

REVISIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA SOBRE LOS ESTUDIOS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ONLINE EN EL ÁREA DE TURISMO

Márcio Marreiro das Chagas
Instituto Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia de Alagoas - Maragogi/AL, Brasil
Marcus Vinícius Medeiros de Araújo
Fernando Antônio de Melo Pereira
Manoel Veras de Sousa Neto
Universidade Federal de Rio Grande do Norte
Natal - Brasil

Este estudio busca realizar una amplia y sistemática revisión bibliográfica sobre los estudios del comportamiento del consumidor online en el área de turismo, con el fin de presentar un marco teórico actualizado y las tendencias de los estudios en dicha área. El objetivo específico fue presentar las principales teorías empleadas como base empírica de los trabajos, sus modelos teóricos, resultados y contribuciones teóricas. Se realizó una investigación bibliográfica entre las principales revistas internacionales entre 2004 y 2011. Entre los principales resultados se observó el uso de diversos abordajes teóricos como la Teoría de la Difusión de Innovación, la Teoría de la Acción Racional, la Teoría del Comportamiento Planeado, el Modelo de Aceptación de Tecnología, la Teoría de la Confirmación de Expectativas, la Teoría Unificada de Aceptación y Uso de la Tecnología (UTAUT), la Flow Theory y el Estímulo-Organismo-Respuesta (SOR). Además, se observó cierta concentración en lo que respecta a investigaciones sobre las intenciones y adopción de compras, mientras que no se observó demasiada atención sobre la fidelidad o continuación.

PALABRAS CLAVE: comportamiento del consumidor online, Internet, teorías del comportamiento, revisión bibliográfica.