

Resumen Ejecutivo.

Esta memoria presenta una exploración del mercado actual y potencial del turismo histórico- cultural en la ciudad de Talca, lo que ayuda a los empresarios turísticos de dicha ciudad a preparar sus ofertas y adecuarse a los requerimientos principales de los posibles visitantes a objeto de atraer turistas a Talca por un período corto, ya que este tipo de turismo no presenta estacionalidad y se encuentra en auge a nivel mundial.

El trabajo en terreno consistió en la aplicación de una encuesta diferenciada en las ciudades de Santiago y Talca, a personas mayores de 18 años, previo piloteo del instrumento en ambas ciudades. La muestra constó de 149 personas, las que se distribuyeron proporcionalmente entre los museos Histórico Nacional, Precolombino, Bellas Artes, de Santiago, Arte Contemporáneo, O'Higiniano y Museo de la Villa Cultural de HUILQUILEMU.

Como resultado de la investigación se pudo detectar que en la ciudad de Santiago hay una mayor cantidad de visitantes a los museos que provienen de distintas zonas del país y una mayor cantidad de personas que realiza turismo histórico- cultural. De los entrevistados en ciudad de Santiago un 14.5% proviene de la zona norte del país, 76.1% de la zona central y un 9.4% de la zona sur del país. De los pertenecientes a la zona central, un 46.7% no vive en Santiago. Los visitantes a Talca en un 64% procedían de la zona sur y el resto de la zona norte. La mayoría de los entrevistados prefieren en sus tiempos libres pasear por su propia ciudad (53,02%) y posteriormente salir a otras ciudades (22.82%). Pero al momento de escoger visitar una ciudad, ellos prefieren que el lugar de destino cuente con lugares de esparcimiento al aire libre, que posea una identidad cultural propia, que se desarrolle el arte libremente y las actividades sean accesibles a toda la población.

Un 85,5% de los encuestados en Santiago (118 personas) manifestó interés por visitar la ciudad de Talca, lo que se traduce en un mercado potencial para los atractivos turísticos que aquí existen.

PALABRAS CLAVES:

Turismo, turista actual, turista potencial, turismo histórico- cultural, atractivos turísticos.