



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución- NoComercial-Compartirigual 2.5 Perú](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/).

Vea una copia de esta licencia en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - TARAPOTO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO – SEDE LAMAS



**Perfil y percepción del turista mochilero que visita la provincia de San
Martín, 2018**

**Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en
Administración en Turismo**

AUTORAS:

Viviana Flores Meléndez

Tatiana Córdova Jimenez

ASESORA:

Lic. Tur. Mg. Very Rengifo Hidalgo

Lamas – Perú

2021

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - TARAPOTO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO – SEDE LAMAS



Perfil y percepción del turista mochilero que visita la provincia de San Martín, 2018

AUTORAS:

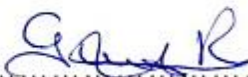
Viviana Flores Meléndez

Tatiana Córdova Jimenez

Sustentada y aprobada el 30 de abril del 2021, por los siguientes jurados:


.....
Dr. Anibal Pinchi Vásquez


Presidente


.....
Lic. Tur. Gina Isabel Reátegui Alegría

Secretaria


.....
Lic. Adm. Tur. Mtro. Erika Patricia Chang Alva

Vocal


.....
Lic. Tur. Mg. Very Rengifo Hidalgo

Asesor

Declaratoria de autenticidad

Viviana Flores Meléndez, con DNI N° 70167134 y **Tatiana Córdova Jimenez**, con DNI N° 72577424, egresadas de la Escuela Profesional de Administración en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, autores de la tesis titulada: **Perfil y percepción del turista mochilero que visita la provincia de San Martín, 2018.**

Declaramos bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de nuestra autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información que contiene la tesis no ha sido auto plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de nuestro accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto.

Lamas, 30 de abril del 2021.



Bach. Viviana Flores Meléndez

DNI N° 70167134



Bach. Tatiana Córdova Jimenez

DNI N° 72577424

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	Flores Meléndez Viviana	
Código de alumno :	108238	Teléfono: 920884395
Correo electrónico :	viviflore@hotmail.com	DNI: 70167134

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ciencias Económicas
Escuela Profesional de:	Administración en Turismo

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	(X)	Trabajo de investigación	()
Trabajo de suficiencia profesional	()		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título :	Perfil y percepción del turista mochilero que visita la provincia de San Martín, 2018
Año de publicación:	2021

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	(X)	Embargo	()
Acceso restringido **	()		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

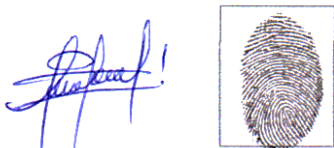
7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI “Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA”.

A handwritten signature in blue ink is shown to the left of a rectangular box containing a fingerprint.

Firma y huella del Autor

8. Para ser llenado en el Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto de la UNSM - T.

Fecha de recepción del documento.

22 / 06 / 2021

A circular official stamp of the Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto is on the left. To its right is a rectangular stamp with the text 'UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - T. Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto - UNSM-T.' and a handwritten signature in blue ink over it.

Ing. M. Sc. Alfredo Ramos Perea
Responsable

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

** **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	Cordova Jimenez Tatiana	
Código de alumno :	708206	Teléfono: 944401799
Correo electrónico :	tatiana.cord05@gmail.com	DNI: 72577424

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ciencias Económicas
Escuela Profesional de:	Administración en Turismo

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	(X)	Trabajo de investigación	()
Trabajo de suficiencia profesional	()		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título :	Perfil y percepción del turista mochilero que visita la provincia de San Martín, 2018
Año de publicación:	2021

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	(X)	Embargo	()
Acceso restringido **	()		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el **sustento** correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".



Firma y huella del Autor

8. Para ser llenado en el Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto de la UNSM - T.

Fecha de recepción del documento.

22 / 06 / 2021



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - T.
Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e
Innovación de Acceso Abierto - UNSM-T.

Ing. M. Sc. Alfredo Ramos Perea
Responsable

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

** **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Dedicatoria

A Dios por protegernos y darnos mucha salud, por las bendiciones, la inteligencia y la vida misma.

A mis padres por ser moldes y brújulas en mi vida quienes depositaron su confianza en mi persona, donde ven culminado sus logros.

Con mucho amor a nuestros hermanos y demás familiares que han contribuido de manera incondicional en nuestro desarrollo profesional.

Con mucho cariño para los profesionales de la Escuela de Administración en Turismo que contribuyeron en incrementar nuestros conocimientos, valores y actitudes para ejercer con orgullo esta hermosa carrera “Turismo”, que se vincula con la sociedad y el mundo.

Viviana & Tatiana

Agradecimiento

A la Universidad Nacional de San Martín por habernos dado la posibilidad de formarme profesionalmente.

A Lic. Mg. Very Rengifo Hidalgo asesora de la investigación por su ejemplo de vida profesional, dedicación y asesoramiento en el presente trabajo de investigación.

Al personal de los centros turísticos y los turistas mochileros que contribuyeron en la obtención de los datos de la investigación y nos brindaron las facilidades para la ejecución de nuestra tesis.

Igualmente, en especial a todas las personas que nos brindaron su apoyo incondicional para la finalización de nuestro trabajo.

Las autoras

Índice general

	Pág.
Dedicatoria.....	vi
Agradecimiento	vii
Índice	viii
Índice de Tablas.....	x
Resumen	xi
Abstract.....	xii
Introducción.....	1

CAPÍTULO I

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

1.1. Antecedentes de la investigación	4
1.2. Bases Teóricas	10
1.3. Definición de términos básicos.....	17

CAPÍTULO II

MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo de investigación.....	19
2.2. Diseño de investigación.....	19
2.3. Población, muestra y unidad de análisis.....	19
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	20
2.6. Materiales y métodos.....	20

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados.....	21
----------------------	----

CONCLUSIONES	31
---------------------------	-----------

RECOMENDACIONES	32
------------------------------	-----------

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
ANEXOS.....	36
Anexo 1: Matriz de Consistencia	37
Anexo 2: Cuadro de registros de turistas extranjeros	39
Anexo 3: Instrumento de Recolección de Datos	40
Anexo 4: Mapa geográfico del departamento de San Martín.....	44
Anexo 5: Fotografías Backpacker – Tarapoto.....	45

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 Nacionalidad del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018 ..	21
Tabla 2 Características demográficas del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018	23
Tabla 3 Características psicográficas del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018	25
Tabla 4 Medios de información que utiliza el turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018	27
Tabla 5 Motivación principal del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018	28
Tabla 6 Percepción del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018	29
Tabla 7 Perfil del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018.....	30

Resumen

El estudio tuvo como objetivo “Determinar el perfil y percepción del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, 2018”, la investigación fue básica, no experimental, cuantitativa, la muestra fue 182 turistas. La técnica fue la encuesta y el instrumento cuestionario. Resultados, el turista mochilero se caracteriza por ser de nacionalidad venezolana 13,3% y chilena 12,2%; 65,7% de sexo masculino; 63,5% tienen entre 18 – 29 años; son técnicos 64,1%; ocupación 80,1% dependientes; el ingreso económico mensual 71,8% entre \$1000- \$2500; el transporte fue aerolínea 65,7%; viaja con la pareja 38,1%. El gasto realizado fue 500–2000 dólares en 68,0%. Según características psicográficas, como aspectos para el viaje: 27,1% por gastronomía, 13,8% por atractivos turísticos. Entre los inconvenientes presentados, 34,8% fue información deficiente; referente a las actividades turísticas realizadas, fue práctica el Trekking en 40,3%; alojamiento 39,8% lo hace en un albergue. El tiempo de permanencia fue una semana 80,7%; respecto a la gastronomía al 59,7% es todas. El medio de información fue redes sociales en 64,6%. La motivación principal fue conocer sus costumbres en 21,5%; el riesgo que percibe es enfermarse en 26,0%. En conclusión, el turista mochilero procede de Venezuela y Chile, de edad entre 18 y 29 años, sexo varones, de estudios técnico, trabajador dependiente, con ingreso de \$1000-\$2500, usa como medio de transporte la aerolínea, mayormente viaja en pareja, gasta \$500-\$2000, duración del viaje una semana, usa como medio de comunicación las redes sociales, le motiva conocer lugares nuevos y costumbres, percibe como riesgo enfermarse y el clima. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, en que el perfil del turista mochilero está determinado por la edad, recursos económicos y el riesgo de enfermarse.

Palabras clave: turista mochilero, perfil del turista, demográficas y psicográficas.

Abstract

The aim of the study "Determine the profile and perception of the backpacker tourist visiting the Province of San Martín, 2018", the research was basic, non-experimental, quantitative, the sample consisted of 182 tourists. The technique was the survey and the instrument was the questionnaire. Results: the backpacker tourist is characterized by being of Venezuelan nationality 13.3% and Chilean 12.2%; 65.7% male; 63.5% are between 18 - 29 years old; they are technicians 64.1%; occupation 80.1% dependent; monthly economic income 71.8% between \$1000- \$2500; transportation was airline 65.7%; travel with partner 38.1%. Spending made was between \$500-\$2000 in 68.0%. According to psychographic characteristics, as aspects for the trip: 27.1% was for gastronomy, 13.8% for tourist attractions. Among the inconveniences presented, 34.8% were deficient information; regarding the tourist activities carried out, 40.3% practiced trekking; 39.8% stayed in a hostel. The time of permanence was one week 80.7%; regarding gastronomy 59.7%. The means of information was social networks in 64.6%. The main motivation was to learn about their customs in 21.5%; the perceived risk was to get sick in 26.0%. In conclusion, the backpacker tourist comes from Venezuela and Chile, aged between 18 and 29 years, male, with technical studies, dependent worker, with an income of \$1000-\$2500, uses the airline as a means of transportation, mostly travels as a couple, spends \$500-\$2000, travels for a week, uses social networks as a means of communication, is motivated to know new places and customs, perceives the risk of getting sick and the climate as a risk. Therefore, the research hypothesis is accepted, in that the backpacker tourist profile is determined by age, economic resources and the risk of getting sick.

Key words: backpacker tourist, tourist profile, demographics and psychographics.



Introducción

Los turistas mochileros representan aproximadamente un 70% de los turistas extranjeros, por lo cual el sector empresarial busca consolidar y sacar provecho a este sector, sin embargo, hasta la actualidad no se ha consolidado un proyecto o una recolección de información confiable, porque existe una cierta dificultad para buscar datos de los turistas mochileros debido a su naturaleza auto organizada y a la falta de interés por parte de los gobiernos, ya que no cuentan con un registro de datos que puedan ayudar a desarrollar una mejor oferta para este grupo. Al mismo tiempo, a esta problemática se aúna la falta de cultura y el desconocimiento de la población por lo cual los turistas mochileros no son tratados con la misma importancia que se les dan a los otros tipos de turistas formales, generándose también la necesidad de crear portales webs que brinden información a los mochileros, así mismo los deficientes recursos financieros para capacitar a la población y a los establecimientos turísticos e informar sobre su importancia de este tipo de turismo y poder brindar un mejor servicio.

Es necesario que nuestro país y región estén preparados para ofrecer los productos turísticos a los diferentes tipos de turistas como diferentes personalidades, gustos o preferencias que buscan experiencias nuevas, es la razón por la cual cada año el índice de arribos a nuestro país y región es más alto con respecto a los años anteriores, aun considerando que aproximadamente el 25% del total de turistas extranjeros son mochileros, buscando lugares más económicos debido al presupuesto reducido que traen. La Región San Martín es considerada como la región de la selva, con mayor número de turistas nacionales y extranjeros, representado por el 41.8% de arribos a la Macro Región Oriente según Perú Cámaras, siendo los lugares más visitados las Cataratas de Ahuashiyacu y los Baños Termales de San Mateo

Por lo mencionado es importante centrar acciones para potencializar la demanda del turismo mochilero, que es considerado un segmento turístico importante por su gran crecimiento, conformado por personas jóvenes que buscan aventuras, experimentar nuevas emociones, conocer nuevos destinos, conocer la cultura viva y realidad de las ciudades a las cuales visitan, algo que los turistas tradicionales no lo hacen para lo cual debe vencer la escases de paquetes turísticos diferenciados según demanda. Por ello debemos conocer el perfil del turista mochilero para de acuerdo a las características identificar sus preferencias o motivaciones, e identificar sus aficiones y necesidades.

Formulación del problema

El problema de la investigación: ¿Cuál es el perfil y percepción del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018?;

Objetivos de la investigación

Objetivo general “Determinar el perfil y percepción del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018”,

Objetivos específicos i) Identificar las características demográficas del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018; ii) Identificar las características psicográficas del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018; iii) Conocer los medios de información que utiliza el turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018; iv) Identificar la motivación principal del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018; v) Identificar la percepción del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018. La hipótesis propuesta fue: el perfil y percepción del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018, está determinado por la procedencia, edad, recursos económicos, medios de información y el riesgo de enfermar.

Justificación de la investigación

Justificación práctica:

La investigación se justifica porque fue conveniente, considerando el propósito de diseñar un perfil del turista mochilero de la Provincia de San Martín, con el fin de proporcionar información para la generación de oferta turística para cubrir con las expectativas y necesidades del sector turístico.

Además, el estudio se justificó socialmente porque buscó contribuir en la creación de empresas turísticas evocadas al sector del turismo mochilero teniendo en cuenta el margen de presupuesto que este tipo de turistas tiene, así mismo busca cubrir las necesidades que los mochileros tienen durante su estadía en la provincia de San Martín.

Justificación práctica:

En la práctica el estudio se justificó porque permitió determinar el objeto de estudio metodológico de propuestas que responden a desarrollar los objetivos, ya que se utilizó

metodologías existentes como encuestas y el instrumento fue el cuestionario (ver anexo N°3) con el fin de cumplir con los objetivos propuestos.

Tener una guía para conseguir los objetivos propuesto y de ese modo realizar el perfil del turista mochilero, con el fin de que esta información sea utilizada para gestionar proyectos y crear servicios en bien de los turistas y beneficio de la comunidad, contribuyendo así al desarrollo socioeconómico de la provincia y región San Martín.

Justificación teórica:

La investigación se justificó según su valor teórico ya que se basa de acuerdo al Perfil del Turista Extranjero 2018, la cual sirvió de base para profundizar y conocer una subcultura que aún no es muy conocida y estudiada por el sector turístico. El fin fue identificar cuáles son las dificultades que tienen y expectativas que no han sido cubiertas por el destino visitado y al mismo tiempo brindar información a los sectores interesados para ofrecer un mejor servicio a este grupo de turistas, contribuyendo así a potencializar la demanda turísticas en el distrito de Tarapoto, provincia y región San Martín.

Hipótesis de la investigación

La hipótesis fue: El perfil y percepción del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, 2018, está determinado por la procedencia, edad, recursos económicos, medios de información y el riesgo de enfermar.

De tal forma, el presente informe se conforma con los siguientes apartados:

En relación a la estructura: Capítulo I. Revisión bibliográfica; se muestra los contenidos teóricos en relación al estudio de la problemática, los antecedentes revelando el estado actual del conocimiento. Capítulo II. Material y métodos; tiene el contenido de los procedimientos y acciones realizadas. Capítulo III. Resultados y Discusión; muestra los hallazgos del estudio y su comparación con los resultados en antecedentes para establecer similitud o diferencia que facilite tomar una decisión de cambio frente a lo encontrado en el estudio.

CAPÍTULO I

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

1.1 Antecedentes de la investigación

Según el diario Chileno La Voz (2016) citado por Lescano, D. (2017), menciona que en el ámbito internacional, entre los países resalta Chile con la llegada de turistas mochileros que representa aproximadamente un 70% de los turistas extranjeros, el mismo que menciona a un grupo de empresarios y entidades públicas que buscan consolidar y sacar provecho a este sector, y sin embargo hasta la actualidad ello no se ha consolidado en un proyecto o una recolección de información de este grupo (p. 11). Así lo describe también Cohen (2004), citado en Martin-Cabello, (2011) en el artículo “*El turismo «backpacker» en Chile como expresión de una subcultura juvenil global*”, donde menciona que existe una cierta dificultad para buscar datos de los turistas mochileros debido a su naturaleza auto organizada y a la falta de interés por parte de los gobiernos, ya que no cuentan con un registro de datos que puedan ayudar a desarrollar una mejor oferta para este grupo (p. 166).

Al mismo tiempo, Ecuador no es ajeno a esta problemática ya que por la falta de cultura y el desconocimiento de la población los turistas mochileros no son tratados con la misma importancia que se les da a los otros tipos de turistas, tal como lo describe Alava (2012) donde menciona la falta de interés por parte de las autoridades al no tener un registro de datos de los mochileros y no tener o crear portales webs que brinden información a los mochileros, así mismo no existe financiamiento para capacitar a la población y a los establecimientos de hospedaje económicos para informar la importancia de este tipo de turismo y brindar un mejor servicio (p. 11-12).

El Perú es un país muy diverso y multicultural que ofrece diferentes tipos de turismo para las diferentes personalidades, gustos o preferencias de los turistas que buscan experiencias nuevas, es la razón por la cual cada año el índice de arribos a nuestro país es más alto con respecto a los años anteriores, esto de aprecio en la publicación del Diario Correo (2011) citado por Lescano, D. (2017), en el cual el gerente general de Flying Dog Hostels, Miguel Hundskopf, indico que entre 20% y 25% del total de turistas extranjeros son mochileros, quien por su parte también manifestó que los mochileros en su mayoría

proviene de Estados Unidos y Europa, buscando hospedajes más económicos debido al presupuesto reducido que traen (p. 11).

En el plano nacional, así como en otras ciudades o países no se tiene un registro de Turistas mochileros como lo afirma Goicochea (2014), quien indica que la provincia de Trujillo no cuenta con un estudio del turista mochilero que arriba a la provincia, lo cual indica que se desconocen sus gustos, preferencias o necesidades; y debido a ello la demanda turística no es satisfecha por la carencia de estudio y por la falta de empresas turísticas que ofrezcan sus servicios o productos para este segmento. Así mismo, en su estudio dirigido a autoridades, el presidente de CADETUR Leoncio Rojas, responde a la pregunta elaborada sobre el registro de turistas mochileros en el Destino Trujillo, que no hay registros y que durante todo el año hay 200 a 250 mochileros aproximadamente, ello demuestra la falta de interés por saber más sobre este tipo de demanda que en los últimos años ha aumentado considerablemente (p. 1-2).

Según la Agencia Peruana de Noticias - Andina (2016), San Martín fue la región de la selva, con mayor número de turistas nacionales y extranjeros, al reportar un millón 128,627 llegadas, equivalente al 41.8% de arribos a la Macro Región Oriente, indica Perú Cámaras. Entre los lugares visitados destacan la catarata de Ahuashiyacu, en San Martín, que recibió 94,740 visitantes; 13.8% más que 2015, debido a una mayor afluencia de turistas extranjeros (17.3%) y nacionales (13.7%). Asimismo, los baños termales de San Mateo registraron 312,991 visitantes, lo que significó un incremento de 16.6%, impulsado por una mayor llegada de turistas extranjeros (76.7%) y nacionales (16.2%) (p.1).

El turismo mochilero es un segmento turístico importante por su gran crecimiento y lo conforman mayormente personas jóvenes que buscan aventuras, experimentar nuevas emociones, conocer nuevos destinos, conocer la cultura viva y realidad de las ciudades a las cuales visitan, algo que los turistas tradicionales no lo hacen ya que ellos visitan a las ciudades por medio de contratación de agencias que venden paquetes turísticos completos por lo que ellos ya no necesitan planificar su viaje. Así mismo, cabe mencionar que existen hospedajes dirigidos al segmento de turistas mochileros, quienes no cuentan con un registro de huéspedes y brindan servicios de alojamiento de habitaciones simples, dobles, triples y cuádruples, estos hospedajes algunos cuentan con baño privado y otros con baño compartido, wifi gratuito, restaurante o cocinas donde los mismos turistas pueden preparar

sus alimentos, también tienen espacios que pueden utilizar para reunirse y compartir sus experiencias con los demás viajeros. Sin embargo, los servicios que brindan los establecimientos siguen siendo muy precarios ya que no están catalogados, supervisados ni inventariados por el órgano competente.

Actualmente la provincia de San Martín es una de las más importantes de Perú, tanto a nivel cultural como económico, el mismo es el centro de grandes acontecimientos científicos y culturales que se vienen desarrollando periódicamente, los cuales incentivan el turismo interno y externo, dentro del turismo externo existe los turistas mochileros que visitan a la provincia contribuyendo a la mejora de la economía local y regional, sin embargo este sector no es de mucha importancia para las autoridades y encargados del sector turístico, ya que carece de un perfil, registro o información acerca de los gustos o preferencias de este grupo de turistas para responder óptimamente al desarrollo del turismo.

Por esta razón se propone investigar este segmento de población turística y elaborar un perfil de acuerdo a las características necesarias para identificar sus preferencias o motivaciones, es por ello que se realizará esta investigación, con el fin de estudiar a profundidad a los turistas mochileros e identificar las características, aficiones y necesidades.

Pat, L., & Calderón, G. (2012), en su estudio titulado “Caracterización del Perfil Turístico en un Destino Emergente, Caso de Estudio de Ciudad del Carmen, Campeche (México)”, tuvo como objetivo caracterizar el perfil sociodemográfico del turista y su apreciación de los servicios turísticos ofertados en ciudad del Carmen, Campeche; investigación cualitativa con un intervalo de confianza de 95% y un margen de error de 4%, la técnica fue la encuesta y el instrumento un cuestionario, la población y muestra fue 541 visitantes a la ciudad. Resultados, acerca de su gasto promedio por día, el grado de escolaridad, el intervalo de edad, permanencia en el lugar, el motivo de viaje, las actividades realizadas en el lugar, entre otras. Conclusión, la condición socioeconómica y demográfica de los turistas es heterogénea por tal motivo la búsqueda de bienes y servicios turísticos es diferenciada, y para ello es necesario una segmentación de mercado y plantearse una estrategia competitiva (p. 65).

Pintado, B. (2015), en su estudio titulado “El perfil de los turistas jóvenes alemanes de la isla de Tenerife”. Universidad de la Laguna, España, tuvo como objetivo: elaborar un perfil detallado del turismo alemán joven de la isla de Tenerife, contrastándolo con respecto al total de turistas de esta nacionalidad. Se enfocó en los aspectos socioculturales identificando las actividades realizadas y percepción de los visitantes, del mismo modo se basó específicamente en el aspecto económico para determinar el gasto que realizan, el tiempo de pernoctación, entre otros. En esta investigación se realizó con una muestra de 11000 visitantes, de la cual se obtuvo una submuestra de 1488 individuos específicamente dirigidos a alemanes de diferentes edades; esta submuestra tuvo como objeto comparar las preferencias, motivaciones, estadía, percepción, edad, la motivación de viaje, lugares visitados, actividades realizadas y las expectativas no satisfechas que el destino no cubrió para los turistas. Conclusión, habiendo analizado los datos anteriores, podemos afirmar que esta hipótesis es cierta. Son muchas las diferencias entre ambos grupos. Empezando por el lugar de hospedaje, los jóvenes prefieren como bien dijimos antes, hospedarse en la parte sur de la isla, donde la oferta de clima y playa es predominante. En la cuestión de las motivaciones que llevan a los turistas a contemplar la isla como posible lugar de vacaciones, los jóvenes responden claramente al perfil del turista en busca de playa sol y mar, dándole mucha importancia como es lógico al factor precio, pues estos turistas no disponen de mucho poder adquisitivo (p. 20).

Alava, M. (2012), en su estudio “Análisis de la Necesidad de Información Turística del País en los Habitantes del Sector Norte de la Ciudad de Guayaquil para la Creación de un Portal Web Especializado en el Turismo Mochilero”, el objetivo fue implementar un portal web especializado en el turismo mochilero, la investigación se basó en experiencias personales y en investigaciones realizadas ha comprobado el difícil acceso que tienen los habitantes del sector norte de la ciudad de Guayaquil para obtener información turística del país, ya que en internet es posible encontrar datos actualizados sobre hoteles de lujo y horarios de transporte aéreo pero casi imposible el de hoteles económicos y de cooperativas de transporte terrestre de pasajeros. Un promedio de 3'027.534 ecuatorianos realizaron turismo interno en los últimos años, de esa cifra el 31% correspondes a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, los antecedentes y la fundamentación teórica fue viable del proyecto, a través de encuestas y entrevistas. Conclusión, el turismo mochilero es viable en un país en vías de desarrollo como el nuestro, el beneficio será compartido

entre el estado, las comunidades, pero sobre todo en la población, ya que podrán conocer más lugares gastando menos, por eso es fundamental la creación de un portal web que brinde información al turista mochilero (p. 11, 46).

Lescano, D. (2017), en su estudio titulado “Perfil del Turista Mochilero que Visita la Provincia de Trujillo en el Año 2017”, Trujillo Perú, Tesis de grado, tuvo como objetivo elaborar el perfil del turista mochilero que visita la provincia de Trujillo teniendo como modelo el perfil del turista extranjero del 2014 elaborado por PROMPERU, durante el periodo 2017, investigación de tipo descriptiva no experimental, la técnica fue la encuesta y como el instrumento el cuestionario el cual fue dirigido a los turistas mochileros. Conclusión, los factores demográficos del turista mochilero que visita la provincia de Trujillo utilizados para desarrollar el perfil, fueron la procedencia de los turistas que son argentinos y franceses, hombres entre los 18 y 29 años, el grado de escolaridad en su mayoría egresados de universidades y técnicos. Referente a los factores psicográficos los turistas antes de viajar se informan en páginas web siendo su mayor motivación la cultura de la provincia, para la cual utilizan las empresas de transporte para llegar al destino y visitar la Huaca del Sol y la Luna y Huanchaco, así mismo de la gastronomía prefieren el ceviche ya que es el más popular (p.1, 9).

Pacora, R., Alcalde, N., Jaimes, S., Izquierdo, C. (2016), en su investigación titulada “Plan Estratégico de Marketing del Turismo Rural Comunitario Peruano”, Lima Perú, tesis para grado de magister, El Turismo Rural Comunitario (TRC) va evolucionando positivamente a nivel mundial (OMT, 2015). El plan propuesto sugiere que el Perú deberá responder con una imagen renovada y una comunicación coherente en función al público objetivo. Él mismo permitirá la diferenciación mediante el desarrollo de una propuesta de valor enfocada a las expectativas y deseos del nuevo cliente: turista extranjero de ingresos medio-alto; y el desarrollo de una oferta turística innovadora, cohesionada y con identidad propia; que busque llamar la atención, generar una buena relación de calidad - precio y la agilización de la conversión de una reserva en tiempo real. El presente plan estratégico de marketing pretende que el Perú sea reconocido como el primer destino en TRC al 2022. Para ello, el objetivo principal del plan será generar un incremento del 10% anual del flujo de turistas; y que este a su vez contribuya al desarrollo sostenible de las comunidades campesinas e indígenas. El éxito girará en función a la generación de un vínculo emocional

con el cliente mediante tres ejes: innovación, creatividad y entorno 2.0. Para ello, el plan contempla el desarrollo de la mezcla de marketing y una inversión de US\$ 2'400 mil que se dividirán en cuatro campañas potentes en los principales mercados emisores. Con ello se pretende obtener un aumento gradual del tráfico de turistas del 30% anual y un ROI social en función las ventas, que dará como resultado el crecimiento de la empleabilidad y calidad de vida del poblador rural (p.4).

Goicochea, P. (2014), estudio titulado “El Turismo Mochilero que arriba al destino turístico Trujillo”, tuvo como objetivo determinar las características del turista mochilero en el destino turístico Trujillo, estudio descriptivo simple, como técnica utilizó la encuesta y como instrumento de cuestionario. Resultados, las características demográficas del turista mochilero que arriba al destino turístico Trujillo se expresan en que estos son de procedencia extranjera, principalmente de las regiones cercanas como América: Estados Unidos y Argentina, seguido del continente europeo: Alemania e Inglaterra, además son jóvenes estudiantes que viajan en parejas y grupos principalmente solteros y sin mayor carga familiar. Las características de permanencia en el destino de los turistas mochileros, se expresan en que los turistas se quedan en Trujillo por un tiempo mayor de 3 días, en los que visitan los recursos turísticos arqueológicos de la ciudad y además las playas siendo el favorito el Balneario de Huanchaco, haciendo uso de servicios de bajo costo en hospedaje y en muchos de los casos compran alimentos de supermercado para preparar sus propios platos, esto debido a que su presupuesto es reducido y minuciosamente organizado para poder viajar a otros destinos (4).

Según La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ (2015), en la publicación titulada “*Perfil del Turista Extranjero 2015*”, el objetivo fue: conocer fue conocer el perfil del turista extranjero que visita el Perú, así como indagar sobre sus principales motivaciones para viajar por el Perú y estimar el gasto que realizan los turistas extranjeros en el Perú. Este estudio de mercado fue un estudio cuantitativo mediante un cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas con una muestra de 6772 personas. Resultados, el perfil del turista extranjero describe el género 63% hombre y 37% mujeres, edad promedio 40 años, estado civil 60% casado, conviviente o forma parte de una pareja, el gasto aproximado en el país US\$ 994, tiempo de permanencia en el lugar 9 noches promedio, motivo de viaje 64% vacaciones, 15%

negocios y 21% otros motivos, principales emisores Chile 31%, EEUU 16%, Ecuador 6%, Colombia 5%, Argentina 5%, el ingreso promedio del turista, Principales mercados 22 países generan el 89% de las llegadas de turistas extranjeros y el 67% de los ingresos por turismo en el Perú; entre las regiones más visitadas Lima 72%, Cusco 38%, Tacna 30%, Puno 18% y Arequipa 15%; motivaciones de viaje visitar Machu Piccho 79%, Cusco 57% y Lima 46%; Gasto y permanencia un total US \$ 1108 y permanecen 9 noches en el Perú; alojamiento 48% se hospedan en Hoteles 1 o 2 estrellas, 41% en hoteles u hostales de 3 estrellas, 18% en hoteles de 4 y 5 estrellas. El mejor prospecto es de vacaciones el 58% percibe un ingreso familiar anual de US \$ 40 000 o más y el 91% tiene educación superior; la estadía y gasto promedio son 12 noches y US \$ 2064, realizan actividades de naturaleza 89% y aventura 59% en mayor proporción que el resto de vacaciones, alojamiento 59% se hospeda en Hoteles y hostales de 3 estrellas, 34% en hoteles de 4 a 5 estrellas; Turista de negocios Chile (17%), EE.UU. (14%), Brasil (9%), Colombia (9%) y Argentina (9%). Estadía y gasto promedio 7 noches y US\$ 870. Conclusión, las principales las regiones más visitadas son Lima, Cusco y Tacna, el turista mayormente bien por vacaciones y su principal actividad es la naturaleza (p. 9).

1.2 Bases teóricas

Según Pat, L. y Calderón, G. (2012), refieren que el perfil turístico se basa de acuerdo a las características que tiene un destino turístico, el cual tiene variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. Un perfil turístico permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas con el fin de mejorar los servicios y productos que ofertan las empresas y destinos turísticos (p. 60-61).

Según Maoz, 2007 citado por Martín-Cabello A. (2014), el concepto de mochilero hace referencia a un tipo de turista que realiza un viaje auto-gestionado de larga duración con múltiples destinos a los que se llega a través de un itinerario flexible. Se asocia a un desembolso económico reducido y a un uso mínimo de la industria turística habitual. En general, busca un contacto más profundo con la naturaleza o con la población de los países que visita (p. 123). Son llamados «viajeros», «vagabundos» (Cohen, 1973), «trotamundos» (Vogt, 1979), «viajeros de larga duración» (Ateljevic y Doorne, 2000) o, entre otras, «nómadas globales» (Richards y Wilson, 2004a). Sin embargo, la literatura científica, sin embargo, le denomina «mochileros». Estos acostumbran a darse a sí mismos el nombre de

«viajeros» o «mochileros» para diferenciarse de los turistas propiamente dichos. Según la historia el origen de este tipo de viajes en los siglos XVII o XVIII, consideraban que el Grand Tour de los jóvenes pertenecientes a la aristocracia europea, que combinaba un viaje de placer con la adquisición de experiencias para un futuro desempeño en el mundo diplomático o de los negocios internacionales, es un mejor punto de partida para analizar este fenómeno (O'Reilly, 2006). Otros incluyen también el tramping, que era un tipo de viaje practicado por los jóvenes de clase baja en busca de trabajo durante el siglo XIX (Adler, 1985). También los jóvenes viajeros llamados «vagabundos» por Erik Cohen (1973) fueron considerados, en principio, herederos del movimiento hippie y de los movimientos estudiantiles de los años 60, con los que coincidían en su búsqueda de autenticidad, independencia, huida del materialismo, itinerancia y agrupación en torno a en claves específicos.

Los tipos de segmentación de un perfil:

- a. **Características Geográficas:** según Serra (2011) citado por Lescano, D. (2017), es un criterio de clasificación que pueden ser país o región de procedencia del turista, tamaño de la ciudad de residencia, etcétera; que suelen dar lugar a segmentos de comportamiento de compra y consumo, debido a ello los operadores turísticos al momento de diseñar o elaborar sus paquetes turísticos tienen en cuenta esta variable (p. 19).
- b. **Características demográficas:** Serra (2011) citado por Lescano, D. (2017), indica que las características demográficas son factores medibles como la edad, sexo, estado civil, educación, nivel de ingresos y ciclo familiar, ya que de esta forma se busca identificar los comportamientos de viaje, aunque no siempre se consigue diferenciar los segmentos con exactitud, pero es el medio más objetivo de identificar los segmentos (p. 19). Sin embargo, Montaner (2002) citado por Lescano, D. (2017), refiere que la demografía estudia fenómenos de poblaciones de los seres humanos vinculados con actividades turísticas utilizando análisis estadísticos. Por lo que Montaner se basa en diferentes puntos como (p. 20):
 - **Procesos demográficos:** Estudia el volumen y evolución de crecimiento, la composición y distribución de los turistas. Estos fenómenos son el resultado de procesos demográficos básicos que sirven para identificar el inicio una corriente

turística, el declive o muerte de una corriente y los cambios de destino de las corrientes turísticas.

- Volumen de la población turística: Se refiere al número de personas que contribuyen a las poblaciones turísticas.
 - Nacimiento de una corriente: Es el proceso por el cual nace una nueva corriente que parte cuando una población elige un destino y esta viene motivada por la oferta que ofrece el destino.
 - El declive o muerte de una corriente turística: Es el cambio de una corriente que deja de visitar un destino por motivos políticos, sociales o psicosociales.
 - Los movimientos migratorios: Son las corrientes turísticas que cambian de destino.
 - Crecimiento de la población turística: Aumento de la población que dedica su tiempo libre a realizar actividades turísticas, a aprovechar su tiempo libre y que sienten motivaciones por más actividades turísticas.
 - Composición y distribución turística: Las poblaciones turísticas presentan cambio de acuerdo a la tasa de natalidad y mortalidad, o también por el status y clase social, que se divide en los siguientes segmentos: joven, adulta, vieja, estacionaria y de rejuvenecimiento.
- c. **Características psicográficas:** Solé (2003), indica que son variables intangibles los motivos, intereses, actitudes y valores ya que no son medibles (p. 72). Sin embargo, sirve para clasificar y agrupar a las personas según sus aspectos psicológicos, estas suelen ser:
- **La Personalidad:** De acuerdo a la personalidad de los turistas se suelen encontrar personas en busca de aventuras tomando un cierto nivel de riesgo, así mismo están las personas que eligen ir a lugares tranquilos los cuales proyecten más seguridad y tranquilidad. Serra (2011), citado por Lescano, D. (2017), quien relaciona los rasgos de personalidad con el comportamiento vacacional, clasificando a los individuos psicocéntricos y aloecéntricos (p. 20).
 - **Los psicocéntricos,** tienen poca tendencia a la aventura, indecisos, prefieren lo familiar, la comodidad y seguridad, por lo general estas personas prefieren destinos desarrollados y populares. Los aloecéntricos son personas que buscan destinos exóticos y por lo general viajan solos teniendo como finalidad involucrarse con la cultura y gente del lugar visitado.

Según Sorensen 2003, el perfil sociodemográfico estándar del turista mochilero puede ser:

Variable	Perfil medio
Lugar de procedencia	Norteamérica, Nueva Zelanda, Australia, Europa (mucho más del norte que del sur), Israel y, en un número creciente, de Japón
Edad	Entre los 18 y los 33 años, aunque el grupo más numeroso tiene entre 22 y 27.
Sexo	60% hombres y 40% mujeres
Estudios	La mayoría poseen estudios universitarios.
Duración media del viaje	Entre 2 y 18 meses, siendo un año el periodo más habitual.
Número de viajeros	Solos o con un único acompañante.
Momento del viaje	Fin de estudios, divorcio o la etapa que media en el tránsito de un trabajo a otro.

Aprendizaje como turista mochilero

Los turistas mochileros responden a una visión subjetiva que liga el viaje con el aprendizaje y la educación. Es más, una de las principales motivaciones para emprender el viaje mochilero es la educativa, al ser visto como un eslabón más de la cadena educativa. En esta línea, se trata de medir no solo la percepción subjetiva de los mochileros, sino las competencias y habilidades que estos adquieren realmente durante el viaje. Ej. George Gmelch (1997) planteó que, tras su viaje por Europa, los estudiantes norteamericanos apenas mejoraban en conocimientos sobre los países visitados. Ahora bien, esto no significaba que esta fuera una experiencia con escaso valor educativo. Al contrario, los estudiantes adquirirían competencias de un modo muy fuerte en relación a la toma de decisiones en entornos poco conocidos. De este modo, se volvían más adaptables, independientes y aumentaban su autoconfianza.

La motivación turística:

Según Lickorish, L. & Jenkins, C. (1997), refieren que es una combinación de intereses y temperamento turístico, ya que cada persona al momento de buscar un lugar o viajar a un lugar tiene sus preferencias personales. Debido a ello es posible agrupar a las personas por su comportamiento por tal motivo se puede identificar a que lugares prefieren y en que gastan. Por ello lo diferencian a dos segmentos (p. 174-176):

- a. **Segmento tradicional:** Se refiere al tipo de turistas que tienen temor a lo extranjero y prefieren quedarse en el lugar donde viven, dentro de este mismo

segmento también se encuentran los viajeros a lo seguro que son el tipo de personas que prefieren ir a lugares ya conocidos y que cubrirán todas sus necesidades.

- b. **Segmento contemporáneo:** Son el tipo de viajeros que buscan sacar el máximo a sus experiencias turísticas en viajes según sus intereses, son aventureros que buscan conocer nuevas culturas y lo poco común; en este segmento también son incluidos los viajeros de negocios que van por trabajo y a la vez realizan turismo, así mismo se encuentran los turistas de elite que son aquellos que visitan lugares más prestigiosos o de moda. Los aventureros, mayormente viajan solos y buscan conocer lugares nuevos por lo que están dispuestos a dejar las comodidades que pueden tener en el hogar. Están los viajeros que buscan la calidad, lugares con mayor comodidad y que brinden seguridad, mayormente lugares con mayor demanda y con una planta turística completa, y por último están los viajeros perseguidores que son personas que viajan por una afición en especial.

Tipos de turismo:

Ruano (2012) distingue las diferentes tipologías de turismo (p.20-21):

- a. **Turismo de sol y playa:** Se desarrolla aprovechando recursos como el mar, la playa y el clima.
- b. **Turismo cultural:** Es la búsqueda de la adquisición de conocimientos sobre la cultura de un determinado destino.
- c. **Turismo rural o de naturaleza:** Tipo de turismo que se desarrolla en el medio natural aprovechando los recursos que proporciona la naturaleza.
- d. **Turismo de negocios:** Se realizan en las grandes ciudades centrándose principalmente en los palacios de congreso.
- e. **Turismo activo:** Se desarrolla principalmente en recursos naturales en el cual se desarrollan diversas actividades.
- f. **Turismo Social:** Lo realizan los jóvenes y personas de la tercera edad a través de programas establecidos.
- g. **Turismo deportivo:** La actividad principal es la práctica actividades deportivas. En este tipo de turismo se desarrollan diferentes deportes como golf, nieve, ecuestre, entre otros.

- h. **Turismo de Salud:** Es el desarrollo de actividades en centros de meditación, sauna o spa, que sirven para relajarse o buscan la curación de algunas enfermedades producto del estrés.
- i. **Turismo de compras:** La motivación principal de este tipo de turismo es la realización de compras, lo cual el tiempo de estadía por lo general es corta.
- j. **Turismo idiomático:** Lo realizan principalmente jóvenes que buscan aprender nuevos idiomas.

Tipologías de turistas:

Cooper, Fletcher, Pyall, Gilberth & Wanhill (2005) citado por Lescano, D. (2017), mencionan que se pueden caracterizar a los turistas de acuerdo a sus motivaciones como producto de sus necesidades, producto de ello se estudia el comportamiento y actividades que realizan lo cual con lleva a la segmentación de acuerdo a su consumo, gasto, actividades, lugares visitados, entre otros. Para lo cual los autores citan a Cohen (1972), quien utiliza una clasificación basándose en que el turismo combina la curiosidad con la necesidad, ya que la curiosidad conduce a nuevas experiencias y la necesidad lleva a sentir la seguridad a todo aquello que nos es familiar o nos recuerda a nuestro hogar, por lo anterior Cohen muestra a 4 tipos de turistas (p. 20):

- a. **Turista de masas organizada:** Es el tipo de turistas que no se arriesga a viajar sin antes optar por comprar un paquete turístico o programar su viaje antes de llegar al destino y no tiene mucho contacto con la cultura y pobladores del lugar.
- b. **Turista de masa individual:** Parecido al turista de masas organizado, pero con la diferencia de que este turista es más flexible e incorpora un grado de elección personal, no obstante, es aquel que sigue optando por adquirir servicios de terceros con el fin de tener un viaje seguro.
- c. **Explorador:** Es aquel que organiza su viaje de manera independiente dejando de lado lo común, y aunque se aloja en establecimiento seguros siempre busca aquello que es difícil y fuera de lo común.
- d. **Viajero sin rumbo:** Tipos de personas que no tienen conexión con la industria turística, por lo que buscan lugares poco conocidos y son quienes se relacionan más con los habitantes de las ciudades o pueblos que visitan con el fin de conocer su cultura.

- e. **Turista mochilero:** Es un tipo de turista que realiza un viaje auto gestionado de larga duración con múltiples destinos a los que se llega a través de un itinerario flexible. Suele asociarse también a un desembolso económico reducido y a un uso mínimo de la industria turística habitual. (Martin & García, 2015, p. 56).

Visitante:

Lickorish & Jenkis (2000), definen a visitante como una persona que viaja a un destino diferente a su lugar de residencia en un tiempo menor de 12 meses, siendo el principal propósito el disfrute del lugar menos el de mantener un trabajo remunerado (p. 55).

Estadía del turista mochilero

Según Laguerre D. (2016), encontró que todos los entrevistados en su estudio coinciden en que su primer viaje como mochileros fue que al menos han visitado 3 países a lo largo de su vida como backpackers rescatando que entre estos el Perú es uno de los destinos que recomendarían con más énfasis para visitar y recorrer como mochilero, así mismo muchos de ellos afirmaron que es en este país donde han pasado una mayor duración de viaje como mochileros mencionando la inclinación por conocer y recorrer pueblos o comunidades alejados que no son muy conocidas pero que han oído hablar de ellos donde la estadía es más barata, los destinos turísticos no son tan alejados y donde pueden conocer más por un menor costo, es por ello que prefieren visitar estos lugares incluso antes que visitar Machu Picchu.

Además encontró según los entrevistados que hay facilidad para trabajar en Perú, es mejor frente a otros países pese a que esté prohibido no existe mucho control, “es un buen motivo por el cual se puede venir a visitar a este país” afirma uno de los entrevistados, como es de saber los mochileros realizan todo tipo de trabajos desde malabares, vender trufas, macramé, hasta trabajar de lavaplatos o de ayudantes de los mismos hoteles donde se hospedan de esta manera la estadía es compensada con trabajo por periodos, así mismo muchos de ellos practican el voluntariado lo cual hace que al menos por un tiempo tengan casa y comida por ayudar en lugares donde se requiera de ellos como escuelas, comedores etc.

Percepción del Turista

En las sociedades preindustriales, viajar era considerada una actividad peligrosa. En el acervo de la sabiduría popular, el viajero se somete a una serie de riesgos. El clima, los

animales peligrosos, los ladrones o las enfermedades eran peligros que acompañaban al viajero. La mejora de las comunicaciones y, sobre todo, el mayor control que adquieren los Estados sobre su territorio durante el proceso de modernización permitió minimizar a estos riesgos. De hecho, viajar dejó de verse como una actividad peligrosa. A partir de ese momento se consideró un acto habitual o parte del abanico de actividades lúdicas al alcance de los individuos (Martín-Cabello, Anta, García-Manso y Pérez, 2017, p.42)

Existen tres formas típicas de desplazarse en occidente: la exploración, el viaje y el turismo. La primera es propia del renacimiento e implicaba un gran riesgo. El turismo es propio de la actual sociedad de masas y el riesgo se reduce al mínimo. Entre ambas se encuentra el viaje, ligado a la sociedad burguesa, con un nivel intermedio de riesgo.

El turismo mochilero escapa un tanto de la percepción del viaje como una actividad cotidiana y segura propia del turista. Se encontraría más próximo a la idea de viaje planteada por Fusell. El hecho de realizarse fuera de los circuitos turísticos habituales, al menos en teoría, le confiere un aura especial de peligrosidad. En realidad, los mismos mochileros suelen considerar el peligro como parte integrante de sus viajes. No obstante, eso no implica la presencia de peligros reales ni una gestión más relajada del riesgo. El peligro parece funcionar más como una estrategia retórica (Martín-Cabello, Anta, García-Manso y Pérez, 2017, p.42).

Para algunos estudios, los mochileros tienen frente a los turistas convencionales una percepción más baja de los riesgos asociados al viaje. Sin embargo, su planificación del viaje en cuanto a los riesgos no difiere mucho de la de estos. Es decir, retóricamente pueden considerar su viaje como más arriesgado, pero en la práctica suelen tomar precauciones análogas a la de los turistas convencionales (Martín-Cabello, Anta, García-Manso y Pérez, 2017, p.42).

1.3 Definición de términos básicos

- **Atractivo turístico:** Es todo lugar, objeto, elemento o acontecimiento de interés turístico: monumentos, paisajes, gastronomía; actividades culturales, deportivas o recreativas (La Real Academia Española- RAE, 2014).
- **Destino turístico:** Lugar visitado durante el viaje (La Real Academia Española- RAE, 2014).

- **Gasto del turista:** Egresos por los consumos realizados por un turista durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Se excluyen de este cálculo ciertos desembolsos como compras para fines comerciales, inversiones de capital (terrenos, casas, fincas y bienes tales como automóviles, remolques y barcos), donaciones a instituciones, y efectivo entregado a familiares o amigos durante el viaje de vacaciones, siempre que no represente el pago por bienes turísticos (La Real Academia Española- RAE, 2014).
- **Gastronomía:** Es el arte de preparar una buena comida. Se le reconoce como un atractivo turístico (La Real Academia Española- RAE, 2014).
- **Perfil:** conjunto de rasgos peculiares que caracterizan a alguien o algo. Otro significado que tiene esta palabra es un miramiento en la conducta o en el trato social (La Real Academia Española- RAE, 2014).
- **Perfil económico:** Según, define a este tipo de perfil como una investigación que reúne aspectos importantes para conocer el nivel social y económico de una persona o familia, según sus ingresos, calidad de vida, cultura, etc. (La Real Academia Española- RAE, 2014).

CAPÍTULO II

MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo de investigación

La investigación fue básica, no experimental ya que no se manipuló ninguna variable y es de corte transversal ya que se realizó en un periodo de tiempo determinado, con un diseño descriptivo el cual se desarrolló para describir las características psicográficas y demográficas para determinar el perfil del turista mochilero. Así como, para establecer la percepción de los riesgos.

2.2. Diseño de investigación

El estudio fue descriptivo simple el mismo que se representó a través del siguiente gráfico



M: Muestra, representada por los turistas mochileros

O₁: Variable única, perfil y percepción del turista mochilero

2.3. Población y muestra

Población

Estuvo conformada por los turistas mochileros que visitan la Provincia de San Martín, la misma que asciende a un total de 333 turistas según los reportes de los backpackers del Distrito de Tarapoto, de enero – julio 2018 - Tarapoto. Según Anexo (N° 02).

Muestra

La muestra representativa para el estudio fue de 142 turistas mochileros, el cual fue calculado al aplicar una fórmula estadística de la siguiente manera:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$
$$n = \frac{333 \times 3.8416 \times 0.20 \times 0.80}{(0.05)^2 (333 - 1) + 3.8416 \times 0.20 \times 0.80}$$

$$n = \frac{333 \times 3.8416 \times 0.20 \times 0.80}{(0.0025) (332) + 3.8416 \times 0.20 \times 0.80}$$

$$n = \frac{204.680448}{0.83 + 0.614656}$$

$$n = \frac{204.680448}{1.444656}$$

$$n = 142 = 182$$

Se logró encuestar a 182 turistas mochileros de acuerdo a la muestra obtenida.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el trabajo de investigación se consideró como técnica la encuesta y como instrumento de recolección de datos el cuestionario, el mismo que estuvo conformado en tres partes datos generales, característicos demográficos y características psicográficas, lo cual nos permitirá describir a la variable única que es perfil y percepción del turista mochilero de la Provincia de San Martín. Según anexo (N° 03).

2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el presente estudio se aplicó una encuesta dirigida al turista mochilero y de acuerdo a ello se identificó la variable única que es el perfil del turista mochilero en la Provincia de San Martín en sus dimensiones demográficas y psicográficas. Los resultados obtenidos fueron procesados en tablas estadísticas usando el programa Excel, los mismos que serán mostrados a través de tablas y gráficos.

2.6. Materiales y métodos

El presente estudio se valió de fuentes de información de registro existente en los servicios de turismo para identificar a los turistas mochileros, una vez identificados se les buscó en lugares de alojamiento para solicitarles su participación en el estudio y proceder a aplicar el instrumento.

CAPÍTULO II

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados

Tabla 1

Nacionalidad del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, 2018.

Nacionalidad	N° (n = 182)	% (100%)
Venezuela	24	13.3%
Chile	22	12.2%
Francia	21	11.6%
España	19	10.5%
Perú	15	8.3%
Colombia	12	6.6%
Alemania	10	5.5%
Argentina	9	5.0%
México	9	5.0%
Italia	7	3.9%
Reino Unido	7	3.9%
EE.UU	5	2.8%
Costa Rica	4	2.2%
Australia	3	1.7%
Bolivia	2	1.1%
Bélgica	2	1.1%
Polonia	2	1.1%
Rusia	2	1.1%
Japón	2	1.1%
Ecuador	1	0.6%
África	1	0.6%
Canadá	1	0.6%
Holanda	1	0.6%
Brasil	1	0.6%

Fuente: Ficha de recolección de datos

El turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, en su mayoría es de nacionalidad venezolana en un 13,3% (24), chileno en un 12,2% (22), francés en un 11,6% (21), español en un 10,5% (19), peruano en un 8,3% (15), colombiano en un 6,6% (12) y alemán en un 5,5% (10).

Resultado que se relaciona con Pintado, B. (2015) quien como turista a jóvenes alemanes y definió su perfil. Por su parte Alava, M. (2012), quien identifica el turismo interno equivalentes a 31% pertenecientes a Guayaquil, sin embargo, para el estudio represento sólo 8.3%. Igualmente, Lescano, D. (2017), encontró a turistas argentinos y franceses. Por lo mencionado podemos establecer que los turistas mochileros pueden ser de diferentes partes del país, sin embargo, de los problemas social y político que vive Venezuela y migraron a nuestro país puede que su estancia de ellos no sea posiblemente turista sino de condición laboral, pero si debemos estar preparados para atender las necesidades de turistas mochileros de diferentes países del mundo.

Tabla 2

Características demográficas del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, 2018.

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS		N° (n = 182)	% (100%)
Sexo	Masculino	119	65%
	Femenino	63	35%
Edad	18 – 29 años	115	63%
	30 – 44 años	57	31%
	45 – 59 años	8	5%
	60 años a más	2	1%
Grado de instrucción	Técnico	116	64%
	Superior	40	22%
	Estudiante	14	8%
	Maestría	10	5%
	Doctorado	2	1%
Ocupación	Trabajador dependiente	145	80%
	Trabajador independiente	24	13%
	Estudiante	10	5%
	Ninguno	3	2%
Ingreso económico mensual	\$ 1000 – \$ 2500	130	71%
	\$ 3000 – \$ 4500	27	15%
	\$ 5000 – \$ 6500	18	10%
	\$ 7000 – \$ 8500	6	3%
	\$ 9000 o más	1	1%
Medio de transporte	Aerolínea	119	65%
	Empresa de transportes	46	25%
	Movilidad propia	14	8%
	Caminando	3	2%
Con quien viajas	En pareja	69	38%
	Solo	67	37%
	Con amigos	36	20%
	Con familia	10	5%
Cuánto gasta durante su permanencia	US\$500- US\$2000	123	68%
	Menos de US\$ 500	42	23%
	US\$ 2500- US\$ 4000	17	9%
	US\$ 4500- US\$ 6000	0	0%

Fuente: Ficha de recolección de datos

Se describen las características demográficas del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, se observa que el 65% (119) se encuentra conformando el grupo de sexo masculino y el 35% (63) se ubica en el grupo de sexo femenino. Cuando se indaga sobre la edad, se constató que el 63% (115) oscilan entre 18 – 29 años, el 31% (57) entre 30 – 44 años, el 5% (8) entre 45 – 59 años y el 1% (2) de 60 años a más. En cuanto al grado de instrucción observamos que el 64% (116) son técnicos, el 22% (40) son de educación superior, el 8% (14) son estudiantes y el 5% (10) tienen grado de maestría. Referente a la ocupación que tenían en el momento de la encuesta el 80% (145) son trabajadores dependientes, el 13% (24) son trabajadores independientes y el 5% (10) son estudiantes.

El ingreso económico mensual que perciben en un 71% (130) es entre \$1000 - \$2500, seguido de un menor porcentaje de 15% (27) entre \$3000 - \$4500. El medio de transporte más utilizado fue en aerolínea en un 65% (119) y empresa de transportes terrestre en un 25% (46). Respecto a con quien viaja, en su mayoría lo hace en pareja en un 38% (69), solo en un 37% (67), con los amigos en un 20% (36) y con la familia en un 5% (10). El gasto realizado durante su permanencia predominantemente oscila entre 500 – 2000 dólares en un 68% (123) y menos de 500 dólares en un 23% (42).

Este resultado se relaciona con lo encontrado por Pat, L. & Calderon, G. (2012), quienes encontraron que las condiciones socioeconómica y demográfica de los turistas es heterogénea. A su vez Pintado, B. (2015) en un estudio comparativo determinó que los turistas seleccionan el hospedaje según el clima y valorando el precio. Alava, M. (2012), establece que el turista necesita de hoteles económicos y cooperativas de transporte, está más vinculado al sexo masculino. Por su parte Lescano, D. (2017), los turistas se caracterizaron por ser hombres entre los 18 y 29 años, escolaridad egresados de universidades y técnicos. Para Goicochea, P. (2014), los turistas fueron principalmente jóvenes sin carga familiar, de permanencia por 3 días.

Para el presente estudio las características demográficas son mayores que nos permite determinar un perfil sociodemográfico y económico del turista mochilero para establecer oportunidades de turismo a nivel de la Provincia de San Martín.

Tabla 3

Características psicográficas del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, 2018.

Características psicográficas		N° (n = 182)	% (100%)
Aspectos tomados en cuenta para el viaje	La gastronomía de los destinos	49	27%
	Conocer nuevos lugares	46	25%
	Atractivos turísticos y actividades a desarrollar	43	24%
	Interés en conocer, descubrir culturas y aprender sobre la historia de otras culturas diferentes	33	18%
	Conocer otros idiomas o lenguas	11	6%
Posibles inconvenientes presentadas	Información deficiente al turista	63	35%
	Gastronomía del lugar inalcanzable (costo elevado)	50	27%
	Comodidad deficiente en el establecimiento de hospedaje	42	23%
	Todas	27	15%
Actividades turísticas realizadas	Trekking	73	40%
	Practicar deportes de aventura	47	26%
	Camping	33	18%
	Explorar la ciudad y su arquitectura	10	6%
	visitar museos y complejos arqueológicos	6	3%
	Todos	13	7%
Tipo de alojamiento en la que se hospeda	Albergue	72	40%
	Casa de hospedaje	61	33%
	Hotel de 1 estrella	21	11%
	Hotel de 1 y 2 estrellas	14	8%
	Hotel de 2 estrellas	14	8%
Tiempo de permanencia	Una semana	146	80%
	Quince días	22	12%
	Un mes	10	6%
	Un día	4	2%
Gastronomía que prefiere	Todas	108	59%
	Ceviche	29	16%
	Pescados y mariscos	15	8%
	Bebidas típicas	12	7%
	Comida criolla	11	6%
	Postres y dulces	6	3%
	Otros	1	1%

Fuente: elaboración propia

Se describen las características psicográficas del turista mochilero, referente a los aspectos tomados en cuenta para el viaje se observa que el 27% (49) lo realiza por la gastronomía que encuentra en los destinos que visita, el 25% (46) para conocer nuevos lugares, el 24% (43) lo realiza para conocer los atractivos turísticos y actividades a desarrollar para conocer nuevos lugares. Entre los posibles inconvenientes presentados, el 35% (63) considera que la información al turista es deficiente, el 27% (50) que la gastronomía del lugar inalcanzable (costo elevado), el 23% (42) encuentran que la comodidad de los hospedajes es deficiente.

Referente a las actividades turísticas realizadas, en su mayoría práctica el Trekking en un 40% (73), deportes de aventura en un 26% (47) y camping en un 18% (33). En cuanto al tipo de alojamiento en la que se hospeda el 40% (72) lo hace en un albergue, el 33% (61) en una casa de hospedaje y el 11% (21) en un hotel de 1 estrella. El tiempo de permanencia en la ciudad de Tarapoto en su mayoría es en una semana en un 80% (146) y en quince días en un 12% (22). Respecto a la gastronomía al 59% (108) es todas, seguido del ceviche en un 16% (29), pescados y mariscos en un 8% (15) y las bebidas típicas 7% (12).

Este resultado se relaciona con lo encontrado por Pat, L. & Calderon, G. (2012), quienes encontraron que las condiciones socioeconómica y demográfica de los turistas es heterogénea sin embargo los bienes y servicios turísticos es diferenciada. Sin embargo, Pacora, R; Alcalde, N., Jaimes, S., Izquierdo, C. (2016) determinó la necesidad de invertir en marketing y comunicación para elevar el transito turista y la empleabilidad de los ciudadanos. Sin embargo, Goicochea, P. (2014) establece que los turistas se inclinan por recursos turísticos arqueológicos de la ciudad y además las playas siendo el favorito el Balneario de Huanchaco, haciendo uso de servicios de bajo costo en hospedaje y en muchos de los casos compran alimentos de supermercado para preparar sus propios platos, esto debido a que su presupuesto es reducido y minuciosamente organizado para poder viajar a otros destinos. Para PROMPERÚ (2015), establece que el gasto aproximado en el país US\$ 994, tiempo de permanencia en el lugar 9 noches promedio, motivo de viaje 64% vacaciones, 15% negocios y 21% otros motivos, principales emisores Chile 31%, EEUU 16%, Ecuador 6%, Colombia 5%, Argentina 5%.

Por lo tanto, se establece que las condiciones de hospedaje, alimentación y lugares de los turistas estaría vinculado con su presupuesto y disponibilidad de tiempos ya que buscaran conocer la mayoría de los lugares que se le presente.

Tabla 4

Medios de información que utiliza el turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, 2018.

Medios de información	N°	%
Redes sociales	117	64%
Página web	48	26%
Blogs	8	5%
Revistas	5	3%
Televisión	4	2%
Total	182	100,0%

Fuente: Ficha de recolección de datos

Se describen los medios de información más utilizados por el turista mochilero para conocer la Provincia de San Martín, observándose que el 64% (117) utilizó como medio las redes sociales, el 26% (48) la página web y el 5% (8) los Blogs.

No se tiene estudios que específicamente hablen de los medios de comunicación que usan los turistas sin embargo por su condición principal de ser profesionales jóvenes, egresados de universidades o tecnológicos, de origen extranjero Europa o América, las redes sociales y la web serían los principales medios de comunicación para ofertar el turismo de la Provincia de San Martín.

Tabla 5

Motivación principal del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, 2018.

Motivación principal	N°	%
Conocer nuevos lugares	71	39%
Costumbres	39	21%
Recursos turísticos	27	15%
Historia	18	10%
Cultura	15	8.%
Actividades a realizar	12	7%
Total	182	100,0%

Fuente: Ficha de recolección de datos

Se describen la motivación principal que tuvo el turista mochilero para visitar la Provincia de San Martín, observándose que fue por el ansia de conocer nuevos lugares en un 39% (71), conocer sus costumbres en un 21% (39), y conocer los recursos turísticos en un 15% (27).

Por los anteriores resultados y análisis de los estudios previos podemos establecer que la condición arqueológica, las costumbres, la comida y las zonas desconocidas atraen el turismo, por lo tanto, hay que prepararse para ofertar estos paquetes turísticos, para que disfrutes sólo o en parejas que es la principal condición que establece el turista mochilero.

Tabla 6*Percepción del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, 2018.*

Riesgo que percibe	N° (n = 182)	% (100%)
Riesgo de enfermarse	47	26%
Riesgo del clima	46	25%
Riesgo de accidente	38	21%
Riesgo de robo	33	18%
Riesgo de animales	18	10%
Otros	0	0.0%
Total	182	100,0%

Fuente: Ficha de recolección de datos

Se observa que el riesgo que percibe el turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, en su mayoría es referente al riesgo de enfermarse en un 26% (47), riesgo de clima en un 25% (46) y riesgo de accidente 21% (38).

Igualmente, sobre el riesgo percibido por los turistas no existen estudios previos que lo hablen, pero considero que todo turista al igual que nosotros cuando viajamos los temores más grandes son el clima y enfermarse porque el clima impide llegar a nuestro destino y visitar los lugares programados por los desastres naturales que pueda ocasionar y lo mismo pasaría con el tema de enfermarse ya impediría poder desarrollar todo lo programado, además de estar en un lugar desconocido que no tienes la posibilidad de ser atendidos oportunamente. Por lo tanto, al sector turismo le corresponde ofertar seguros de salud y desarrollar programas de salud para proteger y ofertar bienestar al turista.

Tabla 7*Perfil del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, 2018.*

Variable	Perfil
Lugar de procedencia	Venezuela, Chile, Francia, España, Perú, Colombia, Alemania, Argentina y México
Edad	Entre los 18 y 29 años
Sexo	65% varones y 35% mujeres
Estudios	Técnico 64% y Superior 22%
Ocupación	Trabajador dependiente
Ingreso económico mensual	\$ 1000 – \$ 2500
Medio transporte	Aerolínea
Nº de viajeros	En pareja o sólo
Gasto durante su permanencia	US\$ 500- US\$ 2000
Duración del viaje	Una semana
Medio de comunicación	Redes sociales
Motivación	Conocer lugares nuevo y costumbres
Riesgo percibido	Enfermar y clima

Fuente: Ficha de recolección de datos

La tabla 7 muestra el perfil del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, proceden principalmente de Venezuela y Chile, entre las edades de 18 y 29 años, sexo varón, de estudios técnico, trabajador dependiente, con ingreso de \$1000 - \$2500, usa como medio de transporte la aerolínea, mayormente viaja en pareja, gasta \$500-\$2000, duración del viaje una semana, usa como medio de comunicación las redes sociales, le motiva conocer lugares nuevo y costumbres, percibe como riesgo enfermar y el clima.

Resultado que se relaciona mayoritariamente con lo presentado por el Sorense (2003), el perfil sociodemográfico estándar del turista mochilero, sin mayor la información del estudio desarrollado porque presentar las características sociodemográficas, económicas y psicográficas del turista mochilero, para proponer incluso un programa integral del turista para brindarle seguridad, tranquilidad y bienestar durante su estancia turística.

CONCLUSIONES

El turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, se caracteriza por ser de nacionalidad venezolana con 13,3% y chilena 12,2%; el 65% son de sexo masculino; la edad en 63% oscila entre 18 – 29 años. Según grado de instrucción 64 % son técnicos; ocupación 80% trabajadores dependientes. El ingreso económico mensual en 71% fue entre \$1000 - \$2500. El medio de transporte más utilizado fue la aerolínea con 65%. Respecto a con quien viaja, lo hace en pareja en un 38%. El gasto realizado durante su permanencia oscila entre 500 – 2000 dólares en un 68%. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación, en que el perfil del turista mochilero está determinado por procedencia, la edad, recursos económicos y el riesgo de enfermar.

El turista mochilero que visita la Provincia de San Martín presenta como características psicográficas, referente a los aspectos tomados en cuenta para el viaje, el 27% lo realiza por la gastronomía; entre los inconvenientes presentados, el 35% considera que la información al turista es deficiente y el 27% que la gastronomía del lugar es inalcanzable (costo elevado); referente a las actividades turísticas realizadas, la mayoría práctica el Trekking con 40%; en cuanto al tipo de alojamiento en la que se hospeda el 40% lo hace en albergues; el tiempo de permanencia de una semana con 80%; respecto a la gastronomía al 59% manifiesta gustarles todos los platos típicos de la zona en estudio, sin embargo el ceviche de pescado de la región optan en elegir con un 16%.

El turista mochilero utilizó como medios de información principal las redes sociales con 64%. La motivación principal del turista mochilero para visitar la Provincia de San Martín fue el ansia de conocer nuevos lugares con 39% y costumbres con un 21%.

El riesgo que percibe el turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, en su mayoría es referente a enfermar en 26% y riesgo del clima (factores no controlables como lluvia, huaycos, derrumbes) 25%.

El turista mochilero tiene el perfil de proceder de Venezuela y Chile principalmente, entre las edades de 18 y 29 años, sexo varones, de estudios técnico, trabajador dependiente, con ingreso de \$1000 - \$2500, se transporta en aerolínea, viaja en pareja, gasta \$500-\$2000, viaje por una semana, usa como medio de comunicación las redes sociales, le motiva conocer lugares nuevos y costumbres, percibe como riesgo enfermar y el clima.

RECOMENDACIONES

Dado los resultados y conclusiones de la investigación, se realizan algunas recomendaciones de acuerdo a los objetivos del estudio:

Al sector turismo, tener presente como características psicográficas del turista mochilero, los destinos turísticos en folletos o croquis, la gastronomía detallada de alimentos y bebidas; dónde realizar actividades turísticas como el Trekking; y la ubicación de alojamientos en las que se puedan hospedar y así organizar su tiempo de permanencia en el distrito de Tarapoto; incrementando así el comercio turístico.

A los representantes de los destinos turísticos, Municipalidades, Gobierno regional, etc. y a la policía, serenazgo pactar alianzas estratégicas, para establecer su presencia en eventos y lugares con mayor concurrencia de turistas mochileros, ofreciendo seguridad permanente en los destinos turísticos. Asimismo; a los representantes de los destinos turísticos dar viabilidad a los proyectos que ayuden a mejorar los destinos, con el propósito de mejorar aspectos tangibles de sus instalaciones y lograr crear lugares atractivos y llamativos para los turistas mochileros.

Por último, implementar un registro que identifique la tipología de turista en los lugares visitados por turistas mochileros y obtener datos reales, que nos permitan diseñar programas o rutas que garantice la participación de este segmento. Considerando para ello el inventario de recursos turísticos de la región San Martín y reorientar sus servicios al perfil del turista mochilero e incrementar la demanda turista y mejorar los ingresos económicos de la comunidad donde se ubican los recursos turísticos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alava, M. (2012). *Análisis de la Necesidad de Información Turística del País en los Habitantes del Sector Norte de la Ciudad de Guayaquil para la Creación de un Portal Web Especializado en el Turismo Mochilero*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Pp. 11-12. Ecuador. Consulta 11.06.18 <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2161/1/Proyecto%20de%20Grado.pdf>
- Agencia Peruana de Noticias – Andina. (2016). *San Martín fue la región de la selva con mayor número de turistas en 2016*. Publicado: 24/4/2017. Pp. 1. Lima Perú. Consulta 11.06.18 <http://andina.pe/agencia/noticia.aspx?id=664207>
- Goicochea, P. (2014). *El Turismo Mochilero que arriba al destino turístico Trujillo*. Universidad Nacional de Trujillo. Facultad de Ciencias Sociales. Escuela Académico Profesional de Turismo. Pp. 4. Trujillo Perú. Consulta 11.06.18 <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/5176>
- Laguerre D. (2016). *Motivaciones del backpacker proveniente de argentina que se hospeda en hostales del distrito de Miraflores, Lima-Perú*. Universidad San Ignacio de Loyola. Facultad de Administración Hotelera, Turismo y Gastronomía. Administración en Turismo. Consulta 04.04.15 http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2425/1/2016_Laguerre_Motivaciones_del_backpacker_proveniente.pdf
- La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU (2015). *Perfil del Turista Nacional 2014*. Pp. 9. Lima Perú. Consulta 12.06.18 https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_38_PERFIL%20EXTRANJERO%20SPREAD.pdf
- Lickorish, L., & Jenkins, C. (1997). *Una Introducción al turismo*. Madrid: Síntesis S.A. Pp. 174-176. España.
- Lescano, D. (2017). *Perfil del Turista Mochilero que Visita la Provincia de Trujillo en el Año 2017*. Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración en Turismo y Hotelería. Tesis para Obtener el Título Profesional de: Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería. Pp. 11. Trujillo Perú.

- Consulta 11.06.18
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/10016/lescano_ad.pdf?sequence=1
- Martin-Cabello, A. (2011). *El turismo «backpacker» en Chile como expresión de una subcultura juvenil global*. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid. Departamento de Ciencias Sociales. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Pp. 166. Chile. Consulta 11.06.18
https://www.researchgate.net/publication/264167148_El_turismo_backpacker_en_Chile_como_expresion_de_una_subcultura_juvenil_global
- Martin, A. & García, A. (2015). *Una Aproximación a las Relaciones entre el Turismo Mochilero y la Cultura Corporativa Global*. Revista de Antropología Experimental Pp. (15), 55-72. Consulta 12.06.18
https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj3suv4o7zMAhVEQyYKHXA_CQ8QFggkMAE&url=http%3A%2F%2Frevistaselectronicas.ujaen.es%2Findex.php%2Ffrae%2Farticle%2Fdownload%2F2365%2F2008&usg=AFQjCNF2jortS4rT09v9mPA1
- Martín-Cabello, A., Anta, J., García-Manso, A., Pérez, R. (2017). *Turismo Mochilero, una aproximación desde la Sociología y la Antropología a Una Subcultura Global*. Septem Ediciones. Primera edición. Oct. 2017. ISBN 978-84-16053-91-9 p.42. España. Consulta 06.08.18
https://books.google.com.pe/books?id=MR86DwAAQBAJ&pg=PA42&lpg=PA42&dq=percepcion+turismo+mochilero&source=bl&ots=0TZT0dRrNh&sig=1Fbt3gTRaZxhzuP_UgyZ_jSCGA8&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjD5KOazdncAhWjslkKHdmnDXAQ6AEwAXoECAkQAQ#v=onepage&q=percepcion%20turismo%20mochilero&f=false
- Pacora, R., Alcalde, N., Jaimes, S., Izquierdo, C. (2016). *Plan Estratégico de Marketing del Turismo Rural Comunitario Peruano*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Escuela de Posgrado. CENTRUM. Tesis para grado de magister en Dirección de Marketing. Pp. 4. Lima Perú. Consulta 11.06.18
<https://core.ac.uk/download/pdf/80610452.pdf>

- Pat, L. & Calderón, G. (2012). *Caracterización del perfil turístico en un destino emergente, caso de estudio de ciudad Del Carmen, Campeche, México*. *Gestión Turística* (18), 47-70. Consulta 11.06.18
<http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n18/art02.pdf>
- Pintado, B. (2015). *El perfil de los turistas jóvenes alemanes de la isla de Tenerife*. Universidad de la Laguna. Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación. Trabajo de Fin de Grado. Grado de Sociología. Pp. 20. España. Consulta 11.06.18
<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/827/El%20perfil%20de%20los%20jovenes%20turistas%20alemanes%20de%20la%20isla%20de%20Tenerife.pdf?sequence=1>
- Real Academia Española (2014). *Perfil*. Recuperado el Setiembre de 2016, de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?id=SagtYdL>
- Ruano, C. (2012). *Diseño de Productos y Servicios Turísticos Locales*. España: Innovación y Cualificación, S.L. Pp. 20-21.
- Solé, M. (2003). *Entorno: Variables Demográficas, Psicográficas y Económicas*. En *Los Consumidores del Siglo XXI (Segunda ed., págs. 71-72)*. Madrid, España: ESIC Editorial. Consulta 12.06.18
https://books.google.com.pe/books?id=jT7EhV8BEuIC&pg=PA71&dq=factores+demograficos&hl=en&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=factores%20demograficos&f=false

ANEXOS

Anexo 1:

Matriz de consistencia

Título: “Perfil y Percepción del Turista Mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018.”

Investigadores: Bach. Tatiana Córdova Jiménez y Bach. Viviana Flores Meléndez

Problema	Objetivos	Hipótesis					Metodología																															
¿Cuál es el perfil y percepción del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018?	Objetivo General Determinar el perfil y percepción del turista mochilero que la Provincia de San Martín,2018.	El perfil y percepción del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018, está determinado por la edad, recursos económicos y el riesgo de enfermar.					Tipo y nivel de investigación La investigación fue básica, no experimental y es de corte transversal ya que se realizará, con un diseño descriptivo. El estudio será descriptivo simple el mismo que se representa a través del siguiente gráfico $M \text{ --- } O_1$ M : Muestra, turista mochileros O₁ : Variable única, perfil y percepción del turista mochilero Población. 333 turistas Muestra. 182 turistas mochileros Técnica e Instrumentos: técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario																															
Problemas específicos	Objetivos Específicos	Variable Única																																				
1. ¿Cuáles son las características demográficas del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018? 2. ¿Cuáles son las características psicográficas del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018? 3. ¿Cuáles son los	1. Identificar las características demográficas del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018. 2. Identificar las características psicográficas del turista mochilero que la Provincia de San Martín,2018. 3. Conocer los medios de información que	Perfil y percepción del turista mochilero <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Definición Conceptual</th> <th>Definición Operacional</th> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="10">Perfil y percepción del turista mochilero</td> <td rowspan="10">El perfil del turista se base en la caracterización de un destino turístico que determina variables económicas y demográficas del turista. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto de mejorar la gestión de la empresa de los destinos turísticos (Pat y Calderón, 2012)</td> <td rowspan="10">Se medirá basado en el perfil del turista extranjero establecido por la Dirección Promoción del Turismo – PROMPERÚ (2014), que incluye las características, hábitos, motivaciones y segmentación de los turistas que viajan por el Perú. Tomando como referencia la segmentación</td> <td rowspan="10">Demográficas</td> <td>Nacionalidad</td> </tr> <tr><td>Género</td></tr> <tr><td>Edad</td></tr> <tr><td>Estado civil</td></tr> <tr><td>Grado de Instrucción</td></tr> <tr><td>Ocupación</td></tr> <tr><td>Ingreso económico</td></tr> <tr><td>Medios de transporte</td></tr> <tr><td>Con quien viaja</td></tr> <tr><td>Gasto turista en la provincia</td></tr> <tr> <td rowspan="4">Psicográficas</td> <td rowspan="4"></td> <td rowspan="4"></td> <td rowspan="4"></td> <td>Aspectos que influyeron en la elección</td> </tr> <tr><td>Experiencia del viaje</td></tr> <tr><td>Actividades realizadas en el destino</td></tr> <tr><td>Alojamiento utilizado</td></tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Tiempo de permanencia en la provincia</td> </tr> </tbody> </table>						Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Perfil y percepción del turista mochilero	El perfil del turista se base en la caracterización de un destino turístico que determina variables económicas y demográficas del turista. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto de mejorar la gestión de la empresa de los destinos turísticos (Pat y Calderón, 2012)	Se medirá basado en el perfil del turista extranjero establecido por la Dirección Promoción del Turismo – PROMPERÚ (2014), que incluye las características, hábitos, motivaciones y segmentación de los turistas que viajan por el Perú. Tomando como referencia la segmentación	Demográficas	Nacionalidad	Género	Edad	Estado civil	Grado de Instrucción	Ocupación	Ingreso económico	Medios de transporte	Con quien viaja	Gasto turista en la provincia	Psicográficas				Aspectos que influyeron en la elección	Experiencia del viaje	Actividades realizadas en el destino	Alojamiento utilizado				
Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores																																		
Perfil y percepción del turista mochilero	El perfil del turista se base en la caracterización de un destino turístico que determina variables económicas y demográficas del turista. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto de mejorar la gestión de la empresa de los destinos turísticos (Pat y Calderón, 2012)	Se medirá basado en el perfil del turista extranjero establecido por la Dirección Promoción del Turismo – PROMPERÚ (2014), que incluye las características, hábitos, motivaciones y segmentación de los turistas que viajan por el Perú. Tomando como referencia la segmentación	Demográficas	Nacionalidad																																		
				Género																																		
				Edad																																		
				Estado civil																																		
				Grado de Instrucción																																		
				Ocupación																																		
				Ingreso económico																																		
				Medios de transporte																																		
				Con quien viaja																																		
				Gasto turista en la provincia																																		
Psicográficas				Aspectos que influyeron en la elección																																		
				Experiencia del viaje																																		
				Actividades realizadas en el destino																																		
				Alojamiento utilizado																																		
				Tiempo de permanencia en la provincia																																		

medios de información que utiliza el turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018?	utiliza el turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018.			psicográfica y demográfica		Atractivos turísticos visitados	
						Gastronomía de la provincia	
4. ¿Cuál es la motivación principal del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018?	4. Identificar la motivación principal del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018.				Percepción	Motivación del turista por la provincia	
						Medios de información	
5. ¿Cuál es la percepción del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018?	5. Identificar la percepción del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín,2018.					Riesgo de enfermar Riesgo de clima Riesgo de accidente Riesgo de robo Riesgo de animales	

Anexo 2:
Cuadro de registros de turistas extranjeros

REGISTRO DE TURISTAS – BACKPACKER – PROVINCIA DE SAN MARTÍN
ENERO – JULIO (2018)

NACIONALIDADES	NÚMEROS DE ARRIBOS EN LOS MESES DE:							
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	
FRANCIA	10	16	12	3	1	2	10	
CHILE	4	1	6	3	5	3	3	
COSTA RICA	1	0	0	1	0	0	0	
MEXICO	1	1	2	1	2	0	3	
ALEMANIA	10	2	2	1	2	1	7	
PERU	17	12	6	7	1	2	18	
ESPAÑA	7	3	2	1	5	6	2	
ARGENTINA	13	4	3	4	6	3	5	
BELGICA	2	0	0	1	0	1	0	
EE.UU	1	8	3	2	0	3	1	
AUSTRIA	0	0	1	1	0	0	3	
AFRICA	1	0	1	2	0	0	1	
BRETAÑA	0	2	1	0	0	0	3	
RUSIA	0	0	1	0	0	1	0	
JAPON	0	0	0	0	1	0	0	
HOLANDA	1	0	0	1	1	0	2	
ITALIA	4	2	1	3	0	0	2	
VENEZUELA	3	1	3	2	2	3	1	
COLOMBIA	2	1	0	0	1	2	3	
AUSTRALIA	1	3	0	0	0	1	1	
POLONIA	0	1	0	0	0	0	1	
TOTAL, PAISES (21)	78	57	44	33	27	28	66	TOTAL, EXTRANJEROS 333

Anexo 3:
Instrumento de Recolección de Datos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN TARAPOTO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



CUESTIONARIO

INTRODUCCION:

Buenos días, somos estudiantes de Turismo y , venimos desarrollando una investigación que tiene como objetivo

“Determinar el perfil del turista mochilero que visita la Provincia de San Martín, 2018”, para lo cual solicito su colaboración a través de respuestas sinceras y veraces, expresándole que es de carácter anónimo y confidencial. Agradezco anticipadamente su participación.

I. Perfil demográfico

Nacionalidad:

Género:

Edad: 18 a 29 años () 30 a 44 años () 45 a 59 años () 60 años a más ()

Estado civil: soltero(a) () casado(a) () viudo(a) ()

1. ¿Cuál es su grado de instrucción?

Estudiante () Técnico () Superior () Maestría () Doctorado ()

2. ¿Cuál es su Ocupación?

Estudiante () Trabajador independiente () Trabajador dependiente ()

Ninguno ()

3. ¿Cuál es su ingreso económico mensual?

\$ 1 000-\$ 2 500 () \$ 3 000-\$ 4 500 () \$ 5 000-\$ 6 500 () \$ 7 000-\$ 8 500 ()

\$ 9 000 o más ()

4. ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza para visitar la Provincia de San Martín?

Aerolínea () Empresa de Transportes () Movilidad propia ()

Caminando ()

5. ¿Con quién viaja a la Provincia de San Martín?

Solo () En pareja () Con amigos () Con familia ()

6. ¿Cuánto gasta durante su permanencia en la Provincia de San Martín?

Menos de US\$ 500 () US\$ 500- US\$ 2 000 () US\$2 500- US\$ 4 000 ()

US\$4 500- US\$ 6 000 ()

II. Perfil psicográficas

7. ¿Qué lo motivo a visitar a la Provincia de San Martín?

Cultura () Historia () Costumbres () Recursos turísticos ()

Actividades a realizar () Conocer nuevos lugares ()

8. Antes de viajar a la Provincia de San Martín ¿Cuáles fueron los aspectos que tomaron en cuenta para viajar?

-Interés en conocer, descubrir culturas y aprender sobre la historia de otras culturas diferentes ()

-La gastronomía de los destinos ().

-Atractivos turísticos y actividades a desarrollar ().

-Conocer nuevos lugares ().

-Conocer otros idiomas o lenguas ().

9. ¿Qué Medios de información que utilizo antes de viajar?

Páginas Web () Redes Sociales () Blogs () Televisión () Revistas ()

10. ¿Cuáles fueron los posibles inconvenientes que se le presentaron o se le han presentado durante su estadía?

Gastronomía del lugar inasequible ()

Comodidad deficiente en el establecimiento de hospedaje ()

Información al turista deficiente ()

Todas ()

11. ¿Cuáles son las Actividades turísticas que se realiza en la Provincia de San Martín?

-Trekking ()

-Camping ()

-Practicar Deportes de aventura ()

-Explorar la ciudad y su arquitectura ()

-Visitar museos y complejos arqueológicos ()

-Todos

12. ¿En qué tipo de alojamiento se hospedo?

Casa de hospedaje () Albergue () Hostales de 1 y 2 estrellas ()

Hotel de 1 estrella () Hotel de 2 estrellas ()

13. ¿Cuál es el tiempo de permanencia en la Provincia de San Martín?

Un día () Una semana () Quince días () Un mes ()

14. ¿Cuáles atractivos turísticos visitó o piensa visitar en la Provincia de San Martín?

-Cataratas de Ahuashiyacu ()

-Sauce ()

-Centro Histórico o Museos ()

-Iglesias ()

-Todos ()

- Otros :.....

15. ¿Cuál es la gastronomía de la Provincia de San Martín que prefiere?

- Ceviche ()

-Pescados y mariscos ()

-Comida criolla ()

-Postres y dulces ()

-Bebidas típicas ()

-Todas ()

-Otros.....

III. Percepción

16. ¿Qué riesgo percibe en la Provincia de San Martín?

- Riesgo del clima ()

-Riesgo de enfermar ()

-Riesgo de robo ()

-Riesgo de accidente ()

-Riesgo de animales ()

-otros () especifique

-Otros.....

Anexo 4:
Mapa geográfico del departamento de San Martín



Fuente: <https://www.google.com.pe/>

Anexo 5:
Fotografías Backpacker – Tarapoto



Jr. Manuela Morey 505 A una cuadra del Parque Suchiche, Tarapoto Perú

El Bambu está muy bien situado, justo al lado de una de las principales plazas de Tarapoto, y ofrece alojamientos con conexión WiFi gratuita. Todas las mañanas se sirve un desayuno vegetariano opcional, por un suplemento. Las habitaciones del Bambu son acogedoras y sencillas y están equipadas con zona de estar, baño compartido y vistas. La tarifa incluye las toallas y la ropa de cama. El establecimiento alberga un restaurante, recepción 24 horas, jardín, zona de barbacoa, salón común y sala de juegos. El Bambu está ubicado en un lugar tranquilo pero céntrico, cerca de varias zonas comerciales. El aeropuerto de Tarapoto está a 3 km

Tiene una linda cocina para poder preparar cualquier cosa. Pasa mucha gente de todos lados, lo que le da un ambiente acogedor. Los viernes hay musica de diferentes países y preferencias de las turistas a quedarse en dicho establecimiento.



Jr. Sinchi Roca, Sinchi Roca 257, Tarapoto

Sachahuasca es una casa para huéspedes en el corazón geográfico de Tarapoto, que propone disfrutar de buena compañía en un espacio típico de nuestra cultura selvática. El barrio es seguro, muy tranquilo, rodeado de un verdor que hace que sea diferente a los demás, y a su vez puedas sentirte como en la selva misma, por las noches es muy pacífico para un buen descanso, fuera de ruidos de los mototaxis. Si quieres escaparte del estrés de la ciudad estas en el lugar perfecto.

Sachahuasca cuenta con Wifi, terraza para ver la puesta del sol, un jardín lleno de plantas con una hamaca, si quieres descansar o simplemente leer un libro. La calle está asfaltada, está a 5 minutos del aeropuerto.



Jr. Tomas Villacorta 228 tarapoto

HOME Yuntawasi Tarapoto, cuenta con dormitorios compartidos, un amplio patio, una cocina amplia y equipada. Confortables camas, ambientes compartidos y hamacas para disfrutar de tu estadía. Es un barrio con mucha vegetación y tranquilidad, imágenes o grafitis relacionados a la cultura de la selva y nuestro país

Albergue en Tarapoto con desayuno gratuito para toda la familia y bar o lounge

En este albergue encontrarás un bar o lounge, lavandería y asistencia turística y para la compra de entradas. Podrás disfrutar de un desayuno continental gratuito y wifi gratis en las zonas comunes. Otras instalaciones incluyen un jardín. Las habitaciones con espacios compartidos disponen de wifi gratis y duchas. La cocina está equipada con frigorífico, horno, placa de cocina y microondas. La limpieza se efectúa con desinfectante

las superficies de contacto habitual se limpian y desinfectan. Las habitaciones permanecen libres durante 24 horas entre estancias, el personal lleva un equipo de protección individual Plaza de Armas de Tarapoto – 11 min

Centro Takiwasi -19 min

Universidad Nacional de San Martín – 7min

Parque temático Centro Urku -7 min

Catarata del Ahuashiyacu - 22min

Aeropuerto comandante FAP Guillermo Del Castillo Paredes -16 min



Jr. Independencia 271, Tarapoto

El Hostel Backpacker y Colores Mishki Shunku se encuentra en Tarapoto, a solo 10 minutos a pie de la plaza principal de la ciudad. Hay WiFi gratuita.

Algunas habitaciones del Hostel Backpacker y Colores Mishki Shunku incluyen baño privado y balcón.

El Hostel Backpacker y Colores Mishki Shunku dispone de recepción las 24 horas, zona de barbacoa, cocina compartida, salón común, biblioteca, mostrador de información turística y consigna de equipaje. El salón común cuenta con instrumentos tradicionales andinos.

El establecimiento ofrece gran variedad de excursiones en la amazonia peruana, como senderismo en el parque nacional Pacaya Samiria.

Colores "Mishki Shunku" es un hostel-backpackers sencillo en un ambiente acogedor y familiar, personalizado con cada uno de sus huéspedes, donde se puede compartir biblioteca, intercambio de libros de cualquier idioma, guitarra, cocina, lavandería, un patio muy grande, y wifi.

Brindamos todo tipo información turística personalizada, hacemos reservas de transporte a Yurimaguas con destino final Iquitos de las embarcaciones, y demás destinos de la región.

Ubicado a 12 cuadras de la Plaza de Armas de Tarapoto, a 10 minutos caminando y altura de la cuadra 11 y 12 de Jr. Miguel Grau y Jr. Leoncio Prado.

El hostel está en una zona donde podrá encontrar varios restaurantes, cafeterías, farmacias, supermercado y locales para diversión.

El aeropuerto de Tarapoto está a 3 km.