

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE VIAJES TURÍSTICOS
Un estudio en el Noroeste de Rio Grande do Sul (Brasil)

Jéssica Possebon
Cleber Cervi
Daniel Knebel Baggio
Universidade Regional del Noroeste del
Estado de Rio Grande do Sul, Ijuí - Brasil

El presente estudio tuvo como objetivo identificar los factores que influyen en el proceso de decisión de compra de viajes turísticos en el noroeste del Estado de Rio Grande do Sul, Brasil. La investigación fue dividida en dos etapas. La primera, cualitativa y de carácter exploratorio, en la cual se realizaron entrevistas en profundidad para recolectar los datos y se buscó identificar las principales evidencias sobre cómo ocurre la compra de viajes turísticos. Estos resultados sirvieron de base para construir el cuestionario estructurado utilizado en la fase posterior, la descriptiva. En esta etapa se aplicó un cuestionario a una muestra de 145 personas. Se observó que los principales factores que motivan a los consumidores a viajar son conocer nuevos lugares, el deseo de ocio y el interés por conocer nuevas culturas. Internet es el medio más utilizado por los turistas para buscar información y la compra generalmente se hace en agencias de turismo. Además, los viajes cortos son planeados con poca antelación y los viajes largos con mayor antelación. La familia es el grupo de referencia que más afecta en las decisiones sobre viajes turísticos.

PALABRAS CLAVE: *Viajes turísticos, consumo, proceso de decisión de compra.*