

Turismo Cultural en Chile

Cultural Tourism in Chile

*Catalina Herrera Cornejo*¹, *Nataly Muñoz Hurtado*²

RESÚMEN: En el siguiente trabajo el tema central es el turismo cultural en Chile, pues este es un tipo de turismo de gran atractivo para aquel tipo de turista que busca otra forma de conocer otras culturas ya que muestra la identidad diferente de un territorio. Los principales objetivos son: dar a conocer la importancia de la combinación de turismo y cultura y sus efectos positivos y negativos; presentar el perfil del turista cultural; resaltar los principales atractivos culturales para el turismo de cada zona de Chile y en último lugar hacer mención a aquellas normas e instituciones nacionales e internacionales encargadas de proteger el patrimonio cultural y preservar la naturaleza. Para esto la metodología a utilizar será a través de revisiones bibliográficas e información secundaria proveniente sitios web. En síntesis, la finalidad de la labor realizada en este documento es analizar cada objetivo presentado para entender de mejor manera los efectos que tiene el turismo cultural en Chile.

Palabras claves: identidad, patrimonio

ABSTRACT: In this paper the focus is cultural tourism in Chile, for this type of tourism is a highly attractive to the kind of tourists looking for another way to meet other cultures and showing the different identity of a territory. The main objectives are: to publicize the importance of combining tourism and culture and its positive and negative, presenting the cultural tourist profile, highlight the main cultural attractions for tourism in each area of Chile and last mention those standards and national and international institutions responsible for protecting cultural heritage and preserve nature. For this methodology to use will be through literature reviews and secondary information from websites. In summary, the purpose of the work of this paper is to analyze each target presented to better understand the effects that cultural tourism in Chile.

Keywords: identity, heritage

(Recibido: 20 de Marzo 2011. Aceptado; 11 de Octubre de 2011)

¹ Ingeniería Comercial, Universidad de Talca, naty_12@hotmail.com

² Ingeniería Comercial, Universidad de Talca kata_120@yahoo.es