

DIMENSIONES DE LA CALIDAD COMO ANTECEDENTES DE LA SATISFACCIÓN Y FIDELIDAD A LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE SOL Y PLAYA

Un estudio de caso en Natal, Brasil, sobre la percepción del turista nacional

Márcio Marreiro das Chagas
Sérgio Marques Júnior
Universidade Federal de
Rio Grande do Norte - Brasil

Este artículo analizó las dimensiones de la calidad percibida como antecedente de la satisfacción del turista con el destino, como también la unión de estas dos construcciones en la fidelización del consumidor. Para esto, se realizó un estudio exploratorio descriptivo, de tipo Survey, con un enfoque analítico cuantitativo. La recolección de datos se realizó a través de una entrevista aplicada junto a los turistas nacionales en el Aeropuerto Internacional Augusto Severo y en la Autopista de la Ciudad de Natal. La composición de la muestra fue aleatoria simple; y contó con 400 turistas entrevistados. Entre los principales resultados se observó que son ocho las dimensiones percibidas de la calidad en los destinos de sol y playa: playas y facilidades, equipamientos públicos, alimentos y bebidas, servicios de transporte, equipamientos del hotel, servicios del hotel, entretenimiento y atractivos, y hospitalidad y accesos. Además, se concluye que todas las dimensiones de la calidad encontradas actúan como antecedentes de la satisfacción, destacándose los factores playas y facilidades y equipamientos públicos, mientras que para la fidelización, el papel protagonista es desempeñado por la propia satisfacción seguida, en menor medida, por las dimensiones servicios del hotel y alimentos y bebidas, teniendo las demás una influencia inferior.

PALABRAS CLAVE: *dimensiones de la calidad, satisfacción del turista, fidelidad, segmento sol y playa, modelo matemático.*