



**PROSPECCIÓN DE LA CONDUCTA VACACIONAL DEL PROFESIONAL
ALEMÁN, CON ESPECIAL ÉNFASIS HACIA EL TURISMO RURAL EN LA
SÉPTIMA REGIÓN DEL MAULE.
CASO: DOCENTES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD
GEORG-AUGUDT DE GOTTINGEN, ALEMANIA**

**FABIOLA ADA KARINA ARRAIGADA CATALÁN
CARMEN ELENA SOTO MONSALVE**

INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

RESUMEN

La llegada de turistas extranjeros específicamente del continente europeo a la Región del Maule se ha incrementado a través de los años, constituyendo un mercado atractivo pero aun desconocido en cuanto a la conducta del turista, atributos buscados, entre otros aspectos; estudios realizados por SERNATUR han concluido que el turista alemán presenta un nivel de gasto atractivo para el sector turístico y que ha aumentado la demanda de turismo rural esta en desarrollo, por esta razón se necesita crear una oferta atractiva dirigida al mercado en estudio. En este contexto el capítulo I del estudio presenta los lineamientos que justifican y originan el estudio, el capítulo II presentan el marco referencial y conceptual que permite entender el desarrollo de la actividad turística, así Como los antecedentes del mercado en estudio, luego se presentan los objetivos planteados para el estudio lo que permite entregar una visión preliminar que facilita la comprensión de este.

Esta prospección se enfoca al segmento de profesionales alemanes, para esto se trabajo con el caso de los profesionales de la universidad George August de Gottingen, Alemania. La metodología se compone de una etapa cualitativa llevada a cabo a través de entrevistas personales a alemanes residentes en Chile, en las cuales se consulto acerca del comportamiento vacacional, las

entrevistas con empresarios turísticos de la región permitió determinar la calidad del servicio e infraestructura existente y la creación de un prototipo de producto para ser presentado con el instrumento de medición aplicado.

Con la investigación cualitativa se estructuró un cuestionario que posteriormente fue traducido, piloteado y validado, este se aplicó en los campus de la universidad alemana durante marzo y abril (2002). El análisis de la información recolectada fue analizada en el capítulo V, en el estudio se concluye que existe un alto interés por practicar turismo rural por parte del segmento profesional, y que existe una actitud positiva hacia el producto turístico del Maule, esto contrastado con la conducta actual del turista *hace* que este mercado sea atractivo de alcanzar, en términos económicos sería un aporte al ingreso regional dado la alta propensión a pagar que expresan, se propone promover un producto bien diseñado a través de Internet y catálogos de viajes distribuidos en agencias de viajes alemanas.

Palabras claves del estudio: Turismo, Turismo Rural, Mercado alemán, Motivación, Percepción, Propensión de pago, Conducta, Intención, Atributos , Canal de compra, Medios de Información, Mezcla de Medios.