

MODELOS DE CONFORMACIÓN DE LA IMAGEN DE DESTINOS TURÍSTICOS Y EMPRESAS DE ALOJAMIENTO HACIA UNA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA CANARIA

Autora Patricia Picazo Peral

Director Sergio Moreno Gil

Codirector Jorge E. Araña Padilla

Resumen



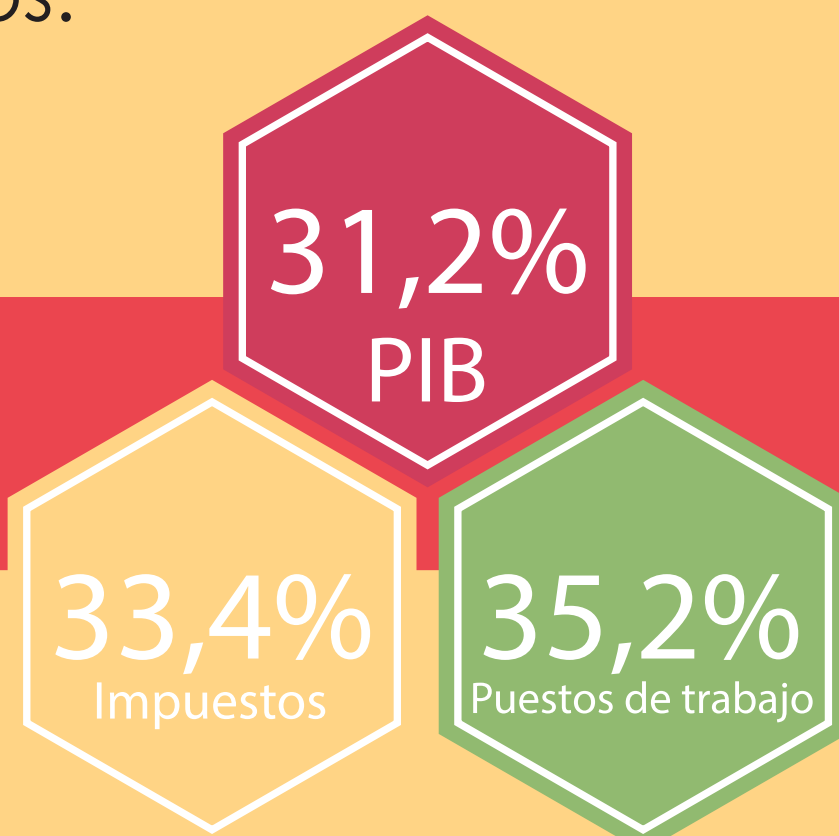
1 El presente estudio trata de llenar el vacío existente en la literatura proporcionando una categorización universal y representativa de la imagen proyectada de los destinos y establecimientos turísticos.

2 La investigación abordará la estructura de precios de los paquetes turísticos de los principales destinos europeos con el objetivo de determinar las variables significativas para su medición, permitiendo conocer con rigurosidad en qué medida el gasto promocional es eficaz.

A su vez...



CANARIAS



12.991.012 Turistas anuales (2014 ISTAC)

Objetivos

Desarrollar y validar un **instrumento de medición** permanente innovador y dinámico **de la imagen proyectada** de destinos turísticos y empresas de alojamiento, el cual permitirá evaluar la competitividad turística canaria con respecto a sus principales competidores.

Conocer con rigurosidad en qué medida el gasto promocional de los destinos y su oferta alojativa es óptimo.

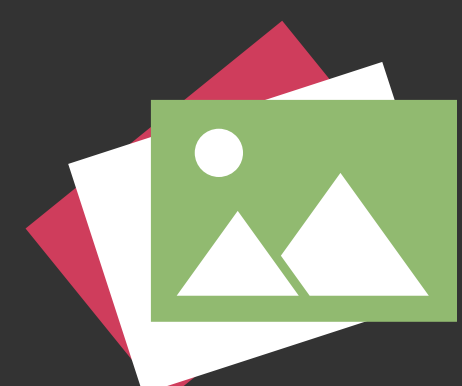
Identificar a través del enfoque de precios hedónicos **los factores determinantes del precio** de los paquetes turísticos.

Metodología

Enfoque mixto que permita capturar la compleja estructura de la imagen de los destinos y empresas de alojamiento.

Análisis de contenidos
Cuantitativo (contenido textual) IMG
Cualitativo (contenido visual) IMG

Precios Hedónicos que permitirán estimar el efecto de los diferentes atributos del paquete en el precio:
 $P_i = P(q_{i1}, q_{i2}, q_{i3}, \dots, q_{iK}, \dots, q_{im})$



20.000 Imágenes



6.000 Establecimientos turísticos



13.264 Páginas analizadas

5 Países 15 Destinos 160 Microdestinos



6.000 Paquetes turísticos

Principales grupos turísticos europeos



UTILIDAD

Proveer una herramienta de gestión clave para la promoción de los destinos y establecimientos turísticos que ofrezca información básica y actualizada para afrontar el desarrollo de nuevas estrategias de promoción y precio.

PERMITIRÁ **CONOCER CON CERTEZA**
DÓNDE, CUÁNDO Y POR QUÉ INVERTIR
CON EL FIN DE MEJORAR SU IMAGEN EN EL MERCADO

