

Índice

	Pág.
Dedicatoria.	i
Prólogo.	ii
Índice de cuadros.	lii
Índice de gráficos.	lv
Índice de anexos.	v
Agradecimientos.	viii
Resumen.	ix
Introducción y objetivos.	x
1. Fundamentación del estudio.	1
1.1 Antecedentes del turismo rural.	1
1.1.1 El caso europeo.	1
1.1.2 El caso de la República Argentina y Las Américas.	2
1.2 Marco teórico.	2
2. Metodología.	7
3. Análisis de la oferta de turismo rural de la región.	10
3.1 Orígenes de los establecimientos turísticos rurales.	10
3.2 Forma de prestación de los servicios.	10
3.3 Actividades ofrecidas por las estancias.	11
3.4 El asociativismo en el turismo rural.	12
3.5 Apoyos institucionales para las estancias de la región.	13
3.6 La inversión en el turismo rural.	14
4. Análisis del perfil de la demanda turística rural de la región.	16
4.1 Tendencias más que favorables.	16
4.2 Procedencia de los turistas.	17
4.3 Edad.	18
4.4 Ocupación.	19
4.5 Constitución de la demanda.	20
4.6 Duración de la estadía.	21
4.7 Medios de transporte utilizados.	23
4.8 Formas en que la demanda conoce el producto.	23
4.9 Atracciones más requeridas por los turistas.	24
4.10 Perfil psicológico de la demanda. Análisis AIO-INSECOPA.	25
5. Factores determinantes para la satisfacción del turista.	29
5.1 Accesibilidad.	29
5.2 Formas de pago aceptadas por las estancias.	30
5.3 Relación expectativas – experiencia de los turistas.	31
5.4 La calidad del servicio prestado.	32
6. La comercialización en las estancias de la región.	34
6.1 Producto.	34
6.2 Precio.	35
6.3 Comunicación.	36
6.4 Distribución.	39

7. Análisis del ambiente de mercado de los establecimientos turísticos rurales.	41
7.1 Proveedores.	41
7.2 Intermediarios.	42
7.3 Competidores directos – Bienes Sustitutos.	42
7.4 Competidores potenciales.	43
7.5 Análisis FODA.	43
7.5.1 Fortalezas.	43
7.5.2 Oportunidades.	44
7.5.3 Debilidades.	44
7.5.4 Amenazas.	44
8. Propuestas para el futuro.	46
8.1 Realización periódica de estudios de mercado.	46
8.2 Diseño de Sitios Web con completa información.	46
8.3 Capacitación del personal en contacto con los turistas.	47
8.4 Implantación de un sistema de calidad.	47
8.5 Señalización.	47
8.6 Información estadística.	47
8.7 Trabajo conjunto.	48
8.8 Ley de turismo rural.	48
9. Conclusiones.	50
Anexos.	51
Bibliografía.	103