

ATRIBUTOS DE LA CALIDAD DE SERVICIOS EN ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Un estudio netnográfico en el uso del protocolo TOURQUAL

*Tiago Savi Mondo
Instituto Federal de Santa Catarina
Florianópolis-SC, Brasil
Gabriela Gonçalves Silveira Fiates
Universidade Federal de Santa Catarina
Florianópolis-SC, Brasil*

La calidad de servicios ha resultado relevante en el contexto económico como elemento de diferenciación determinando la supervivencia y el nivel de competitividad de muchos negocios. En este sentido, la definición de atributos de calidad que pueden ser medidos, evaluados y mejorados se convirtió en el lema de algunos trabajos teóricos y empíricos. Esta investigación busca identificar los atributos de calidad que más aparecen en los comentarios de los turistas brasileños proporcionando a los gestores de atractivos turísticos una nueva perspectiva de análisis y gestión. Este estudio es exploratorio, descriptivo, cuantitativo y se caracteriza por ser un trabajo de campo netnográfico. Se utilizó el protocolo TOURQUAL para la clasificación y análisis de los datos. La muestra estuvo compuesta por 57.409 comentarios en portugués y 10.892 en inglés sobre ocho destinos turísticos brasileños. El análisis fue realizado por medio del software TLAB y de la estadística descriptiva. Los principales resultados indican que los atributos que más aparecen en los comentarios de los turistas se relacionan con la localización/acceso, estética e infraestructura. Se destacan los atributos seguridad, costo/beneficio, condiciones climáticas, servicio de atención y entretenimiento. La investigación permite a los gestores turísticos ver qué atributos pueden ser objeto de análisis y desarrollar acciones para mejorarlos.

PALABRAS CLAVE: *calidad de servicios, atractivos turísticos, atributos de calidad, TOURQUAL.*