

William Andrés Benítez-Guevara; Ángela Verónica Paredes-Núñez

[DOI 10.35381/cm.v11i2.1636](https://doi.org/10.35381/cm.v11i2.1636)

**Clientes senior como segmento de mercado emergente en las agencias de viajes**  
**Senior customers as an emerging market segment in travel agencies**

William Andrés Benítez-Guevara  
[ta.williamabg28@uniandes.edu.ec](mailto:ta.williamabg28@uniandes.edu.ec)  
Universidad Regional Autónoma de los Andes, UNIANDES, Ambato, Tungurahua  
Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0001-5823-7738>

Ángela Verónica Paredes-Núñez  
[ua.angelaparedes@uniandes.edu.ec](mailto:ua.angelaparedes@uniandes.edu.ec)  
Universidad Regional Autónoma de los Andes, UNIANDES, Ambato, Tungurahua  
Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0002-0783-5639>

Recibido: 20 de abril 2025  
Revisado: 25 de mayo 2025  
Aprobado: 15 de julio 2025  
Publicado: 01 de agosto 2025

William Andrés Benítez-Guevara; Ángela Verónica Paredes-Núñez

## RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue analizar los clientes senior como segmento de mercado emergente en las agencias de viajes. En cuanto a la metodología fue un estudio no experimental, de tipo cuantitativo y transversal; se recolectó datos mediante la aplicación de una encuesta. Los resultados y el análisis realizados reflejaron que los turistas senior, están en facultad de llevar a cabo actividades turísticas que se acoplan a su condición física y recursos económicos, además hoy en día las personas tienen en mente disfrutar de los viajes a los cuales acceden por el precio del paquete turístico es un elemento importante a la hora de seleccionar entre las distintas alternativas vacacionales. En conclusión, el segmento senior refleja que sus valores adquiridos en su jubilación ya tienen premeditado gastarlo en viajes para su gozo propio teniendo marcado un destino o de acuerdo con las propuestas de las agencias de viajes.

**Descriptor:** Agencia, viaje, adulto, mercado, recursos financieros. (Tesoro UNESCO)

## ABSTRACT

The objective of this research was to analyze senior customers as an emerging market segment in travel agencies. In terms of methodology, it was a non-experimental, quantitative, cross-sectional study; data was collected through a survey. The results and analysis showed that senior tourists can engage in tourist activities that are suited to their physical condition and financial resources. Furthermore, people today want to enjoy the trips they can afford, and the price of the package tour is a crucial factor when choosing between different vacation options. In conclusion, the senior segment reflects that they have already decided to spend the money they have acquired in retirement on trips for their own enjoyment, either to a specific destination or in accordance with the proposals of travel agencies.

**Descriptors:** Agency, travel, adult, market, financial resources. (UNESCO Thesaurus)

William Andrés Benítez-Guevara; Ángela Verónica Paredes-Núñez

## **INTRODUCCIÓN**

Se entiende a un turista senior, como aquella persona superior a los 60 años jubilada que desea tener actividades de ocio y descanso teniendo un destino de viaje nacional o internacional. El segmento senior al momento de salir de su rutina diaria de trabajo y jubilarse adopta la necesidad de realizar actividades para mantenerse ocupado siendo así una de las más buscadas y favoritas la de viajar y conocer varios destinos nacionales e internacionales, teniendo en cuenta varios requerimientos para adquirir los viajes tener asistencia en todo momento, compartir con personas de su misma edad, siendo motivaciones que se acoplen a su estado físico, condición y edad en la que se encuentran.

Hoy en día el turismo es una parte muy importante en la economía de cada uno de los países, siendo así como uno de los segmentos, el turismo senior que es aquel que se enfoca en el adulto mayor, que es el que ha generado mayor impulso a nivel de la industria turística, en la que se centran las personas jubiladas y prejubiladas. Estas personas poseen un espíritu joven con ganas de recorrer los más diversos sitios y conocer nuevos lugares. Para (Caiza,2013) el crecimiento del turismo senior o de gente mayor, ha experimentado una tasa de crecimiento más elevada en Europa durante la última década. El turismo social es decir los viajes vacacionales con distintos grados de subvención, basado en la idea de que el turismo es un derecho social de los ciudadanos. (González, Domínguez, & Fraiz, 2010) afirma:

La sociedad se encuentra en una etapa en la que está experimentando un proceso de envejecimiento sin precedentes. Este hecho va a repercutir en el futuro de la oferta del turismo nacional. Los seniors son cada vez más numerosos y muestran gran interés por las nuevas oportunidades que brinda nuestra industria turística. Este colectivo de espíritu joven y abierto, acompañado de un nivel económico estable, representa un segmento de mercado atractivo para la industria turística. (p.10). El turista senior como una persona mayor de 60 años, que posee el tiempo y dinero para viajar. Este segmento tendrá sus limitantes para poder viajar, como su estado

William Andrés Benítez-Guevara; Ángela Verónica Paredes-Núñez

de salud, que influye grandemente en su movilidad, responsabilidades familiares o falta de interés hacia el destino.

Sin embargo, el turismo senior, no ha ocupado un lugar muy destacado hasta el momento, por lo cual, presenta grandes oportunidades para el mercado turístico. Esta nueva modalidad es escasa y revela una falta de consenso, por lo que se busca una clarificación de este. También se profundiza en las motivaciones, comportamiento y fuentes de información utilizadas por los seniors, variables de gran interés para lograr una oferta satisfactoria, de calidad y que se ajuste a sus necesidades.

Las agencias de viajes en la ciudad se enfocan en vender servicios al público en general, pero existen muy pocas agencias que se enfocan en ese segmento para brindarles un servicio acorde a las necesidades, que sus clientes tengan la satisfacción de convivir con personas de la misma edad disfrutando de sitios turísticos del Ecuador.

Es importante identificar las actividades que se realizan acorde a la edad de los segmentos, tomando en cuenta el estado físico y los lugares que se visitan. Cada uno de los turistas de este segmento se denomina senior, se enfocan en conocer los diferentes lugares del Ecuador y del mundo, pues la finalidad de sus viajes es compartir con personas de su misma edad, interactuar y disfrutar del lugar tomando en cuenta que anhelan tener todos los servicios y ser atendidos de la mejor manera. Sin embargo, no se ha potencializado este segmento por la falta de difusión de paquetes turísticos para este grupo de mercado el cual hoy en día es el que brinda más aportes a la economía local, por lo que se ha identificado como problema científico.

Según el Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO, 2018) afirma que el programa de turismo como un servicio complementario de las prestaciones del Sistema de la Seguridad Social Española, con el objetivo de proporcionar a las personas mayores estancias en zonas de costa y turismo de interior, contribuyendo con ello a mejorar su calidad de vida, su salud y la prevención de la dependencia.

William Andrés Benítez-Guevara; Ángela Verónica Paredes-Núñez

Actualmente en la República de Argentina el Plan Federal Estratégico de Turismo Sostenible tiene como objetivo liminar que el turismo sea reconocido simplemente como una actividad socioeconómica clave para el desarrollo del país, transformándose en una prioridad dentro de las políticas del estado, pero también que su práctica se considere un derecho social apreciando el crecimiento integral de la persona a través del aprovechamiento del tiempo libre y el conocimiento del país. En concordancia con (Carrascal, 2019) América Latina crecerá la afluencia turística en un 2,1% en 2019 apoyada por el mejor comportamiento del sector externo y el impulso de la inversión, aunque con bastante heterogeneidad entre países. Así lo indica *BBVA Research* en su informe “Situación Latinoamérica Tercer Trimestre 2018”, en el que ha ajustado levemente su proyección a la baja debido al menor crecimiento previsto para Argentina y Brasil. La CEPAL por otro lado estima en 1,7% el crecimiento de la región.

Llegar a los 60 años no es ningún impedimento para mantener (o iniciar) la pasión por viajar. El turismo senior continúa ganando protagonismo en Argentina, sobre todo porque este sector de la sociedad tiene un mayor tiempo libre y energía para conocer el mundo. Los mayores de este país viajan cada vez más, prueba de ello es que, según Airbnb, las reservas de alojamiento aumentaron un 88% en el último año. (El Patagonico, 2017).

Es conveniente destacar que la proporción de personas de edad ha aumentado considerablemente en el transcurso de los últimos años y eso representa una constante en el mundo entero: se espera que, en 2030, la categoría de 60 años y más llegará a estar compuesta por 1.3 millones de personas. No resulta extraño entonces que, en los últimos decenios, el mercado de los adultos mayores se haya convertido en una fuerza motriz en la industria del turismo y uno de los segmentos de mercado que presenta una tasa elevada de crecimiento. En general, los adultos mayores retirados tienen más tiempo libre y están dispuestos a utilizarlo en el turismo.

William Andrés Benítez-Guevara; Ángela Verónica Paredes-Núñez

Cuando se trata de viajar, los adultos mayores tienen tendencia a ser más meticulosos en la calidad y más exigentes, sobre todo en materia de seguridad, de servicios y de infraestructura. Además, desean tener la libertad de escoger, pero piden también que los paquetes de viaje estén bien organizados y tengan en cuenta la seguridad. Una de las características de este segmento de personas es que permite desestacionalizar el turismo porque no dependen de la llegada de los recesos laborales para poder partir de viaje, pueden disfrutar sus vacaciones cualquier momento del año, es un segmento que no ha tenido gran relevancia en la industria turística presenta grandes oportunidades debido al fuerte envejecimiento de la población y a los nuevos perfiles de las personas mayores.

Los viajes de turismo no solo sirven para conocer otros lugares del Ecuador o el mundo, contribuyen también al bienestar físico y mental de las personas, en especial de los adultos mayores. Muchos de ellos se han convertido en los nuevos aventureros que se reúnen, se organizan y planifican sus viajes. Ellos tienen una energía inagotable y si de armar el próximo viaje se trata, el entusiasmo es desbordante y la camaradería deja corto a cualquier muchacho.

Paredes (2014), considera que a través de la metodología, se permite identificar que en la actualidad el desarrollo del turismo senior en el cantón Ambato ha incrementado mejorando la economía favorablemente y brindando accesibilidad para todos aquellos que desean disfrutar y conocer varios destinos ya sean estos naturales o culturales, dicho segmento de mercado muestra un gran interés por compartir salidas con personas de la misma edad los cuales no le ven limitaciones a su escasa movilidad o su edad, poseen mejor entusiasmo que un joven al momento de estar en los viajes y disfrutan cada momento.

Hernández, Fernández, Baptista, & Pilar (2006) afirman que la investigación científica “se concibe como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno; es dinámica, cambiante y evolutiva. Se puede manifestar de tres formas: cuantitativa, cualitativa y mixta” (p.30). De acuerdo con los resultados de las encuestas, las personas que están en el segmento senior oscilan

William Andrés Benítez-Guevara; Ángela Verónica Paredes-Núñez

los 60 a 80 años principalmente, quienes buscan al realizar un viaje, es evidenciar el tipo de servicio que los tours incluyen, el precio, un guía que los acompañe en todo momento y les brinde la asistencia necesaria en sus requerimientos.

El interés de viajar del adulto mayor predomina en destinos nacionales al igual que internacionales, la motivación del cliente para adquirir un viaje en alguna agencia de viajes del cantón es que le brinden confianza en sí mismo y una excelente atención, en si las personas de esta edad buscan salir de la rutina disfrutar cada uno de sus viajes dentro y fuera del país realizando cada una de las actividades que les brindan acorde a su edad. En resumen, los turistas senior buscan viajar a diferentes lugares con personas de su misma edad para realizar diferentes actividades recreativas y de esparcimiento teniendo varias motivaciones entre las cuales predomina tener un guía en todo momento para su seguridad y bienestar, los cuales son los principales generadores de economía por la adquisición de paquetes de viajes.

## **MÉTODO**

La presente investigación es un estudio no experimental, de tipo cuantitativo y transversal; se recolectó datos mediante la observación empírica, además se utilizó una encuesta y una guía de entrevista con preguntas abiertas y cerradas para recoger información de forma breve e individual con opiniones cualitativas y puntos de vista personales. Como parte de la modalidad corresponde al paradigma cuantitativo, presentando a través de técnicas como la encuestas a las personas que se encuentran dentro del segmento senior, con la cual se evaluó porcentualmente el número de turistas que son atendidos por las agencias. De igual manera con el cuestionario el cual refleja los servicios prestados por las agencias (Gómez et al.,2018; Del Acebo & Schluter, 2012).

William Andrés Benítez-Guevara; Ángela Verónica Paredes-Núñez

## **RESULTADOS**

La presente tabla refleja los datos obtenidos posterior a la aplicación de la encuesta realizada a los clientes senior con resultados relevantes sobre la motivación de viajar de cada una de las personas encuestadas, los mismos que se muestran a continuación. A través de los resultados recopilados la edad que predomina entre los turistas en su mayoría es entre 60 a 64 años y en menores cantidades entre 65 a 80 en adelante. Dicho segmento en cada uno de sus viajes lo principal que busca es los servicios y tener motivaciones al igual de la frecuencia con la que viajan, el interés en cada uno de los viajes surge acorde al lugar y a lo que el turista desea realizar, en concordancia con los datos recopilados en las entrevistas refleja el interés que tiene el segmento en cada viaje teniendo respuestas muy semejantes a las de las encuestas sobre la motivación e interés que poseen por el viaje incluido el grupo de viaje que sea de su misma edad al igual de la asistencia en todo momento desde que adquieren su viaje hasta su retorno a su ciudad de origen.

## **DISCUSIÓN**

El turismo senior forma parte de las sociedades contemporáneas, ha evolucionado con el tiempo al ritmo de los cambios demográficos motivacionales y económicos acorde a varios factores que se expresa en cada una de las siguientes tablas. Posterior a los resultados obtenidos y como parte de la discusión, se plantea un análisis enfocado en tres factores, siendo estos segmentos demográfico, motivacional y económico, para así presentar resultados de interés que determinan que el sector senior es un fragmento que predomina la demanda turística del sector.

### **Segmento demográfico**

Los datos reflejados se expresan por lo mencionado en la OMT sobre el turismo senior, mostrando edades y estilo de vida acorde a las pensiones recibidas para conocer el porcentaje de preferencia de invertir en las actividades a realizar entre el

William Andrés Benítez-Guevara; Ángela Verónica Paredes-Núñez

mínimo y el máximo de su jubilación tomando en cuenta que según el censo del 2010 existen 37.735 personas adultas mayores.

Analizando la tabla 2 segmentó demográfico acorde a las 37.735 personas adultas mayores que perciben entre el mínimo y máximo valor de pensión jubilar, se realiza la comparativa entre los datos de edad, pensión jubilar y porcentaje de personas que reciben dicha retribución, siendo así de la siguiente manera: De acuerdo a la pregunta número 8 del instrumento aplicado a turistas senior y en relación a la teoría de la motivación existen varias personas que se acogen a los viajes por diversas razones como las enunciadas en esta tabla tomando en cuenta las actividades con similitud a los factores motivacionales entre los cuales constan los aspectos físicos, culturales con fines de conocer nuevas tradiciones, interpersonales para la interacción con otras personas y para sobresalir antes su grupo por el prestigio o el estatus social.

### **Modelo psico social**

Desde el punto de vista del modelo de “ISO-AHOLA” sobre la definición del ocio “Fuga de lo cotidiano hacia un escape” existen tres factores que son la libertad de elección, motivación, y relación que se tiene con el trabajo.

### **Factor económico**

Este factor analiza la importancia de destacar el porcentaje de jubilación que cada una de las personas destina para realizar sus viajes dentro y fuera del país, de acuerdo con lo establecido por el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) reflejando el valor mínimo al máximo que percibe el adulto mayor, tomando en cuenta que se aumentado un sector laboral que es el independiente que para este caso sus ingresos son más altos.

Es importante destacar que el análisis de los aspectos demográficos, motivacionales y económicos reflejan de acuerdo con las tablas el interés de los turistas senior por viajar tomando en cuenta su estilo de vida y promedio de jubilación al igual de la

William Andrés Benítez-Guevara; Ángela Verónica Paredes-Núñez

motivación que entre estas, las principales es descansar y disfrutar, dejando de lado el estrés y la rutina. En el aspecto económico se refleja que los adultos mayores perciben sus ingresos entre un mínimo y un máximo de su pensión jubilar, el cual ellos destinan cierta cantidad para sus gastos en viajes.

## **CONCLUSIONES**

Como consecuencia de lo expuesto, el cantón Ambato no cuenta con una oferta turística enfocada al segmento senior; sin embargo, se determina cuáles son las actividades turísticas que un adulto mayor puede llegar a realizar de acuerdo con un paquete turístico presentado por una agencia de viajes y las diferentes ofertas que estas pueden proponer, ya que, de acuerdo con la investigación, este segmento es potencial para el turismo. Es conveniente tener el conocimiento detallado referente a la metodología y tipos de investigación usados, los cuales fueron planteados de forma transversal al igual que la metodología que se enfoca en un paradigma cualitativo cuantitativo para recopilar y procesar datos de los aspectos que se necesitó para el estudio realizado.

Dentro del análisis propuesto los turistas senior, están en facultad de llevar a cabo actividades turísticas que se acoplan a su condición física, edad y recursos económicos, además hoy en día las personas tienen en mente disfrutar de los viajes a los cuales acceden; por lo que el precio del paquete turístico es un elemento importante a la hora de seleccionar entre las distintas alternativas vacacionales, cabe recalcar que los viajes según la teoría de la motivación y según lo que menciona Maslow dan prestigio social, se diferencian del grupo por tener mayor poder adquisitivo por cada uno de los viajes que se ejecutan.

De igual forma los clientes senior buscan en cada uno de sus viajes tener excelente atención al igual que contar con un guía, asistencia y buenos servicios en todo momento de su viaje, definen sus destinos de preferencia para viajar las motivaciones y la frecuencia de viaje, enfatizando que cada uno de los clientes posee su agencia de viajes de preferencia. En relación con lo antes expuesto y

William Andrés Benítez-Guevara; Ángela Verónica Paredes-Núñez

referente al factor demográfico resalta que las agencias de viajes toman en cuenta el tipo de cliente al igual que sus ingresos económicos en si basándose en el estilo de vida para publicitar los viajes. Lo antes mencionado demuestra que los clientes buscan una serie de motivaciones para sus viajes saliendo de su lugar de residencia y conocer nuevos lugares, la preferencia de cada uno es salir de la rutina y vivir experiencias nuevas dejando de lado la cotidianidad, lo que se conoce como la teoría de la fuga versus la recompensa.

En última instancia, el segmento senior refleja que sus valores adquiridos en su jubilación ya tienen premeditado gastarlo en viajes para su gozo propio teniendo marcado un destino o de acuerdo con las propuestas de las agencias de viajes. Cada uno de los viajes pueden ser visitas a lugares del país de residencia o incluso destinos internacionales de gran interés por el segmento, demostrando de esa manera que son generadores de la economía turística del cantón.

## **FINANCIAMIENTO**

No monetario.

## **AGRADECIMIENTO**

A todos los factores sociales que influyeron en el desarrollo de esta investigación.

## **REFERENCIAS CONSULTADAS**

- Caiza, O (2013). Los atractivos culturales y el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. <https://n9.cl/d9gzi>
- Carrascal, C. (2019). 2019–2020: Perspectivas y necesidades del turismo en América Latina — parte 1. <https://n9.cl/11q18>
- Del Acebo, E., & Schluter, R. (2012). Diccionario de Turismo. En E. Del Acebo, & R. <https://n9.cl/yjyl25>
- Schluter, Diccionario de Turismo (pág. 157). Buenos Aires: Claridad S.A. <https://n9.cl/yjyl25>

William Andrés Benítez-Guevara; Ángela Verónica Paredes-Núñez

El Patagonico. (2017). El turismo crece. <https://n9.cl/hryn7>

Gómez, C., Álvarez, G., Romero, A., Castro, F., Vega, V., Comas, R., & Velázquez, M. (2018). *La investigación científica y las formas de titulación. Aspectos conceptuales y prácticos*. Quito: Jurídica del Ecuador. <https://n9.cl/u3j5p>

González, J. (2006). Organización Internacional del turismo social. <https://n9.cl/yjyl25>

Alén González, M. E., Domínguez Vila, T., & Fraíz García, A. (2010). El turismo senior como segmento de mercado emergente. *Cuadernos de Turismo*, (26), 9–24. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/116251>.  
<https://n9.cl/ot980>

Hernández, R., Fernández, C. & Batista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. (4ª ed.). México: McGraw- HILL Interamericana., S.A.

IMSERSO. (2018). Instituto de mayores y servicios sociales. <https://n9.cl/f5sdcz>

Paredes, K. (2014). El telégrafo. <https://n9.cl/zoqf0>