



GRADO DE ACEPTACIÓN DEL AGROTURISMO DE LAS FAMILIAS TALQUINAS PERTENECIENTES A LOS G.S.E. ABC1 Y C2C3

**IRMA ROMO RAMÍREZ
REINALDO DÍAZ ARRUE**

INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

RESUMEN

Esta investigación, determina características cuantitativas y cualitativas de los potenciales demandantes de Agroturismo en la ciudad de Talca. En primer lugar se analizan conceptos claves, se definen terminologías como Agroturismo y Turismo de retorno, se analizan variables del marketing que orientan al fundamento y desarrollo de la investigación, se analiza la demanda y la oferta, así como la plantación de productos nuevos. Luego se da paso a la metodología aplicada, donde el diseño del estudio comienza con una investigación cualitativa para luego aplicar la encuesta, analizar los datos y obtener las conclusiones del estudio, considerando un margen de error del 5,648%, un nivel de confianza del 95% y un tamaño muestral final de 180 cuestionarios, divididos en 30 ABC 1 y 150 C2C3.

Dentro de los principales resultados se destaca el bajo conocimiento sobre el Agroturismo (39,4%), pero se percibe un escenario optimista confirmado por un alto grado de aceptación (81,7%) y participación en el prototipo Agroturístico propuesto (88,9%). Existe también una relativamente alta propensión a pagar (en promedio) por Agroturismo, en los jóvenes (\$6.001 a \$12.000), adultos (\$6.001 a \$12.000), tercera edad (\$500 a \$6.000) y niños (\$500 a \$6.000), lo que hace altamente competitivo a este tipo de turismo frente a otras alternativas.

También es importante destacar, que aún se deben hacer muchos esfuerzos para introducir y mejorar el servicio y ofrecer lugares óptimos para el visitante; más cómodos, acogedores y con sólida infraestructura vial, que le permitan a Chile aprovechar su

naturaleza ventajosa como factor de posicionamiento a nivel internacional, de lo cual puede generar importantes beneficios para diversos sectores de la economía y, en especial, para el sector rural.

El estudio aporta, entre otros, al conocimiento de las actitudes, motivaciones, intenciones y propensión a pagar por el prototipo agroturístico.

Palabras Claves del Estudio: Agroturismo, Perfil del Turista, Propensión a Pagar, Percepciones, Intenciones, Ciclo de Vida, Atributos y Beneficios Buscados, Actitudes y Motivaciones.