

# Propuesta de modelo de desarrollo del turismo senior, a partir de la percepción de los actores sociales involucrados. El caso de Tabasco, México

**Maria Lyssette Mazo Quevedo\***

Universidad Popular de la Chontalpa (México)

**Trinidad Cortés Puya\*\***

Universidad Internacional de la Rioja (España)

**Resumen:** Este artículo propone un modelo conceptual para el desarrollo del turismo senior. Se basa en el análisis del envejecimiento poblacional; así como en el estudio de las políticas turísticas mexicanas vinculadas con el ocio-turístico en adultos mayores; y la percepción sobre turismo senior de las partes interesadas en el estado de Tabasco: personas mayores, administradores de empresas certificadas con el Distintivo G- Turismo Gerontológico, gestores públicos y la comunidad anfitriona. El diseño metodológico utilizado fue mixto pero con un marco interpretativo cualitativo. A fin de lograr el objetivo principal, se completaron entrevistas cualitativas con los tres primeros grupos de actores mencionados anteriormente y se realizó una encuesta con los residentes del destino. Como resultado, se presenta un modelo de referencia para el desarrollo de destinos turísticos senior, como una propuesta que permita la reflexión política y la mejora de la realidad observada.

**Palabras Clave:** Envejecimiento; Turismo senior; Turismo gerontológico; Destino turístico; Distintivo G.

## **A proposal for a model of development in senior tourism working from stakeholder perceptions. The case of Tabasco, Mexico**

**Abstract:** This paper forwards a conceptual model for senior tourism development policies. It is based on the analysis of the ageing population in Mexico with examination of national policies and planning for senior tourism destinations using Tabasco as a case study (Mexico) and working from stakeholder perceptions (seniors, administrators of companies certified with the Distinctive G- Gerontological Tourism, public managers and the host community). The methodological design used was mixed but with an overall qualitative interpretive framework to achieve the main goal. Interviews with the three stakeholder groups and the local residents were conducted together with local residents..After analysis of the results, we designed our model of how the proposed senior tourist destinations should be developed for political consideration of the improvements required.

**Keywords:** Ageing; Senior tourism; Gerontological tourism; Tourist destination; Distinctive G.

## **1. Introducción**

El término envejecimiento puede ser analizado desde dos niveles: el individual y el colectivo. El individual refiere al proceso natural de envejecimiento o senescencia del ser humano que aumenta a cada etapa del ciclo de la vida misma y está asociado con la vejez. En tanto que el envejecimiento en colectivo, llamado envejecimiento demográfico o poblacional precisa la modificación o los cambios de las cohortes de edades y el incremento de los grupos de mayor edad, en contraste con una reducción

\* Universidad Popular de la Chontalpa (México); E-mail: marialyssette@hotmail.com

\*\* Universidad Internacional de la Rioja (España); E-mail: trinidad.cortes@unir.net

de los grupos con el grupo de edad más joven, o respecto a la población total dentro de la estructura demográfica (Castillo & Vela, 2005:108; Pérez, 2005:1-2; Torres, 2010:79).

La Organización de las Naciones Unidas [ONU] define al envejecimiento de la población como un “fenómeno debido al cual las personas de más edad representan una parte proporcionalmente mayor del total de la población que es inevitable cuando la vida se prolonga y la gente tiene menos hijos” (ONU, 2014:24). Para la Organización Mundial de la Salud [OMS], este cambio demográfico puede percibirse como un logro de las políticas de salud pública y el desarrollo socioeconómico de casi todos los países y que indica un aumento en la esperanza de vida y la disminución de la tasa de fecundidad, donde el grupo de los adultos mayores de 60 años crece más rápido que los demás grupos de edad (OMS, 2015).

En los últimos decenios, la población mundial ha presentado cambios relevantes en su composición, los cuales obligan a aumentar la atención y los esfuerzos para atender las particularidades de las personas mayores (UN, 2018). En el 2017, había cerca de 962 millones de personas de 60 años o más en el mundo, es decir, casi un 13% de la población total. El número de adultos mayores está creciendo a un ritmo de alrededor del 3% anualmente. Dicha población está mayormente concentrada en Europa, donde se estima que viven un 25% del total de este grupo etario. Sin embargo, este rápido fenómeno demográfico pronto alcanzará a otras partes del mundo. De modo que para 2050 todas las regiones del mundo, excepto África, tendrán casi una cuarta parte o más de sus poblaciones a partir de los 60 años. Se espera que el número de personas mayores en el mundo sea de 1.4 mil millones en el 2030 y 2.1 mil millones en 2050, y podría elevarse a 3.1 mil millones en 2100. Por tanto, se considera que el envejecimiento demográfico aumentará de manera inevitable en las próximas décadas, invitando a múltiples reflexiones (UN, 2017:11).

México no está exento de la tendencia del envejecimiento poblacional, ya que como un país en desarrollo y acorde con su transición demográfica, se considera que en el país este fenómeno incrementará en las próximas décadas a escalas sobresalientes, en cortos períodos de tiempo y de manera irreversible; debido a factores como la disminución de la fecundidad y la mortalidad a edades más avanzadas (INMUJERES, 2018:5; Ham, 2014:25 ,153; Zúñiga & Enrique, 2008:93). En términos absolutos, el número de personas adultas mayores en México en el año 1990 era de 5.5 millones, la cual aumentó a 10.9 millones en el 2012, y de acuerdo con las proyecciones de la CONAPO, aumentará a 32.4 millones para el 2050 (SEDESOL, SEGOB & INAPAM, 2017: 25). Hasta el 2017, la población mexicana tenía una esperanza de vida de 75.3 años y el Consejo Nacional de Población [CONAPO] estimó que en el país residen 12, 973,411 personas de 60 años y más (INEGI, 2017:1).

Sin duda, el envejecimiento demográfico trae consigo una serie de retos que los países deben considerar como prioritarios en el marco del planteamiento de políticas y programas de desarrollo social (Ham, 2014:130; ONU, 2014:24). Sin embargo, el estudio del envejecimiento, desde un nivel individual, permite un enfoque más humano del fenómeno e implica el análisis de la vejez desde cuatro ámbitos: cronológico, físico-biológico, psicoactivo y social. El envejecimiento conlleva a la toma de conciencia de la edad, a la redefinición del cambio de papeles o roles y a un proceso de transformaciones, en el cual se pasa de ser un trabajador activo, a uno retirado o jubilado; y da inicio un periodo de aprendizaje para usar el tiempo libre (Lage, 2015: 34-35; Lesur, 2012:16; González, 2009: 15-17).

Pese a que con el paso del tiempo, los adultos mayores tienen que enfrentarse a eventos de vida que puedan modificar sus actividades cotidianas y su comportamiento turístico, tales como: el deterioro de la salud, el entorno de vida, abuelos, enfermedades del cónyuge, la pérdida de un cónyuge, entre otras restricciones (Huber, Milne & Hyde, 2018:71). Para Le Serre (2008:197), los seniors han alcanzado un umbral de edad cronológica por encima del cual aparecen algunos signos de la vejez. Además que se autoperceben más jóvenes que su edad cronológica real. De acuerdo con Miranda y González (2010:91) existe una tendencia que observa a los adultos mayores como un grupo más numeroso que participa activamente en la sociedad y que comienza a presentar características que difieren del estereotipo tradicional. Llegado el tiempo de jubilación es común distinguir entre ellos óptimas condiciones físicas y una mejor disposición para disfrutar su nuevo tiempo libre y de su continuo aumento del poder adquisitivo (Álvarez, 2006: 6). En este contexto, la transformación del uso del tiempo libre en los adultos mayores en un tiempo de ocio activo, a través de la práctica de ciertas actividades como el turismo o la intervención de activación en forma de viajes; supone diversos beneficios biológicos, psicológicos y sociales que generen satisfacciones personales y les den razones para vivir (Mecohisa, 2011:33; Villa, 2012: 110; Hrnjié, Suta & Pilav, 2016: 5).

La actividad de ocio-turístico implica viajar de aquí para allá pero sobre todo refiere a una práctica social que permite la satisfacción de las necesidades vitales (Marín, García & Troyano, 2006:158-159). El ocio-turístico, visto como un desplazamiento, involucra, una experiencia subjetiva influida por el

contexto social del adulto mayor, la cual a su vez puede fijar un tipo de experiencia psicosocial; que obliga la comprensión de las condiciones culturales y sociales relacionadas con el hecho de viajar a una edad avanzada. Los seniors representan una novedosa y rentable oportunidad de mercado turístico, en particular, aquellos que pertenecen a generaciones con estilos de vidas afines a las actividades ocio-turísticas, con mayor poder adquisitivo y mejor condición de salud (Losada, Alén & Domínguez, 2018: 387).

El envejecimiento demográfico incorpora un reto u oportunidad para el turismo. Este implicará responder a esta tendencia del mercado conformada por personas experimentadas, con mayor toma de decisión de compra, pero más fuertemente perceptible en destinos turísticos de países desarrollados; con nuevas tecnologías de servicio implementados por las empresas turísticas. Pero también demandará de complejos y destinos turísticos que ofrezcan una amplia gama de cuidados geriátricos que promuevan, en todo momento, el envejecimiento activo. Sin pasar por alto, que se trata de un segmento heterogéneo respecto a sus motivaciones, condición de género, formas de planificar sus viajes, la duración de sus estancias en el destino, etcétera (Nikitina & Vorontsova, 2015: 851; Nella & Christou, 2016:36; Sniadek, 2006: 103; Alén, Nicolau, Losada & Domínguez, 2014: 29; Losada, Alén, Domínguez & Nicolau, 2016: 95).

La actividad turística ha comenzado a interesarse en la creación, consolidación y desarrollo de un tiempo de ocio acorde con las necesidades objetivas y subjetivas de las personas mayores quienes han abandonado sus roles tradicionales de vida a partir de la jubilación laboral (UNWTO, 1999:1). De hecho, en la Segunda Conferencia Internacional sobre Turismo de Personas Mayores, celebrada en Recife, Pernambuco, Brasil; la Organización Mundial del Turismo [OMT] estableció que el sector turístico presenta desafíos y áreas de oportunidad para atender al segmento senior, a fin de considerar la calidad de vida de los individuos, integrando su bienestar psicológico, la realización personal y la salud, en un marco de turismo social que garantice su accesibilidad equitativa y que prevea condiciones de calidad en la experiencia de los servicios turísticos ofertados (OMT, 1996:1). Además, la Tercera Conferencia Internacional sobre Turismo Senior expuso la importancia de que el turismo senior involucre a los actores sociales, públicos y privados, en la gestión de las áreas de negocios de este segmento bajo principios éticos (UNWTO, 1999:1). En este contexto, la OMT también señala que como consecuencia del envejecimiento demográfico “podría suponerse una clara elección de los destinos turísticos en relación con el desarrollo del producto, la comunicación y el *marketing*” (2013:10). En tanto que los complejos turísticos deberán “lograr armonizar las necesidades y los deseos de diferentes grupos de edad procedentes de diferentes culturas podría ser una ventaja competitiva” (OMT, 2013:64).

En virtud de lo expuesto anteriormente, la justificación de este estudio recae sobre la escasa literatura que aborde al turismo senior a partir de las relaciones sistémicas de sus actores. Por tanto, el objetivo principal de esta investigación fue diseñar un modelo explicativo para el desarrollo competitivo de destinos turísticos para seniors, a partir de la comprensión de las concepciones y relaciones existentes entre los usuarios, gestores políticos, prestadores de servicios turísticos y residentes de la comunidad anfitriona del caso Tabasco, México. Dicho argumento se presenta como un área de oportunidad para la realización de aportaciones científicas para la implementación de un modelo de análisis y evaluación del turismo senior como parte de las políticas de turismo social. A través de este artículo se propone la exploración de esta complejidad desde otra perspectiva, la de los estudios mixtos, en aras de comprender el significado que el turismo orientado a adultos mayores tiene para los actores que participan de él, y con base en este conocimiento, formular propuestas para replantear las políticas públicas vigentes y establecer estrategias de competitividad en los destinos turísticos orientados a los adultos mayores.

Países como España, Portugal, Ecuador, Uruguay, Brasil y Chile ofrecen un marco referencial recurrente sobre el turismo senior. España es considerado precursor en la concepción del turismo senior como un segmento independiente al resto (Álvarez, 2006:6; Alén, Domínguez & Fraíz, 2010:10). El turismo interno de los adultos mayores ha sido y sigue siendo un elemento básico de la demanda turística, especialmente, en regiones como las cinco comunidades autónomas ribereñas que integran el Arco Mediterráneo Español; y con mayor énfasis el caso de Baleares en el cual el turismo senior es un factor económico importante (Pardo, 2014:64-68). Organismos como el Instituto de Mayores y Servicios Sociales [IMSERSO] en España, o el Instituto Nacional para el Aprovechamiento del Tiempo Libre de los Trabajadores [INATEL] en Portugal, promueven políticas para el envejecimiento activo a través de las prácticas turísticas en este grupo etario; las cuales han permitido el incremento de la demanda turística en destinos nacionales.

En países americanos se han comenzado establecer una serie de programas de turismo senior vinculadas a las políticas de turismo social. Ecuador, en el año 2010, dio a conocer el Plan de Turismo [PLANDETUR], diseñado por el Ministerio de Turismo, el cual promueve el derecho del adulto mayor

al turismo interno del país, ofertándose esencialmente en los destinos de sol y playa, además de los Andes, Amazonía y Galápagos (Aigaje & López, 2013:19; Ministerio de Inclusión Económica y Social del Ecuador, 2012:30-31). En Uruguay, el Sistema Nacional de Turismo Social presentó en el año 2006 una serie de instrumentos para otorgar beneficios a su población, entre ellos se encuentra el Turismo para Tercera Edad; su mercado meta se integra de jubilados y pensionados con el objetivo de subvencionar sus vacaciones (SEGIB, 2008:116; Schenkel, 2013: 178-179).

Recientemente, Brasil puso en marcha acciones que inscribieron el derecho a la práctica turística en los ciudadanos de edad avanzada, ordenado legalmente dentro de la Política de Estado (Parracho, 2012:13). En particular, a través del turismo social, en el año 2005 el gobierno inició la difusión del programa *Viaja Mais Melhor Idade*, proyecto incluido en el Plan Nacional de Turismo 2007-2010, que fomentó los viajes entre las personas mayores de 60 años y jubilados pensionados, procurando que se realicen durante las temporadas bajas a fin de potenciar la cadena productiva del turismo nacional (Schenkel, 2013:177; SEGIB, 2008:29).

El tema del turismo senior en Chile fue incorporado en el año 2001 mediante el establecimiento de programas relacionados con el turismo social, mediante acciones encaminadas a promover el derecho al turismo, especialmente con el programa de Vacaciones de Tercera Edad, el cual propone la vinculación de empresas turísticas y el otorgamiento de un subsidio parcial y diferenciado al costo del paquete turístico (SEGIB, 2008:42; Schenkel, 2013:178-179; SERNATUR, 2012:4, 8).

En México, el derecho al turismo en los adultos mayores, desde un enfoque social, está garantizado a través de la Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores de México (DOF, 2018:14), la cual indica en su artículo 23; que corresponde a la Secretaría de Turismo [SECTUR] impulsar la práctica del turismo en los adultos mayores a través de la promoción con tarifas preferentes en coordinación con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Secretaría de Educación Pública. Actualmente, el Programa Nacional Gerontológico 2016-2018, en su objetivo 4.1.2 exhorta al Consejo Nacional de Cultura [CONACULTA], a la SECTUR y al Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores [INAPAM] a colaborar en el desarrollo de actividades referidas al segmento del turismo social a fin de contribuir al empoderamiento de los adultos mayores (SEDESOL, SEGOB & INAPAM, 2017:18).

En años recientes, el INAPAM y la SECTUR, en conjunto, promovieron la idea de la recreación del adulto mayor mediante principios del turismo social, de la cual se desprendieron dos programas: Tarjeta INAPAM y el Programa de Turismo Gerontológico, Distintivo G. Así, el 16 de marzo de 2011 se efectuó un convenio con la SECTUR para poner en marcha este último programa en Tabasco, como estado piloto para su evaluación y futura ampliación nacional (INAPAM, 2012:23).

El programa de Distintivo G fue presentado al Consejo Ciudadano en el año 2010 como un sistema de certificación dirigido a empresas turísticas para promover y garantizar a los adultos mayores el equipamiento y la infraestructura adecuada para su accesibilidad y seguridad en las instalaciones y servicios recreativos (INAPAM, 2012:30). Los objetivos específicos de este programa estuvieron encaminados a la capacitación y sensibilización de los recursos humanos en materia gerontológica, así como en la verificación de aquellos elementos físicos que pudieran representar obstáculos para la seguridad y accesibilidad del turista senior. Además de la planificación de programas ocio-turísticos apropiadas a las demandas naturales de este segmento y finalmente, la certificación de los empresas turísticas que cumplieran con las características señaladas anteriormente (INAPAM, 2012:30).

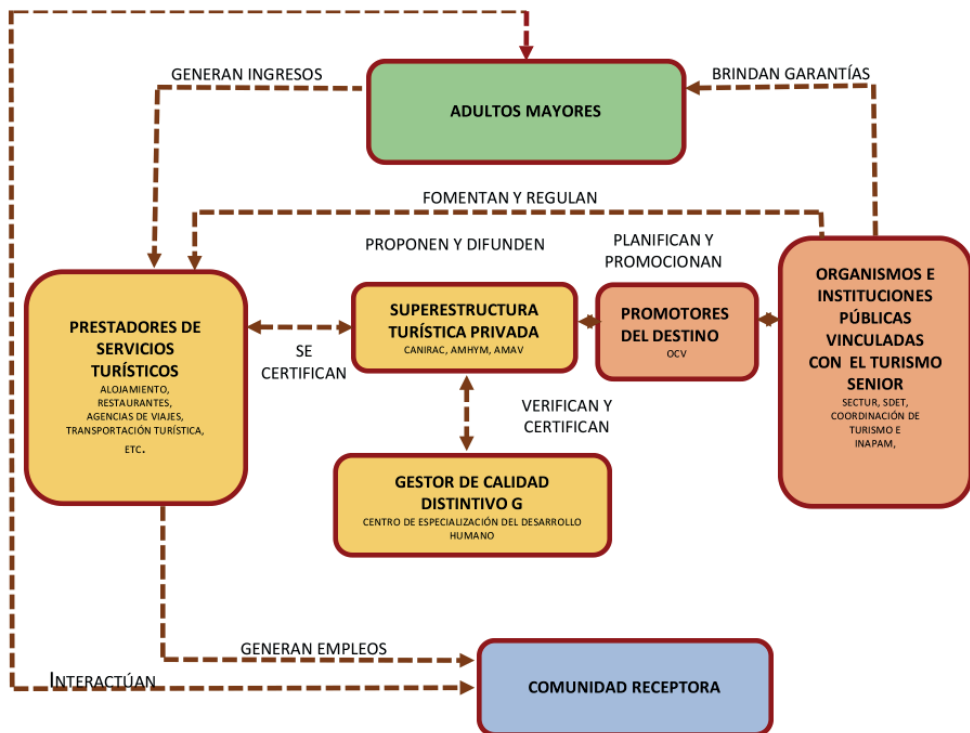
La idea del proyecto de certificación del turismo senior se gestó en el 2009 por el Centro de Especialización de Desarrollo Humano, con sede en Tabasco, el cual hasta hoy se establece como el consultor o gestor de calidad del Distintivo G. El proyecto se fundamentó con base en la Ley de las Personas Adultas Mayores, así como en la NMX-TT-06 sobre los requisitos mínimos de calidad en el servicio de las instalaciones de hospedaje, la NOM-001-STPS-2008 y la NOM-002-STPS-2000 sobre condiciones de seguridad en los centros de trabajo; así como en la NOM-003-SEGOB-2002 de protección civil. El proceso para obtener el Distintivo G tiene una duración de tres meses, se basa en cuatro módulos de capacitación, así como de asesorías y consultorías sobre cuestiones gerontológicas y turísticas para la atención óptima de los adultos mayores. Los parámetros de medición y acreditación de las empresas refieren a aspectos del capital humano, infraestructura, prestación del servicio, satisfacción del cliente y, seguimiento y medición. La vigencia del Distintivo G es de un año, posteriormente deben refrendarlo a través de auditorías (Mazó, 2015: 104).

Entre los beneficios que ofrece el Distintivo G para las empresas, se encuentran: la obtención de un documento de acreditación avalado por la SECTUR y el INAPAM, la atracción al segmento del turismo senior, la profesionalización de los trabajadores, etc. Finalmente a la fecha, se cuenta con un registro de 21 empresas tabasqueñas certificadas y una más del estado de Chiapas. De estas, 9 son hoteles, 5 son

establecimientos de alimentos y bebidas, 2 son transportadoras turísticas, 2 embarcaciones turísticas, además de una agencia de viajes y una hacienda chocolatera. Por otra parte, también se tiene registro de una universidad privada y de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Tabasco [OCV].

Como resultado de primeras investigaciones y con base en las interacciones señaladas por los actores sociales, se diseñó un modelo del proceso sistémico del turismo senior, tal y como se observa la realidad en Tabasco (Figura 1). Este incluye, como actores activos, en principio a la iniciativa privada, conformada por prestadores de servicios turísticos o empresarios, a la superestructura turística (asociaciones o cámaras empresariales vinculadas con el turismo), así como al gestor de calidad (responsable de la certificación del Distintivo G). Además incluye a los organismos e instituciones públicas involucrados: la SECTUR, la Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo del estado de Tabasco [SDET], la Coordinación de Turismo del Estado, el INAPAM y la OCV; como responsables de fomentar el turismo en los adultos mayores en el Estado. Como actores pasivos, se observan a los adultos mayores (turista senior) y a la comunidad anfitriona.

**Figura 1: Modelo del turismo senior en Tabasco.**



**Fuente:** Mazó (2015:154).

## 2. Metodología

El diseño metodológico de este trabajo responde a un enfoque mixto de la investigación. Es importante aclarar que la diversidad de métodos no implicó un proceso de triangulación de los datos, sino más bien una conexión de los datos que permitió servir a la perspectiva teórica y tomar en cuenta las opiniones de todos los actores sociales involucrados en el turismo senior de Tabasco, lo cual esboza un Diseño Anidado o Incrustado Concurrente de Modelo Dominante [DIAC]. Es decir, un diseño metodológico que recopila información cuantitativa y cualitativa de manera simultánea pero hay un método que predomina la



investigación por lo cual una de las fases de obtención de datos se anida o incrusta en el análisis de los resultados (Hernández, Fernández & Baptista, 2010:571). El método dominante en este caso fue el cualitativo, el cual aparece vinculado al paradigma interpretativo de la realidad con interés en la visión subjetiva de las situaciones y en la resolución de problemas en su propio contexto. De manera específica, el marco referencial interpretativo al que se circunscribió esta investigación es la teoría fundamentada o *grounded theory*, la cual permite la explicación del comportamiento, contribuye al avance teórico de la sociología y genera aplicaciones prácticas (Álvarez-Gayou, 2007:90-91).

La recopilación de datos se produjo en dos fases. La primera fase refiere al estudio de sujetos únicos seleccionados mediante un muestreo no probabilístico de tipo incidental o causal, específicamente, se refiere al tipo de muestra teórica o conceptual. Se seleccionó a individuos que participan de forma activa en el esquema sistémico del turismo senior (Figura 1), para la realización de entrevistas cualitativas exceptuando a la comunidad anfitriona. Es decir, al grupo del destino conformado por empresas turísticas (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transportadoras turísticas y servicios recreativos) que cumplieron con el criterio de inclusión de haberse certificado con el Distintivo G.

El total de empresas analizadas fueron quince. Estas se conformaron por seis hoteles, cuatro restaurantes, dos transportadoras turísticas, una agencia de viaje, una hacienda chocolatera y una embarcación recreativa; en las que se entrevistaron preferentemente a gerentes o, en su ausencia, al personal de contacto u otro con mayor rango jerárquico. El criterio mencionado se establece con base en el conocimiento y experiencia que estas empresas han adquirido durante los procesos de capacitación, implementación y seguimiento de la acreditación, lo que refiere una aproximación a la realidad del fenómeno de estudio.

Por otra parte, el muestreo teórico incluyó la selección no probabilística del grupo de los adultos mayores, de sesenta años o más de edad, considerados como turistas seniors por ser consumidores, a manera discrecional de esta investigación, de los servicios turísticos ofertados por las empresas turísticas con Distintivo G en Tabasco. Se obtuvo la entrevista de trece adultos mayores, ya que en dos de las quince empresas turísticas visitadas, fue imposible obtener la autorización para obtener la información de los clientes. Así, la edad promedio de los entrevistados fue de 69 años, el rango menor de 60 años y el mayor de 88. La procedencia de los turistas seniors se concentró en seis estados: Veracruz, Campeche, Michoacán, Puebla, Querétaro y Tabasco. Tres de los trece eran jubilados, en tanto que ocho realizan actividades profesionales y dos más desarrollan actividades de campo y el hogar; respectivamente.

Además, la elección de la muestra teórica incluyó al grupo de los gestores del turismo senior en la zona de estudio, responsables de la promoción y regulación de este segmento turístico, es decir la Coordinación General de Turismo, dependencia de la SDET, y el INAPAM Delegación Tabasco por ser, junto con la SECTUR, la dependencia responsable de la promoción y regulación del Distintivo G. En estos organismos se entrevistaron, a directivos de Capacitación y Vinculación Turística de la Coordinación de Turismo del Estado, y del INAPAM, respectivamente.

La segunda fase de la investigación constituyó una encuesta aplicada a individuos pertenecientes al grupo de comunidad anfitriona y fue definida con un muestreo incidental no aleatorio polietápico. En la primera etapa de esta fase, se seleccionó la ciudad de Villahermosa, capital de Tabasco, por ser el principal centro de distribución turística del Estado. En una segunda etapa incidental, se seleccionó a población mayor de edad, a partir de los 18 años, con el objetivo de incluir respuestas de jóvenes, adultos y adultos mayores. En Villahermosa habitan 240,451 personas mayores de edad (INEGI, 2015), de esta población se obtuvo una muestra de 384 con un margen de error de  $\pm 5\%$  para un nivel de confianza del 95%, con un porcentaje estimado de la muestra de 50% ( $p=q=50\%$ ). El perfil de la muestra se conformó por hombres (56.4%) y mujeres (43.6%). La franja de edad en donde se concentran más los encuestados es desde los 18 a 30 años (40.6%), seguidos por aquellos que pertenecen al intervalo de 31 a 45 años (34.4%). La proporción del intervalo de 46 a 60 años está representada por un 19.8% y, siendo menos, aquellos mayores de 60 años (5.2%). El 62.4% de los encuestados contaba con un nivel de estudios básicos, el 35.4% con un nivel superior y el 2.2% se reportó sin estudios.

La encuesta se llevó a cabo en los principales atractivos turísticos de Villahermosa. El 53% de los cuestionarios fueron aplicados en parques, plazas y monumentos comprendidos en el centro histórico de la ciudad de Villahermosa. El 38% de la encuesta se realizó en el Parque Museo La Venta y sus alrededores; y el 9% restante en el Centro de Interpretación de la Naturaleza *Yumká*.

Se analizaron dos categorías: contexto turístico y competitividad turística. La primera categoría tuvo como objetivo describir la percepción que los entrevistados tienen acerca del turismo y en particular del desarrollo del turismo senior en el destino, de acuerdo con su contexto social. La segunda categoría refiere a las características requeridas para alcanzar la competitividad de un destino senior de acuerdo

con la visión de los actores involucrados. El guion de entrevista y el cuestionario de la encuesta se estructuraron siguiendo las mismas categorías de análisis pero con ítems adecuados al contexto de cada uno de los cuatro grupos de actores sociales.

La información cualitativa fue procesada a través de Atlas.ti La información cuantitativa fue sistematizada a través del *software Statistical Package for de Social Sciences* [SPSS], versión 22.0, en Windows 8 para un análisis estadístico descriptivo multivariante.

Una vez preparados los datos, cuantitativos y cualitativos, se revisaron de forma holística para poder obtener los primeros análisis que permitieron realizar una comparación simultánea con cada uno de los grupos de actores sociales identificando conceptos, significados y ejemplos. Posteriormente se realizó una codificación axial, con un nivel mayor de abstracción de las primeras categorías, generando el análisis de las acciones e interacciones entre los entrevistados; concluyendo con el diseño de un modelo del turismo senior a partir de las concepciones, acciones e interacciones de los participantes involucrados.

### 3. Resultados y discusión

#### 3.1. Contexto turístico del destino

A manera de introducción, se indagó acerca de la percepción que tienen los gestores del turismo senior respecto al desarrollo turístico en Tabasco. Las respuestas indicaron que, pese a la variedad de oferta con la que cuenta el Estado, es decir: turismo de aventura, turismo gastronómico, agroturismo, entre otras; el turismo no se ha desarrollado exitosamente a causa de la falta de instalaciones básicas para atender a las características y necesidades de los adultos mayores. Los gestores refieren que existe una carencia de infraestructura en la industria turística en Tabasco.

*-"Yo creo que, a nivel estatal, es la falta de infraestructura y espacios adecuados para recibir al turismo, además de que, independientemente de la gran oferta que tenemos nosotros como tabasqueños, de las bellezas naturales, de los lugares naturales, sí nos falta impactar a través de campañas publicitarias la promoción del Estado".*

El sector público involucrado con el turismo senior en Tabasco señaló desconocer en términos cuantitativos el impacto real del turismo senior, ya que no existen indicadores que permitan su medición. Sin embargo, este sector percibe la existencia de un interés generalizado en el segmento senior por parte del sector empresarial, pues dicho sector modificó sus instalaciones con el fin de brindar facilidades de acceso a este mercado.

*-"El sector empresarial del ramo turístico modificó sus instalaciones, se crearon servicios especiales y se ofrecen descuentos a los grupos mayores que visitan el Estado; obviamente aún falta crear esa cultura en todo el ramo empresarial para adecuar instalaciones y servicios".*

Por otra parte, los empresarios refieren que el desarrollo turístico en Tabasco se percibe lento, debido al poco interés que muestran las autoridades a cargo por invertir en el ámbito turístico. Asimismo, los entrevistados aluden a que el segmento turístico más promovido en el Estado es el de negocios, por ser ésta una entidad con vocación petrolera. Sin embargo, aseguran que el Estado tiene mucho potencial como un destino de naturaleza, y asumen que los agentes a cargo han pasado por alto la inversión en sitios como: museos, casas de arte, reservas naturales, zonas arqueológicas, entre otros. Resulta relevante el comentario de uno de los entrevistados quien diserta la falta de cultura turística que se presenta en Tabasco.

*-"El desarrollo turístico en Tabasco va lento, y cuando ya está tomando impulso después de un sexenio o antes que termine el sexenio, vienen otras personas, cambian de planes, se olvida, y todo lo que está usado queda en cero otra vez. ¿A qué se debe esto? A que no hay una cultura turística... ¿Qué es lo que falta también? Programas educativos donde se haga conciencia a los niños de que quiera a su Estado,... Igualmente faltan leyes... La grave falla es la casi nula cultura turística...Falta de conciencia en las escuelas de turismo, y de la gastronomía ni quiero hablar".*

Respecto al turismo senior, los empresarios señalaron que los principales visitantes que reciben de este segmento provienen del estado de Querétaro, de la Ciudad de México y del Estado de México. La opinión que el sector privado tiene acerca de los impactos que generan los turistas seniors en Tabasco, es positiva

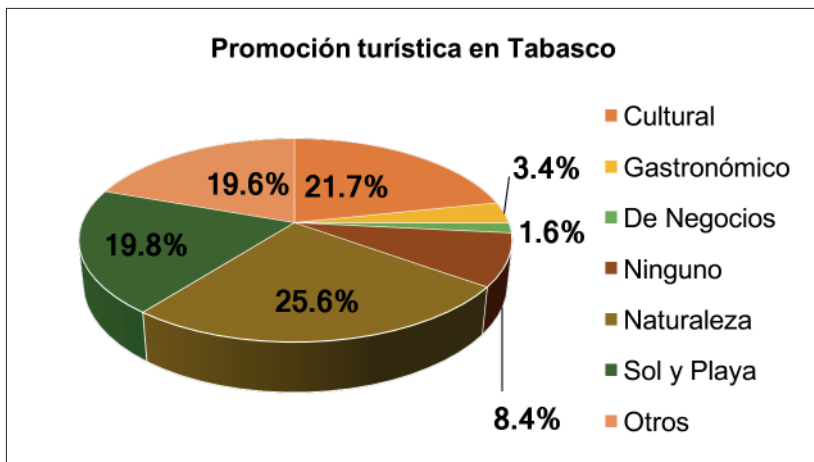
en la mayoría de los casos, aludiendo a que los adultos mayores realizan viajes con mayor frecuencia en comparación con segmentos más jóvenes. Al respecto, los prestadores de servicio refieren lo siguiente:

- “La gente mayor es la que más viaja, la que más quiere conocer, la que tiene más inclusive dinero para gastar”.
- “...hemos notado la presencia de personas de la tercera edad, que son los que han viajado más frecuentemente en comparación a otros años...”
- “Evidentemente consideramos que es un turismo importante y significativo en el Estado, la empresa cuenta con Distintivo G, las instalaciones están habilitadas para dar los beneficios en apoyo al turismo de la tercera edad, y tenemos clientes propios a este turismo”.

Respecto a las entrevistas realizadas a los turistas seniors, la mitad de ellos afirmaron que han visitado diferentes destinos tabasqueños como: Paraíso, Villahermosa, Cunduacán, Tapijulapa, Tenosique y Nacajuca. Dichos actores sociales afirman que el principal turismo que se realiza en el Estado es cultural, de negocios y de naturaleza; y que no perciben la promoción del turismo senior en Tabasco.

Por otra parte, se muestra que los residentes de la comunidad receptora identifican al turismo de naturaleza (25.6%) como el más promovido en Tabasco, seguido por el turismo cultural, el de sol y playa y, en menor medida el turismo de negocios. En contraste, el 8.4% de la población considera que la actividad turística no es promovida (Figura 1).

**Figura 1: Tipos de turismo promovidos en Tabasco.**



Fuente: elaboración propia.

### 3.1. Competitividad del destino

Los gestores sugieren que el Estado ya cuenta con factores importantes como lo son la creación de las rutas turísticas y el hecho de ser precursor en la certificación del Distintivo G. Por otra parte, reiteran la necesidad de crear una infraestructura adecuada para este segmento específico, no sólo en algunos sitios turísticos sino en todos los sectores comerciales del Estado.

- “En primera instancia, a nivel fuimos pioneros en crear el Distintivo G, esto nos permite que otros estados miren hacia Tabasco y nos vean como un destino que ofrece servicios con calidad y sobre todo con calidez”.

Asimismo, sugieren que la falta de higiene en las instalaciones públicas es un factor sumamente negativo en la actividad turística y refieren que en ocasiones, el clima extremadamente caluroso y húmedo en ciertas épocas del año, puede generar cierta incomodidad en los visitantes que provienen de zonas frías.



*-“No nada más vale difundir las bondades de un buen programa, sino también que cuando llegue el turista se sienta bien atendido, se sienta contento y con ganas de regresar, que las instalaciones estén adecuadas, yo siempre he dicho, aunque sean humildes las instalaciones, pero que estén limpias”.*

Pero sobre todo hay una insistente preocupación por incrementar la promoción turística de Tabasco como un destino turístico senior donde converjan programas de turismo social impulsados por el sector público y por la iniciativa privada.

*-“Si tu pusieras un programa a través de una difusión de “Venga a conocer Tabasco”, y donde pueda usted disfrutar de nuestras bellezas naturales, de nuestra gastronomía, adicionalmente de nuestra gastronomía va a estar con menús especializados para las personas con diabetes, para las personas con hipertensión arterial o con problemas de cardiopatías, pudiéramos manejar “Venga usted, disfrute de los buenos alimentos hechos especialmente para usted”, digo, es una parte que valdría la pena impulsar a través de programas del gobierno de Estado, de los gobiernos municipales, digo, y tenemos muchas empresas que se dedican al turismo, hay que sacarle provecho, hay que hacer una buena difusión”*

La respuesta de los prestadores de servicios enfatizó que la promoción turística que realiza el Estado no llega adecuadamente al turista senior. Incluso, muchos refieren que el gobierno no realiza este tipo de promoción dirigida a personas de la tercera edad. El sector privado indica, además, que la televisión, la radio, los periódicos o las revistas son el medio más idóneo para llegar a este segmento de turistas, ya que las redes sociales no son un medio al que los adultos mayores accedan con frecuencia.

*-“Lo más adecuado sea probablemente tanto la televisión o la radio... podría ser los medios impresos igual. Por ejemplo el periódico y las revistas sociales para las señoras que son las que realmente tienen poder adquisitivo para viajar...”*

*-“Ellos leen mucho todavía la publicidad escrita, entonces todo lo que sea escrito ellos les llama la atención”.*

Por otra parte, los empresarios refieren que algunos factores que pueden contribuir al desarrollo de Tabasco como un destino turístico senior competitivo son: la habilitación de espacios públicos especiales para ellos tales como carreteras o transporte público adecuado. También resaltaron la necesidad de consolidar sitios turísticos específicos para este segmento, o bien, llevar a cabo actividades como festivales gastronómicos y culturales. Asimismo, sugieren como factor clave, la disminución de la percepción de inseguridad en el Estado.

*-“Aquí sería básicamente actividades, sitios específicos para este tipo de mercado, a lo mejor festivales gastronómicos, festivales culturales, áreas de lectura, a lo mejor pintura”.*

*-“Más promoción a lo mejor de eventos en beneficio a ellos... si alguien hiciera el festival del adulto mayor o cualquier cosa en relación a ellos”.*

*-“Destinar más recursos al turismo”.*

*-“Primero tendría que empezar con lo básico... infraestructura, vialidades, seguridad”.*

De esta manera, los empresarios sugieren que hay muchos factores que restringen la oferta turística, limitando así el desarrollo de este segmento turístico en el Estado. En principio, los prestadores de servicio aluden la problemática de una oferta turística limitada a las autoridades en materia turística, a la falta de infraestructura y a la inseguridad.

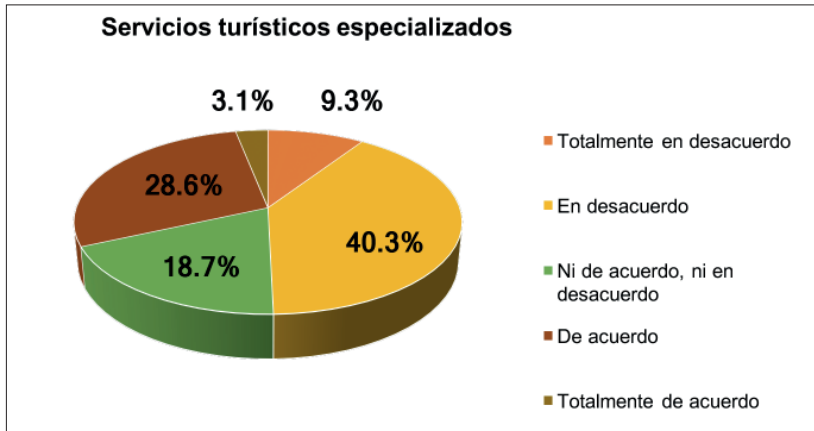
En función de la experiencia de los adultos mayores, ellos consideran que existe una vasta oferta de sitios turísticos en el Estado. Sin embargo, señalan que existen otros factores que limitan el desarrollo exitoso de la actividad turística como: la falta de promoción, cultura turística e infraestructura.

Al respecto, los adultos mayores señalaron que en comparación con otros estados, Tabasco tiene deficiencias en los servicios públicos, que también son utilizados por los turistas, específicamente en aspectos relacionados con la accesibilidad en espacios como banquetas y parques. Asimismo, se señaló la falta de acceso a medios de comunicación o sitios específicos que brinden información sobre la ubicación de los destinos.

*-“...le falta mucho. Pues porque no hay un espíritu de servicio, eh, turísticamente no hay información, eh, los medios de comunicación para llegar a estos centros turísticos son muy complicado”.*

Por otra parte, la percepción de los residentes indica que 4 de cada 10 de los entrevistados consideran que la oferta turística especializada para la atención de los adultos mayores es deficiente (40.3%) (Figura 2). De la misma manera, 1 de cada 2 opiniones vertidas (49.9%) indicaron estar en desacuerdo con las estrategias de promoción turística para atraer visitantes de la tercera edad emprendidas en el Estado.

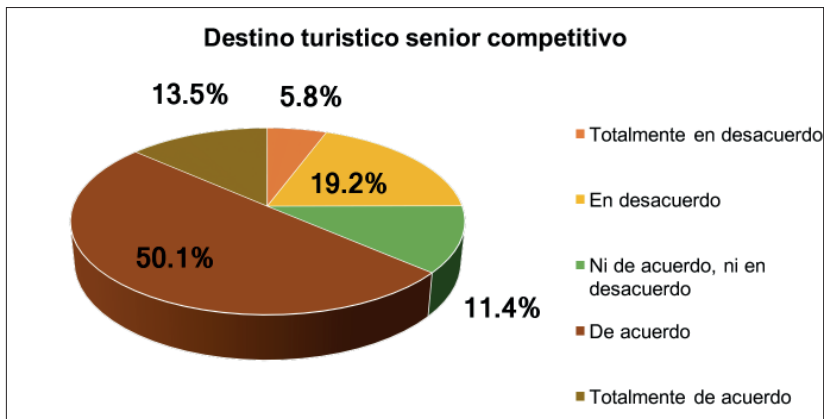
**Figura 2: Especialización de la oferta turística senior en el Estado.**



**Fuente:** elaboración propia.

Finalmente, la Figura 3 muestra que el 63.6% de la comunidad anfitriona afirman que el Estado, en general, cuenta con las características requeridas para la atención de este segmento de mercado, lo cual pudiera traducirse como un destino competitivo; sobre todo si éste es tomado como referente en otras entidades del país.

**Figura 3: Competitividad de Tabasco como destino turístico senior.**



**Fuente:** elaboración propia.

A modo de discusión se destaca el potencial del turismo senior, no como un segmento aislado para destinos especializados, sino como parte de una demanda real en el ámbito mundial que reclama ser atendido de acuerdo con sus particularidades. En este punto, resaltan los requerimientos especiales de atención y de apoyo integral para este grupo etario, pero no centradas exclusivamente en la satisfacción

de necesidades básicas, sino considerar además que el ser humano tiene necesidades sociales, de autoestima y de realización. Es así como resulta importante repensar en el envejecimiento como un planteamiento para transformar el tiempo libre del adulto mayor en tiempo de ocio-turístico.

El caso de Tabasco observa un evidente panorama de decepción de los prestadores de servicios en temas de inversión gubernamental, como en el área legislativa y de planeación turística que repercuten el desarrollo efectivo de este sector económico. De esta manera, se presume que el Estado cuenta con el elemento básico de una oferta turística: la atractividad de sus destinos. Sin embargo, se hace necesario desarrollar infraestructura adecuada para cada segmento, en particular para el constituido por adultos mayores. En este sentido, se obtuvo que mientras para algunos, las dificultades existentes para el desarrollo del turismo senior se basan en la falta de un programa de capacitación sobre cultura turística, principalmente, entre el personal de contacto del sector empresarial; para otros está más relacionada con la adaptación de la infraestructura pública y de las instalaciones privadas de acuerdo con las demandas del adulto mayor.

Otra situación descrita por los actores es la importancia de implementar una oferta permanente de eventos y espectáculos atractivos para la personas mayores. Al igual que la necesidad de promocionar en conjunto al Estado como un producto turístico senior. De manera particular, resalta el hecho de la inexistencia de información estadística sobre la demanda de turismo senior en el Estado, lo cual se asume como un obstáculo en la planificación de la oferta especializada.

Aunado a lo anterior, se observa que los turistas y los residentes de la comunidad anfitriona no se percatan de la existencia de políticas y programas encaminados al desarrollo del turismo senior en el Estado. Así, ellos perciben que los segmentos turísticos con mayor impulso son el turismo de naturaleza, el cultural, el de sol y playa, el gastronómico y el de negocios. De acuerdo con las aseveraciones, positivas y negativas, de los involucrados; se asume que la vinculación entre ellos permite la integración de políticas y programas para el desarrollo de destinos turísticos seniors. En este sentido, se observa en reiteradas declaraciones de los actores sociales la importancia de crear una estrecha comunicación entre ellos a través de la sensibilización del fenómeno turístico.

### 3.2. Modelo para el desarrollo del destino turístico senior

A partir del diseño del modelo conceptual y de la discusión de los resultados obtenidos; surgieron los siguientes factores que contribuyen al desarrollo competitivo del estado de Tabasco como un destino turístico senior:

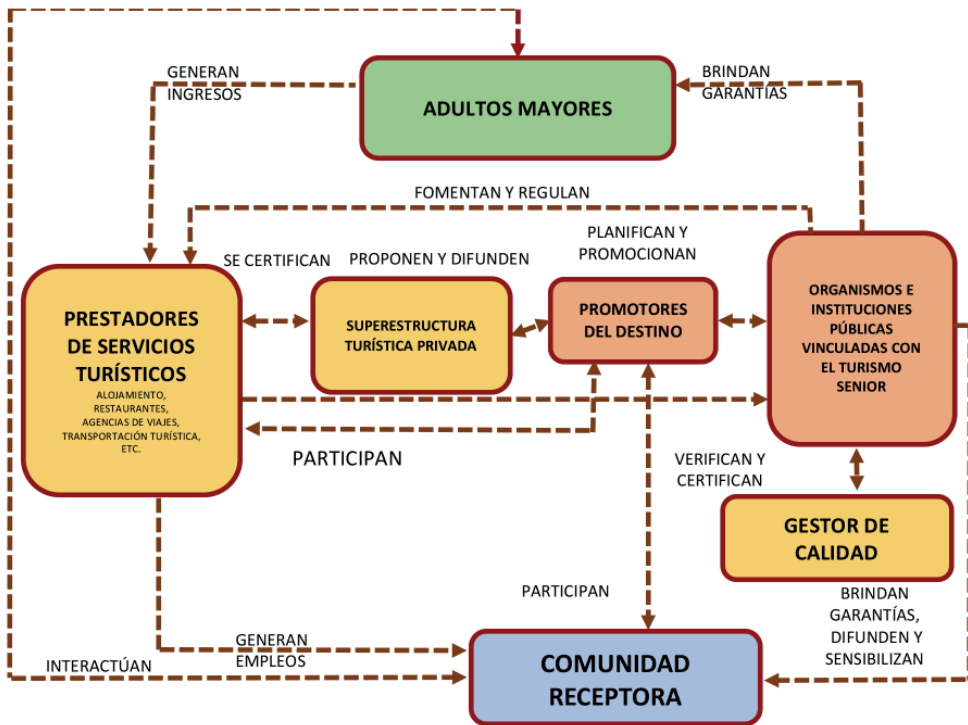
- a) Ser pionero en crear y promover el Distintivo G.
- b) Mostrar interés en ofrecer un producto turístico diferenciado como el turismo senior.

En contraste, se mencionan como limitantes de la competitividad turística:

- a) Escasa difusión y promoción turística del Estado como destino turístico senior en eventos nacionales e internacionales.
- b) Inexistencia de programas de turismo social para incentivar el turismo senior en Tabasco.
- c) Baja sensibilización en cultura turística para la atención de los adultos mayores entre los prestadores de servicios y la comunidad receptora.
- d) Necesidad de homogeneizar la calidad turística de los prestadores de servicios a través de la institucionalización del Distintivo G.
- e) Deficiente infraestructura turística del destino, especialmente en carreteras y servicios de transportación pública.
- f) Poca la integración de los actores sociales del turismo senior.

En este sentido, se ha elaborado una propuesta para el desarrollo del estado de Tabasco como destino competitivo de turismo senior (Figura 5). El modelo presenta un sistema con un proceso continuo de interrelaciones entre cada uno de sus actores: organismos e instituciones públicas, promotores del destino, superestructura turística privada, gestor de calidad del Distintivo G, prestadores de servicios turísticos, adultos mayores y comunidad receptora. La propuesta responde a las características de un modelo híbrido de la planificación turística, el cual reconoce la importancia de la colaboración entre los sectores públicos y privados a fin de establecer estrategias, planes y para la proyección del propio modelo en buscar de desarrollar nuevas opciones para el turismo (Aliu, 2011:1331-1332).

**Figura 5: Modelo para el desarrollo del turismo senior en Tabasco.**



**Fuente:** elaboración propia.

La propuesta inicia con la declaración oficial de una política de estado que fije como meta garantizar el derecho a la recreación del adulto mayor. Esta política deberá establecerse de manera vertical y transversal entre todas las dependencias del país a fin de subsanar la escasa inversión pública que beneficie a los programas de este rubro, especialmente notable en la deficiente infraestructura turística del destino en carreteras y servicios de transportación pública. Pero que también priorice entre sus líneas de acción la ejecución de programas de turismo social o turismo para todos, incluyentes a las características y necesidades de este segmento turístico.

A la fecha, en México sólo se cuenta con el programa de credencialización del INAPAM que otorga entradas gratuitas, tarifas preferenciales o descuentos que van del 5 al 59% a los tarjetahabientes usuarios de servicios de ciertas empresas de alimentación, hospedaje, agencias de viajes, así como a museos, centros recreativos, cines, clubes deportivos, paseos culturales, balnearios y parques, teatros y zonas arqueológicas; que voluntariamente están inscritas en el padrón de beneficiarios (INAPAM, 2015).

Por otra parte, se requiere prestar formal atención a la normalización del Distintivo G, tal como sucede con otras certificaciones de calidad vigentes en el país, como la Acreditación de Guías de Turistas, el Programa de Calidad Moderniza y el Programa Manejo Higiénico de los Alimentos o Distintivo H, entre otros; los cuales son impulsados desde la Secretaría de Turismo Federal y que cuentan con el reconocimiento federal para promover la mejora continua y la excelencia en los servicios turísticos. Pese a que dichos programas carecen de obligatoriedad, éstos se encuentran regulados por las Normas Mexicanas [NMX] que son instrumentos técnicos que establecen especificaciones de calidad con aplicación nacional (SECTUR, 2018).

Así, la función de normalización de la calidad de los servicios otorgados por las empresas turísticas en materia de atención al turista senior recaería en las dependencias de la administración pública, como el INAPAM y la SECTUR, responsables de la integración sistémica de todos los actores sociales del fenómeno turístico; las cuales estarían obligadas a dictar normas que regulen y garanticen la experiencia

turística de los seniors respecto a los factores básicos de calidad en la prestación de servicios turísticos directos e indirectos. Además de establecer un Directorio Nacional de Consultores para el Distintivo G, previa acreditación de las especificaciones correspondientes al conocimiento, experiencia y solvencia moral de los interesados. Por tanto, la función del gestor de calidad del Distintivo G se concretaría a prestar sus servicios de consultoría, verificación y certificación a través, y con el aval, de los organismos e instituciones públicas responsables.

Estos organismos públicos deberán fomentar y regular las actividades y programas del turismo senior entre los prestadores de servicios turísticos, sin importar su no pertenencia a cámaras o asociaciones pertenecientes a la iniciativa turística privada, tales como la AMHyM, AMAV, CANIRAC, etc. Además estas dependencias gubernamentales habrán de comprometerse a socializar los programas, normas, acciones y beneficios entre las comunidades receptoras o anfitrionas a fin de sensibilizar a sus residentes y establecer una cultura de calidad turística que se distinga por una interacción armónica con los adultos mayores visitantes del destino. Sin dejar de lado, la necesidad de proveer de información a los habitantes respecto a las garantías a las que pueden acceder como turistas seniors potenciales.

Llegado a este punto, el rol de los promotores del destino como el Consejo de Promoción Turística de México [CPTM] y la OCV; así como el de las cámaras y asociaciones de la superestructura turística privada será delimitado por la intermediación entre los organismos e instituciones públicas vinculadas con el turismo senior y las empresas prestadoras de servicios turísticos. Sin embargo, estos dos intermediarios asumen también la responsabilidad de establecer las directrices sobre las estrategias de promoción y difusión del turismo senior, pero sobre todo del destino como un producto turístico especializado en este segmento.

Es importante destacar que la superestructura turística, como representantes de la iniciativa privada organizada, tienen la facultad de establecer relaciones con asociaciones similares de cualquier país, así como la de proponer y participar de manera activa en los procesos de la gestión turística nacional, primordialmente los celebrados en la SECTUR. En este contexto, los prestadores de servicios turísticos asumirán una relación bidireccional con las entidades públicas, atendiendo y participando en sus programas y normas. Además se requiere de empresas turísticas certificadas en ofrecer servicios de calidad a los adultos mayores y que establezcan como estrategia de responsabilidad la generación de empleos para los residentes de la comunidad receptora, así como la formación de cadenas de valor en los que prevalezca la participación de proveedores locales.

Por otra parte, se asume que la interacción producida entre los adultos mayores y la comunidad receptora debe darse bajo una premisa de respeto hacia las culturas de los sujetos involucrados en el sistema, así como de los espacios y ambientes visitados. Finalmente, es necesario integrar la participación activa de los residentes en la planificación del turismo senior en su comunidad, mediante talleres con la sociedad civil organizada emprendidos por los promotores del destino, para comprender sus necesidades y expectativas respecto al fenómeno y establecer así un mejor funcionamiento del modelo propuesto.

#### 4. Conclusiones

El desarrollo de la investigación permitió aproximarse a la comprensión del turismo senior a partir de las percepciones y relaciones existentes entre los actores sociales involucrados, con el fin de establecer un modelo conceptual que permita desarrollar destinos turísticos senior de manera competitiva. La investigación integró un estudio exhaustivo en el que se aplicaron diversas técnicas e instrumentos de cortes cuantitativos y cualitativos, de los que se obtuvieron estas conclusiones.

En un primer momento, se consideró pertinente establecer un contexto del turismo senior, partiendo del hecho que el sujeto del fenómeno turístico indagado es el adulto mayor quien, aunado a la realidad del envejecimiento demográfico mundial, justifica la necesidad de profundizar en su comprensión más humana como un individuo que experimenta un proceso de cambios biológicos, sociales y psicológicos. Son precisamente estos cambios los que conceden a este grupo poblacional su característica como un segmento turístico con necesidades y expectativas particulares.

Este trabajo cumplió el objetivo de contribuir con la descripción del turismo senior según el análisis de las relaciones existentes entre los implicados mediante un análisis de la información que permitió la modelización de la realidad del sistema turístico senior en Tabasco. Este modelo se presenta como un esquema estructurado y funcional de los actores sociales involucrados, que permite visualizar las relaciones y posibles fallas en el proceso de gestión pública y prestación del servicio turístico privado a los adultos mayores que visitan el destino.

El modelo turístico senior de Tabasco permitió la extrapolación de los datos obtenidos a un paradigma transformado que establece la integración sistémica de los actores sociales en un proceso continuo en el cual se asumen nuevas responsabilidades y se determinan directrices encaminadas a la incorporación de políticas públicas que permitan la normalización de la calidad de los servicios turísticos ofertados, así como la creación de líneas de acción tendientes al fomento, planificación y difusión del turismo senior entre todos sus actores. Sin duda, el diseño de dicho modelo turístico es la principal contribución de esta investigación, toda vez que éste puede permitir planear, diseñar, ilustrar y optimizar las actividades prácticas, teóricas y valorativas del turismo senior.

Las implicaciones prácticas del modelo requieren de la clarificación de los objetivos a alcanzar, así como de la etapa de desarrollo del destino turístico senior. Por tanto, este modelo puede sugerir diferentes usos, sobre todo para la creación de estrategias de *marketing*, la implementación de metodologías y el diseño de programas de turismo social, inclusivos y accesibles para atender a los mercados emergentes. Cabe destacar que, de acuerdo con el centro de prensa del portal de la empresa Airbnb, México es el país con más aumento de viajeros senior en el mundo y que son los adultos mayores de Estados Unidos, los más interesados en viajar al país, principalmente a destinos culturales como San Miguel de Allende (Airbnb, 2017). Los seniors estadounidenses son un poderoso segmento consumidor de viajes de placer y están conformados por tres segmentos: los amantes de viajes grupales, el grupo de escapar y aprender y, el de los jubilados. El primero se caracteriza por tener una amplia variedad de intereses de viajes, que gustan de conocer gente y socializar, así como de buscar enriquecimiento espiritual, contarles a los amigos sobre sus viajes, participar en actividades físicas, descansar y relajarse, además de tener el suficiente dinero para satisfacer todos sus deseos de viaje. El segundo segmento se integra por adultos mayores que viajan por enriquecimiento intelectual, visitan museos y sitios históricos, les gusta experimentar cosas nuevas y escapar de la rutina. Finalmente, el segmento de los jubilados es el de menor poder adquisitivo, viaja para conocer nuevos lugares, visitan y ocupan su tiempo con familiares cercanos y para descansar (Chen y Shoemaker, 2014: 58,71-72).

Finalmente, desde el ámbito teórico, la propuesta se establece como un modelo o aporte teórico que identifica la configuración de las relaciones presentes en los actores sociales del turismo senior en un espacio determinado. Este modelo conceptual enriquece el conocimiento del fenómeno ya que contiene aspectos originales que no han sido abordados por otros autores en la literatura que precedió a la investigación. Como se puede observar el modelo explica una situación con actores sociales reales, cuyas acciones están fundamentadas en un sistema, estructura o esquema lógico del que se pueden hacer distintas deducciones en forma particular, que a su vez pueden desencadenar diversas perspectivas teóricas en futuras investigaciones.

## Bibliografía

- Aigaje-Astudillo, I.P. & López-Velastegui, L.K. 2013. "Diseño de un circuito turístico para contribuir al desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de Milagro y Naranjito de la Provincia de Guayas". Tesis (Licenciatura en Turismo). Universidad Estatal de Milagro. Unidad Académica Administrativa y Comerciales. Milagro, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/758>
- Airbnb 2017. "México es el país con más aumento de viajeros senior en el mundo". México: Centro de prensa Airbnb Inc.6 de noviembre de 2017. Consultado en <https://press.airbnb.com/ea/mexico-es-el-pais-con-mas-aumento-de-viajeros-senior-en-el-mundo/?locale=&mediaMember=no&email=>
- Alén, E., Nicolau, J.L. Losada, N. y Domínguez, T. 2014. "Determinant factors of seniors tourists' length of stay". *Annals of Tourism Research* 49 Pp. 19-32. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738314000954>
- Alén, M. E., Domínguez, T., & Fraíz, A. 2010. "El turismo senior como segmento de mercado emergente". *Cuadernos de Turismo*, 26(1). Pp. 9-24. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39817020001>
- Aliu, A. 2011. "Proyección y planificación estratégica en la industria turística". Enfoque comparativo y modelo híbrido. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. V. 20(2011). Pp. 1324-1334. Recuperado de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V20/N06/v20n6a06.pdf>
- Álvarez, C. 2006. "El reto del turismo senior". *Hosteltur*. Turismo Senior. Reportaje. P. 6. Recuperado de <http://studylib.es/doc/8657285/el-reto-del-turismo-senior>



- Álvarez-Gayou-Jurgenson, J.L. 2007. “*Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*”. México: Paidós Educador.
- Castillo-Fernández, D. & Vela-Peón, F. 2005. “Envejecimiento demográfico en México. Evaluación de los datos censales por edad y sexo”. *Papeles de población*. 11 (45) (julio-septiembre). Pp. 107-141. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-74252005000300006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-74252005000300006)
- Chen, S. C. y Shoemaker, S. 2014. “Age and cohort effects: The American senior tourism market”. *Annals of Tourism Research* 48. Pp. 58-75. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738314000619>
- Diario Oficial de la Federación. 2018. “*Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores*”. Ley publicada en el DOF el 25 de junio de 2002. Última reforma 12 de septiembre de 2018. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. México. Recuperado de [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/245\\_120718.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/245_120718.pdf)
- González-Miers, M. del R. 2009. “*Los retos de la tercera edad. Nuevas oportunidades*”. México: Trillas.
- Ham-Chande, R. 2014. “*Envejecimiento demográfico en México: el siguiente reto de la transición demográfica*”. México: El Colegio de la Frontera Norte. Recuperado de <https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=TDQnCGAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=ENVEJECIMIENTO+DEMOGRAFICO&ots=kHfuroGNSV&sig=1wuwYcr2QfMuxVe8V6pHKKQMgl#v=onepage&q=ENVEJECIMIENTO%20DEMOGRAFICO&f=false>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., y Baptista-Lucio P. 2010. “*Metodología de la investigación*”. 5ta edición. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hrnjić, A. Suta, N. y Pilav-Velić, A. 2016. “Innovation in senior tourism: creating energy efficient and health supported tourist offer”. *Review of Innovation and Competitiveness*. V 2. I 4 Pp. 5-18. Recuperado de <https://hrcak.srce.hr/file/253431>
- Huber, D., Milne, S. y Hyde, K. F. 2018. “Constraints and facilitators for senior tourism”. *Tourism Management Perspectives* 27. Pp. 56-67. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/325412922\\_Constraints\\_and\\_facilitators\\_for\\_senior\\_tourism/download](https://www.researchgate.net/publication/325412922_Constraints_and_facilitators_for_senior_tourism/download)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. 2017. “*Estadísticas a propósito del...Día Internacional de las Personas de Edad*”. Datos nacionales. México: Comunicación social. INEGI. Recuperado el 25 de septiembre de 2018 de [http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2017/edad2017\\_Nal.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2017/edad2017_Nal.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. 2015. “*Censo de Población y Vivienda 2010. Principales resultados por localidad (ITER). Tabasco*”. México: INEGI. Consultado en <https://datos.gob.mx/busca/dataset/censo-de-poblacion-y-vivienda-2010-principales-resultados-por-localidad-iter>
- Instituto Nacional de las Mujeres [INMUJERES]. 2018. “Situación de las personas adultas mayores en México”. México: INMUJERES. Recuperado de [http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/Boletin\\_PAM.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/Boletin_PAM.pdf)
- Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores [INAPAM]. 2015. “*Beneficios tarjeta INAPAM*”. Sitio web oficial. México: INAPAM. Consultado en <https://www.gob.mx/inapam/acciones-y-programas/beneficios-test>
- Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores [INAPAM]. 2012. “*Informe de Rendición de Cuentas 2006-2012*”. México: SEDESOL-INAPAM. Recuperado de [http://www.inapam.gob.mx/work/models/INAPAM/Resource/188/1/images/Informe\\_de\\_Rendicion.pdf](http://www.inapam.gob.mx/work/models/INAPAM/Resource/188/1/images/Informe_de_Rendicion.pdf)
- Lage-Corona, M.E. 2015. “*Enfermedad en la vejez. Cómo afrontarla en familia*”. México: Trillas.
- Le Serre, D. 2008. “Who is the Senior Consumer for the Tourism Industry?” *Amfiteatru Economics Journal*. Sp. Iss 2, Pp. 190-201. Recuperado de <https://ideas.repec.org/p/hal/journal/hal-00879298.html>
- Lesur, L. 2012. “*Cuidado de los adultos mayores*”. México: Trillas.
- Losada-Sánchez, N., Alén-González, E. y Domínguez-Vila, T. 2018. “Factores explicativos de las barreras percibidas para viajar de los senior”. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 16 No. 2. Pp. 387-399. Recuperado de [http://www.pasosonline.org/Publicados/16218/PS218\\_08.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/16218/PS218_08.pdf)
- Losada-Sánchez, N., Alén-González, E. & Domínguez-Vila, T. y Nicolau, J.L. 2016. “Travel frequency of seniors tourists”. *Tourism Management*. 53. Pp. 88-95. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/282305783\\_Travel\\_frequency\\_of\\_seniors\\_tourists](https://www.researchgate.net/publication/282305783_Travel_frequency_of_seniors_tourists)
- Marín-Sánchez, M., García-González, A. J., & Troyano-Rodríguez, Y. 2006. “Modelo de ocio activo en las personas mayores: revisión desde una perspectiva psicosocial”. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, 16(1). Pp. 147-167. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/654/65416106.pdf>

- Mazó-Quevedo, M.L. 2015. “*Modelo para el desarrollo del turismo gerontológico. Una propuesta de aplicación a la realidad de Tabasco, México*”. Tesis de Doctorado. España: Universidad Antonio de Nebrija.
- Mecohisa 2011. “*Módulo IV. Apoyo psicosocial, atención relacional y comunicativa en instituciones*”. España: McGraw-Hill. Recuperado de <http://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448176898.pdf>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social del Ecuador. 2012. “*Avance en el cumplimiento de los derechos de las personas adultas mayores*”. Ecuador: Dirección de Atención Integral Gerontológica. Recuperado de <https://www.cepal.org/celade/noticias/paginas/9/46849/Ecuador.pdf>
- Miranda-Barreto, M. R. & González-Fernández, A. M. 2010. “Análisis de la edad cognitiva como criterio de segmentación del adulto mayor”. *Pecunia, Monográfico*. León, España: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Pp. 91-122. Recuperado de <http://revpubli.unileon.es/index.php/Pecunia/article/viewFile/766/679>
- Nella, A. & Christou, E. 201. “Extending tourism marketing: Implications for targeting the senior tourists’ segment”. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*. V. 2, No. 1. Pp. 36-42. Recuperado de <http://jthsm.gr/vol2iss1/2-1-5.pdf>
- Nikitina, O. & Vorontsova, G. 2015. “Aging Population and Tourism: Socially Determined Model of Consumer Behavior in the “Senior Tourism” Segment”. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. V. 214. P.845-851. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815060917>
- Organización Mundial de la Salud [OMS]. 2015. “*Envejecimiento*”. Temas de salud. Suiza: OMS. Consultado en <http://www.who.int/topics/ageing/es/>
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. 2013. “*Cambio demográfico y turismo*”. España: OMT.
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. 1996. “*Carta de Recife sobre Turismo de Personas Mayores*”. Obtenido de la Segunda Conferencia Internacional sobre Turismo de Personas Mayores. Recife, Brasil. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/unwtodeclarations.1996.22.11.1>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. 2014. “La situación demográfica en el mundo, 2014. Informe conciso”. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. División de Población. Estados Unidos: ONU. Recuperado de <http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/trends/Concise%20Report%20on%20the%20World%20Population%20Situation%202014/es.pdf>
- Pardo-Andreu, S. 2014. “*Clústers de turismo sénior y migración de jubilados e innovación en turismo: análisis referido al Arco Mediterráneo Español*”. Tesis Doctoral. (Organización de Empresas). Universidad Politécnica de Valencia, España. Facultad de Administración y Dirección de Empresas. Recuperado de <https://www.tdx.cat/handle/10251/37744>
- Parracho-Lopes-Rosa, B.E. 2012. “*Sénior, o turista do futuro. Um estudo abrangate do turista sénior português*”. Tesis (Maestría en Turismo con especialización en Gestión Estratégica de Destinos Turísticos). Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. Recuperado de [https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/4438/1/2012.04.008\\_.pdf](https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/4438/1/2012.04.008_.pdf)
- Pérez-Díaz, J. 2005. “Consecuencias sociales del envejecimiento demográfico”. *Papeles de Economía Española*. (104). Pp. 210-226. Recuperado de <http://digital.csic.es/bitstream/10261/5116/1/Perez2005.pdf>
- Secretaría de Desarrollo Social [SEDESOL], Secretaría de Gobernación [SEGOB] & Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores [INAPAM]. 2017. “*Programa Nacional Gerontológico 2016-2018*”. México: SEDESOL, SEGOB y INAPAM. Recuperado de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/265503/PROGRAMA\\_NACIONAL\\_GERONTOLOGICO\\_5\\_ENERO\\_2017.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/265503/PROGRAMA_NACIONAL_GERONTOLOGICO_5_ENERO_2017.pdf)
- Secretaría de Turismo [SECTUR]. 2018. “*Normalización turística*”. México: SECTUR. Consultado en <http://www.gob.mx/sector/acciones-y-programas/normalizacion-turistica>
- Secretaría General Iberoamericana [SEGIB]. 2008. “*Buenas prácticas de gestión de turismo social. Experiencias Iberoamericanas*. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. División de Información, Documentación y Publicaciones. Centro de Publicaciones. España. Recuperado de <http://www.eoi.es/fdi/sites/default/files/3.%20Buenas%20pr%C3%A1cticas%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20turismo%20social.pdf>
- Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR]. 2012. “*Informe final. Programa de Vacaciones Tercera Edad y Giras de Estudio (Enero-Junio)*”. Chile: SERNATUR. Consultado en <http://docplayer.es/8942704-Informe-final-programa-vacaciones-tercera-edad-y-giras-de-estudio-ministerio-de-economia-fomento-y-turismo-servicio-nacional-de-turismo-sernatur.html>
- Schenkel, E. 2013. “El turismo social como política estatal en Sudamérica”. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 11 (1). Pp. 173-183. Recuperado de [http://pasosonline.org/Publicados/11113/PS0113\\_13.pdf](http://pasosonline.org/Publicados/11113/PS0113_13.pdf)

- Sniadek, J. 2006. "Age of seniors. A challenge for tourism and leisure industry". *Studies in Physical culture and tourism*. V.13. Supplement. Pp. 103-105. Recuperado de [http://www.wbc.poznan.pl/Content/61372/Sniadek\\_REV.pdf](http://www.wbc.poznan.pl/Content/61372/Sniadek_REV.pdf)
- Torres-Degró, A. 2010. "Envejecimiento demográfico: Un acercamiento a los métodos cuantitativos". *Revista Electrónica CIDE Digital*. 1(2). Pp. 77-98. Recuperado de <http://revistas.upr.edu/index.php/cidedigital/article/download/11864/9777>
- United Nations [UN]. 2018. "*International Day of Older Persons. 1 October*". Estados Unidos: Events. UN. Consultado en <http://www.un.org/en/events/olderpersonsday/>
- United Nations [UN]. 2017. "*World population prospects. Key findings & advance tables*". Estados Unidos: Department of Economic and Social Affairs. Population Division. UN. Recuperado de [https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2017\\_KeyFindings.pdf](https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf)
- Villa-Carrandi, C. 2012. "*La vida en la jubilación*". México: Trillas.
- World Tourism Organization [UNWTO]. 1999. "*Lisbon letter on Senior Tourism*". Tercera Conferencia Internacional sobre Turismo Senior. Lisboa, Portugal. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/unwtodeclarations.1999.25.6.1>
- Zúñiga-Herrera, E. & Enrique-García, J. 2008. "El envejecimiento demográfico en México. Principales tendencias y características". *Revista Horizontes*. (13). Pp. 93-100. México: Consejo de Población del Estado de México. Recuperado de <http://catalog.ihsn.org/index.php/citations/38403>

*Recibido:* 17/10/2018  
*Reenviado:* 22/02/2019  
*Aceptado:* 24/07/2019  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*