

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA OFERTA TURÍSTICA PORTUGUESA

El análisis de importancia-valoración (IPA)

*Sérgio Dominique Ferreira Lopes
José Agostinho Veloso da Silva
Instituto Politécnico do Cávado e do Ave
Barcelós – Portugal*

El análisis de importancia-valoración resulta una apropiada aproximación para medir la satisfacción de los consumidores, identificando de forma simple y funcional los puntos fuertes y las áreas a mejorar en determinado servicio (Martilla & James, 1977). A partir de las importancias que los consumidores otorgan a los atributos más relevantes de un servicio y de su valoración, es posible obtener un gráfico que permite realizar una evaluación intuitiva de su funcionamiento y hacer recomendaciones para su gestión. En este sentido, el presente trabajo pretende ilustrar el enorme potencial que el IPA posee y, al mismo tiempo, permite identificar algunos de los puntos débiles y fuertes de la oferta turística portuguesa. Los resultados obtenidos revelan que el tipo de destino, el clima agradable y los precios son los atributos más valorados por los turistas españoles.

PALABRAS CLAVE: turismo, gestión turística, marketing estratégico, análisis de importancia-valoración (IPA).