empresa (1), 1097-1106.



- Gheno, I. (2015). *El turismo internacional aumenta, pero ¿qué pasa con el turismo para las personas mayores?* Special Briefing febrero de 2015. AGE Platform Europe.
- González, L. & Santa C. (2014). Turismo senior: análisis del comportamiento de las edades de los clientes que visitan el Hotel X. Varadero, Cuba, *Res Non Verba*, (5), 19-26.
- Grünewald, L. (2002). Tercera edad: motivaciones y tendencias. *Turismo para la tercera edad*. (4-9), Fundación Turismo para Todos, Buenos Aires, Argentina.
- Haulot, A. (2005). *Turismo Social*. México: Editorial Trillas.
- Hurtado, G. (2014). *More to life. Envejecimiento, salud y cuidados en la migración internacional de retiro a la Costa Blanca (Alicante)*. Tesis Doctoral. España: Universitat Rovira I Virgil.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2015). *Censo de Población y Vivienda 2010. Principales resultados por localidad (ITER)*. Tabasco, México: INEGI.
- Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM) (2012). *Informe de Rendición de Cuentas 2006-2012*. México: SEDESOL-INAPAM. [En línea] Disponible en: [http://www.inapam.gob.mx/work/models/INAPAM/Resource/188/1/images/Informe\\_de\\_Rendicion.pdf](http://www.inapam.gob.mx/work/models/INAPAM/Resource/188/1/images/Informe_de_Rendicion.pdf), [16 de enero de 2018].
- Ivars, B. (2013). El modelo turístico de Benidorm: singularidad y retos del futuro. *Papers de turismo*, (54), 17-24.
- Khatchikan, M. & Murray, M. (1999). Turismo social: el paraíso perdido. *Nexos*, 6 (11), 12-17.
- Le Serre, D. (2008). Who is the Senior Consumer for the Tourism Industry? *Amfiteatru Economics Journal*. Sp. Iss 2, 190-201.



- Lewin, N. (2002). Recreación y tercera edad. *Turismo para la tercera edad*, 4-9, Fundación Turismo para Todos, Buenos Aires, Argentina.
- Losada, S., Alén, G. & Domínguez, V. (2015). Análisis de los determinantes de la decisión de viajar de los senior españoles. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 24(1), 1-20.
- Maldonado, A. (2012). *Análisis de la demanda de turismo senior de afiliados a las instituciones INJUPEMP, AJUPEUNAH y AORFFA*. Tesis (Ingeniería en Desarrollo Socioeconómico y Ambiente), Universidad Zamorano. Departamento de Ambiente y Desarrollo, Zamorano, Honduras.
- Marín, S., García, G. & Troyano, R. (2006). Modelo de ocio activo en las personas mayores: revisión desde una perspectiva psicosocial. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, 16(1), 147-167.
- Martínez, C. & Morales, T. (2013). Apuntes sobre la accesibilidad en los sitios de turismo religioso de los Altos de Jalisco. En Amador-Soriano, K., Arroyo-Arcos, L. & Segrado-Pavón, R.G. (coords.). *Educación, Investigación y Experiencia para la Competitividad Turística*. Universidad de Quintana Roo. División de Desarrollo Sustentable.
- Martínez, G. (2013). El turista sénior en Europa: actualidad y futuro. *Revista Iberoamericana de Turismo-Ritur*. Penedo, (3), 38-56.
- Martínez, M. (2008). El Programa de Termalismo Social del IMSERSO: la promoción del turismo activo en la tercera edad a través del agua. El caso de Galicia. *Medicina Naturista*, 2(2), 143-147.
- Martos, M. (2012). Destinos turísticos accesibles. Herramientas para mejorar la accesibilidad. *Anales de Geografía*, 32(2), 297-321.



- Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay (2009). *Programa de Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivas, Turismo en Montevideo*. Uruguay: Plan de Refuerzo de la Competitividad.
- Miranda, B. & González, F. (2010). Análisis de la edad cognitiva como criterio de segmentación del adulto mayor. *Pecunia, Monográfico* (91-122). León, España: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Molina, H. & Cánoves, V. (2010). Turismo accesible, turismo para todos: la situación en Cataluña y España. *Cuadernos de Turismo* (25), 115-130.
- Monterrubio, C. (2009). La comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión turística. *Gestión turística*, (11), 101-111.
- Moscardo, G. (2006). Third-age tourism. En Buhalis, D. & Costa, C. (coords.) *Tourism Business Frontiers: consumers, products and industry* (30-39). Elsevier, Oxford, UK.
- Muñiz, A. (2001). *La política de turismo social*. Sevilla: Conserjería de Turismo y Deporte. Dirección General de Planificación Turística.
- Muñiz, A. (1999). *La política de turismo social en España*. Tesis Doctoral (Política Económica). Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de Economía Aplicada, España.
- Nielsen, N. (2010). *El turismo de la tercera edad en los destinos turísticos consolidados: el caso de la Costa del Sol*. Memoria. XII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación/Asociación de Geógrafos Españoles. Madrid: Campus del Colmenarejo de la Universidad Carlos III, 383-398.



- Organización Mundial de la Salud (OMS) (2007). *Ciudades globales amigables con los mayores: una guía*. Suiza: OMS.
- Organización Mundial de la Salud (OMS) (2015). *Envejecimiento, Temas de salud*. Suiza: OMS.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1996). *Carta de Recife sobre Turismo de Personas Mayores*. Obtenido de la Segunda Conferencia Internacional sobre Turismo de Personas Mayores, Recife, Brasil.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1999). *Lisbon letter on Senior Tourism*. Obtenido de la Tercera Conferencia Internacional sobre Turismo Senior. Lisboa, Portugal.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2014). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas. Módulo I: Turismo Accesible – definición y contexto*. España: OMT.
- Pardo, A. (2014). *Clusters de turismo sénior y migración de jubilados e innovación en turismo: análisis referido al Arco Mediterráneo Español*. Tesis Doctoral. (Organización de Empresas). Universidad Politécnica de Valencia, España, Facultad de Administración y Dirección de Empresas.
- Parracho, L. (2012). *Sénior, o turista do futuro. Un estudo abrangate do turista sénior português*. Tesis (Maestría en Turismo con especialización en Gestión Estratégica de Destinos Turísticos). Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Prieto, R. (1999). Gerontología y Geriatria. *Revistas Médicas Cubanas*, Cuba.
- Quevedo, T. (2012). *Distintivo G*. Presentación: México.
- Ramón, D. & Pérez, M. (2006). Viejos turistas, nuevas inquietudes. *Hosteltur*. Turismo Senior. Reportaje. 8.



- 
- Real Academia Española (RAE) (2015). Diccionario de la Lengua Española. RAE.
- Rico, C. (1999). *Recreación y Adulto Mayor, La tercera edad en el Plan Nacional de Recreación*. Ponencia. 1er Congreso Nacional de Atención Integral al Adulto Mayor. Ministerio de Salud de Colombia en Centro de Documentación Virtual en Recreación, Tiempo Libre y Ocio: FUNLIBRE.
- Roberson, D. (1999). *The impact of travel on older adults: an exploratory investigation*. Georgia: Educational Resources Information Center (ERIC).
- Romero, A. (2008). *Propuesta para la creación del complejo gerontoturístico “Nuevo Despertar” en el Valle de Yanayacu, Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi*, Tesis (Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Áreas Naturales). Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial. Facultad de Turismo y Preservación Ambiental. Hotelería y Gastronomía.
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2012). *Guía de Recomendaciones Básicas de Diseño Universal para el Sector Turismo*, México: SECTUR.
- Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) (2008). *Buenas prácticas de gestión de turismo social. Experiencias Iberoamericanas*. España: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, División de Información, Documentación y Publicaciones: Centro de Publicaciones.
- Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR) (2010). *Evaluación de la rentabilidad e impacto económico generado por el Programa Turismo Senior Europa. Resumen Ejecutivo*. España: Innova Management. Turismo-Ocio-Hotelería.
- Trujillo, M. (2013). *España sigue siendo uno de los destinos preferidos para viajar*. Viajes y Turismo, Suite 101 Media Inc: Canadá.



---

TURESPAÑA (2013). *Experimentando el éxito. Creación y paquetización de experiencias turísticas, casos de éxito y experiencias innovadoras para el turismo*. España: Libro electrónico en colaboración con el Instituto de Estudios Turísticos (IET) y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

Vivanco, N. (2012). *Análisis de las tendencias turísticas del segmento de tercera edad en la ciudad de Quito y propuesta para la oferta en agencias de viajes*. Tesis (Carrera de Administración Hotelera y Turística). Ecuador: Universidad Tecnológica Israel.

Wallingre, N. (1998). El Turismo Social, una alternativa para la realización de la tercera edad. *Revista Universidad Kennedy, Enfoque de Turismo y sus modalidades*, (1), 1-9.

Wang, K. (2006). Motivations for Senior Group Package Tour Tourists. *Journal of Tourism Studies*, 12(2), 119-138.