

## EL PERFIL DEL CONSUMIDOR DE *HOSTEL* EN BRASIL Y SUS MOTIVACIONES

Alexandra Mané  
Lissa Ferreira  
Universidad Federal de Rio  
Grande do Norte - Natal, Brasil

*El creciente número de hostels en Brasil ha atraído cada vez más brasileños que buscan este tipo de establecimiento para hospedarse. No obstante, vale destacar que deben realizarse más estudios que aborden la importancia de los hostels y sus consumidores en el mercado de turismo. Podrán contribuir al conocimiento teórico y práctico posibilitando un mejor entendimiento sobre este segmento. El objetivo de este artículo es identificar y describir el perfil del consumidor de hostel, sus motivaciones para elegir este tipo de alojamiento y su estilo de vida. La investigación es exploratorio-descriptiva con abordaje cuantitativo y se aplicó un cuestionario a usuarios de hostels con 17 preguntas. La mayoría de los entrevistados es de la región del Nordeste de Brasil. Se obtuvieron 35 muestras válidas y para el análisis de los datos se emplearon los softwares IBM SPSS Statistics 22 y Microsoft Office Excel. Los resultados muestran que esos consumidores de hostels tienen entre 20 y 40 años y buscan precio, oportunidades de conocer nuevas personas y la posibilidad de interactuar y realizar intercambios culturales. Si bien el precio es atractivo, se percibió que los consumidores de hostels poseen estilos de vida semejantes y sus intereses en relación a la interacción sociocultural entre huéspedes son prácticamente los mismos.*

*PALABRAS CLAVE: Perfil del consumidor, motivación de la elección, hostel, estilo de vida.*