

La economía plateada como motor para el turismo sostenible de adultos mayores:

Revisión de literatura

Juan Diego Amaya Umaña

Manuel Alejandro Gómez Ardila

Trabajo de Grado para Optar al Título de Ingeniería Industrial

Director

Cristhian Andrés Vesga Bermejo

Magister en Banca y finanzas

Codirector

José Luis Garcés Bautista

Doctor en Administración y Dirección de Empresas

Universidad Industrial de Santander

Facultad de Fisicomecánicas

Escuela de Estudios Industriales y Empresariales

Bucaramanga

2026

### DEDICATORIA

A Dios, primero, por guiarme en cada paso de este largo camino, por concederme la salud para perseverar, la sabiduría para enfrentar los retos académicos y la fortaleza para no rendirme cuando el cansancio o la duda quisieron vencerme. Sin su presencia, esta meta jamás habría sido posible.

A mi abuela Azucena, a mi bisabuela Helena y a mi tía Rita, quienes, desde mis primeros años, me enseñaron, con el ejemplo diario, el verdadero valor del sacrificio, de la constancia y de la responsabilidad. Con paciencia, amor y firmeza, me inculcaron los principios y valores que me han guiado en la vida, ayudándome a formar el carácter que llevo hoy y sin el cual no habría podido alcanzar este logro.

A mi tío Cristian y a mi tío Diego, quienes, más allá de ser tíos, siempre me han visto como un hermano, me han acompañado en cada etapa de mi vida, apoyándome siempre para que cumpla mis metas y ayudándome a ver oportunidades donde antes veía obstáculos. Su ejemplo de trabajo duro, disciplina y compromiso ha sido una de mis mayores inspiraciones para llegar hasta aquí.

A todos mis familiares que, con su fe en mí, sus consejos sinceros y su apoyo constante, me impulsaron a seguir adelante cuando el camino se volvió difícil.

A mi tutor y codirector de tesis, por su paciencia, su orientación y su acompañamiento permanente, que fueron fundamentales para terminar esta etapa de la mejor manera.

Y, por último, a mis amigos y compañeros de la universidad, por su compañerismo, sus ánimos y por hacer esta trayectoria académica más llevadera y significativa.

*Juan Diego Amaya*

**Tabla de contenido**

Introducción .....	11
1. Objetivos.....	14
1.1. Objetivo General.....	14
1.2. Objetivos Específicos.....	14
2. Revisión de la Literatura.....	15
2.1. Análisis Bibliométrico .....	16
2.1.1. <i>Criterios de inclusión en la bibliometría.</i> .....	16
2.1.2. <i>Análisis de publicación por país.</i> .....	18
2.1.3. <i>Análisis de publicación por año</i> .....	19
2.1.4. <i>Análisis de publicación por autor.</i> .....	20
2.1.5. <i>Tesaurus de términos.</i> .....	23
2.1.6. <i>Análisis de palabras clave.</i> .....	25
2.1.7. <i>Análisis de factor de impacto.</i> .....	27
2.2. Análisis preliminar de la literatura.....	27
3. Planteamiento del problema.....	29
4. Marco de Referencia.....	32
4.1. Marco de Antecedentes.....	33
4.2. Marco Teórico.....	34
4.2.1. <i>Revisión sistemática</i> .....	35
4.2.2. <i>Bibliometría</i> .....	35
4.2.3. <i>Estado del arte</i> .....	35

4.2.4. “ <i>Silver Tourism</i> ” .....	35
4.2.5. “ <i>Silver Tourist</i> ” .....	36
5. Metodología .....	37
6. Resultados .....	42
6.1. Clústeres.....	42
6.2 Red de co-citaciones .....	46
6.3. Red de coautoría .....	48
7. Conceptualización del turismo senior .....	50
7.1. Estrategias utilizadas en el turismo senior .....	53
7.2. Características del turismo senior .....	68
7.2.1 <i>Global</i> .....	68
7.2.2 <i>Asia</i> .....	69
7.2.3 <i>África</i> .....	71
7.2.4 <i>Europa</i> .....	72
7.2.5 <i>Oceanía</i> .....	75
7.2.6 <i>Norte América</i> .....	75
7.2.6 <i>Latinoamérica</i> .....	76
8. Determinantes de éxito .....	80
9. Análisis crítico de resultados .....	85
10. Conclusiones .....	87
11.Limitaciones.....	90

12. Recomendaciones .....90

Referencias bibliográficas.....92

**Lista de Tablas**

Tabla 1 Cumplimiento de objetivos.....	13
Tabla 2 Palabras claves.....	15
Tabla 3 Ecuación de búsqueda.....	18
Tabla 4 Autores con más publicaciones de economía plateada.....	21
Tabla 5 Palabras claves identificadas en la base de datos de scopus.....	24
Tabla 6 Actividades por desarrollar de acuerdo con la metodología PRISMA.....	37
Tabla 7 Agrupación de palabras claves en Scopus.....	42
Tabla 8 Artículos utilizados en Conceptualización con el aporte de cada autor.....	53
Tabla 9 Artículos utilizados en Estrategias con el aporte de cada autor.....	65
Tabla 10 Artículos utilizados en Características globales con el aporte de cada autor.....	78
Tabla 11 Artículos utilizados en determinantes de éxito con el aporte de cada autor.....	83

**Lista de figuras**

Figura 1 Publicaciones según el país. ....	19
Figura 2 Publicaciones por año. ....	20
Figura 3 Publicaciones por autor. ....	21
Figura 4 Palabras claves relacionadas en Vosviewer. ....	26
Figura 5 Diagrama de flujo PRISMA. ....	41
Figura 6 Red de co-ocurrencia de palabras claves en la base de datos Scopus. ....	45
Figura 7 Red de Co-citaciones de investigadores en la base de datos Scopus. ....	47
Figura 8 Red de Coautoría de investigadores en la base de datos Scopus. ....	49
Figura 9 Autores según el continente. ....	78

**Lista de apéndice**

**Apéndice A. Artículo de carácter publicable**

Los apéndices están adjuntos y se pueden visualizar en la base de datos de la biblioteca

UIS

## Resumen

**Título:** La economía plateada como motor para el turismo sostenible de adultos mayores:

Revisión de literatura \*

**Autor:** Juan Diego Amaya Umaña y Manuel Alejandro Gómez Ardila \*\*

**Palabra Clave:** Turismo plateado, turismo senior, estrategias turísticas, experiencias turísticas, comportamiento de viaje.

**Descripción:** El envejecimiento poblacional ha convertido a la economía plateada en un campo estratégico para el desarrollo de sectores como el turismo, debido a su capacidad para articular bienestar, inclusión y sostenibilidad. En este contexto, la presente investigación tuvo como objetivo realizar una revisión sistemática de literatura sobre las características, necesidades, estrategias y oportunidades del turismo dirigido a adultos mayores dentro del marco de la economía plateada. Metodológicamente, se diseñó un protocolo de revisión basado en los lineamientos PRISMA, con búsqueda en Scopus mediante una ecuación estructurada por categorías temáticas relacionadas con turismo senior, estrategias y comportamiento turístico. El análisis bibliométrico identificó 374 documentos, mientras que el proceso de selección permitió incluir 71 artículos para el análisis final, tras revisar 103 documentos y excluir 32 por no ajustarse a los criterios definidos. Los resultados evidencian un crecimiento sostenido de la producción científica, especialmente desde 2015, con mayor concentración en China, Estados Unidos y Australia. Asimismo, se identificaron tendencias asociadas con accesibilidad, bienestar, sostenibilidad, restricciones de viaje, comportamiento del turista senior y uso de tecnología. Se concluye que el turismo senior ha dejado de ser una segmentación etaria para consolidarse como un eje estratégico de la economía plateada, aunque persisten vacíos conceptuales, metodológicos y territoriales, especialmente en América Latina. Su fortalecimiento requiere gobernanza participativa, co-diseño con personas mayores, personalización de la oferta, accesibilidad, seguridad e integración tecnológica con criterios de usabilidad.

---

\* Trabajo de Grado

\*\* Facultad de Ingenierías Fisicomécanicas. Escuela de Estudios industriales y Empresariales. Director: Cristhian Andrés Vesga Bermejo. Magister en Banca y finanzas. Codirector: José Luis Garcés Bautista. Doctor en Administración y Dirección de Empresas

**Abstract**

**Title:** The Silver Economy as a Driver of Sustainable Tourism for Older Adults: A Literature Review \*

**Author(s):** Juan Diego Amaya Umaña and Manuel Alejandro Gómez Ardila \*\*

**Key Words:** Silver tourism, senior tourism, tourism strategies, tourism experiences, travel behavior.

**Description:** Population aging has made the silver economy a strategic field for the development of sectors such as tourism, due to its capacity to connect well-being, inclusion, and sustainability. In this context, this study aimed to conduct a systematic literature review on the main characteristics, needs, strategies, and opportunities of tourism for older adults within the framework of the silver economy. Methodologically, a review protocol was designed following PRISMA guidelines, using Scopus as the main database and a structured search equation focused on senior tourism, strategies, and travel behavior. The bibliometric analysis identified 374 documents, while the selection process led to the inclusion of 71 articles for the final review, after screening 103 records and excluding 32 that did not meet the established criteria. The findings show sustained growth in scientific production, especially since 2015, with China, the United States, and Australia leading the research output. The literature highlights major themes related to accessibility, well-being, sustainability, travel constraints, senior tourist behavior, and technological inclusion. The study concludes that senior tourism has evolved beyond a simple age-based segment and should be understood as a strategic axis of the silver economy. However, important conceptual, methodological, and territorial gaps remain, particularly in Latin America. Strengthening this field requires participatory governance, co-design with older adults, service personalization, accessibility, safety, and the integration of user-friendly technology.

---

\* Degree Work

\*\* Faculty of Physical-Mechanical Engineering. School of Industrial and Business Studies.

Director: Cristhian Andrés Vesga Bermejo. Master in Finance and banking.

Co-director: José Luis Garcés Bautista. Ph.D. in Business Administration and Management.

## Introducción

El envejecimiento poblacional representa uno de los cambios demográficos más importantes del siglo XXI, transformando la estructura social y económica de las naciones. La población mundial de personas mayores de 60 años se duplicará para el año 2050, pasando del 12% al 22%, lo cual genera desafíos y oportunidades para el desarrollo sostenible (Guadarrama-Atrizco et al., 2023). Bajo este panorama, surge la economía plateada entendida como el conjunto de actividades económicas vinculadas a las necesidades, capacidades y potenciales de la población de la tercera edad, cuya participación puede impulsar sectores estratégicos como el turismo, la salud y los servicios (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2020).

El turismo, por su actividad e impacto económico transversal, se posiciona como un motor clave dentro de esta economía. El turismo senior se encuentra en constante crecimiento, caracterizado por la libertad en el uso del tiempo, el equilibrio financiero y la oferta de planes y servicios que garantizan experiencias significativas. Los viajeros de este segmento priorizan destinos accesibles, seguros y sostenibles que fomentan el bienestar físico y emocional (Stanimir & Przybysz, 2024). Esta línea de turismo ofrece a los adultos mayores beneficios representados en salud, bienestar emocional y desarrollo social; A su vez impulsa la transformación del turismo y fortalece las economías locales.

Estudios demuestran que algunas de las motivaciones de viaje de este grupo etario se centran en el descanso, la socialización y la exploración cultural. Jang, Bai y Hu (2009) señalan la búsqueda de novedades y el bienestar emocional como los principales factores que determinan la intención de viajar, mientras que Sanchez-Ollero, Sanchez- Cubo y Urrestarazu (2025) resaltan el papel del ingreso y la estabilidad económica como variables determinantes del gasto turístico de personas mayores. También, Campolo, Giannetto, Lanfranchi y De

Pascale (2024) revelan que tras la pandemia de COVID-19, los turistas senior priorizan los destinos naturales, la seguridad y las actividades sostenibles, creando nuevas líneas de turismo responsable.

Una transformación relevante en este mercado es la participación y el liderazgo de mujeres mayores que disfrutan de la diversidad de propuestas turísticas individualmente o en grupos. Maiurro y Brando (2024) demuestran que las motivaciones de las viajeras senior incluyen independencia, autodescubrimiento y necesidad de seguridad, lo que ayuda a comprender este fenómeno desde una mirada de género. Esto demuestra que se requiere diseñar productos turísticos accesibles y empáticos, relacionados con la manera como se percibe el riesgo y las necesidades de estos grupos etarios, con propuestas innovadoras y sostenibles.

La presente investigación busca realizar una revisión sistemática de literatura con la cual se puedan identificar las principales estrategias, características y factores que favorecen el desarrollo del turismo dirigido a adultos mayores dentro del marco de la economía plateada. Este análisis permite mostrar la relación entre el turismo inclusivo, la sostenibilidad social y la ingeniería industrial, como mecanismo para optimizar procesos y servicios enfocados en este segmento poblacional, que impulse y fortalezca un modelo turístico sostenible y adaptable a los cambios demográficos recientes.

### Cumplimiento de objetivos

**Tabla 1**

*Cumplimiento de objetivos*

<b>N.º</b>	<b>OBJETIVO ESPECÍFICO</b>	<b>APARTADO SELECCIONADO</b>
1	Diseñar un protocolo de revisión de la literatura que defina los criterios, procedimientos y estrategias para la búsqueda, selección y análisis de estudios.	Cumplido. Se evidencia en 3.3. Criterios de inclusión y exclusión de estudios, 6. Metodología y en la Tabla 4. Actividades por desarrollar de acuerdo con la metodología PRISMA.
2	Ejecutar el protocolo de revisión sistemática de la literatura, a través de la selección y evaluación de la calidad de los estudios relevantes sobre economía plateada.	Cumplido. Se evidencia en 5. Metodología, donde se describe la aplicación del protocolo de revisión sistemática, la selección de estudios, la extracción de datos y la evaluación de la calidad metodológica.
3	Analizar las características y necesidades del turismo senior dentro del marco de la economía plateada, identificando oportunidades y desafíos para su desarrollo sostenible en el contexto latinoamericano.	Cumplido. Se evidencia en 7.1. Estrategias utilizadas en el turismo senior y en 7.2. Características del turismo senior, donde se analizan las necesidades, oportunidades y desafíos del turismo senior en distintos contextos, incluido el latinoamericano.
4	Consolidar los resultados obtenidos a través de la pregunta de investigación planteada en el protocolo de revisión sistemática de la literatura.	Cumplido. Se evidencia en 8. Determinantes de éxito, 9. Análisis crítico de resultados y 10. Conclusiones, apartados en los que se integran y consolidan los resultados obtenidos.
5	Realizar un artículo de carácter publicable que recopile los principales hallazgos de la investigación.	Cumplido. Se evidencia en el Apéndice A. Artículo de carácter publicable, en el que se recopilan los principales hallazgos de la investigación con proyección académica y de divulgación científica.

## **1. Objetivos.**

### **1.1. Objetivo General.**

Realizar una revisión sistemática de literatura sobre las características más relevantes y efectivas que contribuyan con el desarrollo del turismo dirigido a adultos mayores, identificando sus necesidades y oportunidades en el marco de la economía plateada.

### **1.2. Objetivos Específicos.**

1. Diseñar un protocolo de revisión de la literatura que defina los criterios, procedimientos y estrategias para la búsqueda, selección y análisis de estudios, en la que se sintetice la información disponible.
2. Ejecutar el protocolo de revisión sistemática de la literatura, a través de la selección y evaluación de la calidad de los estudios relevantes sobre economía plateada, teniendo en cuenta criterios y herramientas, que permitan caracterizar los enfoques y estrategias globales en este sector.
3. Analizar las características y necesidades del turismo senior dentro del marco de la economía plateada, identificando las oportunidades y desafíos para su desarrollo sostenible en el contexto latinoamericano, a partir de la inclusión tecnológica y la diversificación de la oferta turística.
4. Consolidar los resultados obtenidos a través de la pregunta de investigación planteada en el protocolo de revisión sistemática de la literatura, que profundice el conocimiento sobre enfoques, estrategias y desafíos de la economía plateada en el turismo senior a nivel global.

5. Realizar un artículo de carácter publicable que recopile los principales hallazgos de la investigación y contribuya como referencia académica para el fomento y desarrollo de la economía plateada.

## 2. Revisión de la Literatura

Se llevó a cabo una revisión de estado del arte con el objetivo de entender los enfoques y marcos conceptuales más importantes en torno a la economía plateada y su relación con el turismo sostenible para adultos mayores. Esta revisión permitió explicar cómo diversas investigaciones han abordado la adaptación de productos y servicios turísticos para este segmento poblacional, considerando factores como accesibilidad, bienestar y sostenibilidad.

En este análisis se compararon algunos estudios previos sobre las características del envejecimiento y las motivaciones de viaje en adultos mayores. También se analizaron los efectos al implementar las políticas y prácticas sostenibles en el desarrollo de los destinos turísticos, aportando una visión integral de los desafíos y oportunidades que presenta este campo en constante evolución.

Utilizando la base de datos Scopus se observaron artículos relacionados con el objetivo de la investigación, a los cuales se les analizó y se extrajeron las siguientes palabras claves las cuales se utilizarán para encaminarla:

**Tabla 2**

*Palabras claves.*

<b>Palabras Claves</b>	<b>Descripción breve</b>
Senior	Se refiere a las personas adultas mayores, generalmente aquellas de 60 años o más, que representan un segmento poblacional con características y necesidades específicas en cuanto a salud, movilidad, preferencias y dinámicas sociales (Ministerio de Salud y Protección Social, 2025; INEI, 2024).

---

Aging population	Se refiere al incremento del porcentaje de personas de edad avanzada dentro de una población general, resultado de mejoras en salud, nutrición y avances médicos (CEPAL, 2025).
Silver economy	Se refiere al conjunto de actividades económicas relacionadas con las necesidades, hábitos y consumo de la población adulta mayor, usualmente definida como la de 50 años o más (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020).
Travel Behavior	Se define como el conjunto de decisiones, motivaciones y hábitos específicos que las personas adoptan al planificar y realizar sus viajes (Crespo & Soria, 2019).
Service Desing	Es una disciplina que se enfoca en planificar y organizar los contactos, recursos y procesos involucrados en la prestación de un servicio para asegurar una experiencia satisfactoria al usuario (Stickdorn et al., 2018).
Tourism experiences	Son las percepciones, emociones y recuerdos que los turistas obtienen durante sus viajes, las cuales resultan de la interacción con el entorno, la cultura, los servicios y otros viajeros (Rosário, A. T., & Dias, J. C. 2024).

---

## 2.1. Análisis Bibliométrico

Se realizó un análisis utilizando una herramienta de datos de la biblioteca virtual de la Universidad Industrial de Santander. Para la búsqueda, se usó una ecuación con operadores lógicos como AND y el uso de comillas para delimitar términos exactos. Esto permitió identificar 374 documentos relevantes en la base de datos Scopus.

### 2.1.1. Criterios de inclusión en la bibliometría.

Para la construcción de la ecuación de búsqueda, se llevó a cabo un proceso de categorización y agrupación conceptual orientado a garantizar una búsqueda sistemática, precisa y coherente con el objetivo de la investigación. En primera instancia, se identificaron

los términos asociados al fenómeno de estudio, es decir, aquellos que representan el eje central de la revisión: el turismo enfocado en personas mayores. En este grupo se incluyeron expresiones como “senior tourism”, “elderly tourism”, “older adults tourism”, “aging population tourism” y “silver tourism”, con el propósito de abarcar la diversidad terminológica con la que la literatura se refiere a este segmento de turistas dentro de la economía plateada.

Posteriormente, se conformó un segundo grupo de palabras clave correspondiente al enfoque temático, orientado a identificar investigaciones que abordaran las prácticas, políticas y acciones implementadas para promover y adaptar la oferta turística a las necesidades de este público. En este conjunto se incorporaron términos como “strategies”, “marketing strategies”, “service design”, “accessibility strategies” y “silver strategies”, los cuales permiten explorar la dimensión de gestión y planificación dentro del turismo sénior, desde perspectivas de accesibilidad y diseño de servicios

Para finalizar, se estableció un tercer grupo de términos vinculados a el comportamiento y experiencia de los adultos mayores como turistas, con el fin de examinar cómo se manifiestan sus motivaciones, hábitos y percepciones frente a la actividad turística. Este grupo incluyó expresiones como “travel behavior”, “tourism preferences” y “tourism experiences”, que reflejan los patrones de comportamiento y las experiencias subjetivas del segmento sénior.

A partir de este análisis y categorización conceptual, se procedió a la construcción de la ecuación de búsqueda que orientará la revisión sistemática de literatura. La agrupación de los términos en tres categorías el fenómeno de estudio, el enfoque estratégico y el comportamiento y experiencia permitió integrar en una sola expresión los distintos aspectos teóricos y prácticos del turismo sénior en el contexto de la economía plateada.

Mediante operadores booleanos (OR, AND) se agrupan estas palabras en las categorías y se utilizan comillas para la delimitación a búsquedas exactas. Se aplicó filtro a Subject area “Business, Management and Accounting”, “Social Sciences”, “Economics, Econometrics and Finance”. Así mismo, a los tipos de documento “Article”, “Book chapter”, “Book” y a los idiomas “Spanish”, “English”.

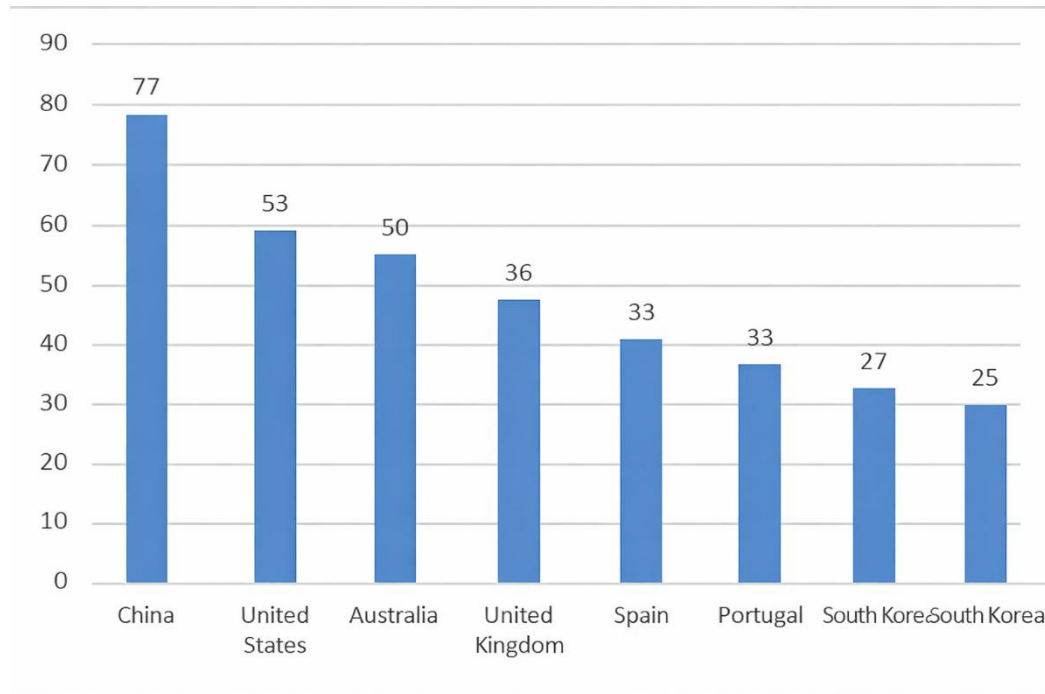
**Tabla 3***Ecuación de búsqueda.*

Base de datos	Ecuación de búsqueda	Resultados
SCOPUS	( "senior tourism" OR "elderly tourism" OR "older adults tourism" OR "aging population tourism" OR "Silver tourism" ) AND ( "strategies" OR "tourism strategies" OR "marketing strategies" OR "service design" OR "accessibility strategies" OR "Silver strategies" ) AND ( "travel behavior" OR "tourism preferences" OR "tourism experiences" ) AND ( LIMIT-TO ( SUBJAREA,"ECON" ) OR LIMIT-TO ( SUBJAREA,"SOCI" ) OR LIMIT-TO ( SUBJAREA,"BUSI" ) ) AND ( LIMIT-TO ( DOCTYPE,"ar" ) OR LIMIT-TO ( DOCTYPE,"ch" ) OR LIMIT-TO ( DOCTYPE,"bk" ) ) AND ( LIMIT-TO ( LANGUAGE,"English" ) OR LIMIT-TO ( LANGUAGE,"Spanish" ) )	374

**2.1.2. Análisis de publicación por país.**

En la figura 1 se muestra la distribución del número de publicaciones del tema investigado por país.

Se observa que China lidera ampliamente la producción académica con 77 publicaciones, posicionándose como el país con mayor interés investigativo en esta área. Le siguen Estados Unidos y Australia, con 53 y 50 publicaciones respectivamente, lo que refleja una presencia significativa de estudios en contextos desarrollados y con poblaciones envejecidas.

**Figura 1***Publicaciones según el país.*

En un nivel intermedio se ubican Reino Unido (36) y España (33). Finalmente, Portugal (27) y Corea del Sur (25) presentan una menor, pero aún notable producción académica, lo que sugiere un interés emergente en la región asiática y del sur de Europa.

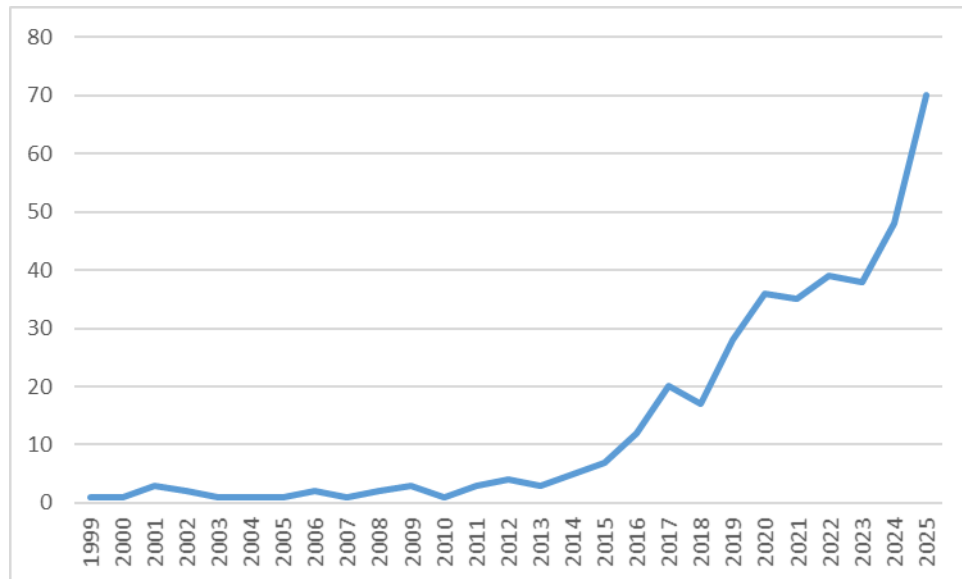
La gráfica evidencia una concentración de la investigación en países con altos niveles de desarrollo económico y demográfico avanzado como china (Grupo Banco Mundial, 2025), lo que podría asociarse con su experiencia en la atención a poblaciones envejecidas y la implementación de políticas de turismo inclusivo y sostenible.

### ***2.1.3. Análisis de publicación por año***

La figura 2 se observa la evolución del número de publicaciones relacionadas con el turismo de adultos mayores o turismo sénior a lo largo del tiempo. De manera general, se observa un crecimiento sostenido y significativo en la producción académica, especialmente a partir del año 2015.

**Figura 2**

*Publicaciones por año.*



La figura 2 muestra la evolución temporal de las publicaciones relacionadas con el turismo sénior y la economía plateada entre 1999 y 2025. Se observa un crecimiento progresivo hasta 2014, seguido de un aumento exponencial a partir de 2015, lo que evidencia la consolidación del tema como un campo emergente de investigación. Este incremento coincide con el reconocimiento global del envejecimiento poblacional como fenómeno socioeconómico clave y su impacto en el sector turístico (Amoretti, 2022).

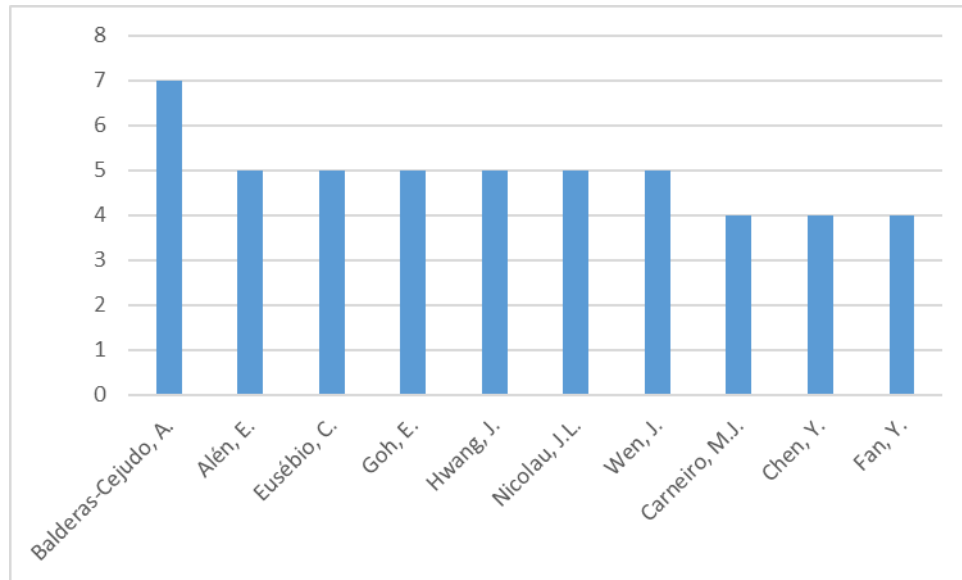
En particular, entre 2018 y 2025 se presenta el mayor número de publicaciones, alcanzando un punto máximo en 2025, lo que refleja el interés académico creciente por el turismo accesible, sostenible e inclusivo para adultos mayores. Estos resultados sugieren una tendencia sostenida de expansión del conocimiento en torno a la economía plateada, impulsada por la necesidad de adaptar productos y servicios turísticos a las demandas de una población envejecida.

#### ***2.1.4. Análisis de publicación por autor.***

En la Figura 3 se presentan los autores con mayor número de publicaciones relacionadas con el turismo sénior y la economía plateada, identificados a partir de la base de datos Scopus.

**Figura 3**

*Publicaciones por autor.*



Entre los autores más destacados como se presentarán en la tabla 2, se encuentra Adela Balderas, investigadora y profesora de la Universidad de Deusto (España), quien lidera con 7 documentos y 544 citaciones, centrando su trabajo en la dirección y gestión de empresas en el contexto del envejecimiento poblacional. Le siguen Elisa Alén González y María Celeste de Oliveira, ambas con experiencia en el estudio del turismo de adultos mayores, accesibilidad y sostenibilidad, con más de 2000 y 2600 citaciones respectivamente.

**Tabla 4**

*Autores con más publicaciones de economía plateada.*

Autor	Ocupación	Documentos de economía plateada	Documentos	Citaciones
Adela Balderas	Investigadora y profesora universitario de la Universidad de Deusto.	7	34	544

---

	Doctora en administración y dirección de empresas.			
Elisa Alén González	Profesora titular en el Departamento de Organización de Empresas y Mercadotecnia da Universidad de Vigo.	5	97	2018
María Celeste De Aguiar Eusébio	Profesor en turismo en el departamento de economía, administración, Ingeniería industrial y turismo de la universidad de Aveiro (Portugal).	5	133	2638
Edmund Goh	Profesor de Hotel and Tourism en la escuela de "Bond Business" en Bond University Australia.	5	77	3171
Jinsoo Hwang	Doctor en filosofía, Professor en Sejong University.	5	197	8679
Juan Luis Nicolau	Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Alicante (UA) y catedrático de Marketing.	5	183	5898
Wen Jun	Professor in Faculty of Hospitality and Tourism Management in Macau University of Science and Technology	5	126	4696
Maria João Aibéo Carneiro	Profesor in Tourism en la Universidad de Aveiro.	4	118	2845
Chen Jun	Profesor en la universidad de Nankai, Tianjin, China.	4	5	25
Yedan Fan	Doctor de filosofía de la universidad de ciencia de Malaysia.	4	8	106

---

Por su parte, Edmund Goh (Bond University, Australia) y Jinsoo Hwang (Sejong University, Corea del Sur) destacan por su alta productividad y elevado número de citas (3171 y 8679, respectivamente), lo que refleja su influencia global en el desarrollo teórico del turismo sénior, especialmente en temas de experiencia del turista y comportamiento del consumidor.

Otros autores relevantes como Juan Luis Nicolau (Universidad de Alicante), Wen Jun (Macau University of Science and Technology) y Maria João Aibéo (Universidad de Aveiro) aportan enfoques desde la economía, el marketing y la gestión de servicios turísticos.

#### ***2.1.5. Tesouro de términos***

Con el propósito de analizar la conceptualización y estrategias del turismo senior, así como de recopilar las estrategias, enfoques, prácticas y modelos que han mostrado mayor eficacia o recurrencia en la literatura, se realizó un proceso de cribado de la producción científica relevante. Se diseñó para asegurar que los estudios seleccionados fueran pertinentes y estuvieran directamente alineados con los objetivos de la investigación.

Por lo cual se procede a realizar la evaluación del título, resumen y palabras clave, con el fin de verificar que los documentos cumplieran con los objetivos de la investigación (relación explícita con turismo senior/silver tourism/economía plateada; enfoque en sostenibilidad, accesibilidad, bienestar, comportamiento del turista o gestión/diseño de servicios; tipos documentales e idiomas establecidos); y posteriormente la revisión del texto completo de los artículos potencialmente seleccionados, para confirmar que su contenido aportara evidencia sustantiva al análisis de estrategias y características del turismo senior, además de su relación con la sostenibilidad y la economía plateada.

Inicialmente se identificaron 103 documentos; tras la evaluación y lectura completa, se excluyeron 32 por no ajustarse al enfoque del estudio o no aportar evidencia directa a los objetivos planteados. En consecuencia, para el análisis final se incluyeron 71 artículos.

Con el fin de mejorar la consistencia de los términos y aumentar la calidad del análisis bibliométrico, se elaboró un tesoro para su uso en VOSviewer. Este recurso permitió normalizar las palabras clave, unificando variantes ortográficas (p. ej., inglés americano y británico), sinónimos, singular/plural y expresiones equivalentes que, de otro modo, habrían fragmentado artificialmente los resultados. Asimismo, el tesoro facilitó la depuración de términos poco informativos o redundantes, mejorando la precisión del análisis de co-ocurrencia y permitiendo identificar clústeres temáticos más representativos de la estructura conceptual de la literatura analizada. El tesoro de palabras clave se presenta en la tabla 5, donde se relacionan los términos seleccionados junto con su estandarización terminológica correspondiente.

**Tabla 5**

*Palabras claves identificadas en la base de datos de scopus.*

<b>LABEL</b>	<b>REPLACE BY</b>
ageing	aging population
aging	aging population
aging population	aging population
bibliometric analysis	bibliometric analysis
cluster analysis	bibliometric analysis
consumer behavior	consumer behavior
consumer behaviour	consumer behavior
consumption behavior	consumer behavior
covid-19	covid-19
elderly	elderly population
elderly population	elderly population
empirical analysis	bibliometric analysis
factor analysis	bibliometric analysis
healthy ageing	healthy aging
healthy aging	healthy aging
leisure	leisure
leisure industry	leisure

<b>LABEL</b>	<b>REPLACE BY</b>
leisure travel	leisure
motivation	motivation
motivations	motivation
older adults	elderly population
pandemic	covid-19
qualitative analysis	research
qualitative research	research
questionnaire survey	research
research	research
research work	research
senior	elderly population
senior tourism	senior tourism
senior tourist	senior tourism
senior tourists	senior tourism
seniors	elderly population
travel constraint	travel constraint
travel constraints	travel constraint
travel motivation	travel motivation
travel motivations	travel motivation
tourism	tourism
tourism development	tourism
tourism economics	tourism
tourism experience	tourism
tourism industry	tourism
tourism management	tourism
tourism market	tourism
tourist attraction	tourism
tourist behavior	tourist behavior
tourist destination	consumer behavior
travel	travel
travel behavior	travel
travel demand	travel
travel intention	travel

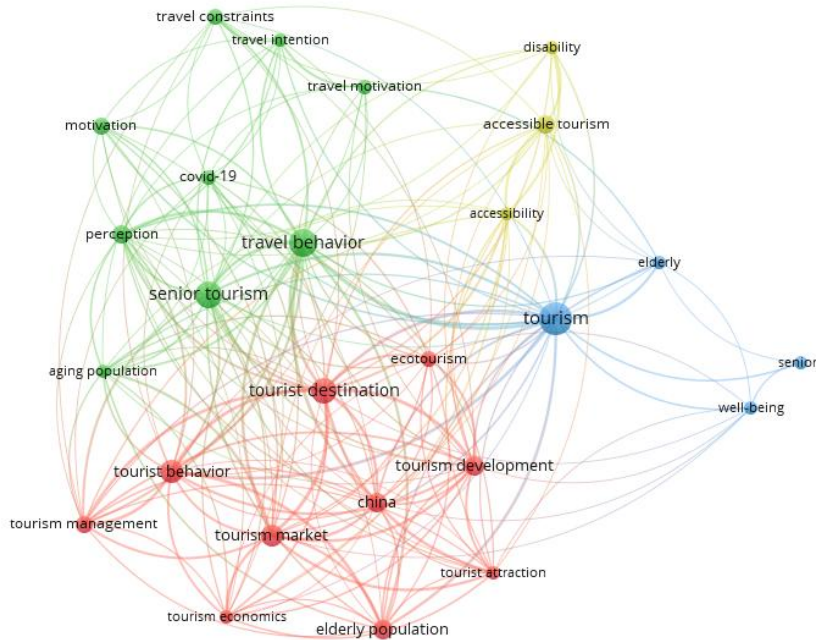
### ***2.1.6. Análisis de palabras clave.***

El análisis de co-ocurrencia de palabras clave se realizó utilizando el software VOSviewer, aplicando un umbral mínimo de 10 ocurrencias por término, con el fin de identificar los principales temas y tendencias de investigación vinculados al turismo sénior y la economía plateada. La Figura 4 muestra el mapa de red resultante, donde los nodos representan las palabras clave y el tamaño de cada nodo refleja la frecuencia de aparición. Las

conexiones entre los términos indican la fuerza de relación o co-ocurrencia, mientras que los colores agrupan los temas en diferentes clústeres temáticos.

#### Figura 4

*Palabras claves relacionadas en Vosviewer.*



En total se identificaron cuatro clústeres principales, que reflejan las líneas de investigación más relevantes en este campo:

Clúster 1 (verde): Este grupo agrupa términos como travel behavior, senior tourism, motivation, travel intention, perception y COVID-19. . La inclusión de “COVID-19” evidencia el impacto reciente de la pandemia en las dinámicas de viaje y en la percepción de riesgo de este grupo poblacional.

Clúster 2 (rojo): Incluye palabras como tourist destination, tourism development, tourism market, tourist behavior, tourism management, tourism economics y China. Este clúster se relaciona con los estudios que analizan la dimensión económica y de gestión del turismo sénior, destacando el papel de China como uno de los países con mayor producción académica e interés en el tema.

Clúster 3 (azul): Agrupa términos como tourism, well-being, elderly, y seniors. Este conjunto se asocia con las investigaciones que abordan la accesibilidad, la inclusión social y el

bienestar emocional de las personas mayores a través del turismo, reforzando la conexión entre el envejecimiento activo y la calidad de vida.

Clúster 4 (amarillo): Contiene términos como *accessible tourism*, *accessibility* y *disability*. Este clúster refleja la creciente atención hacia el diseño universal y las políticas de accesibilidad en los destinos turísticos.

### ***2.1.7. Análisis de factor de impacto.***

Se seleccionó el artículo “Exploring the essence of memorable tourism experiences” de Vincent Wing Sun Tung, profesor en la escuela de hotel y administración de turismo y J.R. Brent Ritchie presidente fundador del Consejo de Educación Turística de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT), presidente del Centro Mundial de Educación e Investigación Turística de la Universidad de Calgary. El artículo presenta 1143 citas y un gran Impacto de Citación Ponderado por Campo (FWCI) de 10.57, así mismo, se encuentra en el percentil 99, lo que representa que se ha citado diez veces más que la media para trabajos similares en su contexto. Este artículo es relevante para el proyecto, ya que investiga cómo las personas pueden crear experiencias.

### **2.2. Análisis preliminar de la literatura.**

La literatura reciente sobre turismo sénior y economía plateada evidencia un creciente interés por comprender los factores que impulsan la participación de los adultos mayores en actividades turísticas, así como los retos que plantea el envejecimiento poblacional para el sector. Diversos estudios coinciden en que el turismo constituye una de las áreas con mayor potencial dentro de la economía plateada, al generar beneficios tanto económicos como sociales y emocionales.

Guadarrama-Atrizco, Pedraza-Amador, Coronado-Meneses y González-Cadena (2023) resaltan que el pleno disfrute de una mayor longevidad está esencialmente ligado a la salud y a la participación económica de las personas mayores. En este contexto, el turismo se

perfila como una actividad estratégica, no solo impulsando el crecimiento, sino también fomentando el bienestar mental y la integración social. Los autores resaltan el potencial de este grupo etario para convertirse en participantes activos de la cadena de valor turística. Al compartir sus conocimientos culturales y patrimoniales, se abren nuevas vías de empleo y formación centradas en la sostenibilidad y la inclusión.

El fenómeno del turismo femenino sénior es objeto de análisis por Maiurro y Brandão (2023), quienes exploran las motivaciones y las percepciones de riesgo de mujeres brasileñas de mediana y avanzada edad que viajan solas o en grupo. Su trabajo demuestra que este tipo de viaje potencia la independencia, el empoderamiento y el equilibrio emocional. Sin embargo, la seguridad personal sigue siendo la principal inquietud. Factores como la violencia, el acoso y las propias limitaciones de salud influyen significativamente en la elección de destinos, donde la accesibilidad y la ubicación del alojamiento resultan cruciales. Las investigadoras concluyen que los riesgos percibidos están más asociados al género que a la edad, lo cual restringe las oportunidades de viaje y exige el desarrollo de políticas turísticas con una clara perspectiva de género para garantizar experiencias seguras.

En un mundo cada vez más conectado, Jiang, Hasan y Ahmad (2025) examinan cómo las redes sociales impactan en la imagen de marca y el apego emocional de los turistas sénior. A través de la Teoría del Apego y el modelo Estímulo-Organismo-Respuesta (S-O-R), sus hallazgos indican que la interacción digital mejora la percepción de las marcas y consolida la lealtad hacia las experiencias turísticas. Un factor clave que emerge es la alfabetización digital: los adultos mayores con mayores competencias tecnológicas logran establecer vínculos más fuertes con las marcas en línea.

La adaptación de la industria ante el envejecimiento demográfico es explorada por Stanimir y Przybysz (2024) en el contexto de Polonia. Aunque muchas empresas ya han

ajustado sus ofertas para satisfacer las necesidades de movilidad, accesibilidad y tecnología de este público, los autores identifican que la baja participación turística no siempre obedece a razones financieras o de salud. También influyen factores conductuales y culturales, como la preferencia por el entorno doméstico. Además, al notar mayores limitaciones físicas en las mujeres mayores, se refuerza la necesidad de un diseño de productos con enfoque de género y accesibilidad universal.

Campolo, Giannetto, Lanfranchi y De Pascale (2024) analizaron el comportamiento de los turistas mayores en Italia, comparando el período pre y postpandemia del COVID-19. El estudio revela cambios significativos en la duración de las estancias y las preferencias de alojamiento, antes de la pandemia había una fuerte correlación entre la decisión y el tiempo de viaje, este vínculo se ha debilitado primando ahora la seguridad. Se detectó un mayor interés por experiencias rurales, de naturaleza y de bienestar, afianzando una inclinación hacia el turismo sostenible y de bajo impacto. Por ello, la industria turística debe priorizar la flexibilidad, la seguridad y la sostenibilidad en su oferta orientada al mercado sénior.

### **3. Planteamiento del problema.**

El mercado de turismo para adultos mayores ha venido creciendo debido a su tamaño y potencial económico. Este potencial se debe a que la población de adultos mayores proyecta un aumento del 12% al 22% entre los años 2015 y 2050 a nivel mundial. (World Health Organization, 2024). Factores emocionales y motivacionales, como la búsqueda de novedades y el bienestar social, influyen significativamente en la intención de viajar de este segmento poblacional (Jang, Bai & Hu, 2009). Los adultos mayores viajan motivados por la necesidad de descanso, socialización y experiencias nuevas, aspectos importantes para diseñar productos turísticos que respondan eficazmente a sus expectativas dentro de la economía plateada. Además, la integración del turismo sostenible, a través de la valorización de espacios verdes y

atractivos naturales, contribuye al de desarrollo económico local, la generación de empleo y la conservación ambiental, crean un marco propicio para la oferta turística inclusiva y responsable, que beneficie tanto a la población adulta mayor como a las comunidades receptoras (Ijatuyi, Yessoufou & Patrick, 2025).

El departamento de Santander en 2024 se destacó como un destino turístico clave en Colombia, con importantes inversiones y proyectos que han impulsado el desarrollo sostenible del sector. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se han destinado recursos superiores a \$10 mil millones para fortalecer la infraestructura turística en 43 municipios, promoviendo la señalización digital, el apoyo a MiPymes, y la construcción de embarcaderos para el turismo de aventura y cultural, con el objetivo de consolidar un turismo sostenible y descarbonizado en la región (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2024). Por su parte, la Cámara de Comercio de Bucaramanga en 2024, resalta la importancia de municipios patrimoniales como Barichara, El Socorro y San Juan de Girón, donde se trabaja en diagnósticos y fortalecimiento para ampliar la oferta turística, valorando la historia y cultura local como elementos diferenciadores para el turismo regional y nacional (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2024). Según el Observatorio de Turismo de Bucaramanga en 2024, el 15% de los turistas que visitan los puntos de información turística son adultos mayores de 60 años, mostrando una significativa participación de este grupo en el sector (Observatorio de Turismo de Bucaramanga, 2024). Estos datos reflejan el crecimiento del sector turístico y la creación de empleo, benefician el desarrollo del turismo para adultos mayores y la importancia del emprendimiento e innovación en Santander, que facilita la oferta de este sector productivo.

A partir de esta información se evidencia el papel preponderante de la ingeniería industrial, ya que permite convertir desafíos demográficos en oportunidades económicas a

través del uso de herramientas que favorecen el mejoramiento de procesos, productos y servicios, dirigidos a este grupo poblacional.

El desarrollo de este tipo de proyectos fortalece al ingeniero industrial pues pone a prueba sus competencias profesionales frente a un campo emergente de investigación y aplicación: La economía plateada en el turismo. El uso de metodologías orientadas a mejorar la gestión de servicios inclusivos para los adultos mayores, amplía las estrategias que derivan en efectividad y crecimiento del campo de acción para esta rama de la ingeniería. Particularmente se observa la integración de conceptos como calidad, inclusión, demanda y accesibilidad con los que se fortalece la disciplina industrial al demostrar su aplicabilidad en un sector poco explorado de la economía (CEPAL, 2022; Zhang & Xu, 2023). Además, se desarrollan lineamientos que permiten evaluar impactos económicos, sociales y ambientales partiendo del concepto de sostenibilidad, lo que facilita la construcción de modelos de gestión integrales desde un enfoque de innovación social.

Este proyecto también propone lineamientos para la toma de decisiones frente al sector de turismo, el cual requiere de un análisis interdisciplinar, académico y práctico que potencie la competitividad regional y nacional teniendo en cuenta conceptos como: eficiencia en la gestión de recursos, rediseño de procesos e implementación de mejoras orientadas a la satisfacción del usuario. De esta forma la ingeniería industrial se muestra como un motor de desarrollo sostenible expandiendo las fronteras de aplicación con conocimientos replicables en otros territorios y sectores vinculados al envejecimiento poblacional.

La pregunta de investigación se considera como el eje central de este estudio y se formula con el fin de profundizar el estado actual del conocimiento sobre el turismo senior en el marco de la economía plateada, a partir de la identificación de características, necesidades, oportunidades y desafíos que permitan potenciar su desarrollo sostenible. Se hace necesario

profundizar en el conocimiento del turismo senior dentro de la economía plateada, con el fin de comprender sus dinámicas, particularidades y potencial de desarrollo. Por ello, la presente investigación se orienta a identificar los elementos clave que permitan fortalecer este segmento turístico desde una perspectiva sostenible.

¿Cuáles son las principales características y necesidades del turismo senior dentro del contexto de la economía plateada que permiten aprovechar las oportunidades y superar los desafíos para impulsar un desarrollo turístico sostenible?

#### **4. Marco de Referencia.**

La evolución del turismo senior y la economía plateada, actúa en base a las transformaciones demográficas y sociales que han impactado el sector turístico internacional durante la última década, tanto Europa como América Latina. El envejecimiento poblacional ha impulsado el surgimiento de marcos conceptuales y metodológicos que reconocen a las personas mayores como actores clave en la generación del valor económico, la innovación social y el desarrollo inclusivo dentro de las industrias de servicio y ocio (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020; Fundación SIDOM, 2023).

Sin embargo, y pese al avance en la literatura reciente persisten algunos vacíos en el conocimiento y aplicación entorno al turismo senior dentro de la economía plateada, la mayoría de las investigaciones internacionales se enfocan en el análisis de motivaciones y características demográficas, mientras que aspectos como la escasa segmentación entre subgrupos de adultos mayores, la falta de estudios sobre la digitalización y las nuevas tecnologías han sido poco exploradas (UNWTO, 2019; Fransi et al., 2017; Ferrando, 2020).

Otro vacío es la limitada evidencia empírica sobre contextos latinoamericanos, ya que los estudios predominan enfocados en Europa, especialmente España, Italia y Polonia, esto dificulta comprender la diversidad cultural, económica y social en países con mercado senior

emergente como Colombia. También, hay escasez de análisis sobre el impacto de las nuevas tecnologías y la transformación digital en la inclusión, accesibilidad y producción de valor para personas mayores en el sector turístico. De este modo, persisten retos para adaptar la oferta turística a la diversidad de necesidades y experiencias de este grupo poblacional (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020; Marketing OBS Latam, 2023; Ferrando, 2020).

#### **4.1. Marco de Antecedentes.**

El envejecimiento demográfico se ha convertido en uno de los mayores desafíos socioeconómicos a nivel mundial. Cada vez más personas superan los 60 años, este crecimiento representa retos y nuevas oportunidades para los sectores productivos y de servicios. Ante esta realidad, el turismo actual busca ir más allá del simple ocio, alineándose con propósitos de bienestar, innovación tecnológica y sostenibilidad ambiental, integrando lo que hoy conocemos como economía plateada.

El turismo surge como una de las actividades con más proyección dentro de la economía plateada. Este sector no solo promueve la economía, sino que también contribuye a la calidad de vida de las personas mayores. Diversos estudios señalan que el turismo senior permite el fortalecimiento físico, emocional y social de los adultos mayores, y a su vez ayuda a equilibrar la oferta turística y la integración entre generaciones (Stanimir & Przybysz, 2024). Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) la participación de las personas mayores en el turismo constituye un medio fundamental para promover un envejecimiento activo, fortaleciendo su salud y sentido de inclusión.

En Europa, el turismo senior ha evolucionado siendo un nicho creciente que requiere, accesibilidad, seguridad y sostenibilidad. Según Campolo, Giannetto, Lanfranchi y De Pascale (2024), los mayores tienden a preferir destinos naturales, menos masificados y más orientados al bienestar, especialmente tras la pandemia de COVID-19, que modificó significativamente

los patrones de viaje. Dicho estudio destaca que el contacto con la naturaleza y las actividades recreativas al aire libre promueven un envejecimiento saludable y una mayor satisfacción vital.

Desde un punto de vista económico, Sánchez-Ollero, Sánchez-Cubo y Urrestarazu (2025) evidenciaron que factores como la renta disponible, la situación laboral del hogar y el tamaño del municipio de residencia determinan el gasto turístico de los mayores en Europa. Lo que demuestra que los adultos mayores mantienen patrones de consumo estables, aunque se vean condicionados por sus ingresos. El gasto en turismo está principalmente relacionado con seguridad financiera lo que refuerza la importancia de políticas públicas que garanticen pensiones adecuadas y oportunidades de ocio accesibles.

De manera complementaria, Markiewicz-Patkowska, Forlicz, Karpiski y Tabari (2024) analizaron los factores socioeconómicos que influyen en las decisiones de viaje de los adultos mayores en Polonia, encontrando que el nivel educativo, el ingreso y la situación familiar determinan el tipo de agencia o modalidad turística elegida. Los seniors con mayores ingresos tienden a recurrir a agencias nacionales o internacionales, mientras que aquellos con menos recursos prefieren clubes de adultos mayores o viajes organizados por parroquias. Lo que muestra una diversidad del mercado senior y la necesidad de segmentar la oferta.

En base a estos planteamientos se evidencia que el turismo senior se ha consolidado como un fenómeno complejo y transversal, condicionado por factores demográficos, económicos, psicológicos y culturales. En Latinoamérica, sin embargo, persiste un vacío de investigación aplicado a contextos locales y estrategias de gestión turística sostenible centradas en la población mayor. De ahí la relevancia de estudiar este fenómeno desde un enfoque industrial y sostenible, para promover el bienestar de los adultos mayores y el fortalecimiento de la economía plateada a nivel regional.

#### **4.2. Marco Teórico.**

#### **4.2.1. Revisión sistemática**

Una revisión sistemática es un tipo de estudio científico, en el que se recopila toda la información generada por investigaciones de un tema o pregunta determinados. Las revisiones sistemáticas tienen como objetivo proporcionar una síntesis completa e imparcial de varios estudios relevantes en un solo documento utilizando métodos rigurosos y transparentes. Utiliza métodos sistemáticos y explícitos, que se eligen con el fin de minimizar sesgos, aportando así resultados más fiables a partir de los cuales se puedan extraer conclusiones y tomar decisiones (Manterola, 2013).

#### **4.2.2. Bibliometría**

Herramienta cuantitativa que se enfoca en el análisis de la producción científica a través de indicadores como el número de publicaciones, citas y redes de colaboración entre autores. Su importancia radica en que permite evaluar el impacto del conocimiento generado, identificar tendencias y áreas emergentes, así como mapear la estructura y evolución de disciplinas científicas (Pritchard, 1969). Esta disciplina se complementa con la cienciometría para ofrecer una visión integral del comportamiento del sistema científico y su dinámica cuantitativa.

#### **4.2.3. Estado del arte**

El estado del arte es un estudio analítico del conocimiento acumulado que hace parte de la investigación documental (la cual se basa en el análisis de documentos escritos) y que tiene como objetivo inventariar y sistematizar la producción en un área del conocimiento, ejercicio que no se debe quedarse tan solo en el inventario, sino que debe trascender más allá, porque permite hacer una reflexión profunda sobre las tendencias y vacíos en un área específica (Vargas y Calvo, 1987).

#### **4.2.4. “Silver Tourism”**

El silver tourism o turismo plateado se define de manera general como el conjunto de actividades de viaje, ocio y recreación realizadas por personas mayores de 50 años, con un enfoque en la comodidad, la accesibilidad, la seguridad y el enriquecimiento cultural. Según Smith (2018), este tipo de turismo se caracteriza por la preferencia de los viajeros sénior por alojamientos confortables, servicios adaptados y experiencias culturales significativas, que promueven bienestar y disfrute durante su tiempo libre.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020), el turismo plateado se ha convertido en un nicho clave dentro del sector global. Su enfoque es crear servicios a medida que realmente respondan a las necesidades de los adultos mayores, poniendo el foco en la salud, la seguridad y un ritmo de viaje más relajado. El objetivo es ofrecer experiencias que sean accesibles e inclusivas.

Por otro lado, estudios recientes (como el publicado en el Journal of Travel Research, 2019) confirman que este crecimiento está impulsado por una mayor participación de las personas mayores en actividades turísticas. ¿Las razones? Mejores condiciones de salud, más ingreso disponible y un fuerte deseo de viajar después de jubilarse. Por todo esto, este segmento se está consolidando como uno de los de mayor potencial en la economía plateada, ya que combina el disfrute personal con la sostenibilidad e inclusión en los destinos.

#### **4.2.5. “Silver Tourist”**

El concepto de "silver tourist" o turista sénior es un tema que, en la literatura, ha generado muchas interpretaciones, lo que hace difícil llegar a una definición clara y única. Por ejemplo, Pestana et al. (2019) señalan que la falta de acuerdo sobre este término dispersa la información en distintos subgrupos, complicando así su estudio sistemático. Esta diversidad de criterios es evidente en la forma en que cada autor establece las pautas para identificar a este tipo de viajero.

Algunos trabajos consideran la jubilación como el principal determinante para definir al turista sénior (Deng et al., 2022), mientras que otros se basan exclusivamente en la edad (Pak, 2020). Sin embargo, ambos enfoques presentan limitaciones: la jubilación no siempre implica vejez, del mismo modo que la edad avanzada no necesariamente conlleva el retiro laboral. Estas diferencias conceptuales pueden introducir sesgos en los estudios que dependen de datos secundarios o de fuentes heterogéneas.

Por tanto, en la presente investigación se adopta el criterio propuesto por Pestana et al. (2019), considerando como silver tourist o turista sénior a las personas mayores que participan activamente en actividades turísticas, independientemente de su situación laboral.

## 5. Metodología

De acuerdo con la revisión sistemática de la literatura necesaria para el desarrollo de este proyecto sobre turismo senior, se optó por diseñar un protocolo de revisión siguiendo los lineamientos de la declaración Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA). Esta metodología proporciona un marco estructurado y transparente que asegura la calidad, rigurosidad y relevancia en los procesos de búsqueda, selección y análisis de las fuentes académicas consultadas. Se llevó a cabo este diseño metodológico, en la Tabla 6 se presentan las actividades específicas que se desarrollaron, alineadas a los objetivos planteados en la investigación.

### Tabla 6

*Actividades por desarrollar de acuerdo con la metodología PRISMA.*

<b>Objetivo específico</b>	<b>Actividades desarrolladas</b>
Objetivo específico 1: Diseñar un protocolo de revisión de la literatura que defina los criterios, procedimientos y estrategias para	1. Formulación de la pregunta de revisión: delimitar el eje central del análisis temático,

---

la búsqueda, selección y análisis de garantizando pertinencia con los objetivos estudios, en la que se sintetice la del proyecto.

información disponible.

2. Definición de criterios de inclusión y exclusión: establecer, de manera anticipada, los parámetros para seleccionar o descartar estudios, considerando tipo de documento, periodo, idioma y calidad metodológica.

3. Implementación de la búsqueda documental: ejecutar búsquedas exhaustivas en bases de datos científicas como Scopus, empleando términos clave y operadores booleanos para maximizar la recuperación de información.

Objetivo específico 2: Ejecutar el protocolo de revisión sistemática de la literatura, a través de la selección y evaluación de la calidad de los estudios relevantes sobre economía plateada, teniendo en cuenta criterios y herramientas, que permitan caracterizar los enfoques y estrategias globales en este sector.

4. Selección de estudios: aplicar los criterios de inclusión y exclusión previamente definidos para filtrar los documentos recuperados, evaluando títulos, resúmenes y, cuando sea necesario, el texto completo.

5. Extracción de datos: recopilar la información relevante de los estudios elegidos, asegurando coherencia con la pregunta de investigación y los objetivos.

6. Evaluación de la calidad de los estudios: realizar una evaluación crítica de la

---

---

rigurosidad metodológica de los estudios incluidos utilizando listas de chequeo o herramientas reconocidas para valorar la solidez científica.

Objetivo específico 3: Analizar las características y necesidades del turismo senior dentro del marco de la economía plateada, identificando las oportunidades y desafíos para su desarrollo sostenible en el contexto latinoamericano, a partir de la inclusión tecnológica y la diversificación de la oferta turística.

7. Análisis de casos relevantes: Examinar estudios, informes y experiencias documentadas de turismo senior y economía plateada, basados en modelos de desarrollo sostenible y buenas prácticas en Latinoamérica.

8. Identificación de oportunidades y desafíos: comparar los casos y literatura revisada para destacar tendencias, retos y potencialidades en la inclusión tecnológica y la diversificación de servicios turísticos para adultos mayores.

9. Descripción de necesidades específicas: sintetizar y caracterizar las principales demandas, barreras y preferencias del turismo senior en la región, considerando factores sociales, económicos y tecnológicos que afectan su desarrollo.

Objetivo específico 4: Consolidar los resultados obtenidos a partir de la pregunta de investigación planteada en el protocolo

10. Síntesis de resultados: consolidar y articular la información extraída de la

---



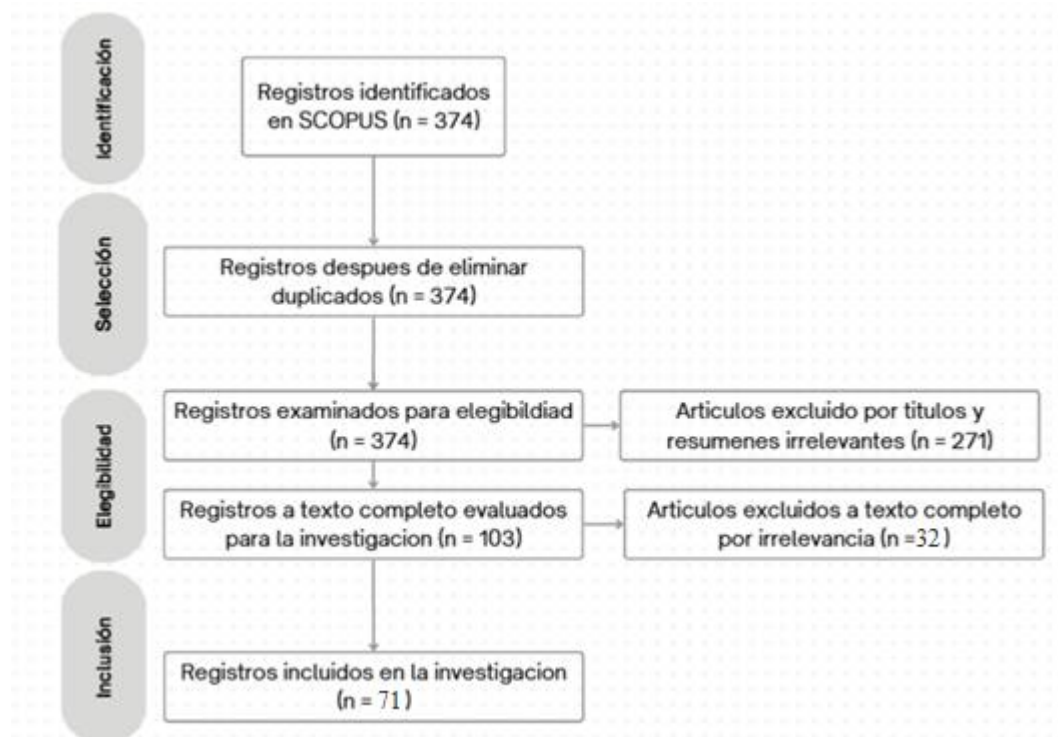
Evaluación preliminar: Se revisaron cuidadosamente los títulos y resúmenes para identificar estudios alineados con los objetivos de la revisión y aquellos que presentaran un marco teórico sólido, eliminando todos los que tenían un enfoque diferente o poco sustento teórico.

Examen detallado a texto completo: Los estudios seleccionados fueron sometidos a un análisis riguroso para verificar la coherencia y pertinencia con la pregunta de investigación, calidad metodológica y aportes científicos, excluyendo aquellos que carecieran de un sustento empírico claro, mostraran ambigüedad conceptual o que no aportaran un valor significativo.

Todo este proceso será documentado mediante un diagrama de flujo PRISMA en la figura 5, que muestra de manera detallada la cantidad de documentos identificados, seleccionados, excluidos y finalmente incluidos en la revisión garantizando la transparencia del proceso.

### Figura 5

*Diagrama de flujo PRISMA.*



## 6. Resultados

### 6.1. Clústeres

Las palabras claves presentes en los artículos Scopus permiten identificar tendencias y enfoques de investigación de los autores y la evolución de estos a lo largo de los años. La tabla 7 presenta la agrupación de palabras claves de la actual investigación.

**Tabla 7**

*Agrupación de palabras claves en Scopus.*

Cluster	Palabras clave
Cluster 1 (11 items)	bibliometric analysis, china, constraints, covid-19, domestic tourism, leisure, perception, segmentation, travel, travel constraint, travel motivation
Cluster 2 (11 items)	cultural tourism, grounded theory, heritage tourism, involvement, nostalgia, satisfaction, social media, south korea, theoretical study, tourism, tourist behavior
Cluster 3 (9 items)	accessibility, accessible tourism, consumer behavior, disability, people with disabilities, public transport, recreational activity, strategic approach, Taiwan
Cluster 4 (8 items)	aging population, elderly population, health, life satisfaction, mental health, psychology, quality of life, well-being
Cluster 5 (7 items)	adult, decision making, destination choice, healthy aging, motivation, senior tourism, wellness tourism
Cluster 6 (6 items)	ecotourism, research, social tourism, spain, sustainability, sustainable tourism

Después de aplicar el tesoro a la red de co-ocurrencias, se observa una reducción y normalización de las palabras clave, lo que permite identificar con mayor claridad los principales enfoques temáticos de la investigación en turismo senior. A partir de esta depuración, los términos se organizan en siete clústeres que representan diferentes líneas de investigación dentro del campo.

El Cluster 1 reúne términos como bibliometric analysis, china, constraints, covid-19, domestic tourism, leisure, perception, segmentation, travel, travel constraint y travel motivation. Este grupo se relaciona con investigaciones centradas en el comportamiento de viaje de los adultos mayores, las restricciones y motivaciones turísticas, así como en estudios de segmentación y análisis bibliométrico del campo. La presencia de China y COVID-19

sugiere, además, un interés reciente por comprender cómo factores contextuales y coyunturales han influido en la dinámica del turismo senior.

El Cluster 2 agrupa palabras como cultural tourism, grounded theory, heritage tourism, involvement, nostalgia, satisfaction, social media, south korea, theoretical study, tourism y tourist behavior. Este clúster se orienta hacia una visión sociocultural y experiencial del turismo, destacando el papel del patrimonio, la nostalgia y la satisfacción en la experiencia del turista mayor. Asimismo, la inclusión de términos teóricos y metodológicos indica que esta línea también ha sido abordada desde perspectivas conceptuales que buscan explicar el comportamiento turístico en contextos culturales específicos.

El Cluster 3 está conformado por términos como accessibility, accessible tourism, consumer behavior, disability, people with disabilities, public transport, recreational activity, strategic approach y taiwan. Este conjunto se enfoca en el turismo accesible e inclusivo, resaltando la importancia de la movilidad, el transporte, la eliminación de barreras y el diseño de estrategias orientadas a personas con discapacidad o limitaciones funcionales. En este sentido, el clúster refleja una preocupación por garantizar condiciones de participación más equitativas dentro de la actividad turística.

El Cluster 4 agrupa aging population, elderly population, health, life satisfaction, mental health, psychology, quality of life y well-being. Este clúster se vincula con las investigaciones que analizan el turismo como un factor asociado al envejecimiento saludable y al bienestar integral de las personas mayores. La concentración de términos relacionados con salud física, salud mental y calidad de vida evidencia que una parte importante de la literatura entiende el turismo senior como una práctica capaz de contribuir al bienestar emocional, psicológico y social.

El Cluster 5 incluye adult, decision making, destination choice, healthy aging, motivation, senior tourism y wellness tourism. Este grupo se centra en la toma de decisiones del turista senior, particularmente en los factores que influyen en la elección del destino, las motivaciones de viaje y la relación entre turismo, envejecimiento saludable y bienestar. Este clúster sugiere que la literatura ha prestado atención a la forma en que los adultos mayores planifican sus viajes y seleccionan experiencias alineadas con sus necesidades y expectativas.

El Cluster 6 reúne ecotourism, research, social tourism, spain, sustainability y sustainable tourism. Este clúster se orienta hacia el turismo sostenible y social, mostrando una línea de investigación interesada en la relación entre turismo senior, sostenibilidad y desarrollo responsable. La presencia de España como término asociado sugiere que este contexto geográfico ha sido relevante en la producción académica sobre prácticas turísticas sostenibles aplicadas a la población mayor. Se identificaron 1.737 términos con un mínimo de 5 ocurrencias por palabra. De este total, 57 términos cumplen con el umbral establecidos.



productos, servicios y destinos a las necesidades de los adultos mayores. refleja una perspectiva más amplia donde el estudio de los adultos mayores se inserta dentro del campo general de la investigación turística. Las conexiones con palabras clave como *motivation*, *consumer behavior*, *bibliometric analysis* y *well-being* sugieren que gran parte de la investigación se ha centrado en analizar los patrones de comportamiento, segmentación y experiencias de los turistas mayores dentro del sistema turístico global. Además, la presencia de términos como *accessible tourism*, *aging* y *senior* indica que el envejecimiento poblacional se ha convertido en un factor estructural relevante para el desarrollo del turismo contemporáneo.

El nodo *senior tourism*, indica que este concepto funciona como el eje central que articula la mayor parte de la producción científica del campo en 2022. A su alrededor se observan conexiones con términos como *motivation*, *elderly population*, *aging* y *travel intention*, lo que sugiere que una parte importante de la investigación se ha enfocado en comprender el

El nodo *travel constraints*, muestra una línea de investigación más reciente (2023) enfocada en identificar las limitaciones o barreras que enfrentan los adultos mayores al participar en actividades turísticas. Las conexiones con términos como *motivation*, *travel*, *revisit intention* y *senior* indican que los estudios se han orientado a analizar cómo estas restricciones influyen en la toma de decisiones de viaje. Asimismo, la presencia de palabras clave como *accessible tourism* y *healthy aging* sugiere que la investigación ha comenzado a explorar estrategias para reducir estas barreras mediante el desarrollo de entornos turísticos más accesibles e inclusivos. También aparecen elementos contextuales como *covid-19*, lo que indica que eventos recientes han introducido nuevas dimensiones de análisis relacionadas con la seguridad, la salud y la percepción de riesgo en el turismo senior.

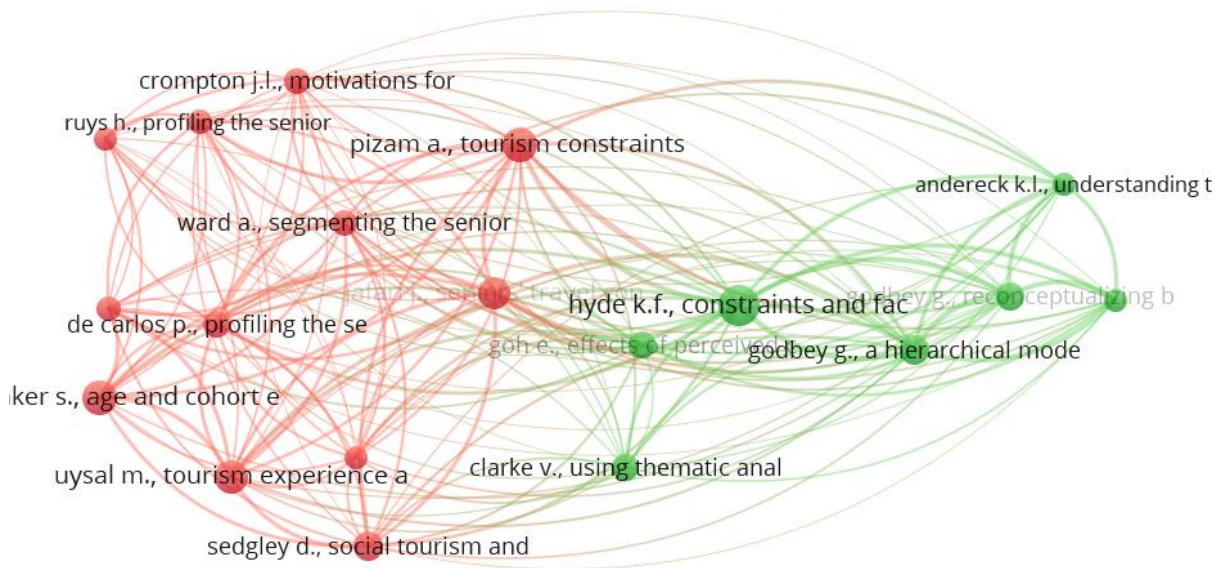
## 6.2 Red de co-citaciones

La red de co-citaciones, como se observa en la figura 6 muestra la estructura de colaboración académica dentro del campo del turismo senior, evidenciando la presencia de dos clústeres principales de investigación que se encuentran conectados entre sí por algunos autores puente.

Se identificaron 39.578 citas de una referencia citada con un mínimo de 20. De este total, 19 términos cumplen con el umbral establecidos.

### Figura 7

*Red de Co-citaciones de investigadores en la base de datos Scopus.*



En la figura 7 se observa la red de co-citaciones de scopus usando VosVierwer en la cual el clúster ubicado a la izquierda (en rojo) agrupa autores que han trabajado principalmente en temas relacionados con segmentación del mercado senior, motivaciones de viaje y comportamiento turístico, donde destacan contribuciones como las de Crompton, Ward, De Carlos y Uysal, quienes han abordado el perfil del turista mayor, sus motivaciones y las características de este segmento dentro del mercado turístico. La alta densidad de conexiones dentro de este grupo indica un nivel considerable de interacción académica y citación mutua entre investigadores interesados en el análisis del turista senior como segmento de mercado.

Por otro lado, el clúster ubicado a la derecha (en verde) reúne autores asociados principalmente al estudio de restricciones, facilitadores y marcos conceptuales del comportamiento turístico, destacándose referencias clásicas como Godbey, Anderck y Hyde. Este grupo se relaciona con el desarrollo de modelos teóricos ampliamente utilizados en la literatura del ocio y turismo, particularmente el modelo jerárquico de restricciones al ocio, el cual ha sido aplicado posteriormente para comprender las limitaciones que enfrentan distintos grupos poblacionales, incluidos los adultos mayores. La conexión entre ambos clústeres sugiere que la investigación sobre turismo senior se ha nutrido de dos tradiciones académicas complementarias: por un lado, los estudios de mercado y segmentación turística, y por otro, los enfoques teóricos provenientes de la investigación en ocio y comportamiento turístico.

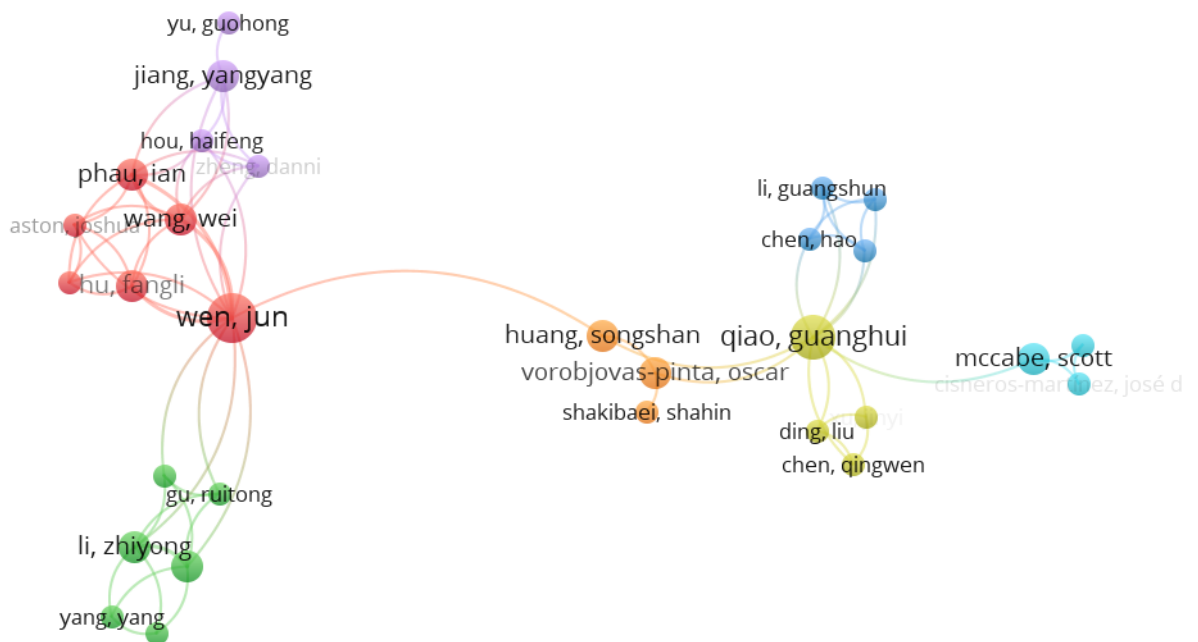
### **6.3. Red de coautoría**

El mapa de coautoría muestra la estructura de colaboración entre investigadores que publican sobre turismo senior. La figura 8 nos muestra la red de coautoría de la base de datos. La red se organiza en varios clústeres diferenciados por colores, lo que indica la existencia de grupos de investigación relativamente cerrados que colaboran con frecuencia entre sí.

Se identificaron 1.132 autores con un mínimo de 1 documento por autor y una citación como mínimo. De este total, 31 términos cumplen con el umbral establecidos.

**Figura 8**

*Red de Coautoría de investigadores en la base de datos Scopus.*



El nodo más destacado es Wen, Jun, quien aparece como uno de los autores con mayor número de conexiones dentro de la red. Este autor se vincula con varios investigadores cercanos como Wang, Wei, Zhu, Fangli y Phau, Ian, formando un clúster sólido que sugiere una línea de investigación consolidada. Además, Wen, Jun actúa como puente entre diferentes grupos, ya que mantiene conexiones con otros autores fuera de su clúster inmediato, lo que indica un papel relevante en la articulación de colaboraciones dentro del campo.

Otro grupo importante se organiza alrededor de Qiao, Guanghui, quien también presenta múltiples vínculos con autores como Chen, Qingwen, Ding, Liu, Chen, Hao y Li, Guangshun. Este clúster sugiere la presencia de un segundo núcleo activo de producción científica, probablemente asociado a instituciones o equipos de investigación específicos. Asimismo, aparece un pequeño grupo liderado por Huang, Songshan, conectado con autores como Vorobjova-Spinta, Oscar y Shakibaei, Shahin, lo que podría reflejar colaboraciones internacionales o redes académicas más especializadas. También se observa un clúster

separado encabezado por McCabe, Scott, con pocas conexiones hacia el resto de la red, lo que sugiere que algunos investigadores trabajan en líneas paralelas con menor interacción directa con otros grupos.

La red evidencia que la investigación en turismo senior presenta una estructura de colaboración fragmentada en varios núcleos, donde algunos autores funcionan como puntos centrales dentro de sus grupos, pero con limitadas conexiones entre clústeres, Aunque existen equipos de investigación consolidados, todavía hay oportunidades para fortalecer la colaboración internacional y la integración entre diferentes comunidades académicas dentro del campo del turismo senior.

### **7. Conceptualización del turismo senior**

En los aportes más recientes, el turismo senior se conceptualiza como un campo que excede la segmentación por edad y exige una mirada integral que conecte industria turística, sociedad y persona. Domínguez Vila plantea que no existe unanimidad en la definición del “turista senior” y subraya que la edad opera tanto como criterio cronológico (p. ej., jubilación) como edad autopercebida (estilos de vida, actitudes e intereses), lo que obliga a reconocer la heterogeneidad interna del segmento (Domínguez Vila, 2024)

Además, el concepto se vincula explícitamente con la accesibilidad y la discapacidad (por la relación entre envejecimiento y limitaciones funcionales) y se inserta en marcos contemporáneos de política pública como la Agenda 2030, reforzando la idea de que el turismo senior también debe pensarse en términos de inclusión, calidad de vida y bienestar (Domínguez Vila, 2024).

En América Latina, un giro conceptual relevante aparece cuando se cuestiona que la edad cronológica sea suficiente para comprender las experiencias turísticas en la vejez. En el caso de México, se argumenta que la investigación previa se ha concentrado mayormente en el

Norte Global y ha ignorado cómo los contextos socioculturales configuran restricciones y facilitadores del viaje. Desde esta perspectiva, se propone entender el turismo senior como un constructo sociocultural (más que solo un “mercado”), donde significados sociales —por ejemplo, el valor cultural de la familia— inciden en motivaciones, experiencias y limitaciones para viajar (Monterrubio et al., 2024). En consecuencia, el “momento de cambio” aquí es doble: (i) se desplaza el foco desde lo fisiológico/biológico hacia lo sociocultural; y (ii) se critica la “rigidez” del criterio cronológico para explicar la diversidad real de trayectorias y condiciones de vida en la vejez (Monterrubio et al., 2024).

Un segundo cambio reciente en la conceptualización se observa con la expansión del término “silver tourism” (turismo plateado) y su anclaje en dinámicas de consumo, relaciones y comunicación. Buzulukova y Lobova describen que el perfil del turista “plateado” se transforma: se trata de personas mayores con estilos de vida activos, en muchos casos aún vinculadas al trabajo, con ahorros y disposición a destinar recursos al viaje; además, enfatizan la heterogeneidad del grupo y la necesidad de comprender necesidades, preferencias y limitaciones para diseñar productos y comunicaciones adecuadas (Buzulukova & Lobova, 2023). Un punto conceptual clave es la discusión del umbral etario: en algunos estudios se utiliza 50+, en otros 65+, y se recomienda considerar no solo edad “pasaporte” sino también edad cognitiva/autopercibida, lo cual reordena cómo se define “lo senior” en turismo (Buzulukova & Lobova, 2023).

En trabajos que consolidan el debate contemporáneo, el concepto también se tensiona por sus efectos normativos. Stončikaitė analiza el “senior leisure tourism” como un mercado en expansión que, al articularse con nociones occidentales y neoliberales de “envejecimiento exitoso”, puede generar un efecto ambivalente: por un lado, visibiliza beneficios del viaje en bienestar y salud psicológica; por otro, puede profundizar desigualdades y reforzar presiones consumistas sobre cómo “debería” vivirse la vejez (Stončikaitė, 2022).

Kelly y Kelliher señalan que, aunque el interés en turismo senior crece, el segmento no está claramente definido y suele ser tratado erróneamente como homogéneo; por eso lo conectan con el marco de la economía plateada (frecuentemente asociada a 50+), insistiendo en que su aprovechamiento requiere reconocer diversidad de necesidades y demandas (Kelly & Kelliher, 2022).

A la vez, Gabruč y Medarić amplían la conceptualización desde la política social y muestran que el turismo senior también puede comprenderse mediante el lente de restricciones negociables y apoyos: proponen que el “travel social support” (apoyos sociales antes/durante/después del viaje) es central para enfrentar incertidumbres de viaje, financieras y de movilidad en programas de turismo social para mayores (Gabruč & Medarić, 2022).

En antecedentes inmediatos, la conceptualización se apoya más explícitamente en el valor económico y en atributos diferenciales del segmento. Teruel-Sanchez et al. caracterizan el turismo senior por estancias más largas, menor estacionalidad y mayor gasto relativo, lo que lo posiciona como nicho para reducir la concentración estacional de la demanda y abrir oportunidades de desarrollo turístico (Teruel-Sanchez et al., 2021).

En paralelo, la literatura muestra que uno de los problemas persistentes del concepto es la falta de consenso sobre el umbral de edad: se han usado cortes desde 50 hasta 65 años y, además, se discute la conveniencia de distinguir “seniors” de “future seniors” y/o cohortes generacionales por sus diferencias de comportamiento (Liew et al., 2021).

Por su parte, Zielińska-Szczepkowska ubica la emergencia del término “senior tourism” como respuesta al aumento de movilidad turística en edades avanzadas y lo asocia al desarrollo de la silver economy en Europa, remarcando tanto el potencial de mercado como la necesidad de adaptar oferta, accesibilidad y promoción a motivaciones específicas (p. ej., tranquilidad, seguridad, naturaleza, patrimonio)

La Tabla 8 presenta una síntesis conceptual de los aportes teóricos dados por los distintos autores incluidos en el anterior apartado:

**Tabla 8**

*Artículos utilizados en Conceptualización con el aporte de cada autor.*

<b>Autores</b>	<b>Aportes</b>
Teruel-Sanchez, R., Briones Peñalver, A. J., Bernal-Conesa, J. A., & de Nieves-Nieto, C. (2021)	Identificar oportunidades y factores (desde el enfoque emprendedor) para mejorar el turismo senior en el Mar Menor.
Liew, S. L., Hussin, S. R., & Abdullah, N. H. (2021)	Identificar expectativas y satisfacción sobre atributos de destinos “senior-friendly” (seniors actuales y futuros) mediante análisis importancia–desempeño.
Zielińska-Szczepkowska, J. (2021)	Analizar comportamiento, motivaciones, toma de decisiones y necesidades de turistas senior en 11 regiones remotas europeas.
Stončikaitė, I. (2022)	Examinar las paradojas del turismo senior de ocio, vinculando movilidad recreativa, envejecimiento activo y discursos de “envejecimiento exitoso”.
Kelly, N., & Kelliher, F. (2022)	Explorar cómo microempresas pueden aprovechar el turismo senior/economía plateada mediante capacidades adaptativas de estrategia.
Gabruč, J., & Medarić, Z. (2022)	Analizar cómo programas de turismo social ayudan a las personas mayores a enfrentar/negociar restricciones para viajar (financieras, salud, movilidad, etc.).
Buzulukova E, Lobova E (2023)	Describir rasgos del “silver tourism” y proponer cómo estimular su crecimiento mediante relaciones con clientes y comunicaciones segmentadas.
Vila, T. D. (2024)	Presentar una agenda de investigación global sobre turismo senior, destacando tendencias, barreras y líneas de acción/política.
Monterubio, C., Mendoza, M., & Pérez, J. (2024)	Explorar restricciones del turismo senior en México desde un enfoque sociocultural (incluyendo el rol de la familia).

### **7.1. Estrategias utilizadas en el turismo senior**

El crecimiento constante de la población mayor y su poder adquisitivo ha impulsado a la literatura a exponer estrategias específicas para atraer al turista senior dentro de la economía plateada, combinando bienestar psicológico con rentabilidad. De esta manera, las investigaciones sobre el mercado senior en Asia y Europa se ajustan en que los destinos y prestadores de servicio deben diseñar productos que integren motivaciones de búsqueda,

necesidades afectivas, condiciones de accesibilidad y servicios personalizados, así como marcos de decisión frecuentes en contextos familiares.

Una parte importante del desarrollo del turismo senior pasa por reducir fricciones (informacionales, tecnológicas, físicas y relacionales) para que el viaje sea más fácil, seguro y satisfactorio. En ese sentido, se propone impulsar la infraestructura digital como palanca para aumentar la participación y el consumo turístico en hogares de mediana edad y mayores, ya que mejora el acceso a información, planificación y compra de servicios (Yu et al., 2025).

En el ámbito hotelero, la adopción de tecnología debe traducirse en usabilidad real para personas mayores: se recomienda diseñar servicios “smart” con interfaces intuitivas, soporte humano disponible y medidas visibles de privacidad, porque la utilidad/facilidad percibida y la confianza determinan la aceptación (Sha & Marafa, 2025).

En los viajes organizados, se observa que la competitividad del producto depende en gran medida del servicio de guía. Se propone fortalecer competencias del guía que incrementen la seguridad percibida y la calidad del itinerario, dado que estas variables median la intención de recomendar y repetir experiencias en tours diarios para seniors (Luo et al., 2025).

En contextos donde predominan guías jóvenes, se plantea que la calidad del servicio mejora cuando se gestiona la relación intergeneracional: formación en comunicación adaptada, empatía, manejo emocional y protocolos de contingencia para necesidades físicas y psicológicas del turista senior (Tang et al., 2025).

Desde el enfoque de turismo familiar, se destaca que viajar con hijos adultos puede configurarse como producto/servicio con alto valor para el bienestar: la evidencia sugiere fortalecer condiciones de apoyo (logística, asistencia, acompañamiento) y promover dinámicas prosociales durante el viaje para que el mayor transite de receptor a proveedor de apoyo y aumente su bienestar (Du & Cheng, 2025).

En el turismo rural, se sugiere que la promoción de viajes para mayores puede apoyarse en mecanismos de influencia social y validación comunitaria: activar motivaciones previas (normas/expectativas), disparadores experienciales durante el viaje y recompensas sociales posteriores (retroalimentación y reconocimiento) para sostener la intención y repetición (Zhang et al., 2025).

Las estrategias de marketing y fidelización también se amplían hacia el “después del viaje”. Se propone potenciar el travel sharing (compartir experiencias) como mecanismo que amplifica beneficios socioemocionales y refuerza envejecimiento activo, recomendando facilitar canales, comunidades y prácticas de compartición que prolonguen el valor del viaje en la vida cotidiana (Chen, Huang, & Yao, 2025).

En turismo outdoor, la gestión de riesgo se vuelve estratégica: se recomienda implementar incentivos y protocolos que reduzcan la ocultación de enfermedades/lesiones, fomentando la declaración temprana de condiciones médicas y ajustando la comunicación y la operación del tour para minimizar incidentes (Buckley & Underdahl, 2025).

En infraestructuras complejas como resorts integrados, la estrategia prioritaria es aplicar diseño universal y eliminar barreras: mejorar señalización, iluminación, disponibilidad de asientos, baños adecuados, rutas sin obstáculos y accesos claros, además de reducir fricciones tecnológicas (p. ej., requisitos digitales de ingreso) que se convierten en restricciones para mayores (Wan, 2025).

En el campo de la segmentación, se propone avanzar hacia modelos basados en preferencias (y no solo por edad/cohorte), identificando perfiles latentes que permitan diseñar productos, mensajes y paquetes más precisos para distintos estilos de viaje; esto es útil incluso en mercados multigeneracionales donde los “baby boomers” coexisten con otros grupos (Pooja et al., 2025).

En turismo de sentido y peregrinación, se plantea que ciertos detonantes contemporáneos (p. ej., burnout) pueden convertirse en oportunidades de diseño de producto: se recomiendan paquetes orientados a empleados mayores que integren componentes de relajación y religiosidad, alineando motivaciones psicológicas y espirituales con la intención de viaje (Kumar, 2025).

En modalidades de viaje individual, el crecimiento del turismo en solitario (incluyendo edades avanzadas) sugiere diseñar propuestas que reconozcan la soledad como parte de la experiencia: mejorar seguridad percibida, información práctica, apoyo flexible y comunicación que legitime autonomía sin sobreasistencia (Dresler, 2025).

En 2024, se refuerza el diseño de productos orientados al bienestar: en turismo de naturaleza se recomienda promover experiencias que incrementen la conexión con la naturaleza, ya que mejora experiencia turística, bienestar y satisfacción con la vida en seniors, lo que puede orientar programación de actividades y propuestas de valor “saludables” (Asan et al., 2024).

También se plantea que el turismo puede funcionar como espacio transformativo ante eventos críticos: para viajeros mayores que enfrentan duelo, se sugiere diseñar viajes como experiencias de reflexión y resignificación, lo que implica sensibilidad del servicio, tiempos flexibles y entornos que favorezcan la reconstrucción emocional y social (Ramanayake et al., 2024).

Desde una perspectiva de planificación y mercado, se recomienda adoptar análisis de cambios temporales (edad–periodo–cohorte) para sostener estrategias de demanda de largo plazo: comprender qué impulsa participación/frecuencia y cómo cambian patrones permite ajustar oferta y previsiones sin asumir que “envejecer” explica todo (Bartl et al., 2024).

Kang et al. (2023) aportan la perspectiva de tiempo futuro como clave psicológica de la intención de viaje, al mostrar que los mayores que perciben su futuro como amplio y lleno de posibilidades mantienen intenciones de viaje altas, mientras que una perspectiva de tiempo restringido se asocia con menor disposición a emprender viajes nuevos o lejanos. Esta evidencia se relaciona con los enfoques de curso de vida, sugiriendo que las estrategias de turismo senior en la economía plateada no solo deben minimizar barreras, además de reforzar la idea de un futuro significativo y abierto a nuevas experiencias, en lugar de fijar el viaje únicamente en la nostalgia o en los recuerdos del pasado.

Así mismo el estudio de Robina-Ramírez et al. (2023) sobre los motivos que impulsan a los turistas mayores a viajar a las islas Azores muestra que, junto a deseos de descanso y contacto con la naturaleza, emergen motivaciones de autenticidad y de satisfacción personal ligadas a momentos claves como la jubilación, la superación de una enfermedad o la celebración de aniversarios. Por eso, las islas se consolidan como escenarios privilegiados para experiencias de la economía plateada que combinan accesibilidad, servicios sanitarios adecuados, diversidad de actividades suaves y narrativas que conectan la visita con momentos significativos del curso de vida senior. Saxena et al. (2023) incorporan el consumo ostentoso y la confianza tecnológica como moderadores del comportamiento de viaje senior, mostrando que, para ciertos subgrupos, viajar a islas exóticas, destinos de moda o resorts con fuerte presencia en redes sociales cumple también una función de distinción y exhibición de estatus. Este resultado conecta la economía plateada con lógicas de consumo visibles, especialmente entre seniors activos que siguen buscando reconocimiento social, y sugiere que los productos turísticos dirigidos a este segmento pueden combinar elementos de cuidado y accesibilidad con atributos simbólicos asociados al prestigio y a la exclusividad.

Por otra parte, Sharma et al. (2023) analizan cómo los seniors europeos perciben e implementan los fundamentos del turismo sostenible, identificando un segmento de mayores

que intenta alinear bienestar personal con prácticas responsables, por ejemplo, seleccionando destinos poco concurridos, alojamientos pequeños o medios de transporte de menor impacto ambiental. Este grupo de “seniors verdes” abre la puerta a estrategias que integren salud, autenticidad y sostenibilidad como programas de turismo de naturaleza con componente educativo o de apoyo a iniciativas locales, reforzando el papel de la economía plateada en la transición hacia modelos turísticos más responsables y sostenibles.

Bajo este enfoque, Yang et al. (2023) muestran que la brecha digital entre seniors chinos se traduce en patrones de consumo turístico claramente diferenciados: quienes poseen alta seguridad tecnológica planifican viajes más complejos, acceden a mejores ofertas y se benefician de servicios inteligentes en destino, mientras que los mayores con competencias digitales bajas tienden a concentrarse en productos estandarizados y a depender de intermediarios tradicionales. Esto reafirma que, dentro de la economía plateada, las estrategias deben operar en dos frentes simultáneos: acompañar la transición digital de las personas mayores para ampliar su portafolio de opciones, y mantener canales no digitales fuertes que eviten que la brecha tecnológica se convierta en una brecha de acceso efectivo al viaje.

En el campo de experiencias memorables, se propone diseñar el producto senior incorporando la relación cuerpo-entorno: crear condiciones para disfrute sensorial, gestionar barreras corporales, favorecer emociones positivas y sensación de control (e incluso “serendipia”) como componentes que influyen en memorabilidad (Huang et al., 2024).

En 2023, se desarrolla una mirada del viaje como proceso de bienestar: se propone diseñar experiencias que favorezcan reminiscencia del pasado, vínculos familiares, redescubrimiento personal y redes informales de cuidado, porque estos mecanismos explican cómo el viaje se traduce en bienestar subjetivo en mayores (Zhang, 2023).

Respecto a destinos orientados a futuros seniors, se plantea que la gestión debe priorizar atributos que realmente predican intención de viaje: aunque accesibilidad y seguridad importan, los recursos/atractivos del destino pueden ser determinantes, por lo que se recomienda invertir y comunicar “lo que hay para hacer/ver” junto con facilidades senior-friendly (Liew Sien Leong et al., 2023).

Como complemento, Vieira et al. (2022) revelan que la alfabetización digital limitada de muchos turistas mayores añade un nivel adicional de restricción implícita, que se manifiesta en dificultades para buscar información fiable, realizar reservas en línea o utilizar aplicaciones de destino, lo que incrementa la dependencia de terceros y puede desincentivar la planificación autónoma de viajes. En la economía plateada, esto implica que la reducción de barreras no puede limitarse al plano físico o económico, sino que debe incorporar estrategias específicas de apoyo tecnológico tales como interfaces más simples, acompañamiento digital, canales telefónicos y presenciales fortalecidos que permitan a los seniors participar plenamente en un ecosistema turístico crecientemente digitalizado.

Campolo y Giannetto (2022) analizan los determinantes de la duración de la estancia de los turistas senior italianos, mostrando que variables como la edad, el nivel de ingresos, el tipo de alojamiento, la distancia recorrida y las motivaciones de viaje se articulan con las restricciones de tiempo y recursos para configurar cuánto tiempo permanecen en el destino. Sus resultados indican que los mayores tienden a realizar estancias más largas cuando disponen de mayor tiempo libre, eligen alojamientos no hoteleros o se desplazan a destinos más lejanos, mientras que los costes diarios elevados, la presencia de otros miembros de la familia en el viaje o ciertas obligaciones laborales reducen la longitud de la estancia.

En esta lógica de negociación de restricciones, los hallazgos de Handler et al. (2022) en establecimientos termales japoneses muestran que, incluso en contextos de crisis sanitaria, los

seniors que perciben altos niveles de seguridad, protocolos claros y posibilidades de adaptar la experiencia, por ejemplo, horarios menos concurridos, aforos controlados y servicios personalizados mantienen una fuerte intención de seguir viajando a destinos con los que tienen vínculos afectivos y culturales. Esto sugiere que algunas restricciones pueden gestionarse mediante ajustes en el diseño del servicio y una comunicación clara, de modo que el riesgo se reduzca sin eliminar los elementos de disfrute, cuidado y sociabilidad que hacen atractivo el viaje en la vejez.

En 2021, la estrategia de marketing digital aparece asociada a subsegmentos tecnológicamente activos: para seniors “mobile-savvy”, se sugiere aprovechar canales móviles (p. ej., redes sociales y mensajería) para construir una imagen de destino más clara y competitiva, y así activar demanda en mercados específicos (Singh et al., 2021).

En el plano de planificación del viaje, se propone diseñar propuestas que atiendan preocupaciones dominantes (alimentación, alojamiento confortable, clima) y segmentar en clusters para adaptar mensajes y productos a perfiles distintos dentro del grupo senior (Moniz et al., 2021).

De acuerdo con estos hallazgos, Karl et al. (2021) analizan el impacto de las travel constraints en diferentes niveles de frecuencia e intención de viaje y muestran que algunas barreras actúan como limitantes, por ejemplo, ciertos problemas de salud graves, mientras que otros funcionan como elementos que reducen el número de viajes o desplazan la elección hacia destinos más cercanos y menos complejos, sin eliminar completamente la participación. Esto refuerza la necesidad de que las estrategias de turismo senior en la economía plateada no solo eliminen barreras mejorando la accesibilidad física, financiera e informativa, sino que desarrollen mecanismos de negociación de restricciones como lo son flexibilidad de fechas y duración, opciones de acompañamiento, financiación baja, información clara y personalizada

que permitan transformar las limitaciones en ajustes razonables, manteniendo la práctica viajera a lo largo del ciclo del envejecimiento.

Teniendo en cuenta el turismo como un componente del envejecimiento activo, la literatura analiza el papel como un factor que contribuye al bienestar y la calidad de vida en la vejez. En este contexto, Patterson et al. (2021) analizan las preferencias turísticas de las personas mayores y su impacto en el envejecimiento saludable, revelando que determinados patrones de viaje como lo son actividades al aire libre, turismo de naturaleza, programas culturales y estancias en balnearios o entornos termales se relacionan con mejores indicadores de salud, funcionalidad y bienestar psicológico. El estudio muestra que aquellas experiencias que combinan movimiento físico adaptado, contacto social significativo y sensación de descanso contribuyen a mantener capacidades y a retrasar el descenso funcional, lo que sugiere que, en la economía plateada, las estrategias de turismo senior pueden alinearse explícitamente con políticas de envejecimiento activo, articulando productos que funcionen como intervenciones de salud, más allá de su valor recreativo.

Desde una perspectiva complementaria centrada en el diseño de los espacios turísticos, Mary et al. (2020) analizan las preferencias, comportamientos de consumo y barreras de los seniors que visitan resorts integrados, donde conviven alojamiento, restauración, juego, comercio y entretenimiento en un mismo complejo. Sus resultados muestran que las personas mayores valoran la comodidad de encontrar múltiples servicios concentrados, la seguridad del entorno, la calidad del servicio y la posibilidad de socializar en espacios controlados, pero siguen enfrentando obstáculos ligados a la accesibilidad física, a la sobreestimulación sensorial: ruido, luces y a la complejidad de orientarse en instalaciones extensas. Para la economía plateada, esto implica que las estrategias en destinos complejos deben combinar diseño espacial amable con recorridos claros, zonas de descanso, señalización legible, servicios de acompañamiento y comunicación específica sobre juego responsable y bienestar, de modo

que el resort integrado se perciba como un entorno inclusivo y no intimidante para el público senior.

Y en base a la relación entre viaje y bienestar personal se analiza desde la perspectiva de la satisfacción vital en la vejez. Youcheng et al. (2020) profundizan en el vínculo entre viaje y satisfacción vital en la vejez, mostrando que no todos los patrones de movilidad senior tienen el mismo impacto sobre la calidad de vida percibida. Su estudio evidencia que la frecuencia y el tipo de viajes que más contribuyen a la satisfacción con la vida son aquellos que permiten mantener relaciones significativas, ejercitar cierto grado de autonomía y experimentar sentimientos de logro o propósito, más que los desplazamientos puramente rutinarios o centrados solo en el consumo. Esto refuerza las propuestas previas sobre economía de la experiencia y bienestar, al indicar que las estrategias de turismo senior en la economía plateada deberían priorizar productos que faciliten vínculos sociales, participación activa y sentido de continuidad biográfica, antes que únicamente incrementar el volumen de viajes o el gasto medio por persona mayor.

Por eso, la economía plateada encuentra en el turismo un ámbito privilegiado para articular políticas de salud pública, conexión social e innovación en servicios, siempre que el diseño de las experiencias se oriente explícitamente a sostener redes de apoyo, autonomía relativa y proyectos vitales significativos en la edad avanzada.

En coherencia con ello y desde una perspectiva de curso de vida, el trabajo de Huber, D. (2019) sobre los enfoques life course destacan que los patrones y preferencias turísticas de las personas mayores no son estáticos, si no que evolucionan según sus transiciones biográficas esto quiere decir las entradas en jubilación, cambios en el rol de cuidado, viudez y deterioro funcional. Articulando etapas diferenciadas de turismo senior que van desde viajeros activos y altamente móviles hasta mayores que privilegian destinos de proximidad o requieren apoyo

asistencial, esto refuerza la idea de que las estrategias en la economía plateada deben concebirse como itinerarios que acompañan trayectorias, ofreciendo desde productos intensivos en actividad y exploración hasta propuestas de turismo slow y servicios de apoyo crecientes, en lugar de un único producto senior homogéneo.

A su vez, el estudio de Hwang y Lee, (2019) sobre los antecedentes y consecuencias del prestigio de marca en tours empaquetados para el turismo senior evidencia que el prestigio percibido, sustentado en la reputación del prestador de servicios, la profesionalidad de los guías, la calidad del servicio y la congruencia en la imagen incrementa significativamente la satisfacción, la lealtad y la intención de recompra de las personas mayores. Esto indica que, dentro de la economía plateada, las estrategias basadas en paquetes para seniors no solo deben competir en accesibilidad y precio, sino también construir marcas fuertes que funcionen como señales de confianza y estatus, de modo que el tour o el destino se conviertan en vehículos de distinción y reconocimiento social para este grupo.

Se sugiere diseñar propuestas que reconozcan que el valor del viaje no se reduce a la fe: integrar dimensiones sociales, personales y contemporáneas (más allá de lo estrictamente religioso) amplía la relevancia del producto y su atractivo para diferentes perfiles (Chun-Min Kuo et al, 2019)

En este plano comparativo y generacional, Markiewicz-Patkowska et al. (2019) analizan el turismo senior moderno en Polonia y muestran que los mayores actuales presentan niveles de movilidad turística y participación en actividades recreativas que se aproximan, e incluso en algunos casos superan, a los de grupos jóvenes, aunque con motivaciones y patrones de consumo diferenciados. Esta coincidencia relativa sugiere que las estrategias del turismo senior en la economía plateada debe evitar estereotipos y en cambio incorporar productos de distintas generaciones, opciones de autoorganización limitada y experiencias de aprendizaje

compartido, donde la edad cronológica se ajuste con variables con estilo de vida, motivaciones y capacidades funcionales para segmentar la oferta.

En la gestión de destinos “senior-friendly”, se recomienda priorizar infraestructura sin barreras: transporte público accesible, alojamiento accesible, rutas adaptadas y variedad de opciones de movilidad, organizando la estrategia bajo categorías tipo “4As” (atracciones, acceso, amenities y servicios auxiliares) para jerarquizar inversiones (Lee & King, 2019).

En la prestación de tours guiados, se resalta que mejorar la experiencia del turista senior pasa por fortalecer el vínculo guía–turista (*rapport*): profesionalidad, habilidades y actitud del guía elevan satisfacción (con el guía y con el tour) y fomentan recomendación boca a boca (Hwang & Lee, 2019).

En turismo termal, se propone ajustar la estrategia comercial según determinantes de la duración de estancia: considerar edad, poder adquisitivo, distancia y preferencias estacionales permite mejorar planificación de oferta y potencialmente aumentar ingresos asociados a estadías más largas (Esiyok et al., 2018).

Por otra parte, la literatura reciente subraya que las variables que explican la participación de viajar o no, no son las mismas que determinan la frecuencia del viaje de los mayores, lo que plantea la necesidad de ajustar las estrategias dirigidas a la economía plateada. El estudio de Losada et al. (2016) sobre seniors españoles muestra que el número de viajes anuales se relaciona significativamente con el género, el estatus económico y el tiempo disponible, mientras que la edad cronológica, la situación laboral y la estructura del hogar dejan de ser señales relevantes una vez la persona ya está integrada en la práctica viajera. Así que, las estrategias orientadas a incrementar la intensidad de viaje deberían partir por perfiles subjetivos como mujeres con alta autonomía económica, mayores con recursos suficientes pero poco tiempo, entre otros más que por cortes etarios rígidos o categorías laborales.

Además, Lee (2016) identifica cuatro factores de satisfacción para viajeros mayores en Taiwán, diversidad de los recursos naturales y culturales, acceso libre de barreras a atractivos turísticos y recreativos, provisión de instalaciones y servicios específicos para seniors y calidad de las operaciones de los tours exclusivos para mayores, hallando que la calidad de los tours senior y la accesibilidad sin barreras son los principales determinantes de la satisfacción global, mientras que la diversidad de recursos explica el aumento en la frecuencia de viaje.

La Tabla 9 presenta una síntesis conceptual de los aportes teóricos dados por los distintos autores incluidos en el anterior apartado:

**Tabla 9**

*Artículos utilizados en Estrategias con el aporte de cada autor.*

<b>Autores</b>	<b>Aportes</b>
Wang, K.-C., Chen, J.S., Chou, S.-H.(2007)	Determina roles en decisiones de compra de paquetes grupales por seniors taiwaneses: maridos dominan compra final, otros en búsqueda de info; influencia varía por ingreso y educación.
Jang, S., Bai, B., Hu, C., Wu, C.- M.E.(2009)	Examina afectos positivos y negativos influyendo motivaciones e intención de viaje en seniors taiwaneses.
Le Serre, D., Legohérel, P., Weber, K.(2013)	Compara motivaciones pasadas de nostalgia en chinos frente a riesgos físicos e intelectuales en franceses según su cultura.
Lee, C.-F.(2016)	Factores de satisfacción destino seniors en taiwaneses: diversidad de recursos naturales y culturales predice frecuencia viaje: accesibilidad y tours senior, satisfacción general.
Losada, N., Alén, E., Domínguez, T., Nicolau, J.L.(2016)	Variables de frecuencia viajes seniors españoles: género (mujeres), estatus económico y tiempo disponible percibido.
Esiyok, B., Kurtuluşoğlu, F. B., & Özdemir, A. (2018)	Analizar la heterogeneidad de los determinantes de la duración de la estancia en turismo termal en grupos de mediana edad y seniors.
Hwang, J., Lee, J.(2019)	Investigación de antecedentes atracciones, guías, comida, alojamiento y consecuencias como bienestar y apego del prestigio de marca en paquetes para seniors coreanos, moderado por status consumption.

- 
- Huber, D.(2019) Perspectiva curso vital explica cambios patrones turísticos seniors: transiciones de jubilación, pérdida pareja, saturación que afectan el comportamiento social y psicológico.
- Hwang, J., Lee, J.J.(2019) Estrategia para potenciar la percepción del bienestar senior en coreanos con experiencias en educación, entretenimiento y estética impactando actitudes de apego y lealtad.
- Kuo, C. M., Chen, L. H., & Liu, C. H. (2019) Explorar el valor de la peregrinación contemporánea para viajeros senior (dimensiones religiosas y no religiosas).
- Lee, C. F., & King, B. (2019) Identificar y jerarquizar los atributos que determinan la atractividad de un destino “senior-friendly”, con base en juicio experto.
- Hwang, J., & Lee, J. (Jay). (2019) Analizar cómo las competencias del guía influyen en rapport, satisfacción y boca a boca en turistas senior.
- Markiewicz-Patkowska, J., Pytel, S., Oleśniewicz, P., Widawski, K.(2019) Comparación de actividad turística senior vs. jóvenes polacos revelando diferencias en carácter de relajacion senior, alojamiento familiar senior, meses de distancia, formas, agentes y transporte.
- Pan, Y., Fu, X., Youcheng Wang.(2020) Motivaciones de viajes y restricciones que impactan la satisfacción viaje y de vida ociosa en los seniors chinos, la duración y frecuencia moderan efectos de calidad de vida.
- Mary, E.-U., Kong, T.I.W., Wan, Y.K.P.(2020) Explora preferencias, comportamientos consumo y barreras seniors en resorts integrados: viajes familiares, precios sensibles, barreras ambientales y servicios de información y comunicación.
- Singh, S., Shi, J. (Jade), Lee, J. Z., & Cai, L. A. (2021) Examinar la percepción/imagen de India como destino entre seniors chinos “mobile-savvy”.
- Moniz, A., Silva, O., Medeiros, T., & Furtado, S. (2021) Investigar preocupaciones de turistas senior en la planificación del viaje y segmentar perfiles según dichas preocupaciones y variables asociadas.
- Patterson, I., Balderas-Cejudo, A., Pegg, S.(2021) Explora preferencias del turismo senior, impacto saludable, envejecimiento por medio de actividad física, social y mental, mejorando el bienestar pese problemas de salud.
- Karl, M., Bauer, A., Ritchie, W.B., Passauer, M.(2021) Impacto de las restricciones de viaje: financieras, tiempo, salud y familia en frecuencias largas y cortas e intenciones como motivación, experiencia clave, diferencias sistemáticas y intención de comportamiento.
- Vieira, G.C., Manita, C.B., Ribeiro, C., Rosa, M.P.(2022) Estudio en seniors tourist en el cual arrojo que el el 97.5 % usa Internet casi a diario, aunque su uso disminuye con la edad y aumenta la educación, y se ve afectado por discapacidad; mujeres y población rural muestran patrones similares.
- Handler, I.(2022) Segmentación psicográfica de visitantes Senior en tiempos de COVID-19: confiados altos autoeficacia, medidas, respuesta, motivados relajación y naturaleza, indiferentes baja amenaza e inafectabilidad.
-

- 
- Campolo, M.G., De Pascale, A., Giannetto, C., Lanfranchi, M.(2022) Analiza los factores que determinan la duración de estancia del turismo sénior en Italia, con una distinción clave entre dos subgrupos: jóvenes mayores (55–64 años) y mayores sénior (65+), lo cual es poco frecuente en la literatura.
- Robina-Ramirez, R., da Silva Mendes, J.C., Silva, O.D.L., de Medeiros, M.T.P.(2023) Estudio push-pull motivadores seniors Azores: modelo PLS-SEM explica 65.6% TM (turismo motivación).
- Zhang, J. J. (2023) Comprender (y proponer un marco de proceso) sobre cómo los viajes de ocio contribuyen al bienestar subjetivo de adultos mayores.
- Sien Leong, L., Hussin, S. R., & Abdullah, N. H. (2023) Evaluar atributos de destino “senior-friendly” e intención de viaje en futuros seniors, considerando motivación (push-pull).
- Saxena, N., Aggarwal, A., Arora, N., Manchanda, P.(2023) Modelo MOA explica comportamiento viaje seniors (India): motivaciones y restricciones.
- Sharma, G.D., Stanimir, A., Przybysz, K., Roszko-Wójtowicz, E.(2023) Análisis de correspondencia con tablas contingencia: Evalúa percepción e implementación postulados turismo sostenible por país, edad, género, empleo y urbanidad senior.
- Wu, X., Yang, Y.(2023) La brecha digital limita el consumo turístico de adultos mayores al incrementar los costos de transacción en procesos digitalizados; el apoyo social de cónyuges, hijos y amigos mitiga este efecto negativo al proporcionar asistencia tecnológica y emocional.
- Kang, S., Cole, S., Choe, Y.(2023) La perspectiva del tiempo futuro y la condición de salud predicen mejor la intención de viaje en adultos mayores que la edad cronológica; quienes perciben su futuro como abierto buscan novedad y socialización, mientras quienes lo perciben como limitado priorizan descanso.
- Asan, K., Alrawadieh, Z., & Altinay, L. (2024) Evaluar cómo la conexión con la naturaleza se relaciona con la satisfacción con la vida en seniors y el rol mediador de la experiencia turística y el bienestar turístico.
- Ramanayake, U., McIntosh, A., & Cockburn-Wootten, C. (2024) Comprender fenomenológicamente las experiencias de viaje de ocio de viajeros senior tras la muerte de un ser querido y su significado.
- Bartl, E., Bauer, A., Weigert, M., Karl, M. S., Schmude, J., & (2024) Descomponer cambios temporales en comportamiento de viaje (participación, frecuencia, gasto) mediante análisis edad–periodo–cohorte.
-

---

Kuechenhoff, H. (2024)	
Huang, J., Chen, Y., Wang, J., & Xing, D. (2024)	Investigar experiencias turísticas memorables de seniors desde la teoría de la cognición encarnada, identificando elementos clave de la experiencia.
Luo, Y., Wu, D., Zhang, H., Cheng, W. L., & Lin, M. (2025)	Analizar cómo la competencia del guía impacta la intención conductual de turistas senior, mediado por seguridad percibida y calidad del itinerario.
Tang, R., Qu, Z., Zhao, S., & Zhang, Y. (2025)	Investigar relaciones intergeneracionales entre guías jóvenes y turistas senior y su efecto en el desempeño del servicio (contacto intergrupual/solidaridad-conflicto).
Du, F., & Cheng, N. (2025)	Examinar cómo el apoyo social percibido de los hijos durante viajes mejora el bienestar de mayores y el papel mediador de conductas prosociales.
Zhang, Y., Xu, H., Tong, D., & Pan, X. (2025)	Explorar cómo se regulan las motivaciones turísticas de adultos mayores rurales (disparadores y retroalimentación) en el contexto de “sociedad de conocidos”.
Chen, Y., Huang, J., & Yao, Y. (2025)	Examinar cómo compartir viajes beneficia a turistas senior (capitalización socioemocional y efectos asociados).
Buckley, R.C., & Underdahl, S. (2025)	Analizar cuándo y por qué turistas senior en actividades outdoor revelan u ocultan lesiones/enfermedades, aplicando teoría prospectiva con datos de incidentes reales.
Wan, Y. K. P. (2025)	Examinar la accesibilidad física de resorts integrados para adultos mayores, conectando facilitadores/restricciones con principios de diseño universal.
Pooja, K., Upadhyaya, P. & Mohanty, A. (2025)	Identificar perfiles latentes de turistas domésticos indios (incluyendo baby boomers) a partir de preferencias, para segmentación basada en preferencias.
Kumar, S. (2025)	Analizar cómo el burnout influye en el deseo de peregrinar en empleados envejecientes y los mecanismos asociados.
Dresler, E. (2025)	Analizar cómo la soledad influye en motivaciones y experiencias de mujeres que viajan solas a lo largo del ciclo vital.
Yu, C., Fan, Y., Chen, Y., & Wan, Q. (2025)	Analizar el impacto y el mecanismo mediante el cual la nueva infraestructura digital influye en el consumo y el comportamiento turístico de hogares de mediana edad y mayores en China.
Sha, M., & Marafa, L. M. (2026)	Analizar factores que explican la aceptación de tecnología de hoteles inteligentes en turistas de mediana edad y mayores, comparando con turistas jóvenes.

---

## 7.2. Características del turismo senior

### 7.2.1 Global

Con el fin de profundizar en las estrategias del turismo senior en la economía plateada, en este espacio se representa una serie de estudios organizados. Dichos casos permiten analizar cómo distintos contextos geográficos y culturales integran productos turísticos para adultos mayores, identificando logros en accesibilidad, motivaciones y satisfacción, así como retos persistentes en barreras digitales y restricciones. Esta secuencia temporal inversa posibilita examinar la evolución de las estrategias en la economía plateada y extraer aprendizajes clave para su replicabilidad en el turismo sostenible de seniors.

### **7.2.2 Asia**

Youn et al. (2025) analizan el fenómeno emergente del grandtravel en China, los viajes compartidos entre abuelos y nietos sin la generación intermedia, identificando cinco dimensiones de beneficios: cercanía emocional, comprensión empática, sensación de bienvenida, escapismo y aprendizaje experiencial frente algunos riesgos financieros, físicos, tecnológicos y de salud. Partiendo de esta teoría del comportamiento planificado combinada con la utilidad esperada, expone las actitudes positivas hacia estos viajes, junto con normas familiares y control de conducta, predicen las intenciones de viaje de los abuelos chinos.

De manera complementaria, Choi et al. (2024) verifican en Corea del Sur cómo los atributos de realidad virtual: presencia, comprensión conceptual y sentido humano contribuyen a la construcción de una lealtad progresiva hacia el turismo senior virtual, superando barreras físicas y económicas mediante inmersión sensorial que genera compromiso continuo pese a limitaciones demográficas. Ambos estudios evidencian que las tecnologías inmersivas no solo disminuyen restricciones estructurales del envejecimiento, sino que aceleran vínculos intergeneracionales y lealtad profunda, aunque dependen significativamente de alfabetización tecnológica para aumentar el impacto.

Jiang et al. (2025) exploran en Jiangsu (China) cómo el engagement en redes sociales entre seniors turistas define la imagen de marca y amor a la marca mediante apego emocional como mediador clave, moderado positivamente por la alfabetización digital; los hallazgos señalan que los senior digitalmente competentes pueden convertir interacciones pasivas (likes, comentarios) en vínculos afectivos más profundos, lo que sugiere la importancia de estrategias de contenido con conexión emocional e inclusivo. Así mismo, Ramart y Subanjui (2025) desarrollan en Tailandia directrices para modelos de negocio turístico dirigidos a seniors extranjeros, priorizando por influencia directa, comunicación tecnológica accesible, calidad de servicio, turismo de salud y gestión digital. Proponen subsidios gubernamentales, entrenamiento especializado y alianzas público-privadas para superar la brecha digital que limita participación senior. Estos casos tailandés-chino ilustran una tendencia estratégica donde plataformas digitales no solo fidelizan individualmente, sino habilitan ecosistemas de negocio sostenibles que posicionan Asia como referente en silver tourism, aunque requieren inversión enfocada en inclusión tecnológica para maximizar el alcance.

Gucxlu Nergiz y Toker (2025) sintetizan sistemáticamente algunos estudios globales sobre envejecimiento saludable en turismo, destacando Asia Oriental en países como China y Taiwán siendo epicentro práctico donde teorías de continuidad y actividad explican cómo viajes preservan funciones físicas y mentales vía socialización activa y estimulación cognitiva; diversos estudios identifican en la revista *Annals of Tourism Research* como líder publicitario y urgen estudios de múltiples disciplinas comparativos desarrollados, políticas de ciudades turísticas amigables y productos para seniors con desventaja asociadas a condiciones como la demencia o el Alzheimer. Este marco complementa los casos asiáticos previos, revelando que mientras China lidera cuantitativamente, faltan estudios longitudinales que cuantifiquen impacto causal de turismo senior sobre longevidad saludable y bienestar integral.

Estos casos ejemplifican como la innovación digital acelerada desde experiencias de realidad virtual inmersiva hasta estrategias de participación social posicionan la región como vanguardia en turismo senior, generando un valor económico a través de modelos de negocio, valor social mediante conexiones multigeneracionales y valor personal vinculado al envejecimiento activo. Sin embargo, se evidencia la persistencia de asimetrías digitales que dificulta su replicabilidad en diferentes entornos, sugiriendo políticas públicas complementarias que garanticen la alfabetización tecnológica equitativa, infraestructura accesible y marcos regulatorios que equilibren innovación privada con inclusión social para transformar estructuralmente la vulnerabilidad senior en oportunidad sostenible.

### *7.2.3 África*

Ijatuyi et al. (2025) realizan una revisión sistemática sobre como los espacios verdes, parques urbanos y reservas naturales como Walter Sisulu National Botanical Garden, Suikerbosrand Nature Reserve y Johannesburg City Parks, junto con otros atractivos naturales, contribuyen a las economías locales mediante el turismo y la generación de ingresos en Gauteng, la provincia más urbanizada y económicamente potente de Sudáfrica. Mediante un análisis temático se destacan impactos económicos directos por medio de tarifas, tours guiados y hospedaje e indirectos como lo son el aumento de los valores inmobiliarios por su cercanía a zonas de alto valor, estímulo a las Pymes en los sectores de hotelería, restaurantes y la venta de souvenirs, así como generación de empleo para guías, técnicos de mantenimiento comunitario alineados con pilares de sostenibilidad ambiental mediante el secuestro de carbono y la conservación de la biodiversidad a través del ecoturismo social por medio de la cohesión comunitaria impulsada por eventos culturales y festivales en los parques, así como el empoderamiento de los grupos indígenas a través del turismo comunitario y económico mediante la diversificación de ingresos rurales y el fortalecimiento de la resiliencia climática. Los autores enfatizan sinergias con la economía plateada al promover la recreación accesible

para senior, mejorando la salud pública, productividad y calidad vida, atrayendo turistas senior eco-conscientes que valoran entornos naturales preservados. Sin embargo, identifican desafíos clave: urbanización erosiva caracterizada por el declive de los espacios verdes en asentamientos informales, accesibilidad limitada asociada a infraestructura rural deficiente y a irregularidades estacionales, y fenómenos de sobrecarga turística que generan degradación del hábitat y contaminación, financiamiento insuficiente y falta de conciencia; proponen cambios integrales: educación ambiental por medio de campañas, redes sociales y apps móviles, infraestructura eco-amigable como lo es el transporte renovable, alojamientos ecológicos, asociaciones públicas y privadas con incentivos fiscales y subsidios, monitoreo de la capacidad de carga y estrategias de marketing en temporadas de baja demanda para estabilizar los flujos turísticos. Este enfoque posiciona Gauteng como modelo híbrido urbano-rural para green tourism, donde seniors actúan como segmento clave para equilibrar la conservación con desarrollo.

Este caso nos muestra como espacios verdes transforman vulnerabilidades urbanas en oportunidades de turismo senior, generando un mayor valor económico, social y ambiental mediante turismo accesible que fortalece las comunidades y preserva la biodiversidad. Aunque se presentan algunos desafíos como urbanización y financiamiento que limitan el alcance, sus estrategias ofrecen aprendizajes cuestionables como lo es el priorizar seniors en políticas green tourism para fomentar un envejecimiento activo, resiliencia climática y equidad, complementando enfoques digitales con énfasis en conservación comunitaria y natural.

#### **7.2.4 Europa**

Stanimir y Przybysz (2024) analizan retos demográficos en Polonia para la industria turística, enfatizando la necesidad de adaptar ofertas a seniors activos mediante infraestructuras accesibles y programas saludables; el sector reconoce envejecimiento poblacional pero

enfrenta barreras como problemas de movilidad y tecnología, con senior abandonando viajes por preferencias hogareñas siendo esta la principal razón por encima de la edad seguida de salud y movilidad, diferenciándose generacionalmente ya que los seniors más jóvenes priorizan la familia y el trabajo. Markiewicz-Patkowska et al. (2024) identifican drivers socioeconómicos en elecciones: los seniors tienden a elegir clubes, opción preferida por el 45 % y asociada principalmente a personas de bajos ingresos, mujeres y quienes viven solos, o parroquias, elegidas por el 35 % y vinculadas con personas de mayores ingresos y viudos. En menor medida recurren a agencias nacionales e internacionales, con participaciones del 19 % y 4 % respectivamente, más frecuentes entre personas con mayores ingresos, mayor nivel educativo, hombres y perfiles activos. Un modelo logit binario confirma que la edad, los ingresos, la educación y el estado familiar y profesional actúan como variables predictivas. Entre los principales retos se encuentra la segmentación adecuada para incentivar la participación de los no viajeros.

Por su parte, Campolo et al. (2024) analizan intenciones, duración y estancia en Italia mediante un modelo probit de selección, comparando el periodo previo a la pandemia con el periodo durante y posterior a la del COVID-19 entre 2020 y 2022. Se muestra que existen una similitud antes de la pandemia entre la decisión de viajar y la duración de la estancia. Se observa una creciente preferencia por destinos de naturaleza y entornos rurales caracterizados por menores niveles de aglomeración y mayor disponibilidad de actividades al aire libre, lo que favorece estancias más prolongadas entre los seniors más jóvenes de 55 a 64 años, quienes presentan mayores intenciones de viaje, mientras que las personas de 65 años o más tienden a realizar estancias prolongadas principalmente cuando efectivamente deciden viajar. Entre los factores más relevantes se identifican la educación superior como un elemento asociado a estancias más largas, mientras que la presencia de familia y un mayor gasto diario se relacionan negativamente con la duración. Por el contrario, motivaciones vinculadas con la naturaleza, el

bienestar y las visitas a familiares o amigos se asocian positivamente, mientras que el uso de hoteles y agencias presenta efectos mixtos.

Como último punto Sánchez-Ollero et al. (2025), en España, analizan el gasto turístico de la población senior mediante modelos estadísticos utilizando datos del Instituto Nacional de Estadística correspondientes al periodo 2019-2020. Los resultados indican que los ingresos, el número de miembros del hogar, la presencia de personas trabajadoras en el hogar y la disponibilidad de vivienda aumentan la probabilidad de realizar un gasto turístico elevado, manteniéndose relativamente constante alrededor del cinco por ciento el gasto destinado a hostelería y ocio. Aunque la pandemia de COVID-19 redujo los niveles generales de gasto, no modificó de manera sustancial estos patrones, se observa que, pese a que los seniors suelen disponer de pensiones relativamente altas, aquellos que pertenecen a hogares numerosos y con mayores presiones económicas presentan mayores limitaciones de gasto, lo que respalda la recomendación de fortalecer políticas públicas de vacaciones. Por su parte, Zavodna (2025) analiza foros de la plataforma TripAdvisor e identifica que las principales restricciones percibidas por los seniors se relacionan con la salud y la seguridad, incluyendo la contratación de seguros frente a la COVID-19, la preferencia por agencias confiables, el uso de pagos en efectivo o con tarjeta y la valoración del servicio. Además, se destacan recomendaciones específicas sobre compañeros de viaje y elección de destinos, resultados que se alinean con la literatura existente al señalar que las preocupaciones vinculadas con la salud y la seguridad suelen prevalecer sobre las consideraciones financieras.

Estos estudios destacan a Europa como uno de los epicentros del turismo senior, particularmente entre los seniors jóvenes y de mayor edad, así como según variables como ingresos y nivel educativo. La necesidad de adaptar la oferta turística a las condiciones generadas por la pandemia, con un mayor énfasis en destinos de naturaleza y en la seguridad, a pesar de esto persisten varios desafíos entre ellos el aislamiento en el hogar, las limitaciones

de movilidad y las brechas tecnológicas. Sin embargo, se evidencian algunos avances significativos como el desarrollo de ofertas diferenciadas, el papel de las agencias y las parroquias en la activación turística de personas con menores ingresos. En términos generales, estos elementos contribuyen a promover la equidad intergeneracional y la sostenibilidad mediante políticas públicas e infraestructura inclusiva orientada a potenciar el bienestar de la población senior y la resiliencia del sector turístico.

### ***7.2.5 Oceanía***

En Oceanía, se evidencia un aporte clave que procede del estudio fenomenológico de Ramanayake, McIntosh y Cockburn-Wootten (2023), desarrollado en las universidades de Auckland y Waikato, que explora como un grupo de viajeros seniors de Nueva Zelanda resignifican sus experiencias de viaje internacional tras la muerte de un ser querido. Utilizando el método MeBox que se basa en la experiencia orientada al bienestar individual, para profundizar en capas de significado difíciles de expresar con palabras, los autores muestran que estos desplazamientos se viven como espacios de transición donde la pérdida, la reflexión existencial y la aceptación conviven, por lo que el viaje funciona simultáneamente como escape del entorno cotidiano asociado al duelo y como oportunidad para reconstruir el sentido de sí mismo y replantear las prioridades al tomar conciencia del paso del tiempo. El turismo senior en Oceanía no se entiende solo como consumo de ocio o bienestar físico, sino como práctica profundamente significativa en la que el viaje internacional se convierte en un medio para afrontar el duelo, cuestionar el materialismo, fortalecer la conexión con la humanidad y facilitar transiciones vitales en la última etapa del ciclo de vida, lo que abre una línea de investigación sobre productos y entornos turísticos orientados a personas en duelo en destinos como Nueva Zelanda.

### ***7.2.6 Norte América***

En el contexto norteamericano, la literatura permite perfilar de manera parcial el papel de Canadá dentro del turismo senior, la evidencia que aportan Tung y Ritchie (2011) desde la Universidad de Calgary permite comprender al mercado sénior no solo como un segmento voluminoso y rentable, sino también como un grupo cuya experiencia turística está fuertemente mediada por procesos de memoria autobiográfica y por el llamado incremento de recuerdos autobiográficos. A partir de entrevistas, los autores muestran que las experiencias de viaje más memorables se fundamentan en torno a cinco rasgos centrales: formación de identidad, hitos familiares, desarrollo de relaciones, recreación de la nostalgia y búsqueda de libertad, es decir indicadores que conectan el viaje actual con eventos vividos entre los 10 y 30 años. Por ello, el turismo sénior canadiense se interpreta como un espacio privilegiado para resignificar transiciones del curso de vida como la salida del hogar, matrimonio, migración, segundas residencias y para construir narrativas biográficas, lo que implica que el diseño de productos para este mercado debe ir más allá de la accesibilidad física e incorporar estímulos de memoria: lugares ligados a la juventud, actividades nostálgicas, formatos que faciliten contar historia a hijos y nietos si se quiere realmente potenciar las experiencias memorables, fidelizaciones y recomendaciones boca a boca.

### ***7.2.7 Latinoamérica***

En América latina, la investigación combina enfoques motivacionales y riesgos, Maiurro y Brandão (2025) estudian cualitativamente a mujeres brasileñas de mediana edad y mayores que viajan solas, en grupos de mujeres, identificando como motivaciones centrales la falta de compañía, el deseo de independencia, la búsqueda de experiencias compartidas y el placer de viajar, apoyados en su mayor autonomía económica y educativa. Estas viajeras priorizan alojamientos bien ubicados, seguros, cómodos y con buena accesibilidad, valoran servicios de calidad, transporte público accesible y entornos urbanos caminables; perciben riesgos fuertemente marcados por el género como los son la violencia, acoso y el sexismo más

que por la edad, lo que condiciona fuertemente la elección de destinos prefieren Europa y evitan lugares percibidos como inseguros, incluido el propio Brasil. La salud aparece como preocupación transversal, el miedo a enfermarse o caerse, dificultades para manejar equipaje y escaleras, necesidad de seguros y apoyo, pero las autoras muestran que la principal restricción sigue siendo la inseguridad y las normas de género, sugiriendo que el turismo senior femenino exige políticas específicas de seguridad, infraestructura accesible y comunicación orientada a empoderar a estas viajeras.

En México, Tovar Cabañas y Vázquez Espinosa (2023) abordan el potencial turístico gerontológico del estado de Veracruz, donde el envejecimiento acelerado abre una oportunidad estratégica para el desarrollo local si se diseñan productos dirigidos a mayores de 55 años con buena vitalidad. Mediante indicadores agrupados en cuatro dimensiones: atractivos naturales, atractivos culturales, infraestructura urbana turística y condicionantes gerontológicos, tales como vialidad o riesgo de desastres, generan un índice espacial que jerarquiza los municipios según su potencial para el turismo gerontológico. Los resultados denuncian la casi inexistencia de política pública específica y la sociedad narcisista turística que sigue usando a los mayores como relleno de temporada baja, proponiendo cambios en la planificación, en la gobernanza y en la participación de los propios adultos mayores como colaboradores en el diseño y beneficiarios del turismo gerontológico sustentable.

En la figura 9 se observa los autores utilizados en la sección de características globales.

**Figura 9**

*Autores según el continente.*



Fuente: Elaboración propia con base en la revisión sistemática de literatura

La Tabla 10 presenta una síntesis conceptual de los aportes teóricos dados por los distintos autores en el anterior apartado:

**Tabla 10**

*Artículos utilizados en Características globales con el aporte de cada autor.*

<b>Autores</b>	<b>Aportes</b>
Sun Tung V , Brent Ritchie JR (2011)	Investiga las experiencias memorables de los adultos mayores en el mercado de viajes, aplicando el concepto psicológico del golpe de reminiscencia, el fenómeno por el cual las personas recuerdan con mayor intensidad los eventos ocurridos entre los 10 y 30 años de edad.
Tovar Cabañas R, Vázquez Espinosa (2020)	Mediante técnicas geoestadísticas de análisis, se elabora un índice y un mapa de potencial turístico gerontológico en Veracruz, México, a partir de diversos indicadores como atractivos turísticos, recursos culturales y la infraestructura turística y urbana disponible.
Cockburn- Wootten McIntosh A,	Explora fenomenológicamente cómo el viaje de ocio internacional afecta la vida de adultos mayores que han perdido a un ser querido. A través del método 'MeBox', una técnica visual en la que los participantes llenan una caja con objetos significativos.

---

Ramanayake U (2023)	
Stanimir, A., Przybysz, K.(2024)	El sector turístico polaco reconoce el envejecimiento poblacional y adapta ofertas priorizando movilidad y tecnología; los seniors renuncian a viajar principalmente por preferir quedarse en casa, no por razones económicas o de salud.
Campolo, M.G., Giannetto, C., Lanfranchi, M., De Pascale, A.(2024)	El COVID-19 alteró decisiones turísticas de seniors italianos; la relación entre intención de viajar y duración de estancia cambió post-pandemia, incrementando preferencia por turismo de naturaleza y destinos rurales menos concurridos.
Choi, H., Park, J., Oh, E.A., Yu, J.(2024)	La realidad virtual y realidad aumentada construyen lealtad hacia el turismo senior a través de presencia, comprensión conceptual y sentido humano.
Markiewicz- Patkowska, J., Forlicz, M., Karpiński, A., Tabari, S.(2024)	Evidencia empírica cuantitativa sobre los determinantes socioeconómicos que influyen en las decisiones de viaje de los adultos mayores, específicamente en la elección de organizadores turísticos.
Güçlü Nergiz, H., Toker, F.(2025)	Muestra el rol del turismo en el envejecimiento saludable, proporciona un marco conceptual integrador y identifica brechas en la investigación.
Maiurro, M., Brandão, F.(2025)	Explora motivaciones, necesidades y riesgos percibidos de mujeres seniors brasileñas que viajan solas mediante entrevistas semiestructuradas; la ausencia de compañía y la independencia son motivaciones principales, la seguridad es la necesidad prioritaria, y los riesgos percibidos se asocian más al género que a la edad.
Sánchez- Ollero, J.L., Sánchez- Cubo, F., Urrestarazu- Capellán, R.(2025)	Analiza mediante regresiones logísticas multinomiales los factores explicativos del gasto turístico de seniors españoles antes y durante el COVID-19 con datos del INE; el ingreso, número de miembros ocupados y propiedades aumentan el gasto, mientras que residir en municipios pequeños lo reduce; el sexo no resultó concluyente.
Jiang, T., Hasan, H., Ahmad, A.(2025)	Examina mediante PLS-SEM el impacto del engagement en redes sociales sobre la imagen de marca y el brand love en seniors chinos de Jiangsu, el engagement influye positivamente en ambos resultados, el apego emocional media estas relaciones y la alfabetización digital modera positivamente el vínculo entre engagement y apego emocional.
Ramart, P., Subanjui, R.(2025)	Desarrolla mediante SEM un modelo de negocio turístico para seniors extranjeros en Tailandia, identifica cuatro componentes clave: comunicación, calidad de servicio, turismo de salud y gestión tecnológica, siendo la gestión tecnológica el factor con mayor efecto directo sobre la calidad del servicio.
Youn, H., Kim, J.-H.,	Explora mediante métodos mixtos los beneficios y riesgos percibidos del grandtravel en abuelos chinos; identifica cinco dimensiones de beneficios (bienvenida, cercanía emocional, comprensión, escapismo, aprendizaje) y

---

---

Capistrano, R.C.(2025)	cinco de riesgos (financiero, salud, desempeño, físico, tecnológico), siendo la actitud, las normas subjetivas y el control conductual predictores significativos de la intención de viaje.
Chen, L., Hashim, R., Sthapit, E., Yan, Z., Garrod, B.(2025)	Examina mediante el modelo S-O-R (Stimulus-Organism-Response) el efecto de atributos de vlogs de viaje (utilidad informativa, atractivo del vlogger, interacción parasocial y estímulos audiovisuales) sobre las intenciones conductuales de turistas silver chinos, mediados por resonancia cognitiva y emocional; la resonancia emocional resulta ser el predictor más fuerte del comportamiento.
Zavodna, L.S.(2025)	Identifica mediante textos los temas predominantes en foros de TripAdvisor sobre viajes senior (2006–2022), revelando tres restricciones principales: condiciones de salud y seguros de viaje, consideraciones financieras y métodos de pago, y calidad del servicio al cliente en agencias y aseguradoras; el viaje en solitario no emergió como una restricción relevante.
Ijatuyi, E.J.Yessoufou, K.Patrick, H.O.(2025)	Mediante revisión sistemática de alcance, examina cómo los espacios verdes y atracciones naturales de la provincia de Gauteng, Sudáfrica, contribuyen a la economía turística local a través de generación de empleo, incremento del valor inmobiliario, conservación ambiental y desarrollo comunitario, proponiendo estrategias de turismo sostenible que equilibren crecimiento económico y preservación de recursos naturales.
Ma, J., Zhang, Z., Zheng, J., Huo, Z.(2025)	Mediante pruebas empíricas con datos longitudinales de adultos mayores chinos y análisis de mediación basado en la Teoría de Sistemas Ecológicos (micro, meso y macro), demuestra que el consumo turístico reduce significativamente la soledad en adultos mayores, operando a través de mediadores como la autopercepción de salud y calidad del sueño, la satisfacción con las relaciones familiares y la interacción social ampliada; con efectos heterogéneos según género, edad, nivel educativo y condición socioeconómica.

---

## 8. Determinantes de éxito

La revisión detallada de los casos a nivel global y la literatura revisada permite establecer un conjunto de elementos críticos que explican el éxito en la implementación de estrategias de turismo senior en la economía plateada, comprendiendo características propias del segmento, como sus motivaciones, restricciones y preferencias, así como variables externas asociadas al entorno socioeconómico, tecnológico y sostenible. (Kang et al., 2023; Yang et al., 2023).

La adecuación estratégica entre la oferta turística y las necesidades específicas de los adultos mayores es un determinante primordial; la literatura demuestra que las empresas más

exitosas logran integrar productos accesibles y personalizados en su modelo de negocio central, como se observa en Asia (China, Corea, Tailandia), donde la realidad virtual y los tours familiares generan lealtad basada en percepciones y emociones al superar barreras físicas y económicas (Choi et al., 2024; Ramart & Subanjui, 2025), convirtiendo el turismo senior en fuente de innovación y ventaja competitiva. Así, la implementación exitosa se conecta directamente con procesos comerciales que aseguran continuidad y respaldo, priorizado experiencias de bienestar emocional y salud sobre ofertas genéricas (Robina-Ramírez et al., 2023).

Un segundo determinante es la superación de brechas digitales y restricciones implícitas, los estudios revisados demuestran que estrategias híbridas que incluyen interfaces simples, canales no digitales y apoyo familiar amplían el acceso; en Asia y Europa, el manejo de la tecnología influye en la elección entre un consumo complejo o más estandarizado, mientras que restricciones como reservar online o el uso de aplicaciones pueden gestionarse mediante el acompañamiento, evitando la exclusión de seniors con baja competencia digital (Yang et al., 2023; Vieira et al., 2022). Por tanto, el éxito radica en ecosistemas inclusivos que mitigan costos transaccionales y dependencia de intermediarios (Wu & Yang, 2023).

Otro factor clave es la integración de sostenibilidad y seniors verdes, la evidencia destaca preferencias por destinos poco masificados, naturaleza y bajo impacto; en Europa y África, espacios verdes y turismo responsable alinean salud senior con conservación, atrayendo segmentos activos que valoran educación local y resiliencia climática para envejecimiento saludable (Sharma et al., 2023; Ijatuyi et al., 2025). Esto favorece la equidad al convertir las prácticas responsables en un factor de diferenciación competitiva (Stanimir & Przybysz, 2024).

Dentro de los mecanismos para negociar restricciones, la flexibilidad frente a barreras como la salud, la familia o el tiempo es fundamental. Se evidencia que ajustes como estancias

largas, protocolos sanitarios y opciones cercanas mantienen frecuencia viajera, como en Italia y Canadá donde las motivaciones pull, como la naturaleza y la memoria, tienen un papel relevante, superan los limitantes financieros y físicos sin eliminar la participación (Campolo et al., 2024; Tung & Ritchie, 2011).

A su vez, la medición de satisfacción y duración de estancia constituye un determinante crítico, las empresas que monitorean factores como accesibilidad sin barreras, calidad de tours exclusivos y consumo ostentoso contribuyen a validar ciertas ofertas y a fortalecer la lealtad, garantizando una mejora continua en complejos integrados o paquetes grupales. Sin métricas claras, persisten riesgos de sobreestimulación o sensación de inseguridad (Lee, 2016; Saxena et al., 2023).

Otro determinante es la promoción de bienestar a lo largo de la vida por medio de la frecuencia y el tipo de viajes. En regiones como Norteamérica y Oceanía resaltan patrones de viaje más activos, vinculados con la naturaleza y la socialización, que impactan considerablemente en la calidad de vida. Estas experiencias suelen adaptarse al posible deterioro funcional mediante modalidad como turismo slow o los viajes de proximidad, lo que permite mantener cierto grado de autonomía en las personas mayores (Patterson et al., 2021; Ramanayake et al., 2023).

Finalmente, un factor transversal es la aceptación intergeneracional y simbólica. El éxito depende en gran medida de percepciones positivas especialmente cuando los productos facilitan vínculos familiares, promueven la distinción social y contribuyen a la continuidad biográfica de las personas mayores. El co-diseño con seniors, la transparencia frente a los riesgos y la respuesta a sus preferencias, como la influencia de marca o las dinámicas familiares, favorecen la generación de confianza. Esto contrasta con enfoques etarios rígidos, que suelen fracasar al ignorar la diversidad dentro del segmento. En conjunto, estos

determinantes, identificados en la literatura internacional a lo largo de distintos continentes, consolidan la economía plateada como una oportunidad estratégica, siempre que las empresas los integren en sus prácticas y articulen las motivaciones de los seniors con procesos de innovación sostenible para maximizar los efectos en bienestar, lealtad y crecimiento del sector (Youn et al., 2025; Huber, 2019).

**Tabla 11**

*Artículos utilizados en determinantes de éxito con el aporte de cada autor.*

Autores	Aportes
Sun Tung V , Brent Ritchie JR (2011)	Investiga las experiencias memorables de los adultos mayores en el mercado de viajes, aplicando el concepto psicológico del golpe de reminiscencia, el fenómeno por el cual las personas recuerdan con mayor intensidad los eventos ocurridos entre los 10 y 30 años de edad.
Lee, C.-F.(2016)	Factores de satisfacción destino seniors en taiwaneses: diversidad de recursos naturales y culturales predice frecuencia viaje: accesibilidad y tours senior, satisfacción general.
Huber, D.(2019)	Perspectiva curso vital explica cambios patrones turísticos seniors: transiciones de jubilación, pérdida pareja, saturación que afectan el comportamiento social y psicológico.
Patterson, I., Balderas-Cejudo, A., Pegg, S.(2021)	Explora preferencias del turismo senior, impacto saludable, envejecimiento por medio de actividad física, social y mental, mejorando el bienestar pese problemas de salud.
Vieira, G.C., Manita, C.B., Ribeiro, C., Rosa, M.P.(2022)	Estudio en seniors tourist en el cual arrojo que el el 97.5 % usa Internet casi a diario, aunque su uso disminuye con la edad y aumenta la educación, y se ve afectado por discapacidad; mujeres y población rural muestran patrones similares.
Cockburn-Wootten C, McIntosh A, Ramanayake U (2023)	Explora fenomenológicamente cómo el viaje de ocio internacional afecta la vida de adultos mayores que han perdido a un ser querido. A través del método 'MeBox', una técnica visual en la que los participantes llenan una caja con objetos significativos.
Kang, S., Cole, S., Choe, Y.(2023)	La perspectiva del tiempo futuro y la condición de salud predicen mejor la intención de viaje en adultos mayores que la edad cronológica; quienes perciben su futuro como abierto buscan novedad y socialización, mientras quienes lo perciben como limitado priorizan descanso.
Robina-Ramirez, R., da Silva Mendes, J.C., Silva,	Estudio push-pull motivadores seniors Azores: modelo PLS-SEM explica 65.6% TM (turismo motivación).

- 
- O.D.L., de Medeiros, M.T.P.(2023)
- Saxena, N., Aggarwal, A., Arora, N., Manchanda, P.(2023) Modelo MOA explica comportamiento viaje seniors (India): motivaciones y restricciones.
- Sharma, G.D., Stanimir, A., Przybysz, K., Roszko-Wójtowicz, E.(2023) Análisis de correspondencia con tablas contingencia: Evalúa percepción e implementación postulados turismo sostenible por país,edad,género,empleo y urbanidad senior.
- Wu, X., Yang, Y.(2023) La brecha digital limita el consumo turístico de adultos mayores al incrementar los costos de transacción en procesos digitalizados; el apoyo social de cónyuges, hijos y amigos mitiga este efecto negativo al proporcionar asistencia tecnológica y emocional.
- Campolo, M.G., Giannetto, C., Lanfranchi, M., De Pascale, A.(2024) El COVID-19 alteró decisiones turísticas de seniors italianos; la relación entre intención de viajar y duración de estancia cambió post-pandemia, incrementando preferencia por turismo de naturaleza y destinos rurales menos concurridos.
- Choi, H., Park, J., Oh, E.A., Yu, J.(2024) La realidad virtual y realidad aumentada construyen lealtad hacia el turismo senior a través de presencia, comprensión conceptual y sentido humano.
- Stanimir, A., Przybysz, K.(2024) El sector turístico polaco reconoce el envejecimiento poblacional y adapta ofertas priorizando movilidad y tecnología; los seniors renuncian a viajar principalmente por preferir quedarse en casa, no por razones económicas o de salud.
- Ijatuyi, E.J.Yessoufou, K.Patrick, H.O.(2025) Mediante revisión sistemática de alcance, examina cómo los espacios verdes y atracciones naturales de la provincia de Gauteng, Sudáfrica, contribuyen a la economía turística local a través de generación de empleo, incremento del valor inmobiliario, conservación ambiental y desarrollo comunitario, proponiendo estrategias de turismo sostenible que equilibren crecimiento económico y preservación de recursos naturales.
- Ramart, P., Subanjui, R.(2025) Desarrolla mediante SEM un modelo de negocio turístico para seniors extranjeros en Tailandia, identifica cuatro componentes clave: comunicación, calidad de servicio, turismo de salud y gestión tecnológica, siendo la gestión tecnológica el factor con mayor efecto directo sobre la calidad del servicio.
-

---

Youn, H., Kim, J.-H., Capistrano, R.C.(2025)	Explora mediante métodos mixtos los beneficios y riesgos percibidos del grandtravel en abuelos chinos; identifica cinco dimensiones de beneficios (bienvenida, cercanía emocional, comprensión, escapismo, aprendizaje) y cinco de riesgos (financiero, salud, desempeño, físico, tecnológico), siendo la actitud, las normas subjetivas y el control conductual predictores significativos de la intención de viaje.
--	---

---

## 9. Análisis crítico de resultados

La revisión sistemática empleó el protocolo PRISMA para sistematizar rigurosamente la información extraída de publicaciones académicas recientes. Este protocolo constituye una herramienta de referencia en el campo, diseñada para aumentar la transparencia y precisión de las revisiones de literatura, y su uso en turismo ha ganado creciente reconocimiento metodológico (Liberati et al., 2009; Pahlevan Sharif et al., 2019). Se aplicaron criterios de selección rigurosos que garantizaron la inclusión exclusiva de documentos relevantes, de alta calidad científica en inglés y español y directamente vinculados al turismo senior dentro de la economía plateada. Este procedimiento de búsqueda en la base de datos Scopus eliminó duplicados y descartó estudios poco relacionados, conformando una muestra final representativa que delineó estrategias globales por continentes y sus implicaciones prácticas. Dicha estructura metodológica habilitó una inspección crítica de patrones emergentes, revelando coincidencias como innovación asiática y sostenibilidad africana, diferencias contextuales como las estructuras familiares orientales frente al enfoque individualista occidental, y obstáculos para el desplazamiento efectivo al sector turístico empresarial.

Los resultados demuestran que las estrategias senior evolucionan desde la segmentación comercial hacia un motor de desarrollo de la economía plateada, integrando el bienestar del adulto mayor con la viabilidad sostenible. La economía plateada abarca actividades económicas vinculadas al envejecimiento poblacional y es de naturaleza intersectorial,

atravesando ámbitos como la salud, las finanzas, la movilidad y el turismo, por lo que requiere enfoques integrados (Egeland et al., 2025). Las organizaciones comprenden que la competitividad prolongada trasciende la ocupación hotelera para abordar realidades socioculturales como la soledad y la brecha digital, así como ecológicas como la sobrecarga turística, propias del envejecimiento poblacional. En este sentido, la exclusión digital puede tener un impacto negativo directo en el bienestar de los turistas mayores, dado que la tecnología ofrece nuevas formas de mantener relaciones sociales y acceder a servicios (Koopman-Boyden & Reid, 2009; Aggarwal et al., 2020). Este cambio paradigmático redefine la interacción empresa-sociedad, equilibrando rentabilidad con envejecimiento activo mediante realidades virtuales asiáticas, espacios naturales africanos y planeación gerontológica latinoamericana que impulsan innovación estratégica, productos novedosos y colaboración intersectorial. La literatura confirma que el envejecimiento activo como resultado del turismo senior ha sido explorado en múltiples estudios recientes, que destacan la participación en actividades de ocio significativas como elemento clave para un envejecimiento sostenible (Yoon et al., 2021; Zhang et al., 2021). Sin embargo, comparten principios comunes: orientación al bienestar senior, plataformas híbridas digitales y tradicionales, gestión proactiva de restricciones, compromiso ambiental, y una evaluación integral de la satisfacción, la retención y el impacto económico.

Aunque carece de protocolos universales de implementación, los casos paradigmáticos destacan la intencionalidad centrada en la población senior, la apertura a asociaciones territoriales, los estándares de accesibilidad ecológica, la experimentación tecnológica mediante realidad virtual inmersiva y el seguimiento integral de la estancia, la satisfacción y la lealtad. La población envejecida ha sido reconocida como un potencial motor de crecimiento económico, y el gasto directo en turismo por parte de personas mayores de 65 años en la Unión Europea se valoró en 66.000 millones de euros anuales antes de la pandemia (Heliyon, 2024).

La selección de una base de datos especializada aseguró la pertinencia académica; sin embargo, las restricciones al inglés y al español limitaron el acceso a estudios en otros idiomas. En efecto, persisten limitaciones estructurales en este campo como la cobertura geográfica desigual, la fragmentación teórica y la infrautilización de métodos interdisciplinarios o experimentales (Yao & He, 2024). La mayoría de los estudios provienen de Asia y Europa, lo que da mayor énfasis a la innovación tecnológica que a la equidad entre el Norte y el Sur global, y la falta de estudios con asignación aleatoria entre regiones limita la posibilidad de establecer relaciones causales.

La trayectoria sugiere capacidad transformadora condicionada a mayor estandarización práctica. La investigación sobre envejecimiento saludable en el contexto del turismo aún se encuentra en etapas iniciales de desarrollo, y se requieren esfuerzos coordinados para abordar los desafíos que el envejecimiento poblacional plantea a los sistemas de salud, los servicios sociales y las políticas públicas (Güçlü Nergiz & Toker, 2025; Gianfredi et al., 2025). Este campo experimenta una evolución multidimensional que vincula el envejecimiento activo, la sostenibilidad y la competitividad, ofreciendo un panorama prometedor para transformar las relaciones entre empresa y sociedad senior, aunque requiere mayor rigor conceptual y metodológico para consolidar su lugar estratégico en la economía plateada global.

## **10. Conclusiones**

Desde el análisis bibliométrico realizado en Scopus, se identificaron 374 documentos relacionados con turismo senior y economía plateada, lo que evidencia la amplitud y consolidación progresiva de este campo de estudio. Posteriormente, mediante el proceso de selección y depuración, se incluyeron 71 artículos para el análisis final, a partir de 103 documentos inicialmente identificados y 32 excluidos por no ajustarse a los criterios del estudio. En términos geográficos, la producción académica se concentra principalmente en

China (77 publicaciones), Estados Unidos (53) y Australia (50), mientras que, a nivel de autores, Adela Balderas lidera en número de publicaciones con 7 documentos, y Jinsoo Hwang destaca como el autor con mayor impacto en citas, alcanzando 8.679. Además, la evolución temporal de la producción muestra un crecimiento sostenido, especialmente a partir de 2015, con su punto máximo en 2025, confirmando que el turismo senior es hoy un campo emergente y en expansión dentro de la economía plateada.

Se evidenció que, aunque existe un creciente interés académico y económico por la población adulta mayor como segmento turístico, aún son insuficientes los estudios que articulen de manera integral sus necesidades, motivaciones, condiciones de accesibilidad y potencial de contribución al desarrollo territorial, particularmente en contextos latinoamericanos y regionales como Santander. En este sentido, el estudio aporta una base conceptual y analítica que no solo fortalece el conocimiento sobre este fenómeno emergente, sino que también ofrece lineamientos útiles para el diseño de servicios, la mejora de procesos y la toma de decisiones orientadas a una oferta turística más inclusiva, sostenible y competitiva.

La revisión realizada permite concluir que el turismo senior ha dejado de ser una simple segmentación etaria para consolidarse como un eje estratégico de la economía plateada, al integrar bienestar del adulto mayor, sostenibilidad y competitividad empresarial. En este sentido, la literatura evidencia que su valor no se limita al incremento de la demanda turística, sino que también contribuye al envejecimiento activo, a la dinamización económica de los territorios y a la construcción de ofertas más inclusivas y responsables.

Asimismo, se concluye que la consolidación del turismo senior exige marcos conceptuales más claros que lo diferencien del turismo convencional y lo posicionen como una estrategia integral dentro del modelo de negocio turístico. Esta claridad debe acompañarse de metodologías prácticas y flexibles que permitan identificar oportunidades, articular

capacidades internas y externas, y evaluar resultados mediante indicadores como satisfacción, duración de la estancia, lealtad del cliente e impactos económicos, sociales y ambientales.

De igual forma, los hallazgos muestran que el éxito del turismo senior depende de la cooperación entre múltiples actores, entre ellos empresas turísticas, gobiernos locales, comunidades y organizaciones vinculadas al envejecimiento. La gobernanza participativa, el co-diseño con personas mayores, la accesibilidad, la personalización del servicio y la incorporación tecnológica con criterios de usabilidad aparecen como factores decisivos para fortalecer la confianza, la adaptación de la oferta y la sostenibilidad de las iniciativas en el tiempo.

A nivel empresarial, el análisis permite concluir que el turismo senior, dentro de la economía plateada, debe asumirse como una estrategia de negocio de largo plazo y no como una oferta complementaria para temporadas de baja demanda. La literatura revisada muestra que este segmento puede aportar estancias más largas, menor estacionalidad y un gasto relativamente estable, pero su consolidación depende de que las empresas integren accesibilidad, personalización, seguridad, sostenibilidad y tecnología usable dentro de su propuesta de valor. En consecuencia, la competitividad del sector no se limita a atraer adultos mayores, sino a diseñar experiencias ajustadas a sus trayectorias de vida, medir satisfacción, duración de estancia y lealtad, y articular alianzas con actores públicos, comunitarios y sanitarios que permitan responder de manera flexible a sus necesidades y restricciones.

A nivel académico, se concluye que el turismo senior constituye un campo emergente en proceso de consolidación, con crecimiento sostenido de publicaciones y una producción concentrada principalmente en Asia y Europa. Sin embargo, persisten vacíos relevantes, como la falta de consenso conceptual sobre quién es el turista senior, la fragmentación de las redes de investigación, la limitada evidencia empírica en América Latina y la ausencia de

metodologías homogéneas que permitan comparar resultados y establecer relaciones causales con mayor rigor. En este sentido, el valor académico de esta investigación radica en sistematizar la literatura mediante una revisión estructurada con enfoque PRISMA, identificar tendencias, estrategias y determinantes de éxito, y ofrecer una base útil para futuras investigaciones aplicadas, incluso desde la ingeniería industrial, en torno al bienestar, la innovación en servicios y la sostenibilidad del turismo senior.

El estado del arte confirma que este campo posee un alto potencial transformador, pero aún enfrenta vacíos conceptuales y metodológicos, especialmente por la ausencia de protocolos universales de implementación, la diversidad de enfoques analíticos y la limitada evidencia empírica en América Latina. Por ello, el turismo senior debe entenderse como un proceso dinámico y en evolución, cuya proyección futura dependerá del fortalecimiento de la investigación regional, la estandarización flexible de buenas prácticas y la innovación continua para posicionarlo como una ventaja competitiva sostenible dentro de la economía plateada.

### **11.Limitaciones**

La revisión se limitó a publicaciones en inglés y español, lo cual pudo haber limitado la diversidad geográfica de las perspectivas analizadas.

Asimismo, basar el análisis en una sola base de datos pudo haber restringido el alcance del estudio, al excluir literatura no indexada en Scopus pero disponible en otras fuentes académicas. Otra limitación identificada es la escasez de investigaciones fuera del continente asiático, especialmente en el contexto latinoamericano.

### **12. Recomendaciones**

Los resultados obtenidos permiten formular sugerencias para consolidar el turismo senior como estrategia central en la economía plateada. En primer lugar, es necesario avanzar hacia marcos conceptuales que lo diferencien del turismo convencional y lo posicionen como

eje integrador de bienestar, sostenibilidad y competitividad, evitando que se perciba como una oferta estacional y equipándolo de coherencia económica, social y ambiental.

Esta base conceptual debe complementarse con metodologías flexibles que orienten su aplicación: identificar oportunidades como la realidad virtual o los espacios verdes, articular recursos internos y externos mediante alianzas entre pymes, gobiernos y organizaciones vinculadas al envejecimiento, y definir mecanismos de evaluación que incluyan satisfacción, duración de estancia y lealtad del cliente senior. La gobernanza participativa, con las personas mayores como co-diseñadoras, legitima las ofertas y favorece su continuidad, mientras que la integración tecnológica optimiza la gestión y amplía la capacidad de adaptación ante crisis.

Finalmente, el turismo senior debe concebirse como un proceso en evolución continua que combina innovación permanente y aprendizaje organizacional. Sistemas de seguimiento con indicadores como frecuencia de viaje, impacto en salud mental y huella ecológica aportarán información clave para la toma de decisiones, posicionando la economía plateada como una ventaja competitiva global.

**Referencias bibliográficas**

- Amoretti, G. F. (2021). Aged people and tourism. *Geopolitical, Social Security and Freedom Journal*, 4(2), 112–119. <https://doi.org/10.2478/gssfj-2021-0015>
- Asan, K., Alrawadieh, Z., & Altinay, L. (2024). Connectedness to nature and life satisfaction of seniors: the mediating effects of tourist experience and tourist well-being. *Current Issues in Tourism*, 27(9), 1496–1512. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/13683500.2023.2213881>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2020). La economía plateada en América Latina y el Caribe: El envejecimiento como oportunidad para la innovación, el emprendimiento y la inclusión. <https://publications.iadb.org/es/economia-plateada-america-latina-caribe>
- Bartl, E., Bauer, A., Weigert, M., Karl, M. S., Schmude, J., & Kuechenhoff, H. (2024). Disentangling temporal changes in travel behavior: An age-period-cohort analysis based on German travel demand. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 5(2), Article 100155. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2024.100155>
- Buckley, R. C., & Underdahl, S. (2025). Senior outdoor tourists' injuries, illnesses & infirmities: Reveal or conceal? *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2025.100912>
- Buzulukova, E., & Lobova, E. (2023). Stimulating the growth of "silver" tourism through the development of relationships and the creation of targeted communications with travellers. *Population and Economics*, 7(4), 103–123. <https://doi.org/10.3897/popecon.7.e110202>

- Campolo, M. G., De Pascale, A., Giannetto, C., & Lanfranchi, M. (2022). The determinants of length of stay of Italian senior tourists. *Sustainability*, 14(20), 13489.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-030-93612-9\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-030-93612-9_3)
- Campolo, M. G., Giannetto, C., Lanfranchi, M., & De Pascale, A. (2024). Navigating time: A comparative analysis of senior tourists' intentions and length of stay in Italy pre-, during, and post-COVID-19. *Sustainability*, 16(3), 1067.  
<https://doi.org/10.3390/su16031067>
- Chen, L., Hashim, R., Sthapit, E., Yan, Z., & Garrod, B. (2025). Exploring the impact of travel vlog attributes on silver tourists' behavioural intentions: The role of cognitive and emotional resonance. *Current Issues in Tourism*.  
<https://doi.org/10.1080/13683500.2025.2523536>
- Chen, Y., Huang, J., & Yao, Y. (2025). Travel sharing capitalization: How travel sharing benefits senior tourists? *Journal of Vacation Marketing*, 0(0).
- Choi, H., Park, J., Oh, E. A., & Yu, J. (2024). Elderly tourism using virtual reality: Verification of strategies to build loyalty using the loyalty chain stages theory. *Global Business and Finance Review*, 29(9), 1058–1070.  
[https://scholar.kyobobook.co.kr/article/external/detail/oMUfKPZ0fgHzZebxWnRtr6jYdqIMPG1H8Q/Ssm3vB\\_JrtHB7qYxarTNIZOVsjRH2URX9s2hvLWKsUnE?lang=en](https://scholar.kyobobook.co.kr/article/external/detail/oMUfKPZ0fgHzZebxWnRtr6jYdqIMPG1H8Q/Ssm3vB_JrtHB7qYxarTNIZOVsjRH2URX9s2hvLWKsUnE?lang=en)
- Cockburn-Wootten, C., McIntosh, A., & Ramanayake, U. (2023). Phenomenology of leisure travel following death of a loved one. *Leisure/Loisir*, 47(1), 1–20.  
<https://doi.org/10.1080/01490400.2023.2280535>

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2022). Envejecimiento en América Latina y el Caribe: inclusión y derechos de las personas mayores. Naciones Unidas. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/48567>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2025). Envejecimiento de la población. <https://www.cepal.org/es/temas/envejecimiento/acerca-envejecimiento>
- Crespo, N., & Soria, S. (2019). ¿Qué es el turismo?: Sociedad y sistema onírico. *Revista Latinoamericana de Turismo*, 10(1), 95–112. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9006797.pdf>
- Dresler, E. (2025). Women journeying alone: exploring solitude across the life stages. *Current Issues in Tourism*, 28(13), 2086–2101. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/13683500.2024.2362380>
- Du, F., & Cheng, N. (2025). Taking aging parents on travel: a social support perspective. *Current Issues in Tourism*, 1–14. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/13683500.2025.2451075>
- Durai, R., Ramaswamy, S., & Mohan, S. (2025). Exploring silver tourism: Ageing populations and the new leisure economy. *International Journal of Novel Research and Development*, 10(7), c409–c420. <https://ijnrd.org/papers/IJNRD2507250.pdf>
- Egeland, T., Heinonen, K., & Stensaker, I. G. (2025). The silver economy: A business perspective on the aging society. *Journal of Applied Behavioral Science*, 61(4), 1–28. <https://doi.org/10.1177/00218863251397563>
- Esiyok, B., Kurtulmuşoğlu, F. B., & Özdemir, A. (2018). Heterogeneity in the determinants of length of stay across middle age and senior age groups in thermal tourism. *Journal*

of Travel & Tourism Marketing, 35(4), 531–540. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/10548408.2017.1374906>

Fan, D. X. F., Buhalis, D., Fragkaki, E., & Tsai, Y.-R. (2025). Achieving senior tourists' active aging through value co-creation: A customer-dominant logic perspective. *Journal of Travel Research*, 64(2), 427–443. <https://doi.org/10.1177/00472875231214733>

Ferrando, A. M. (2020). La revolución digital en el sector turístico. Oportunidad, impulso y barreras en España. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7694318.pdf>

Fransi, E. C., et al. (2017). Segmentación de los seniors en función de los productos adquiridos. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6271444.pdf>

Fundación SIDOM. (2023). Economía plateada. [https://fundacionsidom.org/assets/documentos/investigaciones/EP\\_GCBA.pdf](https://fundacionsidom.org/assets/documentos/investigaciones/EP_GCBA.pdf)

Gabruč, J., & Medarić, Z. (2022). How to deal with tourism constraints for seniors? Evidence from social tourism programmes. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(5), 633–651. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/14766825.2021.1987446>

Güçlü Nergiz, H., & Toker, F. (2025). Healthy aging in the tourism industry: A systematic literature review. *SAGE Open*, 15(1), Article 21582440251379664. <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/21582440251379664>

Handler, I. (2022). Can senior travelers save Japanese hot springs? A psychographic segmentation of visitors and their intention to visit onsen establishments during COVID-19. *Sustainability*, 14(4), Article 2306. <https://doi.org/10.3390/su14042306>

- Huang, J., Chen, Y., Wang, J., & Xing, D. (2024). Exploring memorable tourism experiences of senior tourists: An embodied cognitive perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 30(3), 361–375.
- Huber, D. (2019). A life course perspective to understanding senior tourism patterns and preferences. *Tourism Recreation Research*, 44(3), 287–301.  
<https://doi.org/10.1002/jtr.2268>
- Hwang, J., & Lee, J. (2019). Antecedents and consequences of brand prestige of package tour in the senior tourism industry. *Service Business*, 13(2), 289–308.  
<https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1623274>
- Hwang, J., & Lee, J. (2019). Relationships among senior tourists' perceptions of tour guides' professional competencies, rapport, satisfaction with the guide service, tour satisfaction, and word of mouth. *Journal of Travel Research*, 58(8), 1331–1346.
- Hwang, J., & Lee, J. J. (2019). A strategy for enhancing senior tourists' well-being perception: Focusing on the experience economy. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(8), 905–919. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1541776>
- Ijatuyi, E. J., Yessoufou, K., & Patrick, H. O. (2025). Sustainable tourism and green space: Exploring how green spaces and natural attractions contribute to local tourism economies and revenue generation in Gauteng province. *Discover Sustainability*, 6, Article 958. <https://link.springer.com/article/10.1007/s43621-025-00958-8>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2024). Proyecciones de población 2023. <https://www.inei.gob.pe>

- Jang, S. C. S., Bai, B., Hu, C., & Wu, C.-M. E. (2009). Affect, travel motivation, and travel intention: A senior market. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(1), 95–116. <https://doi.org/10.1177/1096348008329666>
- Jiang, T., Hasan, H., & Ahmad, A. (2025). Exploring the impact of social media engagement on brand image and brand love among senior tourists: The mediating role of emotional attachment and the moderating effect of digital literacy. *Innovative Marketing*, 21(3), 60–74. [http://dx.doi.org/10.21511/im.21\(3\).2025.05](http://dx.doi.org/10.21511/im.21(3).2025.05)
- Kang, S., Cole, S., & Choe, Y. (2023). The influence of future time perspective on older adults' travel intention. *Current Issues in Tourism*, 26(8), 1254–1267. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2051448>
- Karl, M., Bauer, A., Ritchie, W. B., & Passauer, M. (2021). The impact of travel constraints on travel decision-making: A comparative approach of travel frequencies and intended travel participation. *Journal of Travel Research*, 60(7), 1501–1518. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212571X20300937>
- Kelly, N., & Kelliher, F. (2022). Mining for silver: the role of micro-firm adaptive strategizing capabilities in harnessing senior tourism. *Small Enterprise Research*, 29(1), 36–51. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/13215906.2021.1967777>
- Koopman-Boyden, P. G., & Reid, S. L. (2009). Internet/e-mail usage and well-being among 65–84 year olds in New Zealand: Policy implications. *Educational Gerontology*, 35(11), 990–1007. <https://doi.org/10.1080/03601270902917745>

- Kumar, S. (2025). Pathways to travel: how burnout influences pilgrimage desire among aging employees. *Current Issues in Tourism*, 1–16. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/13683500.2025.2584708>
- Kuo, C. M., Chen, L. H., & Liu, C. H. (2019). Is it all about religious faith? Exploring the value of contemporary pilgrimage among senior travelers. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(5), 379–392. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1572632>
- Le Serre, D., Legohérel, P., & Weber, K. (2013). Seniors' motivations and perceived risks: A cross-cultural study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(3), 243–258. <https://doi.org/10.1080/08961530.2013.759040>
- Lee, C.-F. (2016). An investigation of factors determining destination satisfaction and travel frequency of senior travellers. *Current Issues in Tourism*, 19(10), 1007–1030. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2015.1127195>
- Lee, C. F., & King, B. (2019). Determinants of attractiveness for a seniors-friendly destination: a hierarchical approach. *Current Issues in Tourism*, 22(1), 71–90. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/13683500.2016.1250725>
- Liew, S. L., Hussin, S. R., & Abdullah, N. H. (2021). Attributes of senior-friendly tourism destinations for current and future senior tourists: An importance-performance analysis approach. *SAGE Open*, 11(1).
- Losada, N., Alén, E., Domínguez, T., & Nicolau, J. L. (2016). Travel frequency of senior tourists. *Tourism Management*, 52, 96–104. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517715300133>

- Luo, Y., Wu, D., Zhang, H., Cheng, W. L., & Lin, M. (2025). The impact of tour guides' professional competencies on tourist behavioral intention: The case of daily group tours of senior tourists in Hangzhou, China. *Journal of China Tourism Research*, 1–23. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/19388160.2025.2525891>
- Ma, J., Zhang, Z., Zheng, J., & Huo, Z. (2025). Can travel relieve the loneliness of the elderly? *Leisure Studies*. <https://doi.org/10.1080/02614367.2025.2459638>
- Maiurro, M., & Brandão, F. (2025). Motivations, needs, and perceived risks of middle-aged and senior solo travelling women: A study of Brazilian female travellers. *Population Ageing*, 18, 273–292. <https://doi.org/10.1007/s12062-024-09450-z>
- Manterola, Carlos & Astudillo, Paula & Arias, Esteban & Claros, Nataniel. (2013). Revisiones sistemáticas de la literatura. Qué se debe saber acerca de ellas. *Cirugía Española - CIR ESPAN*. 91. [10.1016/j.ciresp.2011.07.009](https://doi.org/10.1016/j.ciresp.2011.07.009).
- Marketing OBS Latam. (2023). Evolución y desafíos del sector turístico en Latinoamérica. <https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informe%20OBS%20Turismo%20Latam%202023.pdf>
- Markiewicz-Patkowska, J., Forlicz, M., & Karpiński, A. (2024). Socioeconomic drivers of Polish seniors' tourism choices. [https://www.economics-sociology.eu/?1065,en\\_socioeconomic-drivers-of-polish-seniors-tourism-choices](https://www.economics-sociology.eu/?1065,en_socioeconomic-drivers-of-polish-seniors-tourism-choices)
- Markiewicz-Patkowska, J., Pytel, S., Oleśniewicz, P., & Widawski, K. (2019). Modern senior tourism in the context of young people tourist activity in Poland. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 27(4), 1187–1197. <https://www.unipo.sk/public/media/31962/522%20MODERN%20SENIOR%20TOU>

RISM%20IN%20THE%20CONTEXT%20OF%20YOUNG%20PEOPLE%20TOURIST%20ACTIVITY%20IN%20POLAND.pdf

Mary, E.-U., Kong, T. I. W., & Wan, Y. K. P. (2020). Senior travelers to integrated resorts: Preferences, consuming behaviors and barriers. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(5), 554–569. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1659209>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2025). Envejecimiento y vejez.

<https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/promocion-social/Paginas/envejecimiento-vejez.aspx>

Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & The PRISMA Group. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLoS Medicine*, 6(7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>

Molina Montoya, N. P. (2005). ¿Qué es el estado del arte? *Ciencia y Tecnología para la Salud Visual y Ocular*, 3(5), 73–75. <https://doi.org/10.19052/sv.1666>

Moniz, A., Silva, O., Medeiros, T., & Furtado, S. (2021). It's time to make a travel plan: senior tourists' concerns in planning a leisure journey to the Azores. *Anatolia*, 32(4), 579–590. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/13032917.2021.1999755>

Monterubio, C., Mendoza, M., & Pérez, J. (2024). Senior tourism constraints in Mexico: a sociocultural approach. <https://dx.doi.org/10.1504/IJTA.2023.10060290>

Oxman, A. D., & Guyatt, G. H. (1993). The science of reviewing research. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 703, 125–133. <https://doi.org/10.1111/j.1749-6632.1993.tb26342.x>

Pahlevan Sharif, S., Mura, P., & Wijesinghe, S. N. R. (2019). Systematic reviews in Asia:

Introducing the PRISMA protocol to tourism and hospitality scholars. En S. Rezaei (Ed.), *Quantitative tourism research in Asia* (pp. 13–33). Springer.

[https://doi.org/10.1007/978-981-13-2463-5\\_2](https://doi.org/10.1007/978-981-13-2463-5_2)

Pan, Y., Fu, X., & Wang, Y. (2020). How does travel link to life satisfaction for senior tourists? *Journal of Travel Research*, 59(2), 229–243.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677020301832>

Patterson, I., Balderas-Cejudo, A., & Pegg, S. (2021). Tourism preferences of seniors and their impact on healthy ageing. *Anatolia*, 32(4), 546–559.

<https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1999753>

Pooja, K., Upadhyaya, P., & Mohanty, A. (2025). Segmenting Indian domestic tourists:

preference-based latent profile analysis. *Humanities and Social Sciences*

*Communications*, 12, 1839. <https://doi->

[org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1057/s41599-025-06124-9](https://doi-)

Ramanayake, U., McIntosh, A., & Cockburn-Wooten, C. (2024). Phenomenology of leisure travel following death of a loved one. *Leisure Sciences*, 46(6), 862–882. <https://doi->

[org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/01490400.2023.2280535](https://doi-)

Ramart, P., & Subanjui, R. (2025). Guidelines for developing tourism business models for foreign elderly tourists to enhance service excellence in Thailand's tourism industry.

*WSEAS Transactions on Business and Economics*, 22, 3415–3430.

<https://wseas.com/journals/bae/2025/d585107-3415.pdf>

Revisión sistemática: Guía paso a paso para su implementación. (2020). Universidad de

Navarra. [https://biblioguias.unav.edu/revisionessistematicas/guias\\_oficiales](https://biblioguias.unav.edu/revisionessistematicas/guias_oficiales)

- Robina-Ramírez, R., da Silva Mendes, J. C., Silva, O. D. L., & de Medeiros, M. T. P. (2023). What drives senior tourists to travel to islands? The case of the Azores. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(5), 2628–2647. <https://doi.org/10.1108/JHTI-07-2022-0311>
- Rosário, A. T., & Dias, J. C. (2024). Exploring the landscape of smart tourism: A systematic bibliometric review of the literature of the Internet of Things. *Administrative Sciences*, 14(2), Article 22. <https://doi.org/10.3390/admsci14020022>
- Sánchez, J., Sánchez, F., & Urrestarazu, R. (2025). Silver tourism: An approach to seniors' expenditure. *Turismo y Sociedad*, XXXVI, 231–249. <https://doi.org/10.18601/01207555.n36.09>
- Saxena, N., Aggarwal, A., Arora, N., & Manchanda, P. (2023). Investigating senior travel behaviour through motivation opportunities ability approach: Conspicuous consumption and technology self-efficacy as moderators. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 32(7), 682–700. <https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2264987>
- Sha, M., & Marafa, L. M. (2026). Middle-aged and elderly tourists' acceptance of smart hotel technology in China: A comparison with younger tourists. *Journal of China Tourism Research*, 22(1), 167–207. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/19388160.2025.2532683>
- Sharma, G. D., Stanimir, A., Przybysz, K., & Roszko-Wójtowicz, E. (2023). How do European seniors perceive and implement the postulates of sustainable tourism? *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 18(4), 1217–1249. <https://doi.org/10.24136/eq.2023.038>

- Sie, L., Pegg, S., & Phelan, K. V. (2021). Senior tourists' self-determined motivations, tour preferences, memorable experiences and subjective well-being: An integrative hierarchical model. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.03.006>
- Sien Leong, L., Hussin, S. R., & Abdullah, N. H. (2023). Why not travel to Malaysia? Perspectives of future senior tourists toward senior-friendly destination attributes. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 24(1), 75–100. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/1528008X.2021.2024108>
- Singh, S., Shi, J., Lee, J. Z., & Cai, L. A. (2021). Image of India as a destination—Perceptions of mobile-savvy seniors from China. *Journal of China Tourism Research*, 17(4), 484–511. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/19388160.2021.1969308>
- Stanimir, A., & Przybysz, K. (2024). Demographic challenges for the tourism industry: The future of seniors' activities—A case study of Poland. *Tourism and Hospitality*, 5(4), 1456–1476. <https://doi.org/10.3390/tourhosp5040081>
- Stičkdorn, M., Hormess, M., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This is service design doing: Applying service design thinking in the real world*. O'Reilly Media.
- Stončikaitė, I. (2022). Baby-boomers hitting the road: the paradoxes of the senior leisure tourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(3), 335–347. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/14766825.2021.1943419>
- Sun, T. V., & Ritchie, J. R. B. (2011). Investigating the memorable experiences of the senior travel market: An examination of the reminiscence bump. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(4), 331–343. <https://doi.org/10.1080/10548408.2011.563168>

- Tang, R., Qu, Z., Zhao, S., & Zhang, Y. (2025). Sustainable service of young tour guides for senior tourists: An exploration based on intergenerational relationships and intergroup contact. *Journal of Travel Research*, 0(0).
- Teruel-Sanchez, R., Briones Peñalver, A. J., Bernal-Conesa, J. A., & de Nieves-Nieto, C. (2021). Improving senior tourism in the Mar Menor: an entrepreneurial viewpoint. *Anatolia*, 32(4), 643–657. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/13032917.2021.1999760>
- Tovar Cabañas, R., & Vázquez Espinosa, S. (2020). Potencial turístico gerontológico de Veracruz. *Turismo y Sociedad*, 31, 145–164. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/8473/14281>
- UNWTO. (2019). Turismo senior, perfil del turista y sus motivaciones de viaje: una revisión sistematizada. <https://portal.amelica.org/ameli/journal/341/3412237013/3412237013.pdf>
- Vieira, G. C., Manita, C. B., Ribeiro, C., & Rosa, M. P. (2022). Digital literacy of elderly tourists in the Algarve destination. *Tourism Review*, 77(3), 712–726. <https://www.jaccs.org/index.php/jaccs/article/view/314>
- Vila, T. D. (2024). Introduction to A Research Agenda for Senior Tourism: A global vision of senior tourism today. In *A Research Agenda for Senior Tourism*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781035312993.00005>
- Wan, Y. K. P. (2025). Physical accessibility of integrated resort facilities to older adults: Linking perceived facilitators, constraints, and universal design principles. *Leisure Sciences*, 47(8), 2114–2134. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/01490400.2023.2283534>

- Wang, K.-C., Chen, J. S., & Chou, S.-H. (2007). Senior tourists' purchasing decisions in group package tour. *Anatolia*, 18(1), 23–42.  
<https://doi.org/10.1080/13032917.2007.9687037>
- World Bank Open Data. (s. f.). World Bank Open Data.  
<https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW?locations=CN>
- Wu, X., & Yang, Y. (2023). Digital divide and senior travel consumption: An empirical study from China. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 40(5), 504–519.  
<https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2228938>
- Yao, W., & He, B. (2024). Research on silver tourism in China: Themes, theoretical frameworks, and methodological approaches. *Asia Pacific Economic and Management Review*, 1(3). <https://doi.org/10.62177/apemr.v1i3.275>
- Yu, C., Fan, Y., Chen, Y., & Wan, Q. (2025). An analysis of the impact and mechanism of new digital infrastructures on travel consumption behaviours of middle-aged and elderly households in China. *Current Issues in Tourism*, 28(9), 1513–1530.  
<https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/13683500.2024.2343085>
- Yoon, H., Huber, L., & Kim, C. (2021). Sustainable aging and leisure behaviors: Do leisure activities matter in aging well? *Sustainability*, 13(4), 2348.  
<https://doi.org/10.3390/su13042348>
- Youn, H., Kim, J.-H., & Capistrano, R. C. (2025). Perceived benefits and risks of grandtravel: Senior tourism in China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 30(2), 234–251. <https://doi.org/10.1080/01490400.2025.2555514>

- Zavodna, L. S. (2025). Seniors' constraints to travel: Analysing discussions on TripAdvisor. *Current Issues in Tourism*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2372937>
- Zhang, J. J. (2023). Leisure travel as process: understanding the relationship between leisure travel and subjective well-being among older adults. *Current Issues in Tourism*, 26(20), 3306–3317. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/13683500.2023.2201418>
- Zhang, X., & Xu, Y. (2023). Construction of smart older adults care service model driven by primary health care. *Frontiers in Public Health*, 11, 1157758. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1157758>
- Zhang, Y., Xu, H., Tong, D., & Pan, X. (2025). Chinese rural elderly tourism motivation regulation, trigger and feedback in the context to acquaintance society. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 26(5), 950–986. <https://doi-org.bibliotecavirtual.uis.edu.co/10.1080/1528008X.2023.2270710>
- Zhang, Q., Zhang, H., & Xu, H. (2021). Health tourism destinations as therapeutic landscapes: Understanding the health perceptions of senior seasonal migrants. *Social Science & Medicine*, 279, 113951. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.113951>
- Zielińska-Szczepkowska, J. (2021). What are the needs of senior tourists? Evidence from remote regions of Europe. *Economies*, 9(4), 148. <https://doi.org/10.3390/economies9040148>