

SATISFACCIÓN Y VALORACIÓN DEL CONSUMIDOR EN RELACIÓN AL TURISMO DE COMPRAS EN LA CIUDAD DE RIVERA – URUGUAY

Paulo Cassanego Junior
Tayra María Fagundes
Caren Rossi
Universidad Federal de Pampa
Campus - Santana do Livramento – Brasil

Este artículo se basa en un estudio cualitativo, cuyo objetivo fue identificar la percepción del turista, que se inserta en una ciudad culturalmente diferente para comprar. Se realizaron análisis de variables extraídas de la entrevista, en busca de puntos comunes entre la fundamentación teórica y los datos resultantes de las entrevistas aplicadas, principalmente en lo que respecta a la calidad del servicio (Bateson & Hoffman, 2001); a las cinco dimensiones de la calidad para servicios (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2000); a la percepción del turista sobre el ambiente donde se efectuó la compra (Kotler, 1998); y a los factores que influyen en el proceso de compra (Churchill & Peter, 2000). A partir de la recolección y el análisis de estos datos, se identificaron los principales motivos que los llevaron a la ciudad de Rivera, y el bajo precio de los productos considerados de muy buena calidad. Se puede percibir que ese turista tiene una visión negativa sobre la calidad del servicio prestado en las tiendas libres de impuestos, dejando traslucir una falta de interacción entre vendedores y compradores, y una baja responsabilidad por parte de los vendedores en lo que respecta a las dudas de los turistas.

PALABRAS CLAVE: *satisfacción del consumidor, Fronteira da Paz, comportamiento del consumidor.*