

Título: ANALISIS DE LAS PREFERENCIAS DEL TURISTA MEDIANTE ANALISIS CONJUNTO: EL CASO DE TENERIFE.

Nombre: RAMOS DOMINGUEZ, ÁNGEL

Universidad: Universidad de La Laguna

Departamento: Economía de las instituciones, estadística económica y econometría

Fecha de lectura: 01/01/1999

Programa de doctorado: TECNICAS CUANTITATIVAS EN ANALISIS ECONOMICO

Dirección:

> **Director:** VICTORIA ISABEL JIMENEZ GONZALEZ

Tribunal:

> **presidente:** BEATRIZ GONZÁLEZ LÓPEZ-VALCÁRCEL

> **secretario:** GINES GUIRADO PEREZ

> **vocal:** CATALINA JUANEDA SAMPOL

> **vocal:** OREJA RODRIGUEZ J. RAMON

> **vocal:** JOSÉ ANTONIO ÁLVAREZ GONZÁLEZ

Descriptores:

> CIENCIAS ECONOMICAS

> SECTOR DE HOSTELERIA Y TURISMO

> ECONOMIA SECTORIAL

El fichero de tesis ya ha sido incorporado al sistema

> <http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=777>

Resumen: La toma de decisiones empresariales en la última década va dirigida al consumidor, para satisfacer sus deseos y necesidades. La importancia de la definición de un nuevo producto o la mejora del existente, es uno de los aspectos considerados por la mayoría de los autores como factor clave en cualquier estrategia de competitividad. Por eso, el desarrollo de las investigaciones y trabajos en marketing turístico resulta imprescindible en los campos de comportamiento del consumidor, segmentación de mercados y diseño de productos.

Por otro lado, la modelización de las preferencias del consumidor tiene un interés creciente en las últimas

décadas, de manera que los productos y servicios entre los que tiene que llevar a cabo una elección son de carácter multiatributo. Sin embargo, la modelización de las preferencias del consumidor-turista se han limitado de forma general, y muy especialmente al diseño de productos turístico no regionales, productos empresa, y no al diseño de productos turísticos regionales.

Esta tesis supone la modelización de las preferencias de los turistas que visitan la isla de Tenerife con objeto de diseñar el perfil preferido del producto turístico de Tenerife, así como segmentar el mercado turístico de Tenerife en función de dichas preferencias, con objeto de verificar la bondad de la técnica del Análisis Conjunto.