

Turismo sénior

El turismo *silver* en España: una oportunidad para desestacionalizar y diversificar destinos

La población de más de 65 años se está consolidando como un segmento estratégico del sector turístico español, con un amplio margen de expansión. El peso demográfico de este grupo ha crecido de forma sostenida en España y su poder adquisitivo supera hoy la media nacional, lo que refuerza su relevancia estratégica. El análisis de los datos de pagos con tarjetas de CaixaBank confirma que este colectivo representa una parte significativa del gasto turístico, especialmente en el ámbito doméstico. Sin embargo, su participación sigue siendo inferior a su peso poblacional, lo que apunta a un considerable potencial de crecimiento si la oferta se adapta mejor a sus preferencias y necesidades. Además, adquiere una especial relevancia en las provincias rurales y contribuye a la desestacionalización.

El turismo *silver*: un segmento en crecimiento

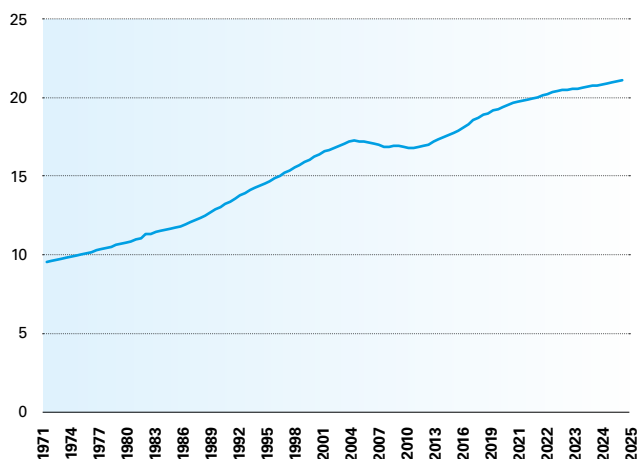
Los mayores de 65 años han adquirido un peso creciente en la pirámide demográfica española, pasando de representar alrededor del 10% de la población a principios de los años setenta al 15% a mediados de los noventa y al 21,1% en 2025. Paralelamente, su poder adquisitivo se ha incrementado de forma notable en términos relativos: si en 2008 su renta anual neta por persona era muy similar a la del conjunto de la población, en 2024 fue un 16,2% superior al promedio nacional.

**El peso demográfico
de este grupo ha crecido
de forma sostenida en España**



Población mayor de 65 años en España

(% sobre el total de población)

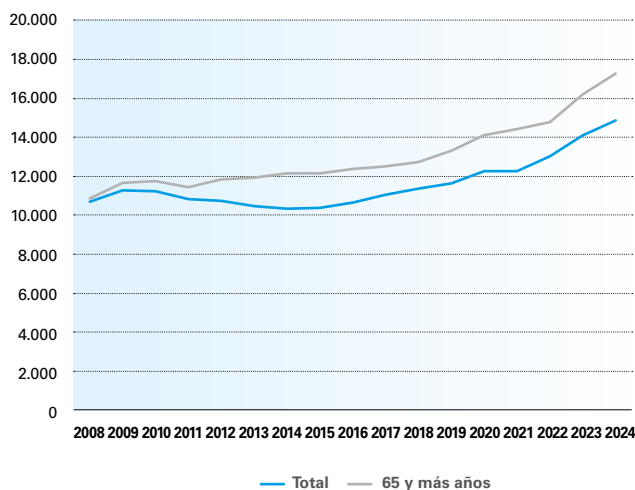


Nota: Datos a 1 de enero de cada año.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

Poder adquisitivo de la población *silver*

Renta anual neta media por persona en euros (nominales)



Según los datos de tarjetas de CaixaBank, debidamente anonimizados y agregados, la población mayor de 65 años concentró el 15,6% del gasto turístico⁹ realizado por los españoles. Dada la mayor propensión de los turistas *silver* a optar por el turismo doméstico, este colectivo concentra el 16,4% del gasto turístico nacional realizado dentro de España. Estas cifras evidencian, por un lado, que el turismo *silver* ya es un componente relevante de la demanda turística en España. Por otro, ponen de manifiesto que la población sénior aporta un porcentaje de gasto inferior a su peso demográfico, pese a contar con una renta neta media más elevada. Además, cabe esperar que las futuras cohortes de mayores –con trayectorias vitales más viajeras y mayor familiaridad con el turismo– incrementarán su propensión a viajar. En consecuencia, estamos ante un segmento estratégico con gran potencial: si la oferta se adapta a sus preferencias y necesidades y se fidelizan los nuevos jubilados, el turismo *silver* puede convertirse en un motor clave para el sector.

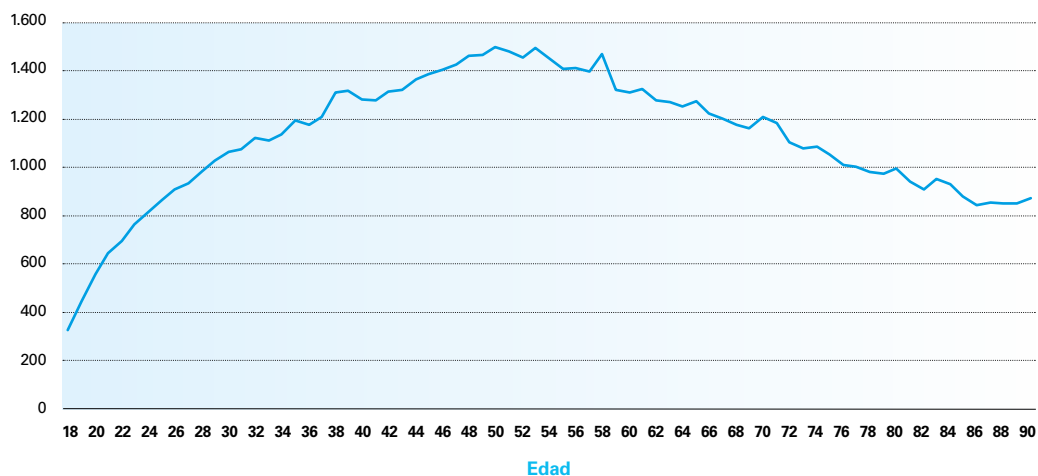
⁹ Se entiende por gasto turístico el efectuado fuera de una zona circular de 30 kilómetros en torno a los baricentros de consumo habitual. Este gasto comprende tanto los pagos con tarjeta como las retiradas de efectivo que se realizan fuera de estas zonas.

El gasto en turismo en España en función de la edad

El análisis del gasto turístico per cápita por edad revela un patrón claro: el gasto turístico de los españoles aumenta de forma progresiva desde los 18 años, alcanzando su máximo entre los 48 y 54 años, con cifras en torno a los 1.500 euros. A partir de esa edad, el gasto comienza a disminuir gradualmente, hasta situarse alrededor de los 800 euros en el caso de los mayores de 80 años. Este comportamiento subraya el potencial de crecimiento del segmento sénior. Una oferta turística adaptada a sus preferencias, y que tenga en cuenta situaciones de salud diversas, puede elevar la participación del turismo sénior en el sector.

Promedio de gasto turístico per cápita en 2025 por edad

Euros



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de tarjetas y TPV de CaixaBank.

Preferencia doméstica del turista *silver*

Una característica distintiva del turismo *silver* es su marcada inclinación hacia los viajes dentro de España, además de una mayor estabilidad a lo largo del año. A diferencia de los turistas más jóvenes, que muestran una mayor tendencia a viajar al extranjero, los mayores de 65 años centran la mayor parte de su gasto en el ámbito nacional. En 2025, los turistas entre los 16 y 29 años realizaron el 24,2% de su gasto turístico en destinos internacionales y los de mediana edad, un 17,4%, mientras que los *silver* realizaron solamente el 13,0% de su gasto turístico fuera de España.

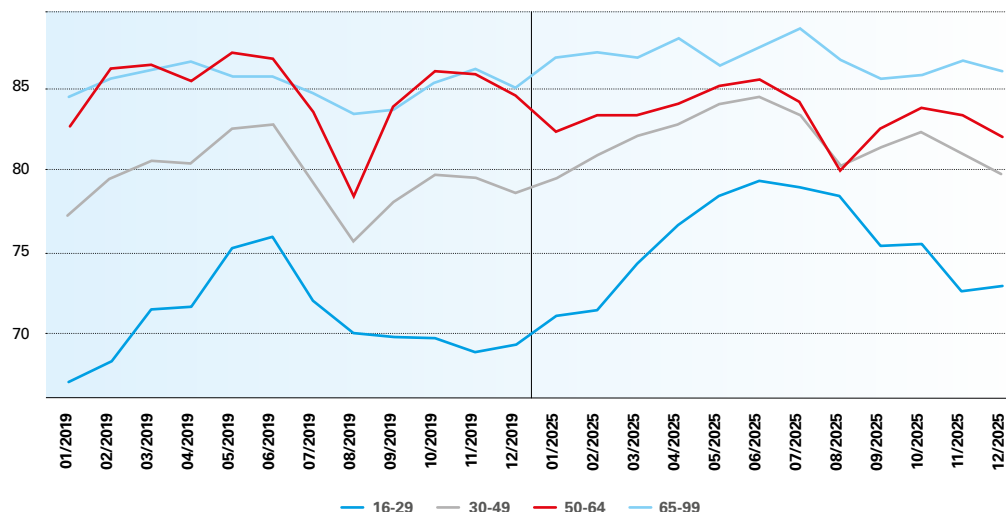
Además, los turistas de más de 65 años muestran una mayor consistencia a lo largo de todo el año: en todos los meses de 2025 realizaron más del 85% de su gasto turístico en España. En contraste, los turistas de mediana edad incrementan su componente internacional en agosto y en el periodo navideño, y los más jóvenes muestran una variabilidad aún mayor.





Gasto turístico que se realiza en viajes dentro de España

(% sobre el total de gasto turístico de cada franja de edad)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de tarjetas y deTPV de CaixaBank.

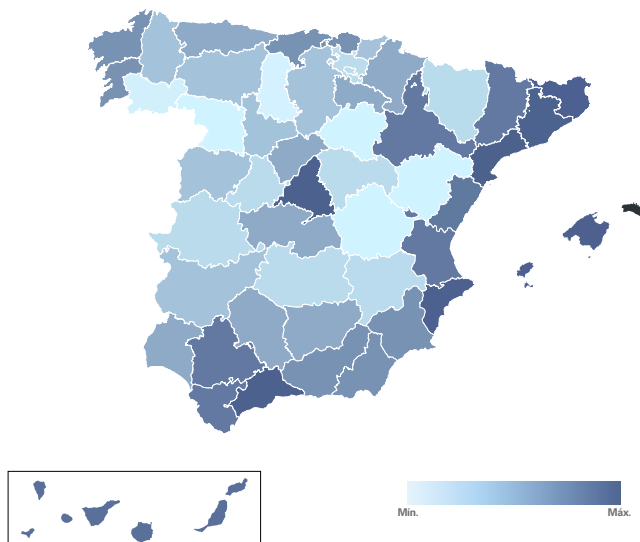
Relevancia del turismo *silver* español en las zonas rurales

Los turistas *silver* desempeñan un papel particularmente relevante en las áreas rurales. Aunque en términos absolutos el gasto turístico de los viajeros sénior se concentra en las provincias más turísticas, como Barcelona, Madrid, el litoral mediterráneo y las Canarias, su peso relativo adquiere una mayor relevancia en el interior del país. Destacan particularmente Soria, Zaragoza y Teruel, con más del 20% del gasto turístico total en la provincia. El peso del turismo sénior también es significativo en las Canarias (hasta el 20,4% del gasto turístico en Tenerife), impulsado por un clima benigno a lo largo del año. En cambio, su importancia es menor en destinos urbanos como Barcelona, o Madrid, donde representa aproximadamente el 15% del gasto turístico. Valencia (14,0%) y Sevilla (12,9%) registran un peso aún menor del turismo *silver*.

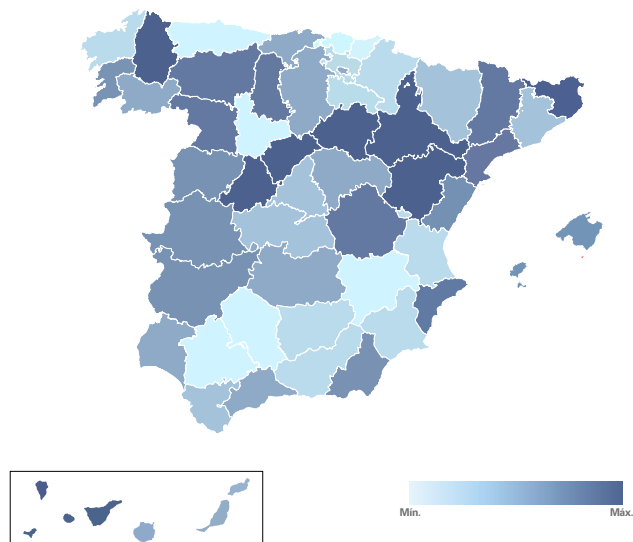
El buen desempeño de las provincias rurales puede estar relacionado con los vínculos que algunos turistas *silver* mantienen con sus pueblos de origen, o los de sus familias, lo que favorece viajes hacia estos destinos. Además, su preferencia por entornos menos masificados sugiere que el turismo sénior puede actuar como palanca de diversificación, especialmente si el sector público y el sector turístico apuestan por una estrategia coordinada que incentive a este segmento a seguir ampliando el abanico de destinos que visita.

La preferencia por entornos menos masificados sugiere que el turismo sénior puede actuar como palanca de diversificación

Total de gasto turístico *silver* por provincia
Euros, 2025



Proporción de gasto turístico *silver* por provincia
(% sobre el gasto turístico en la provincia)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de tarjetas y de TPV de CaixaBank.

Un patrón de gasto diferenciado

Los turistas *silver* presentan patrones de consumo diferenciados respecto al resto de la población. Destacan por una mayor tendencia al pago en efectivo: los reintegros representan el 37% de su gasto turístico, frente al 26,3% en el resto de los viajeros. Además, los mayores de 65 años destinan casi el doble a agencias de viajes (6,5% del gasto turístico sénior, frente al 3,3% en los no sénior) y también asignan una proporción mayor a alojamiento en hoteles. En cambio, su gasto en restauración es menor, mientras que el gasto en supermercados se mantiene en niveles similares al resto. Aunque los turistas en la franja entre 65 y 70 años tienen una elevada propensión a disponer de una segunda residencia, esta se reduce con fuerza para los séniores de mayor edad, lo que explica la necesidad de alojarse en hoteles.¹⁰

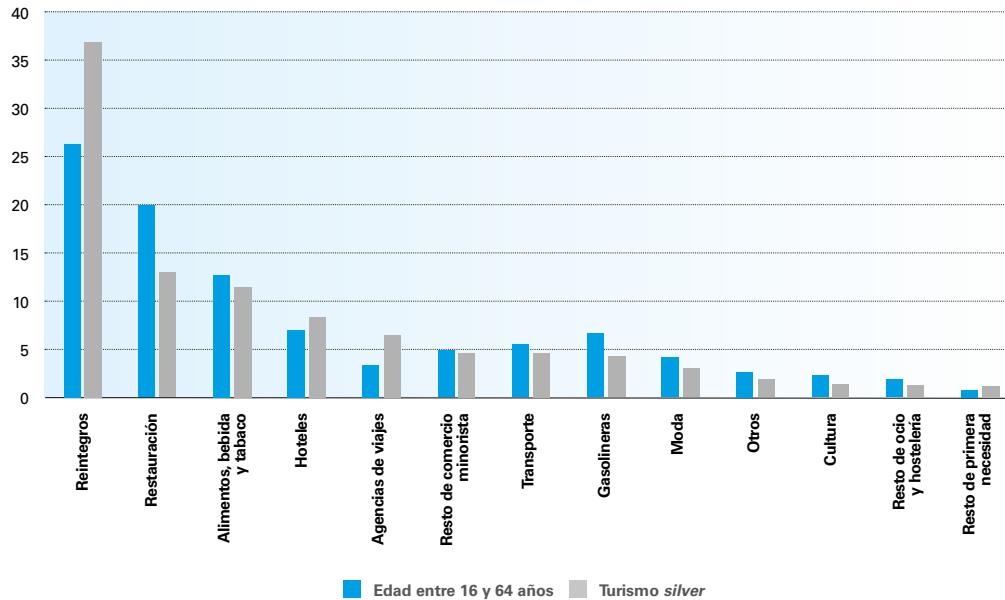
¹⁰ Véase «[Las segundas residencias en España: ¿mar o montaña?](#)», CaixaBank Research, 2020.





¿En qué gastan los turistas *silver*?

(% del gasto total por segmento de edad)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de tarjetas y deTPV de CaixaBank.

El turismo *silver* contribuye a la desestacionalización

Los turistas *silver* exhiben un patrón de gasto menos estacional que el del conjunto de viajeros españoles y viajan con mayor frecuencia fuera de la temporada alta, lo que los convierte en un vector para impulsar una distribución más equilibrada de la demanda turística a lo largo del año.

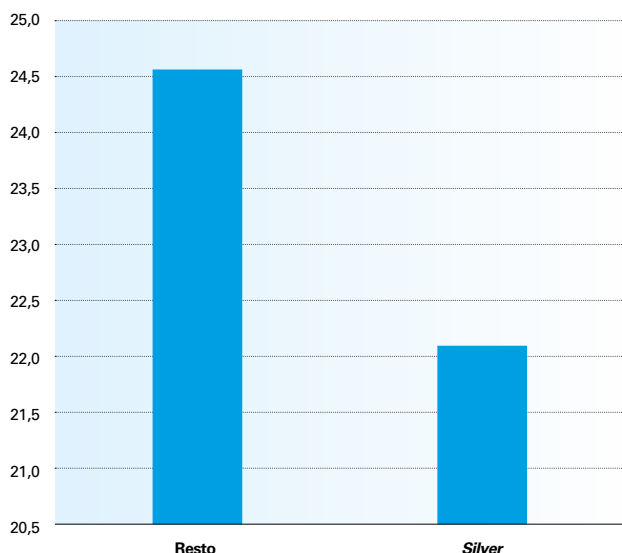
En concreto, los mayores de 65 años concentraron solo el 22,1% de su gasto turístico en los dos meses de máxima actividad, frente al 24,6% del resto de turistas. Esta menor estacionalidad se explica, en gran medida, por factores asociados a su mayor disponibilidad de tiempo de ocio: al encontrarse en su mayoría fuera del mercado laboral y no tener hijos en edad escolar, el segmento sénior disfruta de una flexibilidad superior para viajar en cualquier época del año.

Sin embargo, el análisis provincial revela una realidad más heterogénea. Aunque en términos agregados son menos estacionales, en algunas regiones muestran picos marcados, e incluso superiores a los del resto de turistas. Este sería el caso de la cornisa cantábrica, donde el segmento sénior muestra una estacionalidad más acusada, un patrón coherente con una mayor sensibilidad al frío en edades avanzadas.

Este resultado subraya la importancia de incorporar las preferencias de este segmento para maximizar su contribución a la desestacionalización, lo que redundará en una mejora de la eficiencia del sector y favorecerá una generación sostenida de valor durante todo el año.

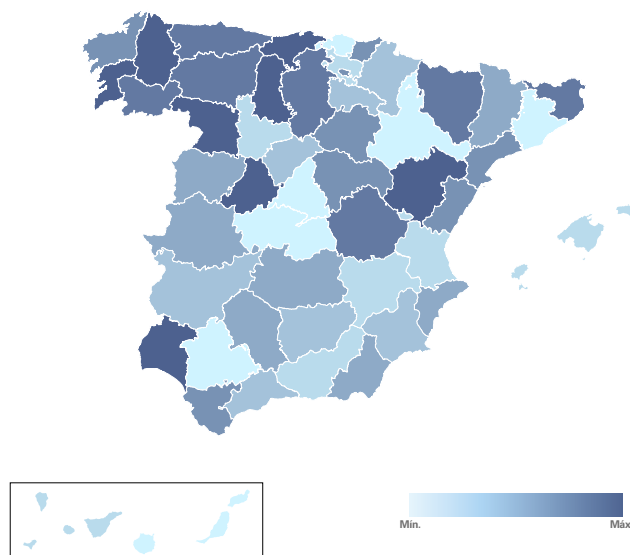
Estacionalidad del turismo por franja de edad

(% del gasto anual en los dos meses con mayor gasto)



Estacionalidad del turismo *silver* por provincia

(% del gasto en los dos meses con mayor gasto)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de tarjetas y de TPV de CaixaBank.

De cara al futuro, las proyecciones del INE indican que en 2055 el 30,5% de la población española tendrá más de 65 años, y a nivel mundial se estima que este grupo alcanzará los 2.000 millones de personas. Se trata de una población numerosa, que además llega a esta etapa con mayor poder adquisitivo y mejor estado de salud que generaciones anteriores, lo que abre una oportunidad para los destinos turísticos que se adapten a sus necesidades específicas. Aspectos como la accesibilidad, la seguridad y las experiencias personalizadas serán claves para atraer a este segmento y potenciar su contribución al sector.

