



UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y
TURISMO**

TESIS

**“CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS PSICOGRÁFICAS Y
CONDUCTUALES DEL TURISTA QUE PRACTICA TURISMO MÍSTICO EN
MANACAMIRI IQUITOS 2023”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO**

PRESENTADO POR:

**STEPHANIE BRISSETTE ESCALANTE RENGIFO
VALERIA NICOLE VELA CÁRDENAS**

ASESOR:

Lic. Adm. CARLOS ARTURO DÁVILA MENDOZA, Dr.

IQUITOS, PERÚ

2024

ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
FACEN
"COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS"



ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS N°128-CCGvT-FACEN-UNAP-2024

En la ciudad de Iquitos, a los 10 días del mes de julio del año 2024, a horas: 06:00 p.m. se dio inicio en el Auditorio de ésta Facultad la sustentación pública de la Tesis titulada: "CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS PSICOGRÁFICAS Y CONDUCTUALES DEL TURISTA QUE PRACTICA TURISMO MÍSTICO EN MANACAMIRI IQUITOS 2023", autorizado mediante Resolución Decanal N°1307-2024-FACEN-UNAP presentado por las Bachilleres en Negocios Internacionales y Turismo STEPHANIE BRISSETTE ESCALANTE RENGIFO y VALERIA NICOLE VELA CARDENAS, para optar el Título Profesional de LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:

| | |
|-----------------------------------------------|--------------|
| Lic. Adm. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Dr. | (Presidente) |
| Lic. Educ. JACKER PAREDES MENESES, Dr. | (Miembro) |
| Lic. Nit. ROBERTO CARLOS AMORETTI CASAS, Mag. | (Miembro) |

Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas: SATISFACATORIAMENTE.....

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones:

La Sustentación Pública y la Tesis han sido: APROBADA..... con la calificación MUY BUENA (17).

Estando las Bachilleres aptas para obtener el Título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales y Turismo.

Siendo las 7:30 p.m. del 10 de julio del 2024, se dio por concluido el acto académico.

Lic. Adm. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Dr.
Presidente

Lic. Educ. JACKER PAREDES MENESES, Dr.
Miembro

Lic. Nit. ROBERTO CARLOS AMORETTI CASAS, Mag.
Miembro

Lic. Adm. CARLOS ARTURO DAVILA MENDOZA, Dr.
Asesor

Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación

Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: facen@unapiquitos.edu.pe
Teléfonos: #065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



JURADO Y ASESOR

JURADO Y ASESOR



Lic. Adm. ~~JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Dr.~~
Presidente
CLAD- 01950



Lic. Educ. JACKER PAREDES MENESES, Dr.
Miembro
Registro N°1705416151



Lic. Nit. ~~ROBERTO CARLOS AMORETTI CASAS, Mag.~~
Miembro
CLAD- 33147



Lic. Adm. CARLOS ARTURO DAVILA MENDOZA, Dr.
Asesor
CLAD- 18914

RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

FACEN_TESIS_ESCALANTE RENGIFO_VELA CARDENAS (2da rev).pdf

AUTOR

ESCALANTE RENGIFO / VELA CARDENAS

RECuento de palabras

9389 Words

RECuento de caracteres

48979 Characters

RECuento de páginas

43 Pages

Tamaño del archivo

769.7KB

Fecha de entrega

Mar 21, 2024 11:32 AM GMT-5

Fecha del informe

Mar 21, 2024 11:32 AM GMT-5

● 21% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 20% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 12% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado profundamente a Dios, quien me ha sido de fortaleza en todos estos años, por guiar mis pasos y ser luz en mis momentos de dificultad. Gracias porque me ha permitido estudiar y servir mediante la carrera profesional con los dones y talentos que me ha dado.

A mis padres, por brindarme la posibilidad de una educación académica universitaria, y no rendirse en mi desarrollo profesional, motivándome e instruyéndome constantemente. Sra. Alessia y Sr. Víctor gracias por la paciencia que me han tenido, los amo.

A mis abuelos, Wilson y Techy, por cada consejo y palabras de aliento, y, sobre todo, por un cafecito con pan en las madrugadas de estudio.

A mi tío Percy, que estando lejos, tuvo fe en mí. Gracias tío, por todos estos años que me apoyaste y me aconsejaste como a una hija.

Con amor, Stephanie.

En primer lugar, va dirigido a Dios quien me ha guiado y me ha dado fortaleza para seguir adelante y lograr mis objetivos.

A mi familia por su comprensión, estímulo y motivación constante, además su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios.

A mi abuelita Charito, mi fuente de inspiración y sabiduría. Aunque ya no estés físicamente conmigo, tu espíritu y amor continúan guiándome en cada paso de este camino.

Con mucho cariño, Valeria.

AGRADECIMIENTO

A los distinguidos miembros del Jurado Calificador: Lic. Adm. Jorge Luis Mera Ramírez, Dr.; Lic. Educ. Jacker Paredes Meneses, Dr.; Lic. Nit. Roberto Carlos Amoretti Casas, Mag., por sus valiosos aportes en el informe final de la tesis.

Al Lic. Adm. Carlos Arturo Dávila Mendoza, Dr., asesor de la tesis por su apoyo incondicional y motivación durante el desarrollo de la tesis.

A los turistas que participaron voluntariamente como sujetos de estudio, durante la ejecución del estudio, en el Centro Poblado de Manacamiri.

ÍNDICE GENERAL

| | Pág. |
|----------------------------------------|------|
| PORTADA | i |
| ACTA DE SUSTENTACIÓN | ii |
| JURADO Y ASESOR | iii |
| RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD | iv |
| DEDICATORIA | v |
| AGRADECIMIENTO | vi |
| ÍNDICE GENERAL | vii |
| ÍNDICE DE TABLAS | ix |
| RESUMEN | x |
| ABSTRACT | xi |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO | 6 |
| 1.1. Antecedentes | 6 |
| 1.2. Bases teóricas | 9 |
| 1.3. Definición de términos básicos | 14 |
| CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES | 16 |
| 2.1. Formulación de la hipótesis | 16 |
| 2.2. Variables y su operacionalización | 16 |
| CAPÍTULO III: METODOLOGÍA | 22 |
| 3.1. Tipo y diseño | 22 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.2. Diseño muestral | 22 |
| 3.3. Procedimientos de recolección de datos | 23 |
| 3.4. Procesamiento y análisis de datos | 24 |
| 3.5. Aspectos éticos | 25 |
| CAPÍTULO IV: RESULTADOS | 26 |
| CAPÍTULO V: DISCUSIÓN | 34 |
| CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES | 38 |
| CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES | 40 |
| CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN | 41 |
| ANEXOS | |
| 1. Matriz de consistencia | |
| 2. Instrumento de recolección de datos | |
| 3. Consentimiento informado de participación en proyectos de investigación | |

ÍNDICE DE TABLAS

| | Pág. |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Tabla 1: Características Demográficas: edad y género de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024. | 26 |
| Tabla 2: Características Sociales: conformación familiar, nivel de escolaridad, religión, ciclo de vida familiar, ocupación y nacionalidad de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024. | 27 |
| Tabla 3: Características sociales: Ingreso económico mensual y gasto promedio en la visita, de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024. | 28 |
| Tabla 4: Características Psicográficas: Rasgos de personalidad de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024. | 29 |
| Tabla 5: Características Psicográficas: Actitud de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024. | 30 |
| Tabla 6: Características Psicográficas: Estilo de vida de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024. | 31 |
| Tabla 7: Características Conductuales: Motivación de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024. | 32 |
| Tabla 8: Características Conductuales: Organización de la visita de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024. | 33 |

RESUMEN

El objetivo fue determinar las características sociodemográficas, psicográficas y conductuales del turista que practica el turismo místico, en el Centro Poblado de Manacamiri. Estudio cuantitativo, no experimental, descriptivo y transversal, la población constituida por 150 turistas. La técnica fue la encuesta, e instrumento un cuestionario (validez 91,25% y confiabilidad 82,6%). Los resultados de características demográficas, fueron: edad que predominó en un 52,0% (de 31 a 44 años), género masculino 63,0%; características sociales: conformación familiar (de 3 a 4 miembros) 49,0%, nivel educativo (universitario) 59,0%, religión (católica) 81,0%, ciclo de vida familiar (adulto) 55,0%, ocupación (independiente) 58,0%, nacionalidad (peruano) 75%, ingreso económico mensual (1000 a 2000 dólares) 85,0%, gasto promedio en la visita (< a 500 dólares) 97,0%; características psicográficas: rasgos de personalidad (realizar la visita con grupo de amigos) 63,0%, forma de relacionarse (sociable) 65,0%, actitud predominante (sana y disciplinada con ganas de conocer) 57,0%, forma de proceder para desarrollar la visita (complejo) 50,0%, estilo de vida: tipo de alojamiento (posadas) 53,0%, preferencia de actividades (rituales) 50,0%; características conductuales: principal motivo de viaje (salud) 55,0%, organización de la visita: medios de búsqueda (internet) 65,0%, modalidad de viaje (por cuenta propia) 76,0% y meses que planificó su visita (< a 1 mes) 82,0%. Concluyendo, que las características identificadas, permiten fortalecer las estrategias del marketing según el perfil de los turistas y encontrar nuevas oportunidades en el mercado turístico místico.

Palabras Clave: Características sociales, psicográficas, conductuales, Turismo místico.

ABSTRACT

The objective of this study was to determine the sociodemographic, psychographic and behavioral characteristics of tourists who practice mystical tourism in the town of Manacamiri. Quantitative, non-experimental, descriptive and cross-sectional study of the population constituted by 150 tourists. The technique was a survey, and a questionnaire was used (validity 91.25% and reliability 82.6%). The results of demographic characteristics were: age (52.0% (31 to 44 years), male 63.0%; Social characteristics: family composition (3 to 4 members) 49.0%, educational level (university) 59.0%, religion (Catholic) 81.0%, family life cycle (adult) 55.0%, occupation (independent) 58.0%, nationality (Peruvian) 75%, monthly economic income (1000 to 2000 dollars) 85.0%, average expenditure on the visit (< to 500 dollars) 97.0%; psychographic characteristics: personality traits (visiting with a group of friends) 63.0%, way of relating (sociable) 65.0%, predominant attitude (healthy and disciplined with a desire to get to know) 57.0%, way of proceeding to develop the visit (complex) 50.0%, lifestyle: type of accommodation (inns) 53.0%, preference of activities (rituals) 50.0%; Behavioural characteristics: main reason for travel (health) 55.0%, organization of the visit: search methods (internet) 65.0%, mode of travel (self-employed) 76.0% and months planned (< to 1 month) 82.0%. In conclusion, the identified characteristics allow to strengthen marketing strategies according to the profile of tourists and find new opportunities in the mystical tourism market.

Keywords: Characteristics Social, psychographic, behavioral, Mystical Tourism.

INTRODUCCIÓN

El Turismo, constituye un fenómeno social, cultural y económico; a través del cual las personas se trasladan fuera de su lugar de procedencia, por diferentes motivos (personales, profesionales o negocios) y suelen denominarse turistas o excursionistas, o residentes, que, al desarrollar actividades, generan gastos turísticos (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, 2023)

Desde décadas pasadas, el turismo místico, es una de las modalidades turísticas que va creando cierto segmento en el mercado turístico, el cual difiere del turismo cultural y religioso. Sin embargo, algunos autores lo engloban, dentro de aquellas modalidades, como el turismo espiritual, energético, esotérico, chamánico o ritual, y otros (Sutty, 2021).

Considerada de este modo el turismo místico, como un conjunto de actividades, que originan visitas del turista a zonas con propiedades energéticas (Cayo et al., 2022); con el fin de experimentar vivencia espiritual profunda, individualizada, e intervenida por chamanes, curanderos y otros, utilizando sustancias y energías para sanar (Del Campo, 2019).

Dentro de Latinoamérica, los países que practican este tipo de turismo, con mayor auge, y que cada vez viene atrayendo a miles de turistas anualmente (Silvano, 2022), se encuentran: “la Isla de Pascua (Chile), Machupichu (Perú), la Puerta del Sol (Bolivia), el Desierto de Guajira (Colombia), entre otros (Salas, 2021).

Además, existen reportes de experiencias de turistas, que practican el turismo místico, las mismas que están ligadas a sesiones de recarga de energía, armonización y meditación, con el fin de desestresarse (Gamboa, 2019).

A nivel del país, el turismo místico, resulta una actividad económica importante, que se debe aprovechar y cautivar la mirada del turista, a la vez garantizar de manera sostenible este tipo de turismo (Cayo et al., 2022)

Respecto al perfil del turista extranjero, por rango de edades en 2022, que tuvieron mayor concurrencia en el Perú, fueron aquellos procedentes de Estados Unidos, Chile, Colombia, México y España); cuyos rangos de edad entre 25 a 34 años (de 26% a 40%) y 35 a 44 años (de 20% a 38%) y con menor afluencia se encontraron entre 15 a 24 años y más de 65 años (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, 2023)

En Loreto, se reporta que el 60% de turistas extranjeros que visitaron Iquitos, fueron masculinos y 40% femeninas respectivamente. El rango de edades oscila, entre 25 a 44 años, y con mayor predominio de 25 a 34 años en un 36% del total; solteros (46%) y casados o convivientes (39%) (Promperú, 2019).

Así mismo, suelen tener en su mayoría, instrucción universitaria y ser trabajadores del sector privado. El 35% viajan con amigos o parientes sin niños, 31% solo y 30% con pareja. Análogamente, muchos de estos visitan por primera vez Loreto (70%) y eligen a los Lodge (40%) como alojamiento. De la misma manera, su permanencia promedio en Loreto es de 7 días. Suelen gastar entre US\$ 2500 a más, lo cual representa al 30% de la totalidad y los lugares que más visitan son Iquitos (96%) y el Río Amazonas (49%); prefieren realizar actividades de naturaleza (90%), cultura (89%) y aventura (83%) y dentro de lo cultural, realizan visitas a las comunidades nativas (42%) (Promperú, 2019).

Por otro lado, los turistas tienden a desarrollar su comportamiento en base a qué los motiva viajar, a donde viajar, cómo organizarse, búsqueda de información, etc. Cuyas conductas, permiten la segmentación del mercado turístico bajo los perfiles turísticos (Beltrán & Parra, 2017)

Según Velásquez & Vicente (2018) en sus estudios sobre perfil del turista, encontraron que el 55% pertenecieron al género masculino y 45% femenino; el 51% manifestaron tener entre 18-28 años, y 11% entre 40 y 51 años a más. El 85% de procedencia nacional y 15% internacional; el 72% soltero, y 10% viudos o divorciados; el 97% pertenecieron al nivel socioeconómico B y 3% al nivel A. El 85% con instrucción superior, y 15% secundario y primario; el 84% trabajadores, 17% estudiantes y desempleados; 31% trabajadores y 14% no son trabajadores. El 43% manifestaron que el motivo de su viaje fue para descansar y relajarse y 17% salir en familia; 51% obtuvo información de internet y 3% de amigos o no buscó información. El 85% organizaron su viaje por cuenta propia y el 15% por agencias de viaje, el 42 % realizaron la visita al santuario en familia y 33% lo hicieron en pareja. El 55% mostraron interés en el Árbol Milenario, mientras que 14% fueron motivados por conocer las Huacas La Merced y El Oro. El 48% estuvieron disponibles a gastar entre 50-60 soles diario, y el 6% entre 81 soles a más.

Según Ruiz F. (2018) encontró en su estudio que, el 51% fueron femeninas y 49% masculino; cuya procedencia de los turistas nacionales provienen: 13% de Lima, 8% del Cusco, 7% de Trujillo, Cajamarca y Arequipa, 6% de Tarapoto, 5% de Puno, Madre de Dios, Chachapoyas e Ica, 4% de Pucallpa y Chiclayo, etc. En cuanto a procedencia de turistas extranjeros fueron según continentes: 47% americano, 38% europeo, 8% asiático, y 7% oceánico. Respecto a la edad, 38% (26 a 35 años), 28% (18 a 25 años), 19% (36 a 45 años) y 15% (46 a más años). El 55% viajan por motivo de turismo, 23% por salud, 18% estudios y 4% negocios.

Sin embargo, es preciso remarcar que en el Perú, es posible promover el turismo y las comunidades nativas puedan tener mayor influencia mística vivencial, a través de sesiones chamánicas con la participación de turistas nacionales y extranjeros; en la que consuman el brebaje a base de raíces de ayahuasca y hojas de chacruna, típicas de la zona (Morales, 2015).

Por lo que, la comunidad Kukama de Manacamiri, potencial turístico de Iquitos, quien próximamente se beneficiará con un proyecto turístico, con el fin de difundir la cultura Kukama y generar beneficios económicos en pobladores de dicha zona, a su vez pretenden que Manacamiri sea un referente del turismo rural comunitario sostenible, donde se revalorice su historia, mitos y leyendas, artesanías, danzas, gastronomía, plantas medicinales, misterios, la puesta en escena de sus costumbres como la preparación de la ayahuasca, el masato, la patarashca, etc.(La Región, 2023)

Frente a esta realidad planteada, resulta importante la ejecución de la tesis, dado a que, a nivel local, no existen estudios relacionados con las variables estudiadas. Así mismo, se identifica el perfil del visitante, cuyo resultado es un referente, para que tomen decisiones las autoridades comprometidas con el turismo, a nivel regional como local; y posicionarse competitivamente en el mercado turístico, a nivel nacional e internacional, acorde a las características o perfil del visitante a la zona y por ende brindar un óptimo servicio a los consumidores del turismo místico. Para ello, se formula el problema general: ¿Cuáles son las características sociodemográficas, psicográficas y conductuales del turista, que practica el turismo místico, en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2023? El objetivo general es: Determinar las características sociodemográficas, psicográficas y conductuales del turista que practica el turismo místico, en el C.P. de Manacamiri, Iquitos 2023; objetivos específicos: 1. Identificar las características sociodemográficas en el turista, que practica el turismo místico, en el C.P. de Manacamiri, 2. Identificar las características psicográficas en el turista, que practica el turismo místico, en el C.P. de Manacamiri, 3. Identificar las características conductuales en el turista, que practica el turismo místico, en el C.P. de Manacamiri.

La investigación tiende a ser un tema relevante y actualmente una necesidad pos pandemia, que permite a que las empresas turísticas mejoren sus estrategias de servicio, al conocer a profundidad, las características sociodemográficas, psicográficas y conductuales que toman en cuenta para planificar su viaje los turistas que visitan dicho Centro poblado; a la vez aporta resultados ordenados, sistematizados y actualizados sobre el comportamiento del turista místico; así mismo, tiene relevancia social, porque los resultados

sirven de guía de referencia para los empresarios turísticos de la localidad; relevancia teórica, porque se genera nuevos conocimientos de los resultados obtenidos, a la vez sirve como marco referencial de aspectos conceptuales en el ámbito del turismo místico; relevancia práctica, los resultados son de utilidad para la praxis de las empresas turísticas y tomar decisiones oportunas para el mejoramiento de estrategias, enfatizando el marketing turístico, frente al comportamiento de compra del consumidor de turismo místico y con ello, ofrecer lo que necesitan o desean los clientes; a la vez seguir compitiendo en el mercado turístico; relevancia metodológica, permite sentar bases para efectuar futuros estudios de investigación, empleando otros diseños y métodos en poblaciones aun no estudiadas. El estudio es cuantitativo con diseño no experimental, descriptivo y transversal, la población de estudio está conformada por 150 turistas que practican el turismo místico en el C.P. de Manacamiri. La tesis se enmarca en los siguientes Capítulos: I: Marco teórico; II: Hipótesis y variables; III: Metodología; IV: Resultados; V: Discusión; VI: Conclusiones; VII: Recomendaciones y VIII: Fuentes de información y Anexos.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

El 2022, una investigación cuantitativa, no experimental, descriptivo y transversal; buscó establecer el perfil del turista que practica turismo místico en las lagunas Las Huaringas, en una muestra de 261 turistas. Los resultados fueron según Dimensión Psicográficas: 45.6% de turistas, manifestaron que les gusta realizar la visita, con grupos de amigos y 6.1% solos; el 60.2% sociables al relacionarse durante la visita y el 2.7% tímidos. El 52.5% mostraron actitud de realizar la visita de una manera sana y disciplinada con ganas de conocer el lugar, el 26,8% esperando satisfacer sus deseos de conocimientos e intereses propios a diferencia de un 0.4% que realiza la visita sin respetar las indicaciones otorgadas y tampoco cuidando el lugar. El 56.7% tienen un proceder complejo para desarrollar su visita, el 32,6% ha realizado la visita al destino más de una vez y tan solo un 5.0% presentan un proceder comparativo. El 34.1% utilizan el Hotel de 3 a más estrellas como alojamiento durante su visita, el 33,0% hostel como alojamiento y el 2.7% posadas para alojarse. El 52.5% prefieren actividades sobre rituales durante su visita, el 18.2% actividades de observación de flora y fauna, esto conlleva a demostrar que la actividad predominante al realizar turismo místico, esa relacionado al curanderismo y mesadas. Dimensión Sociodemográficas: el 44.1% de turistas tienen un rango de edad (29-39 años), el 42,1% (18-28 años) y el 0.8% (51 a más); el 50.2% son de género masculino y 49.8% femenino; el 57,9% son solteros(as), el 23,8% convivientes y 17,2% casados(as). El 82,8% perciben un ingreso mensual menor de S/.6000 mientras que el 4,2% un ingreso mayor a S/.11000; el 52,9% tienen un gasto promedio de S/.500 a S/.900 por persona y el 11,9% gasta más de S/.900 por persona; el 89,7% de turistas son peruanos y 10,3% de procedencia extranjera. El 83,1% de turistas se encuentran trabajando y el 1,1% son jubilados. Dimensión Comportamentales: el 53,3% de turistas visitan dichas lagunas por motivo de salud, el 37,5%

tienden a tener interés por vivenciar la diversidad cultural y un 3,4% realiza la visita por motivo de estudio. El 74,7% recibió información antes de realizar su visita por amistades y el 5,0% por agencias de viajes; el 95,0% su modalidad de viaje fue por cuenta propia y el 5,0% adquirió un paquete turístico. El 82,8% planificó su visita con anticipación menor a 1 mes y el 1,1% planificaron su viaje con más de 5 meses. Concluyendo, que los turistas fueron jóvenes de ambos géneros, con un rango de edad (18-39 años), solteros(as) con ingreso mensual menor a S/6000, sociables, su principal actividad fueron los rituales por temas de salud; peruanos, quienes viajan por cuenta propia, con información obtenida por amistades y con planificación de viaje menor a un mes. La mayor parte se informan previo a su visita, optando por los hoteles como medio de hospedaje con un gasto promedio de S/500 a S/900. (Camacho & Valdera, 2022)

El 2022, un estudio de tipo aplicada, correlacional y transeccional, tuvo como objetivo determinar en qué medida la demanda del turismo influye en la calidad de servicio místico de la comunidad de Huasao, Cusco. Los resultados obtenidos fueron: en cuanto al género, 93% varones y 7% mujeres; el 27% (30 y 40 años), 33% (50 años) y 40% (40 y 50 años). Los tipos de servicios ofrecidos donde se puede apreciar que el 40% es curación y sanación, 27% lectura de coca, 25% ceremonia al pago a la tierra y el 8% toda las mencionadas. El 53% mencionan que el costo debería ser de 10 a 100 soles, el 27% de 101 a 300 soles, 13% de 301 a 500 soles y el 7% de 500 a más. En cuanto al nivel de aceptación de los turistas por el servicio prestado, el 87% calificó en nivel alto y 13% nivel medio. Concluyendo, que el trato que los turistas reciben lo califican como cortés en su totalidad (Zegarra, 2022).

El 2021, una investigación cuantitativa, con diseño no experimental; trató de determinar de qué manera el turismo místico se relaciona con el impulso del desarrollo turístico en el distrito de Santa María, Huaura; en 40 turistas. Los resultados fueron: el 37.5% visitan por el ecosistema, 37.5% recomendación de amigos, 7.5%, el costo, y el 10% por otros

motivos. El 77.5% realizaron turismo una vez; existe buena organización, el 20% medianamente y el 2.5% que le falta. El 40% se informaron por internet, 30% por recomendación de alguien, 15% por informe de amigos, 10% por publicidad y 5% por otros medios. El 47% por experimentar novedosas experiencias, el 27% por salud, el turista viene con la iniciativa de sanación por medio de sanaciones, mesadas naturales o una doctrina religiosa, el 23% por curiosidad y el 3% por otros motivos. Concluyendo que hay una demanda del 75% del turismo místico en el distrito de Santa María, por su entorno ecológico y por recomendación de amistades (Salas, 2021).

El año 2020, una investigación cuantitativa y transversal, trató de analizar el estilo de vida de 384 turistas, en la ciudad de Puyo. Los resultados obtenidos fueron: respecto a las variables demográficas: el 53,6% pertenecieron al género masculino y 46,4% femenino; en cuanto a la edad, predominó en un 33,6% (26 - 35 años), 24,7% (36 a 45 años), 17,4% (46 a 50 años), 14,1% (> 50 años) y 10,2% (18 a 25 años); estado civil casado 46,1% seguido de soltero 33,3%, divorciado 14,8% y 5,7% viudo; nacionalidad ecuatoriana 90,1% y extranjera 9,9%; cantidad a gastar por día: 35,7% (31 a 50 USD), 23,4% (51 a 80 USD), 21,4% (10 a 30 USD) y 19,5% (> 80 USD). Tipo de alojamiento que desearía: 33,9% hoteles, 32,3% cabañas, 20,1% hostales, 8,1% lodge y 5,7% departamentos. Respecto al estilo de vida: 28% progresista, 23% sofisticados, 22% moderna, 19% formalista, 8% conservadoras y 1% austeros. Concluyendo, que el estilo de vida del turista es progresista, moderna y sofisticado, y con respecto a los valores, la dimensión que predominó es el turista entusiasta (Manosalvas et al., 2020).

1.2. Bases teóricas

Generalidades del Turismo Místico

En la actualidad, el turismo místico es considerada como una modalidad turística que, desde décadas pasadas, a nivel del mundo viene instaurando paulatinamente un segmento dentro del mercado turístico, distinto al de masas, al cultural y religioso (Sutty, 2021).

En el Perú, se le considera como una actividad económica importante, debido a que es uno de los pocos países, en la que se desarrolla este tipo de turismo. Tal es así, que, en este nuevo contexto, la naturaleza, es parte de la experiencia turística, de tal modo, que es un factor motivacional para el visitante, más aún sí se trata de un valor agregado, donde el cliente potencial es lo que busca a la hora de comprar (Cayo et al., 2022).

Por otro lado, el centro poblado de Manacamiri, se caracteriza por ser una hermosa restinga rodeadas de aguas cristalinas y verdosas tahuampas, en su interior se suele apreciar dos cochas con abundante ictiológica, especies de sábalo, boquichico y yulilla. La cocha más importante, se denomina PANACOCHA, cuya extensión aproximadamente es de 2 Km. allí se realizan deportes de canotaje y pesca deportiva. Su bosque contiene variedades de especies de árboles, y aves. Se suele realizar turismo de: estudios, fotográfico, vacacional, cultural, de aventura, de lectura, vivencial, científico, temático, de danzas típicas de la zona, festivo, folclórico, de sol y playa, de caza, de cruceros, de idiomas, ecoturismo, médico (o chamanismo o curandería), salud, placer, camping, compra de artesanías, santuarios, familiar, etc. (Turismo mis viajes, 2020).

Turismo Místico

Concepto

Es aquel tipo de turismo, que se encuentra relacionado con la necesidad de quién viaja, adquiera una nueva experiencia, con la naturaleza, entre otros. Es decir, se centra en que la persona experimenta un crecimiento espiritual, requiriendo no solo relacionarse con la naturaleza, sino también con las tradiciones y costumbres; considerándose de este modo, como una buena opción para aquellos turistas que buscan vivir algo diferente a lo cotidiano (Cayo et al., 2022).

Tipos de Turismo Místico

Son los siguientes:

Turismo espiritual. El turista trata de conectar su mente y espíritu a través de la práctica de rituales de carácter místico (Martínez, 2013).

Turismo energético. Es aquel desplazamiento de viajeros a destinos sanadores que producen sensaciones y emociones de sentir paz, bienestar, y desconectarse de nuestro día a día y del mundo actual que nos rodea (Del Rio, 2017).

New Age. Es desarrollado por grupo de turistas de elite, quienes complejizan las experiencias sociales y culturales vividas en las comunidades receptoras (Grego & Vega, 2016).

Turismo esotérico. Está centrada en las emociones, en la búsqueda de armonía para el bienestar de la persona; sin dejar de lado la naturaleza y el entorno donde se realiza (Gentili, 2021).

Turismo chamánico o ritual. El visitante se desplaza hacia comunidades nativas, para participar en ceremonias rituales-religiosas de sanación “psico-espiritual” (Hannon, 2016).

Turismo místico en Iquitos

El turismo místico en Iquitos, es una excelente opción para conocer las propiedades curativas de las plantas medicinales, a través de rituales mágicos de los Chamanes y curanderos como la ceremonia de la ayahuasca. Por tanto, conocer Iquitos y sus alrededores, es obtener una experiencia apasionante, ya sea a bordo de una embarcación fluvial (Waman, 2020). Así mismo, se podrá encontrar artesanías, disfrutar de una excelente cocina regional, bebidas típicas, diversión nocturna, etc. (Tours, 2020).

Anualmente, miles de turistas vienen en busca de la pócima que muchos creen alivia dolencias y adicciones. En el 2008, Perú ha reconocido al ritual de la ayahuasca como patrimonio nacional, aunque carece de protocolos para su ingesta, a la vez ni existe un registro de chamanes. Esta bebida se prepara uniendo dos potentes plantas de la Amazonía; una liana llamada capi y las hojas de un arbusto llamado chacruna (León, 2019).

Turismo en Manacamiri

La comunidad Kukama de Manacamiri, se beneficiará de un proyecto turístico, a fin generar mayor difusión de la cultura Kukama y a la vez dinamizar la economía de los indígenas de esta zona. Y según referente del turismo rural comunitario sostenible, Manacamiri tiene como principal actividad económica la elaboración y venta del carbón, con lo cual pretendemos que en vez de éste sea el turismo. Para ello un grupo de jóvenes, vienen trabajando de manera articulada, desarrollando distintos talleres de Inglés comercial y manejo de residuos sólidos , como también ejecutando un proyecto a cargo del MINCETUR titulada “La Ruta Etnobiomística del Shapshico”, dicho proyecto abarca a toda la comunidad considerando su historia, mitos y leyendas, artesanías, danzas, gastronomía, plantas medicinales, misterios, la puesta en escena de sus costumbres como la preparación de la ayahuasca, el masato, la patarashca, etc. Los turistas podrán disfrutar y conocer la ruta en bicicletas, carritos a pedal y hasta en otras eco-movilidades

adaptadas para discapacitados. Habrá monumentos de la mitología amazónica en toda la trayectoria como el bufeo colorado, el yacuruna, el shapshico y entre otros (La Región, 2023).

Turista

Concepto: Aquella persona que tiende a desplazarse hacia otros territorios distintos del propio, en la que asume el rol de consumidor de servicios de transporte y estadía en otras regiones (Ramos, 2014).

Características del Turista

Generalmente para la comunidad receptora, es importante caracterizar a los visitantes (nacionales y extranjeros), ya que son los encargados de recibir, alojar y brindar los servicios pertinentes, para la realización de ciertas actividades turísticas. Tal es así, que permite describir al cliente objetivo, en el cual se detalla características de acuerdo al análisis de las variables del mercado, tales como aspectos geográficos, psicográficos, sociodemográficos y cuestiones relacionadas con el producto o servicio; con la finalidad de conocer y entender a los usuarios (Salazar et al., 2018).

Es decir, las variables o características demográficas, permiten conocer la magnitud del mercado meta y de evaluar su potencialidad; y las variables o características psicográficas, considera las diferencias de orden psíquico de determinados grupos diferenciados de consumidores, mientras que las variables o características por conducta, clasifican los grupos según actitudes, costumbres o respuestas frente al producto (Santamaría et al., 2017).

Marketing Meta alineado a segmentación

Incluye dos tipos: Segmentación por beneficios y por características perceptibles de los clientes (Pérez & Herrera, 2017)

Criterios o variables de segmentación

Son instrumentos que permiten dividir un mercado, bajo cuatro criterios, tales como: geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales (Pérez & Herrera, 2017).

Características geográficas

Tiende a dividir al mercado en unidades territoriales: países, regiones, comunidades, provincias, distritos, tipo de hábitat (rural, periferia, urbano), tamaño de población, etc. (Pérez & Herrera, 2017).

Características sociodemográficas

Tiende a dividir en subgrupos el mercado, por edades, conformación familiar, ingresos económicos, niveles de escolaridad, religiones, razas, ciclos de vida familiar, por género, nacionalidades, ocupaciones y generaciones. Dado a que los gustos y necesidades de los consumidores, suelen cambiar conforme su transcurrir en la vida (Pérez & Herrera, 2017).

Características psicográficas

- a) Estilo de vida**, toma en consideración los valores (conservadores, liberales, familiares, etc.), creencias, aficiones e intereses.
- b) Rasgos de personalidad**, tiende a agrupar a personas materialistas, idealistas, extrovertidas, introvertidas, impulsivas; que aportan valiosa información para el proceso de compra.
- c) Clase social**, se divide en base a puestos de trabajo y estatus social (Argudo, 2023).

Características conductuales o comportamentales

Tiende a dividir a los consumidores de acuerdo a la actitud en común ante un producto, en entusiastas, positivos, indiferentes, negativos, hostiles; y los conocimientos que tengan sobre ello: desconocen, conocen, informados, interesados, deseosos e intención de comprar (Pérez & Herrera, 2017).

Medición de las Variables Sociodemográficas, psicográficas y conductuales del Turista

El instrumento empleado se adaptó de Camacho & Valdera (2022), quienes aplicaron en su investigación un Cuestionario sobre Perfil del Turista que Practica el Turismo Místico en las Lagunas las Huaringas, Huancabamba-Piura; el mismo que comprendió tres **dimensiones**: 1. **Psicográficas**: cuyos indicadores fueron: a. Extroversión b. Actitud y c. Estilo de vida; 2. **Sociodemográficas**: cuyos indicadores fueron: Edad, Género, Nivel socioeconómico, Procedencia y Ocupación; 3. **Comportamentales**: cuyo indicadores fueron: a. Motivación, b. Organización de la visita .

1.3. Definición de términos básicos

Características. Son cualidades que permiten identificar algo a alguien, diferenciándolo de sus semejantes (Pérez & Gardey, 2021).

Características sociodemográficas. Son rasgos que facilitan la identidad de los integrantes de ciertas agrupaciones de turistas (Pérez & Gardey, 2022).

Características psicográficas. Son atributos de los consumidores, relacionados a su personalidad, a su estilo de vida, a sus intereses, aficiones y valores (Argudo, 2023).

Características conductuales. Son rasgos que tienen en común los consumidores, sobre el uso de algún producto o servicio (Pérez & Herrera, 2017).

Turista. Persona que suelen desplazarse hacia un determinado lugar, y desarrollar actividades turísticas, ya sea de índole recreativo, cultural, médico, gastronómico, ecológico, religioso, etc. (Chávez, 2023).

Turismo místico. Es un tipo de turismo orientado a visitar lugares con ciertas propiedades energéticas (Gamboa, 2019).

Chamanismo. Se refiere a una creencia sobre el poder espiritual de los chamanes, vinculadas con el animismo, siendo comunes en las comunidades étnicas o nativas (Equipo editorial, 2021).

Manacamiri. Centro poblado perteneciente a la etnia Cocama-Cocamilla, cuyo nombre proviene de dos vocablos Cocamas “Manaca” Hungurahui y “Miri” chiquito (Turismo mis viajes, 2020).

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de la hipótesis

No requiere por tratarse de una investigación de tipo descriptiva simple, y no de correlación.

2.2. Variables y su operacionalización

Características

Definición conceptual. Son cualidades que permiten identificar algo a alguien, diferenciándolo de sus semejantes. Incluye las siguientes dimensiones:

1. Características Sociodemográficas.

Definición operacional. Son rasgos de identidad de los visitantes (nacionales y extranjeros) que asisten al centro poblado de Manacamiri. Cuyos indicadores a considerar son: demográficos (edad y género) y sociales: (miembros en la familia, nivel de escolaridad, religión, ciclo de vida familiar, ocupación y nacionalidad, e ingreso económico).

2. Características Psicográficas.

Definición Operacional. Son atributos personales a identificar en los turistas, que visitan el centro poblado de Manacamiri. Cuyos indicadores son: rasgos de personalidad, actitud y estilo de vida.

3. Características Conductuales.

Definición Operacional. Son rasgos que tienen en común los visitantes que acuden al centro poblado de Manacamiri. Cuyos indicadores son: motivación y organización de la visita.

Tabla de operacionalización de variables

| Variable | Definición | Tipo por su naturaleza | Dimensiones | Indicador | Escala de medición | Categorías | Valores de categorías | Medios de verificación |
|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|---------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| Características sociodemográficas, psicográficas y conductuales. | Son rasgos que facilitan identificar en el turista, distinguiéndolo de sus semejantes. | Cualitativa | Socio-demográficas. | • Edad | Ordinal | 18 a 30 años 31 a 44 años 45 a 64 años 65 a más años | 1 2 3 4 | Cuestionario |
| | | | | • Género | Nominal | Masculino Femenino | 1 2 | |
| | | | | • N° miembros en familia | Ordinal | De 1 a 2 De 3 a 4 De 5 a más | 1 2 3 | |
| | | | | • Nivel de escolaridad | Ordinal | Primaria Secundaria Técnica Universitario | 1 2 3 4 | |
| | | | | • Religión | Nominal | Católica Adventista Evangelista Mormón Otros | 1 2 3 4 5 | |

| Variable | Definición | Tipo por su naturaleza | Dimensiones | Indicador | Escala de medición | Categorías | Valores de categorías | Medios de verificación |
|----------|------------|------------------------|----------------------------|-----------------------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------|
| | | | Socio-demográficas. | • Ciclo de vida familiar | Nominal | - Adolescente - Joven - Adulto - Adulto mayor | 1 2 3 4 | Cuestionario |
| | | | | • Ocupación | Nominal | - Empleado - Independiente - Estudiante - Cesante/jubilado | 1 2 3 4 | |
| | | | | • Nacionalidad | Nominal | - Peruano - Chileno - Argentino - Mexicano - Francés - Italiano - Estado Unidense - Japonés - Ecuatoriano - Colombiano - Boliviano - Otros | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 | |
| | | | | • Ingreso económico mensual | Ordinal | - < a 1000 US - 1000 a 2000 US - 2001 a 3000 US - 3001 a más | 1 2 3 4 | |

| Variable | Definición | Tipo por su naturaleza | Dimensiones | Indicador | Escala de medición | Categorías | Valores de categorías | Medios de verificación |
|----------|------------|------------------------|----------------------------|-------------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|
| | | | Socio-demográficas. | • Gasto promedio en visita | Ordinal | - < a 500 US - De 500 a 900 US - Mayor a 900 US | 1 2 3 | Cuestionario |
| | | | Psicográficas | • Gusto en realizar la visita | Nominal | - Solo - Grupo de amigos - Familia - Pareja | 1 2 3 4 | |
| | | | | • Forma de relacionarse | Nominal | - Sociable Comunicativo - Tímido - Optimista | 1 2 3 4 | |
| | | | | • Actitud | Nominal | Actitud predominante: - Sana y disciplinada. - Sin respetar indicaciones. - Esperando satisfacer deseos e intereses. - Respetando indicaciones. | 1 2 3 4 | |
| | | | | | | Forma de proceder: - Complejo - Impulsivo - Habitual - Comparativo | 1 2 3 4 | |

| | | | | | | | | |
|--|--|--|--|----------------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--|
| | | | | Estilo de vida | Nominal | Tipo de alojamiento: - Hotel de 3 a más estrellas - Hostal - Posadas - Casa de familiar o amigos. | 1 2 3 4 | |
| | | | | Actividades de preferencia | Nominal | - Caminata. - Cabalgata en caballos. - Rituales. - Observación de flora y fauna. - Otros | 1 2 3 4 5 | |

| Variable | Definición | Tipo por su naturaleza | Dimensiones | Indicador | Escala de medición | Categorías | Valores de categorías | Medios de verificación |
|----------|------------|------------------------|---------------------|-----------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------|
| | | | Conductuales | • Motivación | Nominal | - Salud - Estudio - Interés por vivenciar diversidad cultural. - Visita a fam. y amigos. - Otros. | 1 2 3 4 5 | Cuestionario |
| | | | | • Organización de la visita | Nominal | Búsqueda de información: - Internet - Amistades de viajes - Otros | 1 2 3 4 | |
| | | | | | | Modalidad de viaje: - Cuenta propia. - Adquirió paquete turístico. | 1 2 | |
| | | | | | | Planificación de visita: • < a 1 mes • 1 a 4 meses • > de 5 meses | 1 2 3 | |

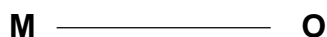
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño

El tipo de estudio empleado fue cuantitativo, porque se recolectó sistemáticamente la información numérica a través de procedimientos estructurados e instrumento formal y se analizó la información numérica a través del procedimiento estadístico descriptivo.

El diseño fue el no experimental, porque se estudió una situación sin manipular las variables en estudio; de tipo descriptivo simple, porque permitió estudiar las variables, tal como se presentan en su estado natural; y transversal, porque se estudió los fenómenos en un solo momento del tiempo. (Hernández, 2014)

Diagrama:



Dónde:

- M : Muestra del estudio (Turistas nacionales y extranjeros).
- O : Representa la observación de las variables (características sociodemográficas, psicográficas y conductuales)

3.2. Diseño muestral

Población en estudio

La población de estudio estuvo constituida aproximadamente por 150 turistas (nacionales y extranjeros) que visitaron el C.P. de Manacamiri, Iquitos.

Tamaño de la Población de estudio

La muestra estuvo constituida por el 100% (150) turistas que practican el turismo místico, en el C.P. de Manacamiri.

Muestreo o selección de la muestra

El tipo de muestreo fue el no probabilístico por conveniencia, dado a que los sujetos de la muestra fueron accesible a las investigadoras.

Criterios de selección

❖ Criterios de inclusión:

- Personas nacionales y extranjeros que visitan el centro poblado de Manacamiri.
- Mayores de 18 años de edad.
- Desean participar voluntariamente.

❖ Criterios de exclusión:

- Personas nacionales y extranjeros que no visitan el centro poblado de Manacamiri.
- Menores de 18 años de edad.
- No desean participar en el estudio.

3.3. Procedimientos de recolección de datos

- a. Se abordó a los turistas en el centro poblado de Manacamiri donde se le solicitó a través de una entrevista, su participación voluntaria; previa información sobre el propósito del estudio.
- b. Una vez aceptada la participación de los sujetos de la muestra, se entregó el formato de consentimiento informado, para asegurar la participación voluntaria en el estudio, refrendada con su firma.
- c. Seguidamente se entregó el instrumento (Cuestionario) al turista nacional o extranjero, para el llenado correspondiente, cuyo tiempo máximo de aplicación fueron de 20 minutos, por cada sujeto de la muestra, todos los días de la semana, de 8 am a 6 pm, durante 30 días.

- d. Una vez concluida la recolección de datos se procedió a la sistematización de la información para el análisis estadístico respectivo.
- e. Finalizado el análisis de la información se procedió a la elaboración del informe final de la tesis.

La técnica utilizada durante la recolección de datos fue la Encuesta, la misma que permitió obtener la información respectiva sobre características sociodemográficas, psicográficas y conductuales del turista que visita el centro poblado de Manacamiri, distrito de Iquitos.

El instrumento empleado fue un Cuestionario, adaptado de Camacho y Valdera (2022); incluye: Título, N° de código, Presentación, Instrucción, Contenido: I. Características sociodemográficas: edad, género, miembros que conforman la familia, ingreso económico, nivel de escolaridad, religión, ciclo de vida familiar, ocupación y nacionalidad. II. Características psicográficas: estilos de vida, rasgos de personalidad y actitud. III. Características conductuales: motivación y organización de la visita.

Se determinó la validez del instrumento, mediante juicio de expertos, para lo cual se solicitó la participación de 6 profesionales con experticia en el área del tema a investigar; posteriormente se sometió a la prueba de correlación de Pearson, obteniendo un valor de 91,25%. La confiabilidad se determinó mediante la prueba piloto, a un 10% (15) del total de la muestra, los mismos que no participaron en el estudio; posteriormente se sometió a la aplicación del Coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de 82,6%.

3.4. Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de la información se empleó el Software SPSS versión 26. Se utilizó, la estadística descriptiva para el análisis univariado, a través de la presentación de tablas de frecuencia simples

y porcentajes; que permitió describir el comportamiento de las variables estudiadas.

3.5. Aspectos éticos

Durante la investigación se aplicaron los principios éticos y la información recabada fueron resguardados en todo el desarrollo de la investigación, y los registros se mantuvieron bajo el anonimato, para no afectar la integridad física, emocional o moral de los turistas visitantes del centro poblado Manacamiri, como parte del estudio; así mismo se mantuvo el respeto y protección para la confidencialidad de la información una vez recolectada a través del instrumento, y se presentarán los datos en forma agrupada sin singularizar a ningún sujeto de la muestra; y solo fueron utilizadas por las investigadoras para fines de la investigación y posteriormente destruidas la información.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

ANALISIS UNIVARIADO

Tabla 1: Características Demográficas: edad y género de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024.

| Características demográficas | N | % |
|-------------------------------------|------------|--------------|
| Edad | | |
| 18 a 30 años | 52 | 35,0 |
| 31 a 44 años | 78 | 52,0 |
| 45 a 64 años | 12 | 8,0 |
| Mayor de 65 años | 8 | 5,0 |
| Género | | |
| Masculino | 95 | 63,0 |
| Femenino | 55 | 37,0 |
| Total | 150 | 100,0 |

Fuente: Cuestionario elaborado por investigadoras

En la tabla 1, se observa las características demográficas del turista que practica turismo místico en el C.P. de Manacamiri; del 100% (150) de turistas, la edad predominante fue entre 31 a 44 años, en un 52,0% (78), seguido de 18 a 30 años, en un 35,0% (52), de 45 a 64 años, en un 8,0% (12) y mayores de 65 años, en un 5,0% (8). Así mismo, en cuanto al género predominó el masculino en un 63,0% (95) y 37,0% (55) femenino.

Tabla 2: Características Sociales: conformación familiar, nivel de escolaridad, religión, ciclo de vida familiar, ocupación y nacionalidad de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024.

| Características sociales | N | % |
|---------------------------------|------------|--------------|
| Conformación familiar | | |
| 1 a 2 miembros | 66 | 44,0 |
| 3 a 4 miembros | 73 | 49,0 |
| 5 a + miembros | 11 | 7,0 |
| Nivel de escolaridad | | |
| Primaria | 0 | 0,0 |
| Secundaria | 45 | 30,0 |
| Técnica | 16 | 11,0 |
| Universitario | 89 | 59,0 |
| Religión | | |
| Católica | 122 | 81,0 |
| Adventista | 12 | 8,0 |
| Evangelista | 16 | 11,0 |
| Ciclo de vida familiar | | |
| Adolescente | 2 | 1,0 |
| Joven | 58 | 39,0 |
| Adulto | 82 | 55,0 |
| Adulto mayor | 8 | 5,0 |
| Ocupación | | |
| Empleado | 53 | 35,0 |
| Independiente | 87 | 58,0 |
| Estudiante | 4 | 3,0 |
| Cesante/Jubilado | 6 | 4,0 |
| Nacionalidad | | |
| Peruano | 113 | 75,0 |
| Estado Unidense | 18 | 12,0 |
| Japonés | 7 | 5,0 |
| Colombiano | 12 | 8,0 |
| Total | 150 | 100,0 |

Fuente: Cuestionario elaborado por investigadoras

En la tabla 2, se observa las características sociales del turista que practica turismo místico en el C.P. de Manacamiri; del 100% (150) de turistas, la conformación familiar predominante de 49,0% (73) fue de 3 a 4 miembros, 44,0% (66) de 1 a 2 miembros, y 7,0% (11) de 5 a más miembros. El nivel de escolaridad predominante en un 59,0% (89) fue universitario, seguido del nivel técnico, 30,0% (45), secundario en un 11,0% (16) y ninguno nivel primario. La religión predominante en un 81,0% (122) fue católica, seguido de 11,0% (16) evangelista y 8,0% (12) adventista. El ciclo de vida familiar predominante, en un 55,0% (82) fue adulto, seguido de 39,0% (58) joven, 5,0% (8) adulto mayor y 1,0% (2) adolescente. La ocupación predominante en un 58,0% (53) fue independiente, seguido de 35,0% (53) empleado, 4,0% (6) cesante/jubilado y 3,0% (4) estudiante. La nacionalidad predominante en un 75,0% (113) fue peruano, seguido de 12,0% (18) estado Unidense, 8,0% (12) colombiano y 5,0% (7) japonés.

Tabla 3: Características sociales: Ingreso económico mensual y gasto promedio en la visita, de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024.

| Ingreso económico | N | % |
|---------------------------------|------------|--------------|
| Ingreso Mensual | | |
| Menor a \$1000 | 23 | 15,0 |
| \$1000 a 2000 | 127 | 85,0 |
| \$2001 a 3000 | 0 | 0,0 |
| \$ 3001 a mas | 0 | 0,0 |
| Gasto promedio en visita | | |
| Menor a \$ 500 | 145 | 97,0 |
| \$500 a 900 | 5 | 3,0 |
| Mayor a \$ 900 | 0 | 0,0 |
| Total | 150 | 100,0 |

Fuente: Cuestionario elaborado por investigadoras

En la tabla 3, se observa las características sociales del turista en cuanto a ingreso económico, que practica turismo místico en el C.P. de Manacamiri; del 100% (150) de turistas el ingreso económico mensual predominante, fue de 85,0% (127) de \$1000 a 2000, seguido del 15,0% (23) menor a \$1000. El gasto promedio en la visita, fue menor a \$ 500, en un 97,0% (145), 3% (5) de \$ 500 a 900 y ninguno mayor a \$ 900.

Tabla 4: Características Psicográficas: Rasgos de personalidad de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024.

| Rasgos de personalidad | N | % |
|-------------------------------------------|------------|--------------|
| Como le gusta realizar la visita | | |
| Solo | 4 | 3,0 |
| Grupo de amigos | 95 | 63,0 |
| Familia | 43 | 29,0 |
| Pareja | 8 | 5,0 |
| Forma de relacionarse en la visita | | |
| Sociable | 97 | 65,0 |
| Comunicativo | 38 | 25,0 |
| Tímido | 0 | 0,0 |
| Optimista | 15 | 10,0 |
| Total | 150 | 100,0 |

Fuente: Cuestionario elaborado por investigadoras

En la tabla 4, se observa las características psicográficas del turista en cuanto a rasgos de personalidad, que practica turismo místico en el C.P. de Manacamiri; del 100% (150) de turistas, manifestaron que les gusta realizar la visita en un 63,0% (95) con grupos de amigos, el 29,0% (43) en familia, el 5,0% (8) en pareja y 3,0% (4) solo. La forma de relacionarse predominante en un 65,0% (97) fue sociable, seguido de 25,0% (38) comunicativo, 10,0% (15) optimista y ninguno tímido.

Tabla 5: Características Psicográficas: Actitud de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024.

| Actitud | N | % |
|------------------------------------------------------------------|------------|--------------|
| Predominante cuando visita | | |
| De manera sana y disciplinada con ganas de conocer el lugar. | 85 | 57,0 |
| Respeto las indicaciones sobre el recorrido y cuidando el lugar. | 65 | 43,0 |
| Forma de proceder para desarrollar la visita | | |
| Complejo | 75 | 50,0 |
| Impulsivo | 55 | 37,0 |
| Habitual | 5 | 3,0 |
| Comparativo | 15 | 10,0 |
| Total | 150 | 100,0 |

Fuente: Cuestionario elaborado por investigadoras

En la tabla 5, se observa las características psicográficas, en cuanto a actitud del turista que practica turismo místico en el C.P. de Manacamiri; del 100% (150) de turistas, el 57,0% (85) manifestaron actitud predominante de manera sana y disciplinada con ganas de conocer el lugar y 43,0% (65) respeta las indicaciones sobre el recorrido y cuidando el lugar. La forma de proceder para desarrollar la visita predominante, en un 50,0% (75) fue complejo, seguido de 37,0% (55) impulsivo, 10,0% (15) comparativo y 3,0% (5) habitual.

Tabla 6: Características Psicográficas: Estilo de vida de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024.

| Estilo de vida | N | % |
|-------------------------------------------------------------------|------------|--------------|
| Tipo de alojamiento que utiliza | | |
| Hotel de 3 a más estrellas | 2 | 1,0 |
| Hostal | 25 | 17,0 |
| Posadas | 79 | 53,0 |
| Casa de familiar o amigos | 44 | 29,0 |
| Preferencia de actividades a desarrollar durante su visita | | |
| Caminata | 36 | 24,0 |
| Cabalgata en caballos | 23 | 15,0 |
| Rituales (chamanismo, curanderismo, mesada) | 75 | 50,0 |
| Observación de flora y fauna | 16 | 11,0 |
| Total | 150 | 100,0 |

Fuente: Cuestionario elaborado por investigadoras

En la tabla 6, se observa las características psicográficas, en cuanto a estilo de vida del turista que practica turismo místico en el C.P. de Manacamiri; del 100% (150) de turistas, el 53,0% (79) manifestaron utilizar el tipo de alojamiento posadas, seguido de 29,0% (44) casa de familiar o amigos, 17,0% (25) hostal y 1,0% (2) hotel de 3 a más estrellas. La preferencia de actividades a desarrollar durante su visita, predominante fue rituales, en un 50,0% (75), seguido de 24,0% (36) caminata, 15,0% (23) cabalgata en caballos y 11,0% (16) observación de flora y fauna.

Tabla 7: Características Conductuales: Motivación de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024.

| Motivación | N | % |
|-------------------------------------------------|------------|--------------|
| Principal motivo de viaje para la visita | | |
| Salud | 82 | 55,0 |
| Estudio | 0 | 0,0 |
| Interés por vivenciar la diversidad cultural | 66 | 44,0 |
| Visita a familiares/amigos | 2 | 1,0 |
| Total | 150 | 100,0 |

Fuente: Cuestionario elaborado por investigadora

En la tabla 7, se observa las características conductuales, en cuanto a motivación del turista que practica turismo místico en el C.P. de Manacamiri; del 100% (150) de turistas, manifestaron que el principal motivo de viaje para la visita en un 55,0% (82) fue por salud, seguido de un 44,0% (66) el interés por vivenciar la diversidad cultural y el 1,0% (2) visita a familiares/amigos y ninguno por estudio.

Tabla 8: Características Conductuales: Organización de la visita de Turistas que practican Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri, Iquitos 2024.

| Organización de la visita | N | % |
|------------------------------------------|------------|--------------|
| Medios de búsqueda de información | | |
| Internet | 97 | 65,0 |
| Amistades | 33 | 22,0 |
| Agencia de viajes | 20 | 13,0 |
| Modalidad de viaje | | |
| Propia cuenta | 114 | 76,0 |
| Paquete turístico adquirido | 36 | 24,0 |
| Meses que planificó su visita | | |
| Menor a 1 mes | 123 | 82,0 |
| 1 a 4 meses | 15 | 10,0 |
| Más de 5 meses | 12 | 8,0 |
| Total | 150 | 100,0 |

Fuente: Cuestionario elaborado por investigadoras

En la tabla 8, se observa las características conductuales, en cuanto a organización de la visita de turistas que practican turismo místico en el C.P. de Manacamiri; del 100% (150) de turistas, el 65,0% (97) manifestaron como medio de búsqueda de información el internet, seguido de 22,0% (33) amistades y 13,0% (20) agencia de viajes. La modalidad de viaje, el 76,0%(114) manifestaron por cuenta propia y 24,0% (36) adquirió un paquete turístico. Los meses que planifico su visita, el 82,0% (123) fue menor a 1 mes, el 10,0% (15) de 1 a 4 meses y 8,0% (12) más de 5 meses.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

El objetivo del estudio fue determinar las características sociodemográficas, psicográficas y conductuales del turista que practica el turismo místico, en el C.P. de Manacamiri, Iquitos 2023.

Respecto a las características demográficas, de los turistas sobre la edad, se encontró predominio de 31 a 44 años (52,0%). Este hallazgo no es concordante con Camacho & Valdera (2022), quienes encontraron un rango de 29-39 años (44.1%), así mismo, con Zegarra (2022) quien encontró un rango de 40 y 50 años (40%) y Manosalvas et al., (2020), quienes encontraron un rango de 26 – 35 años (33,6%). Se considera que los resultados obtenidos, en este grupo etario de turistas Adultos que visitaron el Centro Poblado de Manacamiri, tienden a planificar sus desplazamientos a estos lugares, en busca de nuevas experiencias, no solo rituales, sino también realizar actividades como caminata, para desestresarse, y a la vez vivenciar la naturaleza, flora y fauna.

Asi mismo, en cuanto al género predomino el masculino en un 63,0% y 37,0% femenino. Este hallazgo, son similares a lo encontrado por Camacho & Valdera (2022), donde el 50.2% de turistas pertenecieron al género masculino y 49.8% género femenino; al igual que Zegarra (2022), quienes prestaron mayores servicios son varones (93%) y mujeres (7%), como tambien Manosalvas, et al., (2020), quienes encontraron que el 53,6% pertenecieron al género masculino y 46,4% femenino.

Respecto a las características sociales del turista, sobre la conformación familiar, se encontró predominio de 3 a 4 miembros, en un 49,0%. Los resultados no pueden ser contrastados, por falta de estudios en dicha variable. Se podría afirmar, que este resultado obtenido, conlleva al turista, a tener una mejor posibilidad de solvencia económica, por la carga familiar reducida que posee, y así poder desplazarse a otros lugares, acompañado de su familia, o en la mayoría de casos prefiere solo, o con grupos de amigos.

En cuanto al nivel de escolaridad, predominó el nivel universitario en los turistas, que visitaron el C. P. de Manacamiri, en un 59,0%. Dicho resultado, no puede ser contrastado, por carecer de estudios realizados en los últimos 5 años. Sin embargo, se puede corroborar con el estudio de Velásquez & Vicente (2018), quienes encontraron, el 85% de turistas con instrucción superior. Los resultados suelen deberse probablemente, al nivel de educación universitario alcanzado por los turistas, ello les permite adquirir un mejor poder adquisitivo, además que una gran mayoría trabajan independientemente, y son los que probablemente aprovechan vacaciones o fines de semana para explorar nuevos destinos, en grupo de amigos.

En cuanto a la religión, predominó la católica en un 81,0% de los turistas. Este resultado no puede ser contrastado, por no existir antecedentes de estudios, con dicha variable. Sin embargo, se podría afirmar, que el turista independientemente, de su fe cristiana, tiende primordialmente a sentirse motivado, a visitar comunidades étnicas, en búsqueda de buenas vibras energéticas, basadas en la subjetivación.

En cuanto al ciclo de vida familiar, predominó el adulto, en un 55,0%. Cuyo resultado no permite ser contrastado por no existir antecedentes de estudios, con dicha variable. Por lo que se podría afirmar, que esta etapa de vida, el turista suele sentirse motivado a conocer otros lugares aun no explorados, o querer visitar la naturaleza, relajarse, a través de caminatas, chamanismo, etc. a fin de conseguir bienestar propio.

En cuanto a la ocupación, predominó en un 58,0% el independiente. Este resultado no puede ser contrastado, por no existir estudios realizados en dicha variable. Por lo que podría afirmarse, que el turista que labora de manera independiente, tiende a poseer mayor solvencia económica y facilidad, a la vez sentirse motivado a realizar viajes a las comunidades étnicas, donde se practica el chamanismo, mesadas o curanderismo, etc. en pro de su bienestar. En cuanto a la nacionalidad del turista, predominó el peruano en un 75,0%. Dicho resultado no puede ser contrastado, por no existir estudios realizados en los últimos 5 años. Sin embargo, se puede corroborar con el estudio de Velásquez & Vicente (2018), quienes encontraron que el 85% de turistas, tuvieron procedencia nacional. Por lo que podría afirmarse, que el turista nacional, está más interesado en explorar vivencias dentro de su propio

territorio, específicamente en la amazonia, visitando comunidades étnicas, y desarrollar actividades en esta, como mesadas, chamanismo, etc. así como disfrutar de la naturaleza, a través de caminatas.

En cuanto al ingreso económico, predominó el ingreso mensual de 1000 a 2000 dólares, en un 85,0%. Así mismo, el gasto promedio en la visita, fue menor a 500 dólares, en un 97,0%. Estos resultados son similares al estudio de Camacho & Valdera (2022), quienes encontraron un ingreso mensual menor a S/6000, y un gasto promedio de S/500 a S/900.

Respecto a las características psicográficas del turista sobre rasgos de personalidad, predominó en un 63,0% que le gusta realizar la visita con grupos de amigos. Además, la forma de relacionarse, que predominó fue sociable en un 65,0%. Estos resultados son similares con el estudio de Camacho & Valdera (2022), quienes encontraron, en un 45.6% de turistas, que les gusta realizar la visita, en grupos de amigos y el 60.2% presentaron una manera sociable de relacionarse durante su visita.

En cuanto a la actitud del turista, predominó en un 57,0% actitud de manera sana y disciplinada con ganas de conocer el lugar. Así mismo, la forma de proceder para desarrollar la visita, predominó en un 50,0% lo complejo. Cuyos resultados son similares con el estudio de Camacho & Valdera (2022), quienes encontraron que el 52.5% mostraron actitud de realizar la visita de manera sana y disciplinada con ganas de conocer el lugar y el 56.7% de turistas presentaron un proceder complejo para desarrollar su visita.

En cuanto al estilo de vida del turista, predominó en un 53,0% utilizar el tipo de alojamiento posadas. Estos resultados, no concordantes con el estudio de Manosalvas et al., (2020), quienes encontraron en un 33,9% utilizar hoteles, al igual que Camacho & Valdera (2022), en un 34.1% utilizar Hotel de 3 a más estrellas, como alojamiento durante su visita. Así mismo, la preferencia de actividades a desarrollar durante su visita, predominó los rituales, en un 50,0%. Los resultados, concuerdan con el estudio de Camacho & Valdera (2020), quienes encontraron, que el 18.2% prefieren realizar la actividad de observación de flora y fauna, conllevando a demostrar que la actividad predominante al realizar turismo místico, es en relación al curanderismo y mesadas.

Respecto a las características conductuales, sobre el principal motivo de viaje para la visita, que predominó en un 55,0% fue por salud. En cuanto a la organización de la visita de turistas, predominó en un 65,0% como medio de búsqueda de información el internet y la modalidad de viaje, predominó el 76,0% por cuenta propia y los meses que planifico su visita, predominó el 82,0% menor a 1 mes. Los resultados, concordaron con el estudio de Camacho & Valdera (2020), quienes encontraron, que el 53,3% de turistas visitan dichas lagunas por motivo de salud. El 95,0% manifestaron su modalidad de viaje por cuenta propia y el 82,8% planificó su visita con anticipación menor a 1 mes.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

En base a los resultados obtenidos en el presente estudio de investigación, presentamos las siguientes conclusiones:

1. En relación a las características sociodemográficas de los turistas que practican el turismo místico, en el Centro Poblado de Manacamiri fueron:
Demográficas: el 52,0% comprendían sus edades entre 31 a 44 años, 35,0% entre 18 a 30 años, 8,0% entre 45 a 64 años y 5,0% mayores de 65 años. El 63,0% pertenecieron al género masculino y 37,0% femenino. Sociales: el 49,0% manifestaron su conformación familiar integrado de 3 a 4 miembros, 44,0% de 1 a 2 miembros y 7,0% de 5 a más miembros. El 59,0% manifestaron tener nivel de escolaridad universitario, 30,0% nivel técnico, 11,0% secundario y ninguno nivel primario. El 81% manifestaron ser católicos, 11,0% evangelista y 8,0% adventista. El 55,0% presentaron ciclo de vida familiar adulto, 39,0% joven, 5,0% adulto mayor y 1,0% adolescente. El 58,0% manifestaron tener ocupación independiente, 35,0% empleado, 4,0% cesante/jubilado y 3,0% estudiante. El 75,0% fueron de nacionalidad peruanos, 12,0% estado Unidense, 8,0% colombiano y 5,0% japonés. El 85,0% manifestaron tener un ingreso económico mensual, entre 1000 a 2000 dólares y el 15,0% menor a 1000 dólares. El 97,0% manifestaron el gasto promedio en la visita menor a 500 dólares, 3,0% de 500 a 900 dólares y ninguno mayor a 900 dólares.
2. En relación a las características psicográficas de turistas que practican turismo místico, en el Centro Poblado de Manacamiri, fueron:
El 63,0% manifestaron que les gusta realizar la visita con grupos de amigos, el 29,0% en familia, el 5,0% en pareja y 3,0% solo. El 65,0% se relaciona de forma sociable, 25,0% comunicativo, 10,0% optimista y ninguno tímido. El 57,0% manifestaron actitud predominante de manera sana y disciplinada con ganas de conocer el lugar y 43,0% respeta las indicaciones sobre el recorrido y cuidando el lugar. El 50,0% manifestaron su forma de proceder para desarrollar la visita compleja, 37,0% impulsivo,

10,0% comparativo y 3,0% habitual. El 53,0% manifestaron utilizar el tipo de alojamiento posadas, 29,0% casa de familiar o amigos, 17,0% hostel y 1,0% hotel de 3 a más estrellas. El 50,0% manifestaron como preferencia desarrollar actividades durante su visita, los rituales, 24,0% caminata, 15,0% cabalgata en caballos y 11,0% observación de flora y fauna.

3. En relación a las características conductuales de turistas que practican turismo místico, en el Centro Poblado de Manacamiri, fueron:

El 55,0% manifestaron que el principal motivo de viaje para la visita fue por salud, el 44,0% interés por vivenciar la diversidad cultural y el 1,0% visita a familiares/amigos y ninguno por estudio. El 65,0% manifestaron como medio de búsqueda de información el internet, 22,0% amistades y 13,0% agencia de viajes. El 76,0% manifestaron que la modalidad del viaje, fue por cuenta propia y 24,0% adquirió un paquete turístico. El 82,0% planificó su visita, menor a 1 mes, el 10,0% de 1 a 4 meses y 8,0% más de 5 meses.

CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES

1. A las autoridades responsables del Turismo en la Región Loreto, fortalecer sus estrategias de marketing del turismo místico, promoviendo las bondades que genera esta práctica de turismo y lograr satisfacción del cliente que contratan sus servicios y, por ende, revalorar la cultura y creencias de nuestra selva mística y misteriosa.
2. A la comunidad científica, realizar réplicas del estudio, empleando otros tipos de diseños, otras variables, o estudios comparativos con otros que ofertan servicios místicos; para que los resultados pueden ser contrastados y generalizados a la población de estudio.
3. A la Facultad de Ciencias Económicas y Negocios de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, promover actividades de responsabilidad social, enfatizando estrategias de marketing, para potenciar el turismo místico, en las comunidades étnicas de la región Loreto.

CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

- Argudo, C. (2023) *¿Qué es la Segmentación Psicográfica? Emprende PYME Net*. 23 de marzo. Disponible en: [https://emprendepyme.net/que-es-la-segmentacion-psicografica.html#Caracteristicas de la segmentacion psicografica](https://emprendepyme.net/que-es-la-segmentacion-psicografica.html#Caracteristicas%20de%20la%20segmentacion%20psicografica)
- Beltrán, M Á y Parra, M C. (2017). *Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. Cuadernos de Turismo, nº 39, (2017)*; pp. 41-65 Universidad de Murcia ISSN: 1139-7861 e ISSN: 1989-4635 DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290391>
- Cayo N, Arcaya L, Apaza A. (2022). *Turismo místico: revisión de la literatura científica. Revista de Investigación Valdizana*, ISSN: 1995 - 445X (Versión Digital) Disponible en: <https://doi.org/10.33554/riv.16.3.1469>
- Camacho, A C. y Valdera, W A. (2022). *Perfil del Turista que Practica el Turismo Místico en las Lagunas las Huarinas, Huancabamba-Piura*. [Tesis para obtener Título profesional]. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/101958>
- CEPLAN. (2023). Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. *Recuperación del Sector Turismo. Marzo*. Disponible en: [https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t1 turismo](https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t1_turismo)
- Chávez, J. (2023) *¿Qué es un Turista?*. CEUPE. Disponible en: <https://www.ceupe.com/blog/turista.html>
- Del Campo, A. (2019). *Anthropology Latin American Research Review* , Volume 54 , Issue 1 , 10 April , pp. 89 – 102 DOI: <https://doi.org/10.25222/larr.151>
- Del Rio Arca Minia. (2017). *Turismo energético, más allá del concepto*. 19 ABRIL, Disponible en: [https://www.hosteltur.com/comunidad/005469 turismo-energetico-mas-alla-del-concepto.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/005469_turismo-energetico-mas-alla-del-concepto.html)
- Diario La Región. (2023). *Pretenden convertir a comunidad nativa de Manacamiri en referente turístico*. Disponible en:

<https://diariolaregion.com/pretenden-convertir-a-comunidad-nativa-de-manacamiri-en-referente-turistico/>

Equipo editorial, Etecé. (2021) De: Argentina. "Chamanismo". Para: *Concepto.de*. Disponible en: <https://concepto.de/chamanismo/>. Última edición: 5 de agosto. Consultado: 21 de julio de 2023. Fuente: <https://concepto.de/chamanismo/#ixzz889UEGxsS>

Gamboa, M. (2019). *Turismo místico y turismo religioso en el Departamento de Lavalleja (Uruguay) Una etnografía multi-situada de los atractivos turísticos*. Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 28, núm. 1, pp. 21-37. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/1807/180758568002/html/>

Gentili, F. (2021). *Turismo esotérico: la búsqueda del equilibrio espiritual*. 29 de septiembre. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/turismo-esoterico-la-busqueda-del-equilibrio-espiritual/>

Grego, M J y Vega, F. (2016). *Turismo New Age: exploración teórico-empírica de un concepto en discusión*. Gest. tur, N° 26, julio - diciembre, pp 21 - 35. <https://www.redalyc.org/pdf/2233/223353238003.pdf>

Hannon, D. (2016). *Turismo chamánico en el pueblo mágico de Huautla de Jiménez, Oaxaca*. 24 de noviembre. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/turismo-chamanico-pueblo-magico-huautla-jimenez-oaxaca/>

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México. McGraw-Hill Interamericana. D. F. Sexta edición. Disponible en: <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodología%20Investigacion%20Científica%206ta%20ed.pdf>

León, A. (2019). *Percepción de la experiencia del turismo chamánico por turistas extranjeros en la selva amazónica del Perú*. [Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración Hotelera]. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola; 2019. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/969504a9-96d8-46c1-9e74-412b795d754c/content>

- Martínez, R. (2013). *Propuesta metodológica para la conceptualización dinámica del turismo espiritual* Departamento de Estudios Organizacionales Centro Universitario de los Altos Universidad de Guadalajara. Disponible en: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1238/turismo-espiritual.pdf>
- Manosalvas, LO; Manosalvas, CA; Gamboa, MG; Solís, VC. (2020). *Evaluación de los Estilos de Vida y Valores de los Turistas que visitan la Amazonía Ecuatoriana*. INNOVA Research Journal, ISSN 2477-9024 (Septiembre-Diciembre). Vol. 5, No.3 pp. 245-261 DOI: <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2020.1364> URL: <http://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/index>
- Morales, S L. (2015). *“El estudio de la demanda del turismo místico en el grupo étnico shipibo conibo de la región Ucayali”*. [Tesis para obtener el Título de Licenciada en Administración]. Lima: Universidad Autónoma del Perú; 2017. Disponible en: <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/494/Morales%20%20Abanto,%20Stefanie.pdf?sequence=1>
- Pérez, J., Gardey, A. (2021). *Característica - Qué es, características, definición y concepto. Definición. de*. Última actualización el 23 de abril. Recuperado el 22 de julio de 2023 de <https://definicion.de/caracteristica/>
- Pérez, M J; Herrera,K B. (2017). *La segmentación de mercado en el marketing turístico: una estrategia básica para descubrir quién es mi cliente y ser más competitivo*. XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural (Julio 2017). Disponible en: <https://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/turismo/30-la-segmentacion-de-mercado.pdf>
- PROMPERÚ. (2019). *Perfil del Turista Extranjero que visita Loreto*. Disponible en: https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_43_tips_2679_PTE%202019%20-%20Visita%20Loreto.pdf
- Ramos Gonzalo. (2014). Enciclopedia. *Definición de Turista*. Edición #13 de Enciclopedia Asigna, en 04/2014. <https://enciclopedia.net/turista/>

- Ruiz, F A. (2018). *Estudio de la calidad de los servicios turísticos y buenas prácticas del turismo místico en los ecolodges de Tamshiyacu*. [Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería], Iquitos: Universidad Científica del Perú; 2018. Disponible en: <http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/522/TESIS%20%20DE%20FLAVIA%20RUIZ%20PANDURO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salas, D R. (2021). *El turismo místico en el distrito de Santa María y el impulso para el desarrollo turístico- Huaura* [Tesis para optar Título profesional de Licenciado(a) en turismo y hotelería]. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Disponible en: <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/6672/SALAS%20TRUJILLO%20DEBORAH%20RUBI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salazar, D. Guerrero, M. Núñez, J. Zambrano, N. Tixilema, E. (2018). *Perfil del turista en función de sus motivaciones, gustos y preferencias. Profile of the tourist in function of their motivations, tastes and preferences..* Vol. 2, N°4, p. 50-61, octubre -diciembre, 2018.
- Santamaría, E. Silva, C. Silva, F. (2017). *Identificación de factores sociodemográficos que influyen en el turismo para la Provincia de Tungurahua a través de análisis multivariante*. *CienciAmérica*, 6(2), 87-92. Consultado de <http://201.159.222.118/openjournal/index.php/uti/article/view/122>
- Silvano, GX. (2022). *Condiciones turísticas para la práctica del turismo místico en la comunidad nativa shipibo-konibo de San Francisco en Ucayali*. [Tesis para optar el título profesional de Licenciada en administración turística y hotelera]. Huánuco: Universidad Nacional Hermilio Valdizán. Disponible en: <https://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/7918>
- Sutty, H. I. (2021). *El Turismo Místico, espacios mágicos: potencialidades de la ciudad de Yaguarón, Paraguay*. *Revista científica en Ciencias Sociales* - ISSN: 2708-0412, 3(2), 122–128. Disponible en: <https://doi.org/10.53732/rccsociales/03.02.2021.122>
- Tours en Iquitos. (2020). *Tours de Selva | Pacaya Samiria*. Disponible en: https://www.viaja-peru.com/tours_iquitos.htm

Turismo más viajes. 21 de Febrero 2020. Disponible en:
<http://turismomasviajes.com/destinos-conocer/centro-poblado-de-manacamiri-turismo-tour-full-day-viajar/>

Velásquez M y Vicente, C. (2018). *Perfil del turista para la diversificación de la oferta turística en el Santuario histórico Bosque de Pómac, Pítipo - Ferreñafe* [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en turismo y negocios]. Pimentel: Universidad Señor de Sipán.
[file:///C:/Users/rossa/Downloads/Vel%C3%A1squez%20Cruz%20-%20Vicente%20Paredes%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/rossa/Downloads/Vel%C3%A1squez%20Cruz%20-%20Vicente%20Paredes%20(1).pdf)

Waman Adventures Iquitos. (2020) *.La Puerta de entrada a la Amazonia Peruana*. 30 de setiembre. Disponible en:
<https://www.wamanadventures.com/blog/iquitos-la-puerta-de-entrada-a-la-amazonia-peruana/#h312>

Zegarra, L. (2022). *Demanda del turismo y la calidad deservicio místico de la comunidad de Huasao del distrito de Saylla, Cusco*. *Universidad Andina del Cusco, Perú*. Revista Científica Disciplinarias Octubre–diciembre 2022, 1(1) editado por la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú Instituto de investigaciones sociales-laboratorio de neurociencia social y calidad de vida. Disponible en:
<https://iisunsa.com/index.php/Inicio/article/view/22/48>

ANEXOS

1. Matriz de consistencia

| Título de la investigación | Pregunta de investigación | Objetivo de la investigación | Hipótesis | Tipo y diseño de estudio | Población de estudio y procesamiento | Instrumento de recolección |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| <p>Características sociodemográficas, psicográficas y conductuales del turista que practica Turismo Místico en el Centro Poblado de Manacamiri Iquitos 2023.</p> | <p>General: ¿Cuáles son las características sociodemográficas, psicográficas y conductuales del turista, que practica el turismo místico, en el Centro Poblado de Manacamiri, de la ciudad de Iquitos, 2023?</p> <p>Específicas: - ¿Cuáles son las características sociodemográficas, del turista, que practica el turismo místico, en el Centro Poblado de Manacamiri, de la ciudad de Iquitos, 2023?</p> | <p>General: Determinar las características sociodemográficas, psicográficas y conductuales del turista que practica el turismo místico, en el Centro Poblado de Manacamiri, de la ciudad de Iquitos, 2023.</p> <p>Específicos: ▪ Identificar las características sociodemográficas en el turista, que practica el turismo místico, en el Centro Poblado de Manacamiri, de la ciudad de Iquitos, 2023.</p> | <p>(No requiere el estudio por tratarse de una investigación de tipo descriptiva simple y no de correlación)</p> | <p>El tipo de estudio fue el cuantitativo y el diseño no experimental, de tipo descriptivo simple y de corte transversal.</p> | <p>La población de estudio estuvo constituida por 150 turistas nacionales y extranjeros que visitan el centro poblado de Manacamiri. Para el procesamiento de la información se empleará el Software SPSS versión 26.</p> | <p>Cuestionario.</p> |

| | | | | | | |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuáles son las características psicográficas del turista, que practica el turismo místico, en el Centro Poblado de Manacamiri, de la ciudad de Iquitos, 2023? - ¿Cuáles son las características conductuales del turista, que practica el turismo místico, en el Centro Poblado de Manacamiri, de la ciudad de Iquitos, 2023? | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar las características psicográficas en el turista, que practica el turismo místico, en el Centro Poblado de Manacamiri, de la ciudad de Iquitos, 2023. ▪ Identificar las características conductuales en el turista, que practica el turismo místico, en el Centro Poblado de Manacamiri, de la ciudad de Iquitos, 2023. | | | | |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|

2. Instrumento de recolección de datos
CUESTIONARIO
CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS, PSICOGRÁFICAS
Y CONDUCTUALES EN EL CENTRO POBLADO
DE MANACAMIRI IQUITOS 2023

Código:

I. PRESENTACIÓN

Señor (a) /Jóven/Señorita buenos días, mi nombre es Stephanie Brissette Escalante Rengifo / Valeria Nicole Vela Cárdenas, somos Bachilleres de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y Turismo – FACEN de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, estamos realizando un estudio, a fin de obtener información acerca de las características sociodemográficas, psicográficas y conductuales del turista que visita el centro poblado de Manacamiri. Para lo cual se le solicita su colaboración a través de sus respuestas sinceras y veraces a las preguntas que a continuación se le presenta. Agradecemos anticipadamente su participación.

II. INSTRUCCIÓN

Lea usted, con detenimiento y conteste cada uno de los ítems, en cada sección del instrumento marcando con un aspa (x) dentro del paréntesis y el tiempo de duración será aproximadamente de 20 minutos y si tiene alguna duda pregunte a las investigadoras. Tenga presente que las respuestas tienen carácter anónimo y confidencial.

III. CONTENIDO

A. Características Sociodemográficas.

 **Demográficas:**

1. ¿En qué rango de Edad se encuentra usted?

➤ 18 a 30 años ()

➤ 31 a 44 años ()

- 45 a 64 años ()
- 65 a más años ()

2. ¿Cuál es su Género?

- Masculino ()
- Femenino ()

+ Sociales:

3. ¿Con cuántos miembros está conformado su familia?

- De 1 a 2 miembros ()
- De 3 a 4 miembros ()
- De 5 a más miembros ()

4. ¿Cuál es el nivel de escolaridad alcanzado?

- Primaria ()
- Secundaria ()
- Técnica ()
- Superior universitaria ()

5. ¿Cuál es la Religión que profesa?

- Católica ()
- Adventista ()
- Evangelista ()
- Mormón ()
- Otros (Especifique):.....

6. ¿Cuál es su ciclo de vida familiar?

- Adolescente ()
- Joven ()
- Adulto ()
- Adulto mayor ()

7. ¿Cuál es su Ocupación?

- Empleado ()
- Independiente ()
- Estudiante ()
- Cesante/jubilado ()

8. ¿Cuál es su Nacionalidad?

- Peruano ()
- Chileno ()
- Argentino ()
- Mexicano ()
- Francés ()
- Italiano ()
- Estado Unidense ()
- Japonés ()
- Ecuatoriano ()
- Colombiano ()
- Boliviano ()
- Otros (Especifique):

+ Ingreso económico:

9. ¿Cuál es su ingreso mensual?

- Menor a 1,000 dólares ()
- De 1000 a 2000 dólares ()
- De 2001 a 3000 dólares ()
- De 3001 a más ()

10. ¿Cuál es su gasto promedio en su visita al centro poblado de Manacamiri?

- Menor a 500 dólares ()
- De 500 a 900 dólares ()
- Mayor a 900 dólares ()

B. Características Psicográficas.

+ Rasgos de personalidad:

11. ¿Cómo le gusta realizar la visita al centro poblado de Manacamiri?

- Solo ()
- Grupo de amigos ()
- Familia ()
- Pareja ()

12. ¿Cuál es su forma de relacionarse en su visita al centro poblado de Manacamiri?

- Sociable ()
- Comunicativo ()
- Tímido ()
- Optimista ()

+ Actitud:

13. ¿Cuál es su actitud predominante cuando visita al centro poblado de Manacamiri?

- Realizar la visita de manera sana y disciplinada con ganas de conocer el lugar. ()
- Realizar la visita sin respetar las indicaciones otorgadas y tampoco cuidando el lugar. ()
- Realiza la visita esperando satisfacer sus deseos de conocimientos e intereses propios. ()
- Realiza la visita respetando las indicaciones sobre el recorrido y cuidando el lugar. ()

14. ¿Cómo es su proceder para desarrollar su visita al centro poblado de Manacamiri?

- Complejo (Se informa e investiga previo a la visita). ()
- Impulsivo (Realiza la visita de manera inesperada). ()
- Habitual (Ya realizó la visita anteriormente). ()
- Comparativo (Realiza comparaciones con otros lugares similares). ()

+ Estilo de vida:

15. ¿Qué tipo de alojamiento utiliza durante su visita?

- Hotel de 3 a más estrellas ()
- Hostal ()
- Posadas ()
- Casa de familiar o amigos ()

16. ¿Qué actividades prefiere desarrollar durante su visita al centro poblado de Manacamiri?

- Caminata ()
- Cabalgata en caballos ()
- Rituales (Chamanismo, curanderismo, mesada). ()
- Observación de flora y fauna ()
- Otros (especificar)

C. Características Conductuales.

✚ Motivación:

17. ¿Cuál fue su principal motivo de viaje para la visita al centro poblado de Manacamiri?

- Salud ()
- Estudio ()
- Interés por vivenciar la diversidad cultural. ()
- Visita a familiares /amigos. ()
- Otros (especificar).....

✚ Organización de la visita:

18. ¿Qué medios de búsqueda de información turística utilizó antes de su visita?

- Internet ()
- Amistades ()
- Agencias de viajes ()
- Otros (especificar).....

19. ¿Cuál fue su modalidad de viaje?

- Por cuenta propia ()
- Adquirió un paquete turístico ()

20. ¿Con cuánto meses de anticipación planificó su visita al centro poblado de Manacamiri?

- Menor a 1 mes ()
- De 1 a 4 meses ()
- Más de 5 meses ()

IV. OBSERVACIONES

.....

.....

.....

.....

.....

¡Muchas Gracias por su colaboración!

3. Consentimiento informado de participación en proyectos de investigación

CONSENTIMIENTO INFORMADO

CÓDIGO: _____

Yo,, con DNI.....o carné de extranjería N°, me comprometo a participar dentro del estudio titulado: Variables Sociodemográficas, psicográficas y conductuales en Turistas que practican el turismo místico, en el Centro Poblado de Manacamiri; bajo mi consentimiento y sin haber sido obligado(a) o coaccionado (a).

Consiento que los investigadores puedan tomar información necesaria, asumiendo que la información dada, será solamente de conocimiento de las investigadoras, quienes garantizan el secreto y respeto a mi privacidad. Y el informe final también será utilizado en presentaciones y/o publicaciones. Declaro que los investigadores me han explicado en forma clara el propósito del estudio, como se desarrollará y el procedimiento a seguir. Y hago constar que he tenido la oportunidad de realizar todas las preguntas que considere necesarias antes de aceptar mi participación y en cualquier momento puedo dejar de participar del estudio, sin que esto genere algún perjuicio y/o gasto. Firmo en señal de conformidad el presente documento.

Firma del participante: _____

N° D.N.I: _____



Huella Digital

Fecha:/...../..... **Hora:** _____ **Lugar:** _____