

## El perfil del turista mochilero post COVID que visita Cuenca - Ecuador

### The profile of the post-COVID backpacker tourist who visits Cuenca - Ecuador

Alexandra Galarza Torres <sup>[0000-0002-5849-60591]</sup>

Universidad de Cuenca. Facultad de Ciencias de la Hospitalidad. Calle Tarqui 5-193 y Pío Bravo. Azuay, Cuenca. Ecuador

[alexandra.galarza@ucuenca.edu.ec](mailto:alexandra.galarza@ucuenca.edu.ec)

#### CITA EN APA:

Galarza Torres, A. (2023). El perfil del turista mochilero post COVID que visita Cuenca - Ecuador. *Tesla Revista Científica*, 3(2), e214. <https://doi.org/10.55204/trc.v3i1.e214>

**Recibido:** 2023-05-05

**Revisado:** 2023-05-12 al 2023-06-01

**Corregido:** 2023-06-08

**Aceptado:** 2023-06-13

**Publicado:** 2023-07-01

#### TESLA

Revista Científica  
ISSN: 2796-9320



Los contenidos de este artículo están bajo una licencia de Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Los autores conservan los derechos morales y patrimoniales de sus obras.

**Resumen.** La Pandemia por Covid 19 dejó grandes lecciones a la industria turística, pues cada vez se observa un mayor volumen de emprendimientos turísticos que ofrecen servicios orientados al cuidado y conservación del ambiente, y por otra parte se observa un comportamiento más responsable de personas jóvenes que se desplazan con fines de ocio y recreación a diferentes destinos turísticos bajo preceptos de una gestión sostenible integral; estos visitantes cuentan con un presupuesto preestablecido para realizar este viaje, considerando para ello cualquier tipo de servicio o producto que le constituya una manera de llevar a cabo su desplazamiento. Entre las diferentes motivaciones que les impulsa a llevar a cabo estos viajes, están el de mantener un mayor contacto con las comunidades receptoras, generando con ello una mayor participación en las costumbres y tradiciones de la localidad, e intensificación de las actividades relacionadas con el aire libre, y dejando en una preocupación menor la calidad de los servicios relacionados con estos desplazamientos. El objetivo de la presente investigación radica en determinar el perfil del visitante backpacker que visita la ciudad de Cuenca en el período tras la pandemia 2021 - 2022.

**Palabras clave:** Comportamiento turístico, visitante, motivaciones y preferencias turísticas, mochilero, destino turístico

**Abstract:** The Covid 19 Pandemic left great lessons for the tourism industry, as there is an increasing volume of tourism enterprises that offer services aimed at caring for and conserving the environment, and on the other hand, a more responsible behavior of young people who travel for leisure and recreation purposes to different tourist destinations under the precepts of comprehensive sustainable management; These visitors have a pre-established budget to carry out this trip, considering for this any type of service or product that constitutes a way of carrying out their displacement. Among the different motivations that drive them to carry out these trips, are to maintain greater contact with the receiving communities, thereby generating greater participation in the customs and traditions of the locality, and intensification of activities related to air free, and leaving the quality of the services related to these trips as less of a concern. The objective of this research is to determine the profile of the backpacker visitor who visits the city of Cuenca in the period after the 2021 - 2022.

**Keywords:** Touristic behavior, visitant, touristic motivation and preferences, backpacker, touristic destiny

## INTRODUCCIÓN

La ciudad de Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca tuvo su fundación española un 12 de abril de 1557, y fue Gil Ramírez Dávalos quien ejerció como su fundador; el 1 de diciembre de 1999 esta ciudad obtuvo el título de Patrimonio Cultural de la Humanidad, debido principalmente al conjunto de

edificaciones unificadas que se ubican en un entorno natural con atributos geográficos y ambientales excepcionales.

La ciudad cuenta con un Centro Histórico que remonta aires coloniales, principalmente debido a sus dos conventos de clausura como el Carmen Alto (ubicado en la denominada Plaza de las Flores) y Carmen Bajo (conocido comunmente como de las Conceptas); sin embargo, la gran mayoría de edificaciones que se asientan en este entorno son republicanas pertenecientes al siglo XIX. Sin embargo esta denominación no obedece únicamente a su arquitectura, pues su calendario festivo cumple un papel relevante para su denominación, como son Semana Santa, Corpus Christi, o el Pase del Niño Viajero, cada una de ellas se acompaña con la diversa gastronomía local; así también se encuentran una gran cantidad de museos donde se plasma la arqueología, cultura, religiosidad y costumbres que han convertido a Cuenca en un destino turístico patrimonial, gastronómico y cultural (Prada, 2016).

Como resultado de esta denominación, la ciudad incrementó considerablemente el número de turistas; así pues la Fundación de Turismo para Cuenca establece que la afluencia de los turistas se ha incrementado en 276% de 2015 a 2019, , obteniendo un promedio anual de 830.000 turistas anuales que visitan la ciudad, de los cuales el 80% constituyen turistas nacionales y tan solo un 20% son turistas internacionales. (Fundación de Turismo para Cuenca, 2019).

De acuerdo al estudio efectuado por el Grupo de Investigación en Economía Regional GIER respecto de la Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca, el perfil del turista extranjero que visita nuestra ciudad se encuentra entre los 20 y 30 años de edad, de estado civil soltero y proceden mayoritariamente de los Estados Unidos, Colombia, Alemania, España y Perú. Su formación académica corresponde mayoritariamente a una educación de tercer y cuarto nivel (GIER, 2016).

En lo referente a las motivaciones principales que manifestaron los turistas extranjeros para visitar la ciudad están el clima, los atractivos turísticos naturales y culturales, la gastronomía y el precio (Andrade, 2019), demostrando así que la ciudad ofrece varias alternativas para el desarrollo de un turismo basado en la naturaleza y la cultura, siendo el factor económico una variable que no presenta una relevancia al momento de efectuar el viaje.

Estos datos concuerdan con lo analizado por la Organización Mundial del Turismo tras la pandemia por COVID 19, que indica que la tendencia actual del turismo está concentrada en la búsqueda de nuevas experiencias, principalmente relacionadas con entornos naturales y de aventura, priorizando siempre el énfasis en la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Por ello, la industria turística se encuentra impulsando cada vez más las actividades turísticas no invasivas y el turismo alternativo. (Organización Mundial del Turismo, 2022) actividades que se encuentran dentro del denominado turismo mochilero o backpacker.

Para una correcta introducción del tema a indagar en la presente investigación, resulta relevante analizar la literatura pertinente.

La literatura académica ha analizado el término backpacker desde hace varias décadas atrás, así una definición preliminar sobre el término Backpacker la generó Erik Cohen en 1972, quien en su obra *drifters* empleó este término para referirse a aquellos turistas que huían de las actividades turísticas ordinarias y del turismo confeccionado, buscando obtener experiencias auténticas en sus viajes. (Cohen, 1972) Por su parte Voigt los describió como “wanderers” relacionándolos con un hecho importante acontecido en la historia del turismo: el denominado “GrandTour” (Voigt, 1976).

Douglas Pearce nos ofrece una visión más social sobre el turismo mochilero pues describe a los backpackers como personas jóvenes en edad, que emprenden vacaciones prolongadas en alojamientos económicos y sin un itinerario preestablecido, buscando la interacción permanente con personas de la localidad. (Pearce, 1990)

El Tourism Research Australia, define a los backpackers como aquellas personas que pernoctan una o más noches en un albergue o alojamiento especializados para este segmento. (TRA, 2006) sin embargo existen muchas otras acepciones referentes a esta palabra que derivan en aquel turista que lleva su mochila o su equipaje a cuestas, buscando aventuras trascendentales a un costo mucho más bajo que bajo otras modalidades de turismo.

Sin embargo autores como Maoz o Cohen coinciden en señalar que estas últimas aseveraciones pueden dejar de lado aspectos relevantes que pueden excluir a personas que se consideran backpackers, así Sorensen propone definir a este grupo a través de un punto de vista cultural, constituyendo una categoría social que recoja la propia percepción y un reconocimiento social. El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española por su parte determina que un mochilero es aquella persona que viaja a pie con mochila o aquella persona que viaja a pie o en autoestop con una mochila (RAE, 2022)

Por su parte el término turismo mochilero ha sido analizado también desde varias perspectivas, así por ejemplo Mejía lo vincula estrechamente con el arte escénico, considerando al turista mochilero como aquel que va ligero de equipaje, donde sus pertenencias caben en una sola mochila que va pegada al cuerpo, en ella va únicamente lo necesario para su supervivencia, y de aquellas cosas que van sumándose conforme avanza en su viaje; su indumentaria está acorde a su personalidad, comodidad y funcionalidad, su reto más importante no es el de convertirse en un turista sino en un viajero. (Mejía 2010).

La WYSE Travel Confederation (2019) establece que este tipo de turismo constituyen viajes independientes, donde no está presente la figura de un padre o tutor personal, durante períodos inferiores a un año, realizados por personas de entre 16 y 29 años. La investigación realizada por WYSE Travel Confederation y la OMT indicaron que el valor total del mercado internacional de viajes para jóvenes fue de casi USD 190 000 millones en 2009. Para 2018, esa cifra había aumentado a más de USD 333 000 millones.

Generalmente los mochileros suelen ser pobres en dinero, pero ricos en tiempo, lo que significa que pueden pasar más tiempo en un destino que un turista típico. La investigación New Horizons Survey de WYSE Travel Confederation en 2017 indicó que los viajeros jóvenes gastaron un promedio total de 2867

EUR en su viaje principal. Esto se compara con un promedio de EUR 1,035 por viaje para los turistas internacionales a nivel mundial en 2018. Los jóvenes a menudo realizan viajes mucho más largos que la mayoría de los demás turistas (52 días fue el promedio mundial en 2017), a menudo gastan más en promedio.

La motivación constituye el motor para el desarrollo de un desplazamiento con fines turísticos, pues genera el aspecto decisivo para el consumidor; muchos autores señalan a la motivación como el eje transversal en el que se desenvuelve constantemente el ser humano; así por ejemplo Maslow (1954) estableció una pirámide en la que se describen las diferentes necesidades que a su vez se encuentran asociadas con las motivaciones que el hombre genera. Esta pirámide aglutina en orden jerárquico las diferentes necesidades del hombre, ubicando en la base aquellas de orden fisiológico, seguidas por la seguridad, sociales, estima y por último la autorrealización.

Ragheb y Beard (1983) presenta un estudio relacionado con las diferentes escalas de motivación asociadas con el ocio, los cuales se aglutinan en cuatro grandes grupos: Intelectual, como por ejemplo el hecho de aprender de explorar o descubrir, el social, como el hecho mismo de la necesidad de interrelacionarse con los demás, la competitividad, como la necesidad constante de generar desafíos, competencias, dominio y por último la de evitar los estímulos como la búsqueda de la soledad o lugares que generen paz y descanso.

Por su parte la entidad rectora del turismo a nivel mundial establece como “La razón sin la cual el viaje no se hubiera producido o el destino no se habría visitado” Organización Mundial del Turismo, 2008.

Para Jang y Cai (2002) existen factores denominados de empuje o “push”, el cual está definido por el sentimiento de empuje que tienen los turistas para viajar, también está el factor “pull” o también llamado factor de atracción, el cual está determinado por el ambiente externo, el cual incide en la decisión de viajar o no; de ahí que mantiene total relevancia de estos dos factores, donde el primero explica el motivo por querer salir de viaje, mientras que el otro explica la elección del destino Bach (2016).

Según Paris y Teye (2010), en la investigación “Backpacker Motivations: A Travel Career Approach”, las principales motivaciones que actualmente predominan en el turista mochilero son el crecimiento personal/social, el presupuesto de viaje, la experiencia, independencia, conocimiento cultural y por último la relajación; sin embargo en este mismo estudio se establece que la razón principal para llevar a cabo este tipo de desplazamiento es la creciente necesidad de explorar nuevas culturas con la finalidad de interactuar con la comunidad local, dejando como un elemento no tan relevante el tema de la relajación, por lo cual se deduce que esta no constituye un factor decisivo para llevar a cabo este tipo de turismo. Por su parte Martín Cabello (2011), llevó a cabo una investigación en Chile de carácter cuantitativa donde estableció que este tipo de turistas debido principalmente a su forma de vestir tienen mayor afinidad con la población local, insertándose fácilmente en la forma de vida de la localidad. En este mismo estudio el autor señala también un término que aglutina a otro segmento de turistas mochileros y los denomina “flashpackers”, donde según se menciona, que las personas se ubican con un mayor rango de edad y también

un gasto promedio superior al de los backpackers; sin embargo en el caso de estos dos grupos, este estudio señala que la principal motivación que los lleva a desplazarse es la autenticidad en sus viajes.

La Organización Mundial del Turismo (2013) señala que en un futuro no muy lejano este segmento de turistas se podría convertir en la nueva potencia de la industria de los viajes; incluyendo en este mismo grupo a estudiantes que viajan para trabajar parcialmente, de tal forma que no exista un compromiso profesional pero que si flexibilice su tiempo de ocio y disfrute.

En lo referente a la motivación que despiertan los servicios turísticos, este segmento busca alojarse en hostales o albergues de tipo juvenil, que hasta la actualidad no mantienen una definición formal o peor una clasificación estructurada de las categorías tipologías turísticas Bach (2016).

## 2. METODOLOGÍA O MATERIALES Y METODOS

La presente investigación recurrió a las entrevistas semiestructuradas en profundidad (Vergara, 2005), con preguntas creadas en base a los contenidos de los blogs de viaje de los años 2021 y 2022 y a la revisión bibliográfica.

Para Martínez (2007) la categorización implica clasificar las partes con relación al todo, con el objetivo de resumir el contenido de la entrevista en ideas o conceptos para su correspondiente interpretación y relacionarlos entre si. El mismo autor define la teorización, como un análisis conceptual interpretativo donde se contrastan los resultados del estudio en función de sus teorías y su relación con otras.

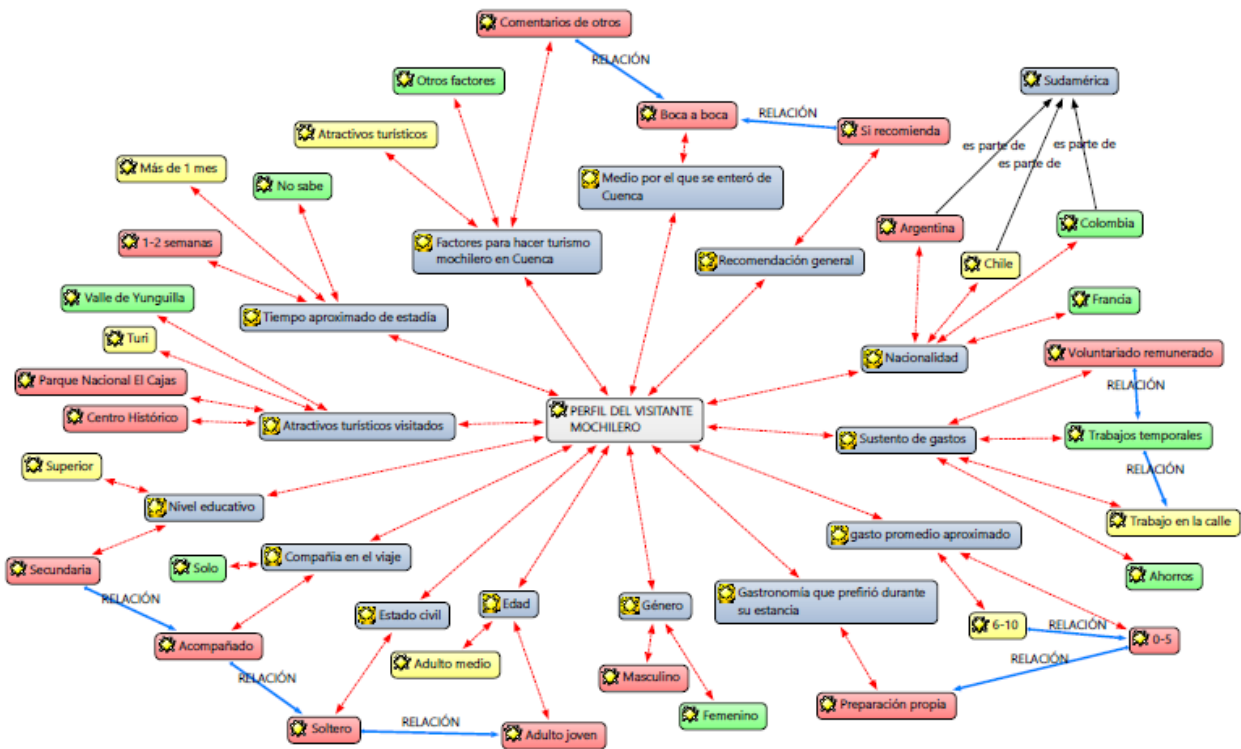
La muestra estuvo compuesta un grupo focal representado por 17 individuos de entre 18 y 45 años de edad. Todos los individuos entrevistados gustan de los viajes y siempre están conectados con temas relacionados con el turismo y los viajes, lo que los lleva a realizar un gran viaje (tiempo y distancia) al menos una vez al año.

Se realizaron 17 entrevistas personales en el mes de octubre de 2022. Para el análisis de los datos se recurrió al software Atlas Ti 7.5.2 y se siguió la metodología Grounded Theory (Teoría Fundamentada o Teoría Anclada), que “ es un método interpretativo de investigación que busca explicar la realidad a partir de los significados atribuidos por los involucrados en sus experiencias” (Bandeira-De -Mello & Cunha, 2006). Charmaz (2012) explica que la Grounded Theory es un método de análisis inductivo - deductivo, comparativo e interactivo.

A continuación se detalla el proceso adoptado para el análisis de las entrevistas desarrolladas:

- a. Lectura analítica de cada una de las entrevistas intentando encontrar puntos de coincidencia.
- b. Selección de las entrevistas que presentan mayor riqueza de información para el inicio de la codificación.
- c. Determinación de las subcategorías mediante la selección de información relevante en base a los intereses de la investigación.

**Gráfico 1:**  
Muestreo en Atlas Ti



Fuente: Elaboración propia

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación se presenta el cuadro resumen con los datos obtenidos en la investigación realizada con el grupo focal:

**Cuadro 1:**  
Perfil de los entrevistados

<i>Entrevistados</i>	<i>Edad</i>	<i>Género</i>	<i>Estado civil</i>	<i>Nivel de formación</i>	<i>Procedencia</i>
E1	30	Mas	Soltero	Estudiante	Chile
E2	29	Fem	Soltera	Estudiante	Argentina
E3	35	Mas	Soltero	Estudiante	Argentina
E4	29	Fem	Soltera	Estudiante	Argentina
E5	28	Mas	Soltero	Estudiante	Argentina
E6	28	Mas	Soltero	Estudiante	Argentina
E7	20	Mas	Soltero	Estudiante	Argentina
E8	20	Mas	Soltero	Estudiante	Argentina
E9	21	Mas	Soltero	Estudiante	Argentina
E10	27	Mas	Soltero	Profesional	Argentina
E11	37	Mas	Soltero	Profesional	Argentina
E12	27	Mas	Soltero	Profesional	Chile
E13	26	Mas	Soltero	Profesional	Chile
E14	22	Mas	Soltero	Profesional	Argentina
E15	27	Mas	Soltero	Estudiante	Colombia
E16	21	Fem	Soltera	Estudiante	Francia
E17	24	Fem	Soltera	Profesional	Argentina

Fuente: Elaboración propia

Luego del proceso de análisis de los datos registrados en la entrevista, se tomaron diez variables que fueron consideradas relevantes para responder a los objetivos de la investigación, estas son: 1. Medios de comunicación por los cuales conoció sobre la ciudad de Cuenca, 2. Tiempo de estadía. 3. Gasto promedio en la ciudad. 4. Gasto promedio en hospedaje en la ciudad. 5. Gastronomía local. 6. Sitios visitados en

Cuenca. 7. Recomendaciones para visitar la ciudad. 8. Factores que se deben tomar en cuenta para la elección de un destino para mochilear. 9. Actividades de sustento para el viaje. 10. Acompañamiento del viaje.

Aunque las variables son extensas - en relación a la cantidad de entrevistados, se trabajó con una población con intereses muy variados. El objetivo fue identificar el perfil recurrente entre los entrevistados sin hacer referencia a sus posibles diferencias de perfil.

En primera instancia se analizaron las variables generales como la nacionalidad, el estado civil, el nivel de instrucción, la edad y el género, las respuestas más importantes indican que la nacionalidad predominante es la Argentina, el estado civil de la totalidad de encuestados es soltero, el nivel de instrucción relevante es la de estudiante, la edad representativa es la de adulto joven, y el género masculino.

Las respuestas frente a las variables son muy específicas, así por ejemplo el medio de comunicación más empleado para conocer sobre la ciudad de Cuenca fue el de boca a boca, hecho que mantiene una relación directa con que muchos entrevistados si recomendarían viajar a la ciudad, es decir con las variables 7 y 8, pues también existen similitudes en las respuestas en esta última variable, ya que consideran que un factor importante para determinar hacer turismo mochilero en Cuenca son los comentarios de los demás turistas.

Por otra parte, la nacionalidad predominante que visita Cuenca para realizar turismo mochilero es la argentina, seguida por la chilena y por último la colombiana, factor que puede determinar que el turista mochilero que visita la ciudad, lo hace generalmente acompañado, es decir que existe una relación directa con la variable 10.

Las respuestas que reflejan la variable 4 (gasto promedio) son de 6 a 10 dólares por día, situación que también presenta una relación directa con la variable 5 gastronomía local, pues los entrevistados indican que prefieren preparar sus propios alimentos y no adquirirlos en locales comerciales. En lo referente a la variable 9 formas de sustento del viaje las respuestas son muy específicas, la mayoría busca voluntariados remunerados, le sigue en importancia los trabajos temporales o trabajos en la calle.

En lo referente al tiempo aproximado de estadía en la ciudad, las respuestas más coincidentes indican que es de 1 a 2 semanas, y los atractivos turísticos más visitados son el Parque Nacional Cajas y el centro histórico de la ciudad, seguido del Valle de Yunguilla y Turi.

## CONCLUSIONES

Los resultados de la presente investigación presentan una síntesis sobre el universo de los turistas mochileros (backpacker), especificando los elementos más relevantes para determinar su perfil, este hecho permite determinar la relevancia que este tipo de turismo va tomando en la ciudad y los cambios en los segmentos de mercado que visitaban la ciudad hace pocos años atrás, dando paso a una nueva generación de turistas que tienen bien claro la forma como desean realizar turismo.

Este estudio permite ampliar el debate sobre el perfil del turista que actualmente visita la ciudad de Cuenca, los cambios existentes antes y después de la pandemia por COVID 19, los sitios, actividades y

motivaciones que mayormente experimentan, así como el gasto promedio que efectúa y sus preferencias en cuanto a la gastronomía local.

Es importante destacar la dificultad de generalizar los resultados encontrados a toda la población de turistas mochileros, ya que se trata de un estudio realizado en un grupo restringido usando sólo una técnica de investigación. Además, aunque el programa Atlas Ti, se base en la evaluación empírica de la información, es el investigador quien determina las categorías y establece las relaciones, lo que torna difícil la eliminación del sesgo que puede producirse durante el análisis.

En síntesis, el trabajo cumple su objetivo de identificar el perfil más recurrente entre los turistas mochileros que visitan la ciudad de Cuenca tras la pandemia por COVID 19; utilizando el programa Atlas Ti y entrevistas en profundidad a 17 personas. Por medio del análisis de los datos empíricos y su relación con la literatura, la investigación aporta una referencia inicial para nuevos estudios.

### FINANCIACIÓN

Los autores no recibieron financiación para el desarrollo de la presente investigación.

### CONFLICTO DE INTERESES

Los Autores declaran que no existe conflicto de intereses con la presente investigación.

### CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

En concordancia con la taxonomía establecida internacionalmente para la asignación de créditos a autores de artículos científicos (<https://credit.niso.org/>). Los autores declaran sus contribuciones en la siguiente matriz:

		Galarza Torres, A.
<i>Participar activamente en:</i>		
Conceptualización		X
Análisis formal		X
Adquisición de fondos		X
Investigación		X
Metodología		X
Administración del proyecto		X
Recursos		X
Redacción –borrador original		X
Redacción –revisión y edición		X
La discusión de los resultados		X
Revisión y aprobación de la versión final del trabajo.		X

### RECONOCIMIENTO A REVISORES

La revista reconoce el tiempo y esfuerzo del editor Verence Sanches, y de revisores anónimos que dedicaron su tiempo y esfuerzo en la evaluación y mejoramiento del presente artículo.

### REFERENCIAS

Andrade, T. (2019). "Perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca, influido por su reconocimiento como ciudad patrimonio de la humanidad". Tesis.

Bach (2016). "A Model, of Destination Image Formation". Annals of Tourism Research

Bandeira, R. e Cunha, C. (2006), "Teoria Fundamentada em Dados". Em: Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais: Paradigmas, Estratégias e Métodos.

- Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1983). "Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure*". Research
- Cabello, M (2011). "Aprender a través del Viaje: El turismo mochilero como experiencia educativa". *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*.
- Cohen, E. (1972) "Toward a Sociology of International Tourism". *Social Research*
- Fundación de Turismo para Cuenca (2019). *Estadísticas Anuales*. Municipalidad de Cuenca.
- Fundación de Turismo para Cuenca (2022). *Estadísticas Anuales*. Municipalidad de Cuenca.
- Grupo de Investigación en Economía Regional GIER (2016) "Estudio de Demanda y Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca". Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cuenca.
- Jang, S. & Cai, L. (2002). "Travel motivation and destination choice: a study of British outbound market". *Journal of Travel and Tourism Marketing*.
- Martínez, M (2007) "El análisis de contenido: Una forma de abordaje metodológico" *Laurus*, vol. 14, núm. 27, mayo-agosto, 2008, Universidad Pedagógica Experimental Libertador Caracas, Venezuela
- Mejía, L. A (2010) "Diagnóstico del estado actual de las Organizaciones de economía solidaria en el Corregimiento de Taganga, Santa Marta DTCH. Tesis
- Organización Mundial del Turismo (2013). *Barómetro Mundial del Turismo*.
- Organización Mundial del Turismo (2022) *Turismo y Covid 19: Guiar la recuperación turística*.
- Paris, C., & Teye, V. (2010). *Backpacker Motivations: A Travel Career Approach*. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, [1https://doi.org/10.1080/19368621003591350](https://doi.org/10.1080/19368621003591350)
- Pearce, P. L. (1990) "Fundamentals of tourist motivation". In: Pearce, D. & Butler, R. *Tourism research: Critiques and challenges*. Routledge and Kegan Paul, London.
- Prada, J (2016) "Ciudades patrimoniales, turismo cultural y perfiles de los visitantes: algunas consideraciones a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador)" Universidad de Cuenca.
- Real Academia de la Lengua Española (2022) "Diccionario Electrónico de la Lengua Española" obra lexicográfica académica.
- The Transport Research Arena (TRA) 2006 "Cleaner, safer and smarter road transport for Europe". *Tourism Review of Travel Research*
- The WYSE Travel Confederation. (2017) "The New Horizons Survey"
- The WYSE Travel Confederation. (2019) "The Power of Youth Travel" Consultant study.
- Vergara, M (2005) La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, vol. 2, núm. 7, julio-septiembre, 2013, pp. 162-167 Universidad Nacional Autónoma de México
- Voigt J.W(1976) "Wandering: Youth and Travel Behavior". *Annals of Tourism Research* Vol. IV, No. 1