

RESUMEN EJECUTIVO

El proceso de transformación de la agricultura, asociado a la crisis e incertidumbre por la que atraviesa el rubro, genera la necesidad de buscar, evaluar y desarrollar nuevas opciones productivas para el sector rural, más allá de la producción y venta de productos tradicionales. El agroturismo constituye un interesante agronegocio.

En estos lineamientos, el estudio propone el desarrollo de una metodología para prospectar un diseño de producto. Apoyándose en técnicas de marketing se plantea la concepción de un diseño prototipo, éste asociado a ofertas en operación activa. En la práctica, el fundamento consiste en la evaluación de unidades empresariales agroturísticas de control para prospectar el diseño comercial del producto a una micro escala.

Para este procedimiento, a modo de introducción el capítulo 1 presenta una breve revisión de los argumentos y cometidos que encausan la investigación. En los capítulos 2, 3 y 4 se plantean el marco teórico, los objetivos y el referente metodológico. El marco teórico fundamenta un procedimiento para el diseño de prototipos, y la metodología se estructura en base al método científico. La aplicación práctica y los resultados figuran en los capítulos 5 al 8. El capítulo 5 determina el diseño de prototipos de producto. En los capítulos 6 y 7 se resumen algunas características del consumo, siendo éstas integradas para un diseño de producto en el capítulo 8. Finalmente en el capítulo 9 se presenta la conclusión de la experiencia de estudio.

Marginalmente como evidencia para el producto, y en específico para las unidades empresariales agroturísticas caso de estudio, se indica la existencia de un conjunto de elementos y/o condiciones distintivas para consolidar y satisfacer un atractivo de calidad, particularmente respondiendo a necesidades y deseos específicos de ciertos grupos de consumidores.