

HOSPITALIDAD Y AMBIENTE EN LOS HOTELES

Su influencia en el comportamiento del consumo

*Juliana Pinheiro da Silva
Yákara Vasconcelos Pereira Leite
Universidad Federal Rural del Semi-Árido
Mossoró/RN - Brasil*

En las últimas décadas el turismo y la hotelería se han destacado como una de las actividades que contribuyen con el crecimiento económico mundial. Debido a su importancia en la generación de empleo e ingresos, se creyó oportuno realizar este estudio para comprender mejor el tema y colaborar con el desarrollo de sus organizaciones. Así, el objetivo general de este artículo es proponer un modelo teórico sobre la influencia del ambiente de la hospitalidad en que la experiencia de consumo ocurre. Se tomó como base el modelo de Knutson y Beck (2003) que muestra como se brinda el servicio hotelero desde el momento del check-in hasta la salida. Para este trabajo se siguió la teoría del marketing que considera al consumo como una experiencia hedonista por naturaleza.

PALABRAS CLAVE: *turismo, hospitalidad y ambiente hotelero, comportamiento del consumidor, experiencia de consumo.*