

INCORPORACIÓN DE ATRACTIVOS CULTURALES EN EL TURISMO NACIONAL: DETECCIÓN Y ANÁLISIS DE BRECHAS DE DISEÑO, COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL COMO ATRACTIVO TURÍSTICO.

Miguel García

mgarcia.turismo@gmail.com

A pesar que Chile cuenta con una gran cantidad de atractivos culturales, la imagen transmitida en el exterior se construye principalmente alrededor de sus paisajes, destacando la variedad y singularidad como eje central del desarrollo de la actividad turística, lo cual ha provocado un desconocimiento a nivel nacional e internacional del patrimonio cultural del país. En este marco, la oferta turística por parte de agencias de viaje y operadores turísticos nacionales, destaca en sus programas lugares de belleza natural, enfatizando lagos, ríos, glaciares, cordillera, mar y desierto, siendo un complemento la visita a sitios patrimoniales, no la motivación principal del viaje.

Esto se reafirma con el “*Estudio de Tipificación de la Demanda Turística Potencial de Chile*” realizado en el año 2010 por el Servicio Nacional de Turismo, donde se señala que el país no constituye un atractivo cultural para viajeros extranjeros, debido a que lo perciben sin un atractivo cultural, carente de una identidad clara y definida hacia el exterior, como si es el caso de Perú o México. Durante el año 2009, 1.200.000 turistas, viajaron a Chile por vacaciones y ocio, siendo la principal motivación los atractivos naturales con un 69.3%, dejando en tercer lugar la motivación cultural, la cual representa el 22.9% del total de turistas que visitaron el país.

Fomentar la incorporación del patrimonio cultural en la oferta turística nacional, aparece como una alternativa para que éste sea difundido y valorado, potenciando el interés por conocer sobre las costumbres, la arquitectura y las características de pueblos ancestrales.

Desde una visión positiva de la oportunidad, la presente ***investigación aplicada*** se orienta en abordar el estudio de la incorporación del patrimonio cultural en la actividad turística y la detección de brechas de diseño, comercialización y difusión del patrimonio cultural como atractivo turístico, ya que al existir un mayor reconocimiento por parte de las personas, hay un mayor grado de compromiso de la actividad turística.

La metodología se enfocará en el levantamiento de información y actividades participativas con agencias de viaje y operadores turísticos socios de la Asociación Chilena de Empresas de Turismo (ACHET), favoreciendo formas de asociatividad para empoderar su implementación futura. La investigación aplicada se ejecutará en 10 meses, dividida 2 etapas. El principal resultado de ésta, será un documento de recomendaciones de diseño, comercialización y difusión del patrimonio cultural para su incorporación como atractivo turístico.

La difusión de resultados se realizará en la Red Iberoamericana del Patrimonio Turístico, en el Congreso de la Sociedad de Investigadores en Turismo de Chile. Adicionalmente en el marco de la investigación, se ejecutará un taller de exposición de resultados dirigido a operadores turísticos, agencias de viaje y profesionales del patrimonio