

DIMENSIONES SENSORIALES DE LA EXPERIENCIA DE CONSUMO EN BODEGAS PORTUGUESAS

*Emily Cabral da Silva Santos
Universidade Federal de Pernambuco
Recife, Brasil
Viviane da Silva Souza
Universidade de Aveiro - Portugal*

Este artículo presenta los resultados de una investigación exploratoria realizada en Portugal, que tenía como objetivo identificar las principales dimensiones sensoriales de la experiencia del consumidor en las bodegas. Para realizar el procedimiento de recogida de datos se utilizó la entrevista semiestructurada y para el procedimiento de análisis de datos se recurrió a la ayuda de un software WebQDA - Web Análisis de Datos Cualitativos. Los resultados mostraron que, además de las dimensiones sensoriales (sonidos, imágenes, sabores, aromas, táctiles), hay nuevas dimensiones que pueden complementar los factores sensoriales en el momento de las experiencias de consumo, tales como conocimientos y sentimientos.

PALABRAS CLAVE: *Experiencia, consumo, bodegas, comercialización, Portugal.*