

LINEAMIENTOS DE TURISMO CULTURAL





LINEAMIENTOS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN CHILE

1ª edición, marzo 2026

Subsecretaría de Turismo ©

Se autoriza la reproducción parcial de los contenidos de la presente publicación, para los efectos de su utilización a título de cita o con fines de capacitación, transferencia e investigación, siempre citando la fuente correspondiente, título y autor.

Subsecretaría de Turismo

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

Av. Condell #679, Providencia - Santiago

Diseño y diagramación: Subsecretaría de Turismo. Fotografías: Banco de imágenes Servicio Nacional de Turismo



CONTENIDOS



CONSIDERACIONES PRELIMINARES	04
REFERENCIAS	05
DEFINICIONES DE TURISMO CULTURAL	06
CONTEXTO DEL TURISMO CULTURAL EN CHILE	10
ECOSISTEMA DEL TURISMO CULTURAL	12
LINEAMIENTOS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL	13
RECOMENDACIONES	17
BIBLIOGRAFÍA	20

CONSIDERACIONES PRELIMINARES

De acuerdo con la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035 el turismo es una actividad estratégica para el desarrollo del país y se ha transformado en una prioridad por el gran aporte que significa para nuestra economía. Al tratarse de un sector transversal, le corresponde realizar coordinación con muchos actores, a diferentes niveles, considerando distintos ámbitos y escalas de intervención, con el fin de generar condiciones para el desarrollo de la actividad turística.

Esta característica contribuye a la generación de sinergias intersectoriales y acciona otras carteras de interés sectorial con efectos multiplicadores, los que pueden ser evidenciados en materias tales como: infraestructura e inversión pública y privada, transporte y telecomunicaciones, conectividad aérea, terrestre y marítima, evaluación ambiental, seguridad turística, agricultura, pesca, obras públicas, salud mental, deporte, educación, patrimonio cultural y natural y la industria cultural y creativa.

Por ejemplo, en cuanto a turismo receptivo, los turistas extranjeros que visitaron Chile y realizaron actividades de turismo cultural generaron US\$ 1.320 millones en divisas. Este segmento registra una estancia media de 16 noches, muy por encima del promedio general del país, lo que refuerza su relevancia para la industria. En cuanto a la participación cultural de los residentes chilenos -y según la Encuesta de Participación Cultural 2017 del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio- una proporción significativa de la población realiza actividades culturales fuera de su comuna de residencia. Este comportamiento -que abarca asistir a obras de teatro, danza, ópera, conciertos de música clásica y popular, salas de cine, exposiciones de artes visuales, ferias de artesanía, museos, centros culturales, bibliotecas, espacios de patrimonio natural y cultural, así como fiestas religiosas y ceremonias de pueblos originarios- puede interpretarse como un proxy de movilidad turística con motivación cultural. En síntesis, los datos revelan que un amplio segmento de chilenos se desplaza más allá de su entorno habitual para consumir oferta cultural, lo que subraya el potencial del turismo cultural interno como motor de viajes y gasto dentro del país.



Esta relación turismo y cultura se ve reflejada de manera concreta en el desarrollo de Modelos de Gestión para la adecuada administración de bienes inmuebles patrimoniales que poseen valor cultural y también turístico. Tomando en cuenta la "Guía Metodológica para la Elaboración de Modelos de Gestión para el Patrimonio Cultural" el turismo forma parte de las definiciones de la "Valoración Cultural", el "Interés Social", la "Valoración Cultural" y agregando la definición de Zonas de Interés Turístico la "Normativa" (Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo, 2018).

En este contexto, la Organización Mundial del Turismo llama a la creación de alianzas y colaboraciones entre turismo y la cultura, para reinventarse juntos, diversificar la oferta, llegar a otros públicos, desarrollar nuevas capacidades y apoyar la transición global a las nuevas condiciones. Citando el documento Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial se resalta que "el turismo constituye una cuestión clave en la gestión de los sitios tanto culturales como naturales del Patrimonio (...), una industria (...) que encierra (...) un enorme potencial de apoyo a los esfuerzos de protección (...). Si se emprenden acciones (...) hacia un turismo sostenible, es posible lograr que el turismo genere beneficios netos para los sitios (patrimoniales)." (Pedersen, 2005) Lo anteriormente citado, representa un desafío para las autoridades, instituciones (públicas y privadas) y los ecosistemas asociados al turismo y la cultura a nivel nacional y que se espera este documento pueda servir de orientación y apoyo.

De esta manera, el documento "Lineamientos para el desarrollo del Turismo Cultural en Chile" que se presenta a continuación, está orientado a técnicos y profesionales que elaboran políticas de turismo cultural y que se vinculan con instituciones, colectivos y empresas que desarrollan proyectos e iniciativas de turismo cultural, especialmente turismo creativo, turismo gastronómico, turismo indígena, turismo rural y turismo urbano. Su finalidad es entregar directrices que permiten evaluar la manera en cómo se desarrolla el turismo cultural y cómo a través de este análisis se puede generar un plan de acción que coloque al patrimonio cultural y a las comunidades locales en el centro de la gestión turística.





REFERENCIAS

A continuación, se listan los principales documentos (convenciones, recomendaciones, declaraciones, cartas, leyes y reglamentos) que tienen injerencia directa con el turismo cultural, en su ámbito internacional y nacional.

Cuadro N°1 Listado documentos (convenciones, recomendaciones, declaraciones, cartas, leyes y reglamentos) que tienen injerencia directa con el turismo cultural, en su ámbito internacional y nacional

Ámbito	Documento
Marco internacional relacionado con cultura	<p>Normas de Quito - sobre Conservación y Utilización de Monumentos y Lugares de Interés Histórico y Artístico. (1967)</p> <p>Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. (1972)</p> <p>Documento de Nara sobre la Autenticidad. (1994)</p> <p>Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Unesco. (2003)</p> <p>Convención de la Unesco sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. (2005)</p>
Marco internacional relacionado con turismo cultural	<p>Carta Internacional sobre Turismo Cultural. (1999)</p> <p>Carta de Burra para la conservación de lugares de valor cultural. (1979)</p> <p>Carta de Turismo y Código del Turista. (1985)</p> <p>Código Ético Mundial para el Turismo. (1999)</p> <p>Convención Marco sobre Ética del Turismo. (2020)</p> <p>Objetivos de Desarrollo Sostenible. (2015)</p> <p>Declaración de Siem Reap sobre Turismo y Cultura: Construyendo un nuevo modelo de colaboración. (2015)</p> <p>Declaración de Mascate sobre Turismo y Cultura: Fomentar el Desarrollo Sostenible. (2017)</p> <p>Declaración de Estambul sobre Turismo y Cultura. (2018)</p> <p>Declaración de Kioto sobre Turismo y Cultura: Invertir en las generaciones futuras. (2019)</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de información de la consultoría Elaboración de un Plan Nacional de Turismo Cultural realizado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2010) y Plan Nacional de Turismo Cultural de Colombia (2021)

Cuadro N°1 Listado documentos (convenciones, recomendaciones, declaraciones, cartas, leyes y reglamentos) que tienen injerencia directa con el turismo cultural, en su ámbito internacional y nacional (continuación)

Ámbito	Documento
Marco nacional vinculado a cultura	<p>Ley N° 17.288 de Monumentos Nacionales. (1970) Última Versión - de 17-JUN-2024</p> <p>Decreto N° 259 promulga la Convención sobre la protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural, suscrita en la UNESCO, Paris, el 16 de noviembre de 1972 (1980)</p> <p>Decreto N° 311 del Patrimonio Subacuático. (1999)</p> <p>Reglamento N° 484 de prospecciones y excavaciones arqueológicas, Antropológicas y Paleontológicas. (1991)</p> <p>Ley N° 20.675 de Donaciones con Fines Culturales. (2014)</p> <p>Ley N° 20.033 Exención del Impuesto Territorial para Monumentos Históricos sin fines comerciales. (2005)</p> <p>Ley N° 19.253 normas sobre protección, fomento y desarrollo de los indígenas y crea la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena. (1993)</p> <p>Decreto N° 233 Reglamento sobre Zonas Típicas o Pintorescas. (2017)</p> <p>Se recomienda considerar otros documentos tales como Constitución de la República de Chile., Ley Gobiernos regionales, Ley General de Urbanismo y Construcción y su Ordenanza General, Ley del Sistema de Áreas Silvestres Protegidas, Ley de Bases Generales del Medio Ambiente., Reglamento del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental y Ley 16. 441 o Ley Pascua.</p>
Marco nacional vinculado a turismo	<p>Ley N° 20.423 del Sistema institucional para el desarrollo del turismo. (2010) Última Versión - 06-SEP-2023</p> <p>Decreto N° 30 Reglamento que fija el procedimiento para la declaración de Zonas de Interés Turístico. (2016)</p> <p>Decreto N° 19 Reglamento para aplicación del sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos. (2019)</p> <p>Decreto N° 200 Reglamento del Consejo Consultivo de Promoción Turística. (2011)</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de información de la consultoría Elaboración de un Plan Nacional de Turismo Cultural realizado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2010) y Plan Nacional de Turismo Cultural de Colombia (2021)



DEFINICIONES DE TURISMO CULTURAL

Existen diversas definiciones sobre turismo cultural, siendo las más reconocidas aquellas que surgen bajo el alero del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (Icomos) y Onu Turismo, las que se detallan a continuación:

-Icomos (1997). Actividad que permite a las personas experimentar las diferentes formas de vida de otras personas, adquiriendo así un conocimiento de primera mano de sus costumbres, tradiciones, el entorno físico, las ideas intelectuales y aquellos lugares de interés arquitectónico, histórico, significado arqueológico o de otro tipo cultural que se conservan de épocas anteriores.

-Onu Turismo (2018) El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/ productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico. Estos atractivos/productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones.

En el año 2019, el documento Sustainable Cultural Tourism. Report of the OMC (Open Method of Coordination) Working Group of Member States Expert de la Unión Europea, propone la siguiente definición: (European Union, 2019)

...” el turismo cultural sostenible es la gestión integrada del patrimonio cultural y las actividades turísticas en conjunto con la comunidad local, generando beneficios sociales, ambientales y económicos para todas las partes interesadas a fin de lograr la conservación del patrimonio cultural tangible e intangible y el desarrollo del turismo sostenible. El turismo cultural sostenible combina dos elementos: “cultura sostenible” y “turismo sostenible” y tiene como objetivo llevar una mayor colaboración entre los dos sectores de la cultura y el turismo para lograr beneficios para ambos”

Dada la oferta del patrimonio cultural y los mercados turísticos actuales y potenciales en Chile, se distinguen seis sub-tipologías de turismo cultural, que se presentan a continuación:

Dada la oferta del patrimonio cultural y los mercados turísticos actuales y potenciales en Chile, se distinguen seis sub-tipologías de turismo cultural, que se presentan a continuación:

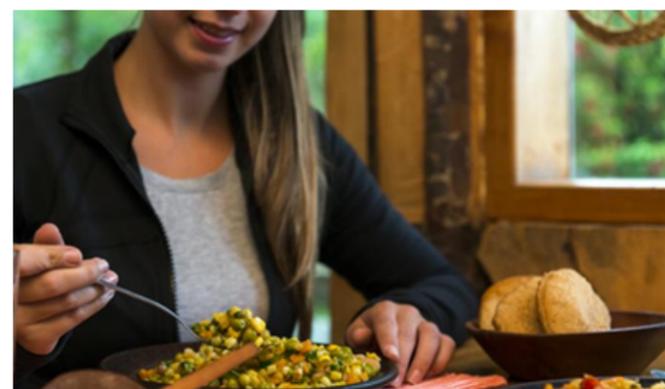
Turismo Arqueológico y paleontológico: Se trata de una modalidad del turismo cultural, que consiste en los desplazamientos motivados por conocer un lugar que ofrece productos culturales y turísticos cuyo principal ingrediente es la arqueología y paleontología.[1].



Turismo Creativo: En el año 2024 la Red de Territorios Creativos define al turismo creativo como las actividades que se asocian a las características culturales y patrimoniales de un territorio, generando una interacción entre visitantes y cultores y creadores locales en torno a experiencias auténticas, participativas, de aprendizaje y que ponen en valor sus manifestaciones creativas, artísticas y patrimoniales. Estas experiencias pueden incluir eventos, ferias, festivales, fiestas, visitas a distritos creativos, cursos, talleres, comercio de bienes creativos y -en general- una interacción activa de visitantes y locales en la vida creativa local.



Turismo Gastronómico: De acuerdo con el documento Definiciones Comité de Turismo y Competitividad de OMT del año 2017, turismo gastronómico se define como Tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina. El enoturismo, como un subtipo del turismo gastronómico, se refiere al turismo cuya motivación es visitar viñedos y bodegas, realizar catas, consumir y/o comprar vino, a menudo en el lugar en que se produce o en sus cercanías.



Turismo Indígena: A partir del proyecto CORFO N° 19BPCR-120831 del año 2020, “Sello de Turismo Indígena”, se construye colaborativamente con representantes de los 10 pueblos indígenas la siguiente definición: actividades, servicios y/o experiencias turísticas indígenas auténticas, pertinentes culturalmente y sustentables. Estas actividades, servicios y/o experiencias deben estar basadas en los valores filosóficos, de cada pueblo y su conocimiento ancestral; planificadas, diseñadas, desarrolladas y controladas por personas, comunidades, organizaciones y/o empresas indígenas. Estas actividades, servicios y/o experiencias deben proveer vivencias satisfactorias con significado, sentido y aprendizaje, de manera respetuosa y armónica con espíritu de reciprocidad entre los anfitriones y los visitantes



Turismo Rural: De acuerdo con el documento Definiciones Comité de Turismo y Competitividad de OMT del año 2017, el turismo rural es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. Las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos (rurales) con las siguientes características: i) baja densidad demográfica, ii) paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura, y iii) estructuras sociales y formas de vida tradicionales.

[1] (Tresserra, J. J. (octubre de 2004). Gestion Cultural. Obtenido de <http://www.gestioncultural.org/boletin/pdf/Arqueoturismo/JJuan.pdf>)



En el marco de este documento adherimos a las definiciones previas, puesto que reconocemos al turismo cultural como un tipo de actividad turística donde la motivación de viaje se basa en elementos culturales (sean estos materiales o inmateriales) y el visitante puede conocer, aprender, descubrir, experimentar y consumir atractivos/productos culturales propios de un destino turístico el que cuenta con una gestión integrada particular donde se involucran los gobiernos locales y la comunidad local, para conservar el patrimonio con sus valores y atributos reconocidos y fortalecer la economía del lugar.

Turismo Urbano: De acuerdo con el documento Definiciones Comité de Turismo y Competitividad de OMT del año 2017, el turismo urbano o de ciudad es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio urbano con sus atributos inherentes caracterizados por una economía no agrícola basada en la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios y por constituir nodos de transporte. Los destinos urbanos ofrecen un espectro amplio y heterogéneo de experiencias y productos culturales, arquitectónicos, tecnológicos, sociales y naturales para el tiempo libre y los negocios.



Si bien cada territorio requiere encontrar sus propias dinámicas de desarrollo en las diferentes tipologías de turismo cultural presentadas, recomendamos revisar los siguientes documentos:

Cuadro N°2 Documentos técnicos que tienen injerencia directa con el turismo cultural, en su ámbito internacional y nacional

Turismo	Documento sugerido	Link de descarga
Turismo arqueológico	Centro de Documentación de Bienes Patrimoniales- Servicio Nacional del Patrimonio Cultural	https://www.cdbp.gob.cl/publicaciones
	El arqueoturismo o turismo arqueológico: un paso más para la valorización del patrimonio arqueológico	http://www.gestioncultural.org/boletin/pdf/Arqueoturismo/JJuan.pdf
	Guía Metodológica para la elaboración de modelos de gestión para el patrimonio cultural inmueble	https://www.subdere.gov.cl/sites/default/files/documentos/Guia%20Metodologica%20MDG-Versio%CC%81n%20digital%202018%20(1).pdf
	Valorización de los poblados fortificados de la edad del hierro (noroeste de la península ibérica) y el turismo arqueológico	https://www.cncr.gob.cl/sites/www.cncr.gob.cl/files/2023-01/Poblados%20Fortificados.pdf
Turismo creativo	Creative tourism in smaller communities: place, culture, and local representation	https://library.oapen.org/viewer/web/viewer.html?file=/bitstream/handle/20.500.12657/57684/9781773851891.pdf?sequence=1&isAllowed=y
	Creative Economy Outlook.	https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf
	Impact of Creative Economies on the Future of Tourism in the APEC Region	https://www.apec.org/docs/default-source/publications/2025/2/225_twg_impact-of-creative-economies-on-the-future-of-tourism-in-the-apec-region.pdf?sfvrsn=5a12f9d8_1
	Mapeo de activos culturales & creativos para experiencias de turismo	https://ec.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2025/05/Informe-Final-Mapeo-de-Activos-Culturales-para-el-Turismo-Creativo-abril-2025.pdf

Fuente: Elaboración propia



Cuadro N°2 Documentos técnicos que tienen injerencia directa con el turismo cultural, en su ámbito internacional y nacional (continuación)

Turismo	Documento sugerido	Link de descarga
Turismo cultural	Chile Market report	www.sernatur.cl
	Cultura y Desarrollo local: Maximizar el impacto	https://www.oecd.org/content/dam/oecd/es/publications/reports/2019/09/culture-and-local-development-maximising-the-impact_4d5fd9ca/bf427bb7-es.pdf
	Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial: Manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial	https://whc.unesco.org/documents/publi_wh_papers_01_es.pdf
	Guía metodológica para el levantamiento de información en torno a la cadena de accesibilidad	https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2023/08/Gui%CC%81a-metodolo%CC%81gica-para-el-levantamiento-de-informacio%CC%81n-en-torno-a-la-cadena-de-accesibilidad.pdf
	Guía Metodológica Turismo Cultural: Una Oportunidad para el Desarrollo Local	https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/04/175-turismo-cultural-guia-metodologica-chile-sernatur.pdf
	How to apply ISO Standard 21902 Accessible tourism for all: recommendations for key players in the cultural tourism ecosystem.	https://openarchive.icomos.org/id/eprint/3091/
	Orientaciones Técnicas de Referencia Ordenanza OGUC Decreto 50	https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2019/01/OGUC.pdf
	Planes de Marketing Turísticos (nacional e internacional) Sernatur	https://www.sernatur.cl/plan-de-marketing/
	Tool Kit Unesco	https://whc.unesco.org/en/sustainabletourismtoolkit/

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N°2 Documentos técnicos que tienen injerencia directa con el turismo cultural, en su ámbito internacional y nacional (continuación)

Turismo	Documento sugerido	Link de descarga
Turismo gastronómico	Experiencia gastronómica en turismo. Hoja de ruta 2024-2030	https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2024/02/hoja-de-ruta-2024-2030.pdf
	Guía para el desarrollo del turismo gastronómico	https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420995
Turismo indígena	Brand Guidelines for Photography	https://indigenoustourism.ca/tools-resources/brand-guidelines-for-photography/
	Compilación de buenas prácticas del turismo indígena – Enfoque regional sobre las Américas	https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284424009
	Lineamientos para la comercialización de experiencias auténticas de turismo indígena en Chile	https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/01/1-org-lineamientos-ti-22-sept-xpag.pdf
	Mesa de turismo indígena de Tarapacá	https://mtitarapaca.cl/
	Plan turismo en territorios rurales: acciones para el turismo rural y turismo indígena 2024-2035	https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2025/07/plan-turismo-y-desarrollo-rural.pdf
	Recomendaciones sobre el desarrollo sostenible del turismo indígena	https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421879

Fuente: Elaboración propia



Cuadro N°2 Documentos técnicos que tienen injerencia directa con el turismo cultural, en su ámbito internacional y nacional (continuación)

Turismo	Documento sugerido	Link de descarga
Turismo rural	Guía de apoyo para la comercialización de empresas de turismo rural	https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/02/4-manual-programa-de-fomento-a-la-comercializacion-en-empresas-de-turismo-rural.pdf
	Recomendaciones de la OMT sobre Turismo y Desarrollo Rural – Una guía para convertir el turismo en una herramienta de desarrollo rural efectiva	https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422210
	Plan turismo en territorios rurales: acciones para el turismo rural y turismo indígena 2024-2035	https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2025/07/plan-turismo-y-desarrollo-rural.pdf
Turismo urbano	Recomendaciones de la OMT sobre turismo urbano	https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422036

Fuente: Elaboración propia





CONTEXTO DEL TURISMO CULTURAL

En la edición 2024 del Travel & Tourism Development Index (TTDI) del Foro Económico Mundial, Chile conserva el puesto 31 entre 119 economías, exactamente la misma ubicación que registró en la medición de 2021 tras la recalibración metodológica del índice. El puntaje global también se mantiene en 4,33 (sobre 7), reflejando que, pese a los avances post-pandemia, el país todavía exhibe una combinación de fortalezas y rezagos estructurales que lo dejan estable dentro del primer tercio del ranking mundial. Si revisamos los tres países latinoamericanos que se ubican por debajo de Chile en la clasificación general (Argentina, Colombia y Perú), todos ellos tienen mejor desempeño en la dimensión de recursos culturales. Por lo anterior, un aspecto que todavía limita la competitividad turística de Chile —y que no ha recibido la misma atención que los pilares ambientales o de políticas— es el de “Recursos culturales”[1]. En la última edición del TTDI 2024, este pilar es el de menor puntaje para el país, por debajo incluso del promedio sudamericano. Un análisis preliminar, y comparativo con los demás países, se vincula a la baja presencia de recursos patrimoniales culturales con reconocimiento mundial, materia que debiera ser abordada de manera colaborativa por las instituciones públicas y privadas en los próximos años. Mientras destinos competidores han convertido su patrimonio —tangible e intangible— en un poderoso generador de demanda, Chile sigue subrepresentado en búsquedas, reseñas y redes sociales vinculadas a promover la cultura. Revertir esta brecha supone diversificar la propuesta de valor país: fortalecer gobernanzas, ampliar el inventario de patrimonio protegido inscrito, impulsar rutas temáticas que conecten arte urbano, gastronomía y música, articular mecanismos de financiamiento y reforzar la cooperación entre turismo y economías creativas para internacionalizar festivales y residencias artísticas.

[1] Este pilar dispone los siguientes indicadores: número de sitios de la humanidad, patrimonio oral e intangible, número de estadios, turismo cultural y de entretenimiento demanda digital y número de ciudades creativas Unesco. Para más información ver <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>

La Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035 busca desplegar un conjunto de acciones tendientes a fortalecer el desempeño del país en materia de patrimonio y turismo cultural. En el pilar Turismo Sostenible, la línea de acción N°6 Cultura y conciencia turística tiene por objeto fomentar a través de la educación, la comprensión y valoración del turismo y sus beneficios, una actitud positiva y responsable por parte de anfitriones y visitantes, por lo que refuerza la importancia del conocimiento y valoración del patrimonio natural y cultural.

El pilar Posicionamiento y experiencias únicas en la línea de acción N° 16 llamada Diversificación y sofisticación de experiencias resalta el alto potencial competitivo, tales como enoturismo, turismo gastronómico, turismo cultural y creativo, turismo rural e indígena y turismo urbano. Para ello se requiere profundizar el conocimiento del mercado, fortalecer líneas de productos e incorporar con mayor fuerza estas experiencias en el relato y campañas de marketing nacional e internacional. Finalmente, en el pilar 6 denominado Inversión turística verde, la línea de acción N° 33 se refiere a la Puesta en valor del patrimonio natural y cultural de interés turístico. Este pilar pone énfasis en la puesta en valor del patrimonio cultural de interés turístico.

Esto implica atraer inversiones que resalten el valor de estos activos y sus atributos reconocidos, promoviendo un turismo que sea accesible universalmente, ambientalmente responsable y de bajo impacto tanto en el entorno natural como en el sociocultural. Esta línea de acción tiene por objetivo generar mecanismos para la atracción de inversiones públicas y privadas que permitan una puesta en valor sostenible del patrimonio cultural de interés turístico.

Durante la última década se ha impulsado vigorosamente el desarrollo de experiencias turísticas que capitalicen las vocaciones y ventajas comparativas de Chile. Entre éstas se encuentran naturaleza, aventura (que a su vez incluye múltiples sub-experiencias), montaña, enoturismo, astroturismo, turismo gastronómico, turismo científico, turismo rural, turismo indígena. De esta forma, el impulso y consolidación de experiencias ancla resulta clave para posicionar nuevos destinos turísticos en Chile, promoviendo además una oferta con base local e inclusiva.

Chile cuenta con un importante potencial de recursos y atractivos culturales de interés turístico, entre los que destacan seis ciudades artesanales, tres ciudades creativas, una capital mundial del vino, tres territorios SIPAM, siete sitios inscritos actualmente en la Lista de Patrimonio de la Humanidad de Unesco y 17 sitios culturales y naturales en Lista Tentativa. Estos atractivos, junto a una oferta de servicios y a una demanda turística cada vez creciente, constituyen una real oportunidad para la toma de decisiones, en lo que respecta a inversiones y apoyo a la gestión turística del sector público y privado. El catastro oficial de atractivos, destinos y planificación turística en Chile evidencia que más de 3.100 recursos —aprox. 65 % de los 4.881 atractivos turísticos registrados— tienen un carácter marcadamente cultural. Destacan 1.253 obras y sitios de valor histórico o técnico-científico, 833 acontecimientos programados (festivales, ferias, carnavales), 511 expresiones de folclore vivo y 441 museos o hitos patrimoniales.

Esta masa crítica confirma que la materia prima para diversificar la oferta más allá de la naturaleza ya existe: el país posee tanto patrimonio material (tales como monumentos arqueológicos, monumentos históricos, museos, patrimonios mundiales, zonas típicas) como patrimonio inmaterial (artesánias, danzas, gastronomía, música entre otros) con potencial para generar experiencias de alto valor añadido y extender la estadía de los visitantes





Por otra parte, en cuanto a turismo receptivo, los turistas extranjeros que visitaron Chile y realizaron actividades de turismo cultural generaron US\$ 1.320 millones en divisas. Este segmento registra una estancia media de 16 noches, muy por encima del promedio general del país, lo que refuerza su relevancia para la industria. En cuanto a mercados emisores, Brasil destaca con cerca de 374.000 llegadas, duplicando al segundo contribuyente (EE. UU.) y triplicando a Argentina. El gasto se distribuye principalmente entre alojamiento y compras, aunque los brasileños concentran una mayor proporción en agencias y actividades organizadas. El perfil sociodemográfico revela una fuerte presencia de parejas (40%) y viajeros solos (31%). Estos datos evidencian el potencial de la oferta patrimonial chilena para prolongar estadías y diversificar ingresos más allá de los clásicos destinos de naturaleza. Para mayor profundidad de cómo estos mercados se vinculan al turismo cultural en Chile sugerimos revisar los Chile Travel Market Report que genera Sernatur anualmente y la sección del Perfil del Turista Extranjero de la plataforma Dataturismo en el siguiente link <https://www.sernatur.cl/dataturismo/perfil-del-turista-extranjero/>

En cuanto a la participación cultural de los residentes chilenos y según la Encuesta de Participación Cultural 2017 del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio indica que una proporción significativa de la población realiza actividades culturales fuera de su comuna de residencia. Este comportamiento –que abarca asistir a obras de teatro, danza, ópera, conciertos de música clásica y popular, salas de cine, exposiciones de artes visuales, ferias de artesanía, museos, centros culturales, bibliotecas, espacios de patrimonio natural y arquitectónico, así como fiestas religiosas y ceremonias de pueblos originarios– puede interpretarse como un proxy de movilidad turística con motivación cultural.

En síntesis, los datos revelan que un amplio segmento de chilenos se desplaza más allá de su entorno habitual para consumir oferta cultural, lo que subraya el potencial del turismo cultural interno como motor de viajes y gasto dentro del país.

.Cuadro 3: Movilidad con motivación cultural, resultados generales Encuesta de participación cultural, 2017

Tipología	Proporción
Participación Cultural/1 (Proporción del Total de Encuestados)	78,60%
Turismo Cultural/ (Proporción de Participación Cultural)	72,70%
Turismo Cultural Interno/ (Proporción de Participación Cultural)	71,80%
Turismo Cultural Emisor/ (Proporción de Participación Cultural)	4,60%

.Nota 1: Cifras provisorias y en revisión.

Nota 2: Se consideraron las siguientes actividades culturales: Obra de Teatro, Danza, Ópera, Música en vivo: Clásica, Música en Vivo: Actual, Salas de Cine, Artes Visuales o Plásticas, Artesanía, Museos, Centros Culturales, Bibliotecas, Patrimonio Natural, Patrimonio Arquitectónico, Fiestas Religiosas y Ceremonias de Pueblos Originarios.

Nota 3: Se considera una actividad cultural como turística cuando es realizada en una comuna distinta a la comuna de residencia. No se consideraron filtros por conurbaciones.

Fuente: Elaboración propia en base a bases de datos publicadas de Encuesta de Participación Cultural, 2017.

Finalmente, según datos del Servicio de Impuestos Internos (SII) para 2022, se contabilizaron 194 075 empresas clasificadas dentro de las Actividades Características del Turismo (ACT) en base a la actividad principal declarada.

De ellas, apenas 5 312 (2,7 %) corresponden a actividades culturales. La gran mayoría de estas firmas culturales son de escala muy reducida: 3 473 microempresas y 587 pequeñas empresas, mientras que las medianas suman 67 y las grandes solo 13. Esta fuerte atomización revela que la oferta cultural turística se sustenta casi totalmente en emprendimientos locales, con escasa presencia de actores medianos o grandes que puedan liderar proyectos de mayor alcance.



Cuadro 4: Empresas pertenecientes a las Actividades Características del Turismo y Actividades Culturales, 2022

ACT/ Tamaño empresa	N° ACT	Empresas ACT culturales
	194.075	5.312
Sin Ventas/Sin Información	43.859	1.172
Micro	115.105	3.473
Pequeña	29.392	587
Mediana	3.998	67
Grande	1.721	13
MiPyMe	148.495	4.127
PyMe	33.390	654

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Servicio de Impuestos Internos, 2022.



ECOSISTEMA DEL TURISMO CULTURAL

En el turismo cultural tienen participación diferentes actores, siendo los principales los que aparecen en la siguiente figura:

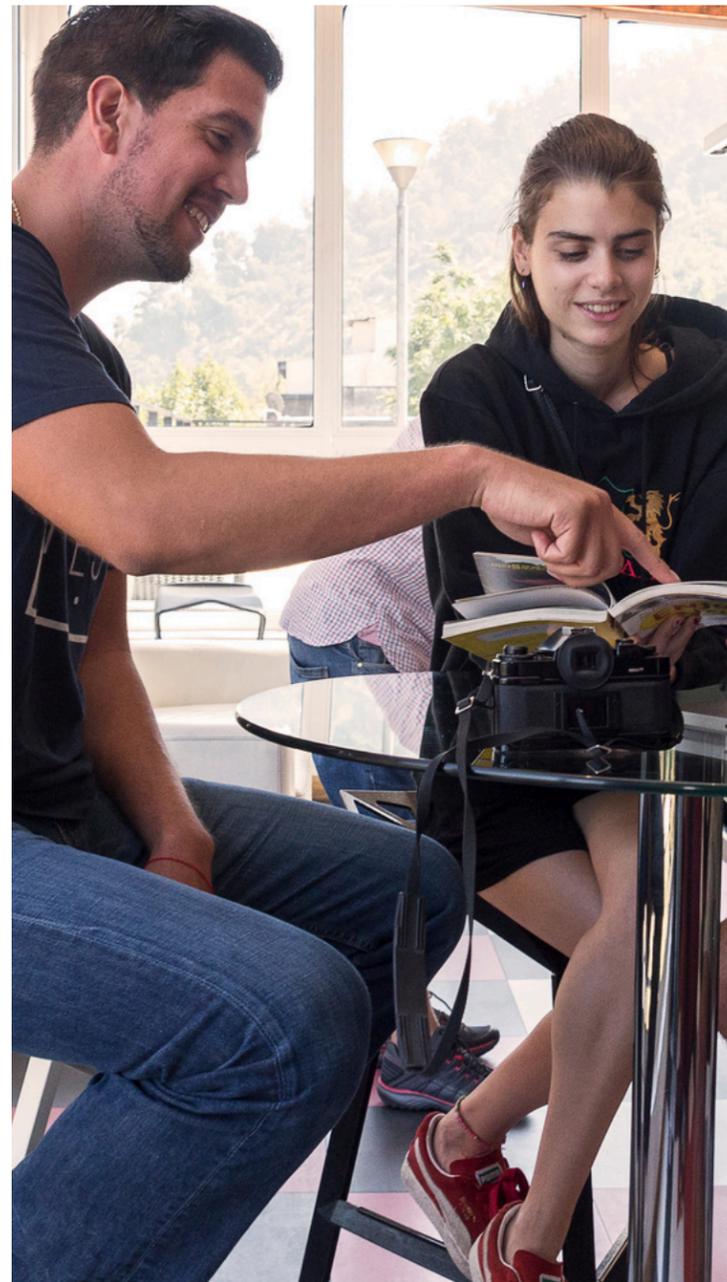


En esta figura se reflejan los actores del turismo cultural, siendo la comunidad local, el actor más relevante. Esto se reafirma en la Convención sobre el Patrimonio Cultural Inmaterial que señala que se requiere una participación lo más amplia posible de las comunidades, los grupos y, si procede, los individuos que crean mantienen y transmiten ese patrimonio y de asociarlos activamente a la gestión de este[1].

Adicionalmente, dado los cambios permanentes de la industria del turismo cultural sobre todo con las necesidades y expectativas de los visitantes, estos actores deben trabajar innovadora y colaborativamente, a largo plazo, involucrando a la comunidad local que valora su patrimonio cultural.

En este contexto, juegan un rol clave los gestores de política pública de turismo cultural, ya que deben construir un espacio común de trabajo entre actores, sobre todo las comunidades locales, los administradores de sitios culturales y las empresas de turismo que tienen miradas diferentes sobre lo que consideran al momento de vincularse con el patrimonio cultural.

Frente a las diferentes visiones de los actores que desarrollan productos, servicios y experiencias de turismo cultural, es prioritario construir un espacio donde se encuentren intereses comunes orientados a la protección, conservación y uso del patrimonio cultural, el respeto por sus valores y atributos como también la búsqueda de la sustentabilidad para la comunidad, los administradores de sitio y las empresas de turismo.



A continuación, detallamos algunas de estas diferencias:

Actor	Algunos temas que consideran
Administradores de sitios culturales (centros culturales, museos, sitios patrimoniales, entre otros)	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de financiamiento para la conservación y equipamiento del sitio. • Equilibrio entre el uso público y la conservación del sitio cultural. • Gestión de los impactos positivos y negativos del uso público turístico del sitio. • Implementación de acciones dirigidas a la protección de valores y atributos del sitio • Interpretación patrimonial del sitio (que no pierda su esencia).
Comunidad Local (barrios, comunidades indígenas, juntas de vecinos, entre otros)	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de los impactos del turismo. • Obtención de beneficios económicos del turismo. • Pertinencia cultural del turismo. • Rol activo en el diseño, gestión y operación del turismo cultural.
Empresas de turismo (proveedores, intermediarios, entre otros)	<ul style="list-style-type: none"> • Alta calidad de los productos, servicios y experiencias turísticas. • Desarrollo de productos, servicios y experiencias que ofrezcan les permitan ser competitivos. • Generación de empleo. • Obtención de negocios rentables. • Presencia de proveedores confiables y en una eventualidad solucionen alguna contingencia..

[1] Artículo 15. Convención sobre el Patrimonio Cultural Inmaterial



LINEAMIENTOS PARA EL TURISMO CULTURAL

Teniendo claridad respecto del contexto general del turismo cultural en Chile, estamos en condiciones de avanzar y presentar los lineamientos que se implementarán desde Subsecretaría de Turismo durante el período 2025 – 2035 para contribuir al desarrollo del turismo cultural en el país.

Los ejes de trabajo propuestos son los siguientes:

Sostenibilidad y conservación del patrimonio cultural turística	Desarrollo de negocios locales	Articulación público - privada	Investigación e innovación
Resguardar que la puesta en valor turística de los recursos culturales y valores asociados sean manejados de manera sostenible para reducir el impacto de la visitación turística	Apoyar el desarrollo competitivo de emprendimientos/negocios locales vinculados al turismo cultural	Promover la articulación entre los organismos de la administración del Estado y organizaciones privadas vinculados a turismo cultural	Fomentar la investigación e innovación en turismo cultural

Los objetivos estratégicos por cada eje de trabajo son:

Sostenibilidad y conservación del patrimonio cultural turística	Desarrollo de negocios locales	Articulación público - privada	Investigación e innovación
Difundir las orientaciones normativas vinculadas a turismo cultural	Impulsar medidas que faciliten el desarrollo de capacidades empresariales y de emprendimiento para el turismo cultural	Impulsar la difusión del turismo cultural en mercados nacionales e internacionales	Crear espacios de innovación para el turismo cultural
Levantar una línea base para la obtención de datos relevantes vinculados a turismo cultural considerando los valores y atributos del sitio o bien protegido	Propiciar la vinculación de emprendimientos y empresas vinculadas al turismo cultural con instrumentos de fomento y financiamiento.	Promover la articulación entre los organismos de la administración del Estado y organizaciones privadas vinculados a turismo cultural	Potenciar la investigación aplicada en turismo cultural





Se proponen las siguientes líneas de acción

Eje	Objetivo estratégico	Líneas de acción
Sostenibilidad y conservación del patrimonio cultural	Difundir las orientaciones normativas vinculadas a turismo cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Articulación de las planificaciones nacionales, regionales y locales vinculadas al turismo cultural. • Capacitación sobre las normas internacionales y nacionales con injerencia en turismo cultural. • Fortalecimiento de iniciativas conjuntas en turismo y patrimonio para la gestión de espacios y bienes protegidos. • Mitigación y prevención de impactos del turismo cultural con la colaboración público-privada. • Sensibilización profesionales marketing turístico, comunidades y gestores locales, guías e industria turística general sobre los tipos de turismo cultural, sus subcategorías y retos respecto a su desarrollo y promoción. • Sensibilización sobre la accesibilidad universal y el patrimonio cultural de interés turístico
	Levantar una línea base para la obtención de datos relevantes vinculados a turismo cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización de catastros de atractivos turísticos vinculados a turismo cultural considerando los valores y atributos del sitio o bien protegido. • Asesoramiento técnico a los administradores y comunidades vinculadas a sitios patrimoniales en materia de estadísticas turísticas. • Caracterización de los atractivos turísticos vinculados al patrimonio cultural y estado de condiciones mínimas para la visitación turística, la vinculación entre cada una de las subtipologías de turismo cultural y la industria turística y los prestadores de servicios turísticos vinculados a turismo cultural. • Definición de lineamientos de turismo cultural para contextos territoriales específicos • Definición de un sistema de indicadores de turismo cultural que considere aspectos de conservación, gasto, empleabilidad y empresas, satisfacción comunitaria y visitación entre otros. • Desarrollo de un calendario anual de festivales y eventos vinculados al turismo cultural. • Fomento de trabajo colaborativo público privado para el levantamiento de datos relevantes vinculados a turismo cultural • Identificación de las condiciones existentes y brechas de accesibilidad universal en sitios o bienes patrimoniales (incorporar ficha IDA Entornos Senadis/Sernatur) • Investigación de mercados de turismo cultural. • Levantamiento de información sobre empleabilidad y la contribución económica de los prestadores de servicios turísticos vinculados a turismo cultural.
Desarrollo de negocios y participación de la comunidad local	Impulsar medidas que faciliten el desarrollo de capacidades empresariales y de emprendimiento para el turismo cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a la elaboración de planes de gestión turística de sitios Unesco, territorios Sipam, Localidades Best Tourism Village, etc. • Apoyo al acceso a recursos educativos a emprendimientos y empresas de turismo cultural. • Desarrollo de emprendimientos y empresas de turismo culturales locales competitivas. • Desarrollo de eventos y actividades de turismo cultural que motiven la visitación durante todo el año. • Elaboración de documentos técnicos (guías, manuales, check list) para el desarrollo de emprendimientos y empresas de turismo cultural. • Fomento a la formalización de empresas de turismo cultural • Fomento al desarrollo de experiencias turísticas auténticas, sustentables, accesibles, inclusivas que cumplan con los estándares del sector turístico. • Fomento al desarrollo de programas de mentoría entre mentores expertos en turismo con iniciativas culturales. • Fomento de la oferta de accesibilidad universal en los lugares de turismo cultural. • Fomento y mejora de equipamiento habilitante para empresas de turismo cultural • Fomento y mejora de infraestructura y equipamiento de uso público para la puesta en valor de sitios y atractivos turísticos culturales con injerencia directa e indirecta en turismo cultural. • Fortalecimiento de competencias de guías de turismo en materias de patrimonio y cultura. • Fortalecimiento de la cadena productiva de artesanía tradicional y no tradicional en destinos turísticos. • Generación de alianzas con instituciones especializadas en patrimonio, cultura y turismo para desarrollar y ofrecer capacitaciones conjuntas a instituciones públicas, emprendimientos y empresas de turismo. • Realización de capacitaciones dirigidas a la industria turística sobre cómo vincular la cultura en los productos y sus beneficios



Se proponen las siguientes líneas de acción

Eje	Objetivo estratégico	Líneas de acción
Desarrollo de negocios y participación de la comunidad local	Impulsar medidas que faciliten el desarrollo de capacidades empresariales y de emprendimiento para el turismo cultural	<ul style="list-style-type: none"> · Apoyo a la elaboración de planes de gestión turística de sitios Unesco, territorios Sipam, Localidades Best Tourism Village, etc. · Apoyo al acceso a recursos educativos a emprendimientos y empresas de turismo cultural. · Desarrollo de emprendimientos y empresas de turismo culturales locales competitivas. · Desarrollo de eventos y actividades de turismo cultural que motiven la visitación durante todo el año. · Elaboración de documentos técnicos (guías, manuales, check list) para el desarrollo de emprendimientos y empresas de turismo cultural. · Fomento a la formalización de empresas de turismo cultural · Fomento al desarrollo de experiencias turísticas auténticas, sustentables, accesibles, inclusivas que cumplan con los estándares del sector turístico. · Fomento al desarrollo de programas de mentoría entre mentores expertos en turismo con iniciativas culturales. · Fomento de la oferta de accesibilidad universal en los lugares de turismo cultural. · Fomento y mejora de equipamiento habilitante para empresas de turismo cultural · Fomento y mejora de infraestructura y equipamiento de uso público para la puesta en valor de sitios y atractivos turísticos culturales con injerencia directa e indirecta en turismo cultural. · Fortalecimiento de competencias de guías de turismo en materias de patrimonio y cultura. · Fortalecimiento de la cadena productiva de artesanía tradicional y no tradicional en destinos turísticos. · Generación de alianzas con instituciones especializadas en patrimonio, cultura y turismo para desarrollar y ofrecer capacitaciones conjuntas a instituciones públicas, emprendimientos y empresas de turismo. <p>Realización de capacitaciones dirigidas a la industria turística sobre cómo vincular la cultura en los productos y sus beneficios</p>
	Propiciar la vinculación de emprendimientos y empresas vinculadas al turismo cultural con instrumentos de fomento y financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> · Apoyo al acceso a información de fondos de financiamiento a empresas y servicios vinculados al turismo cultural. · Ejecución de encuentros sectoriales de administradores y comunidades vinculadas a sitios con reconocimiento internacional para la incorporación de herramientas de gestión turística. · Fomento espacios de intercambio y redes entre actores del patrimonio, cultura y turismo <p>Fortalecimiento de las cadenas de valor de turismo cultural a nivel nacional, regional y local.</p>
Articulación público - privada	Impulsar la difusión del turismo cultural en mercados nacionales e internacionales	<ul style="list-style-type: none"> · Coordinación de las marcas distinciones internacionales y nacionales vinculadas a patrimonio y cultura en destinos turísticos tales como Sitios Unesco, Territorios Sipam, Localidades Best Tourism Village, Ciudades Artesanales, etc., que fortalezcan la decisión de viaje de visitantes nacionales e internacionales. · Corresponsabilidad de la conservación y puesta en valor del patrimonio y cultura en las empresas y servicios de turismo. · Difusión de la oferta de accesibilidad universal en los lugares de turismo cultural. · Fomento de la participación de empresas y servicios de turismo cultural en ferias y eventos del sector turismo. · Fomento de material de difusión para concientizar sobre la conservación y puesta en valor responsable del patrimonio cultural en destinos, empresas turísticas y visitantes. · Fomento del acceso del turismo cultural a comunidades locales, visitantes nacionales e internacionales. · Organización de encuentros especializados que aborden la vinculación de patrimonio, cultura y turismo. · Participar en ferias y eventos turísticos nacionales e internacionales de cultura para posicionar la oferta turística cultural de Chile · Preparación y desarrollo de contenidos e imágenes de turismo cultural en plataformas electrónicas y redes sociales, con experiencias de turismo cultural auténticas, sustentables, accesibles e inclusivas y participación de las comunidades locales. <p>Propuesta de mejoras en los modelos de visitación de sitios patrimoniales de interés turístico.</p>



Se proponen las siguientes líneas de acción

Eje	Objetivo estratégico	Líneas de acción
Articulación público - privada	Promover la articulación entre los organismos de la administración del Estado y organizaciones privados vinculados a turismo cultural	<ul style="list-style-type: none">·Apoyo para el desarrollo e implementación de planes de turismo cultural y sus sub- tipologías.·Coordinación con entidades internacionales para transferencias de buenas prácticas de turismo cultural.·Coordinación de estrategias, planes y hojas de ruta de organismos públicos en materia de patrimonio y turismo.·Coordinación de planes y proyectos de inversión pública en infraestructura para el desarrollo del turismo cultural·Desarrollo de mesas nacionales, regionales y locales de turismo cultural y sus sub-tipologías (turismo arqueológico, turismo creativo, turismo gastronómico, turismo indígena, turismo rural, turismo urbano)·Empoderamiento de las comunidades locales en la planificación, toma de decisiones y manejo del turismo cultural.·Establecimiento de alianzas estratégicas público privadas de turismo cultural Fortalecimiento del turismo cultural al interior del el Consejo Consultivo de Promoción Turística y Marca País.
Investigación e innovación	Crear espacios de innovación para el turismo cultural	<ul style="list-style-type: none">· Aplicación de tecnologías para la puesta en valor del turismo cultural· Desarrollo de proyectos innovadores en ámbito de la interpretación de valores y el manejo de atributos de lugares culturales de interés turístico.· Desarrollo de proyectos piloto de innovación y turismo cultural, especialmente en materia de accesibilidad universal· Fomento de fondos productivos vinculados a la innovación turística con injerencia en turismo cultural Fortalecimiento de la innovación social para el desarrollo de iniciativas de turismo cultural local
	Potenciar la investigación científica y la investigación aplicada en turismo cultural	<ul style="list-style-type: none">· Construcción de redes entre investigadores, académicos y empresas de turismo cultural.· Desarrollo de investigación aplicada en turismo cultural· Desarrollo de metodologías y herramientas para medir impactos del turismo cultural. Fomento de los resultados de investigaciones públicas y privadas para la toma de decisiones en a turismo cultural.



RECOMENDACIONES

- **La vinculación de la cultura y el turismo es compleja.** Si bien la cultura y el turismo se complementan, tienen lógicas diferentes aun cuando se sitúen en espacios y territorios similares. Por ello, tanto la cultura y el turismo deben reconocer sus aportes y generar sinergias considerando sus roles diferenciados. No existe una única forma de vinculación entre turismo y cultura. Cada vinculación es propia de cada territorio, las problemáticas y soluciones son diversas, no obstante, deben colocar al patrimonio cultural y a las comunidades locales en el centro.
- **No todo el patrimonio cultural es de interés para los mercados turísticos, por lo que solamente una parte del patrimonio cultural puede ponerse en valor para su uso turístico.** Esta situación lleva a plantear la existencia de un patrimonio turístico que se configura a partir una transformación de un bien con condiciones de accesibilidad temporal, espacial, económica y psicológica, respetando la sustentabilidad económica, social y ambiental del mismo y su entorno (Casals, 2012). En consideración de lo anterior, un patrimonio cultural de interés turístico no puede perder su esencia patrimonial, es decir, su significado -sus valores y atributos. Se comete el error de turistificar el patrimonio cultural. El turismo cultural es una herramienta complementaria de desarrollo, pero no puede significar la pérdida de valores y atributos reconocidos colectivamente para dicho patrimonio.
- **La comunidad local es el centro del turismo cultural.** El turismo cultural sostenible requiere la participación de las comunidades locales conscientes de los impactos negativos del turismo y de los beneficios que conlleva tanto para el patrimonio cultural como a residentes y visitantes. El turismo cultural puede traer beneficios al territorio y su entorno económico, pero ha demostrado que la sobresaturación de destinos genera gentrificación de barrios, la degradación de las experiencias del visitante, el colapso de la infraestructura y equipamiento públicos, daño irreparable a la naturaleza, apropiación cultural, entre otros. Por este motivo el desarrollo del turismo cultural debe asumir su rol en la protección, conservación y puesta en valor del patrimonio cultural.



- **Cuando un patrimonio cultural es de interés turístico, se requiere planificar su puesta en valor turística.** Un sitio de patrimonio cultural o un patrimonio inmaterial no se convierte automáticamente en una atracción turística, requiere de un proceso de gestión turística a en materia de equipamiento, operación, comercialización, entre otros. Por lo tanto, es importante considerar que:
 1. El patrimonio cultural de interés turístico debe contar con condiciones de conservación y protección, desarrolladas en base al reconocimiento de sus valores y atributos, que permitan su uso turístico sin hacer peligrar el recurso. Además, debe considerar especialmente criterios de accesibilidad universal para las personas con discapacidad, sus familias o grupo acompañante.
 2. La gestión del patrimonio cultural de interés turístico implica tomar muchas veces decisiones que no beneficiarán a todos los actores del turismo (ejemplo reducir horarios de visita o número de visitantes, cierre de sitios de valor patrimonial, prohibición de uso de patrimonio cultural para elaborar souvenirs, etc.)
 3. El patrimonio de interés turístico se vincula a la planificación e inversión territorial.
 4. El turismo cultural participa del desarrollo urbano y rural de las localidades, pudiendo transformarse en una herramienta de regeneración cuando tiene un enfoque territorial, inclusivo y sostenible

Dicho lo anterior, se recomienda que el desarrollo del turismo cultural reúna las siguientes condiciones:

1. **Un estado de conservación y capacidad de carga adecuada para uso turístico, con reconocimiento del recurso cultural, sus valores y atributos.** En el caso de los sitios arqueológicos, monumentos nacionales, zonas típicas etc. se requiere contar con planes de manejo
2. **Una gestión acorde a las características del espacio** (accesibilidad universal tanto física como en contenidos, acceso restringido, visitas guiadas, señalización, resguardo, presupuesto, seguridad, infraestructura, recolección de basura, comercialización, etc.) Deben existir las condiciones para compatibilizar el uso turístico y la conservación del patrimonio. Además, se recomienda la definición de protocolos para la visita turística.
3. **Una administración y propiedad del espacio que apruebe uso turístico**, que están dispuestos a compartirlo y conocen los impactos que esto puede generar.
4. **Que sea de interés para la industria turística** en cuanto a su jerarquía (local, regional, nacional o internacional)
5. **Que disponga de información cultural y turística completa para la toma de decisión de visita** por parte de empresas turísticas y visitantes, especialmente personas con discapacidad, sus familias o grupo acompañante
6. **Que cuente con un equipo multidisciplinario** que aplique la metodología según corresponda tanto del área patrimonial como turística.





Para la implementación general de planes, proyectos e iniciativas de turismo cultural, realizamos las siguientes recomendaciones para instituciones públicas, comunidades locales, empresas de turismo, centros de formación técnica, profesional y universitaria y visitantes:

Instituciones públicas

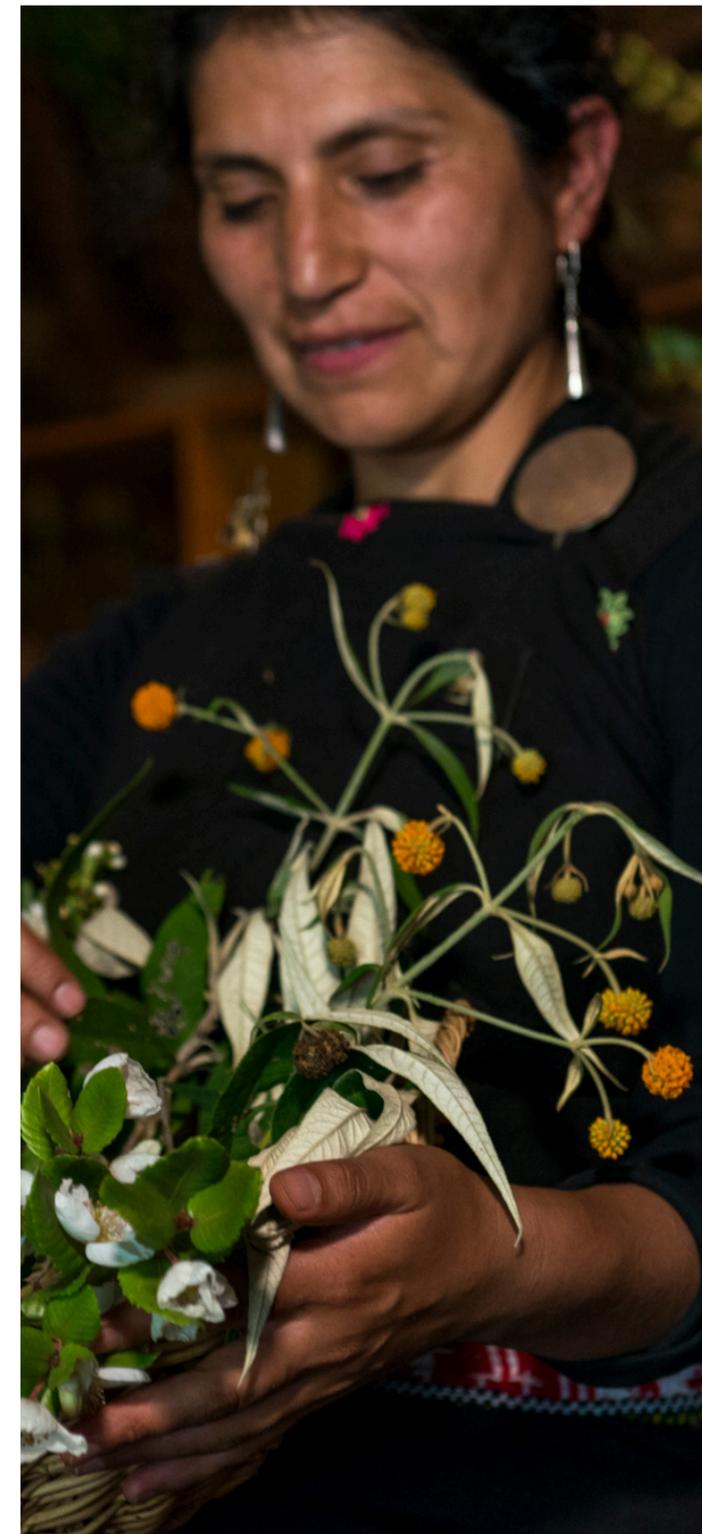
- Apoyar el desarrollo del turismo cultural durante todo el año, favoreciendo la disminución de la estacionalidad de la actividad turística.
- Apoyar la participación en redes internacionales, nacionales, regionales y locales de turismo cultural
- Compartir información, estadísticas, registros, armonizar normativas y construir un enfoque conjunto de turismo cultural entre las instituciones.
- Considerar la construcción de infraestructura y equipamiento habilitante de turismo cultural de calidad, considerando accesibilidad universal con proyección de visitas nacionales e internacionales.
- Difundir el documento lineamientos y promover la aplicación de sus recomendaciones.
- Diseñar manuales y guías para la gestión del turismo cultural, especialmente administradores de sitios, comunidad local y empresas de turismo, considerando la difusión del valor patrimonial protegido junto a sus atributos
- Disponer de financiamiento para proyectos de turismo cultural, especialmente en ámbitos de equipamiento habilitante, gestión turística, formación de talento humano e incorporación de tecnologías, para la correcta interpretación de los valores y el manejo de los atributos de interés patrimonial.
- Establecer sistemas de monitoreo o control sobre sitios, monumentos y atractivos con alta sensibilidad
- Establecer un sistema de monitoreo de destinos turístico.
- Integrar modelos de sostenibilidad en los proyectos de turismo cultural.
- Involucrar a los diferentes actores del turismo cultural en espacios de trabajo comunes.
- Levantar estadísticas e información sobre turismo cultural que permita la toma de decisiones certera.

- Planificar iniciativas y proyectos de turismo cultural a largo plazo, respetando los ritmos locales de las comunidades locales, identificando impactos y fijando límites de visitación.
- Promover el turismo responsable en los diferentes destinos, empresas y RR. SS
- Promover gobernanzas permanentes de turismo cultural
- Promover la cooperación interinstitucional, sobre todo entre instituciones públicas de MINCAP con MINAGRI, MINECON y MIDESO para el desarrollo de iniciativas y proyectos de turismo cultural.
- Transferir buenas prácticas exitosas de turismo cultural en los diferentes territorios.



Comunidades locales

- Articular redes con comunidades locales dedicadas al turismo cultural localizadas en otros destinos.
- Comprender los impactos negativos y positivos del turismo cultural.
- Conocer buenas prácticas de gestión local de turismo cultural
- Crear negocios de turismo cultural liderados por jóvenes y mujeres, especialmente de turismo creativo.
- Diseñar experiencias turísticas auténticas, sustentables, accesibles, inclusivas que cumplan con los estándares del sector turístico.
- Definir el patrimonio cultural (tangible e intangible) a compartir con los visitantes.
- Diseñar modelos de negocios locales de turismo cultural que consideren la inversión en protección y uso turístico en patrimonios culturales tangibles e intangibles de interés turístico
- Identificar fuentes de financiamiento públicas y privadas para el turismo cultural. Implementar metodologías y herramientas de control y monitoreo de gestión del turismo cultural
- Implementar planes de gestión cultural y turística
- Incentivar eventos y experiencias de turismo cultural durante todo el año, de manera de descomprimir la temporada alta.
- Participar en la definición e identificación de los valores del patrimonio cultural (tangible e intangible) a compartir con los visitantes.
- Participar en espacios de toma de decisión de iniciativas de turismo cultural.
- Promover la asociatividad en iniciativas de turismo cultural locales.
- Promover la capacitación en materias de turismo cultural
- Promover la conciencia turística, el cuidado y protección de los recursos culturales.

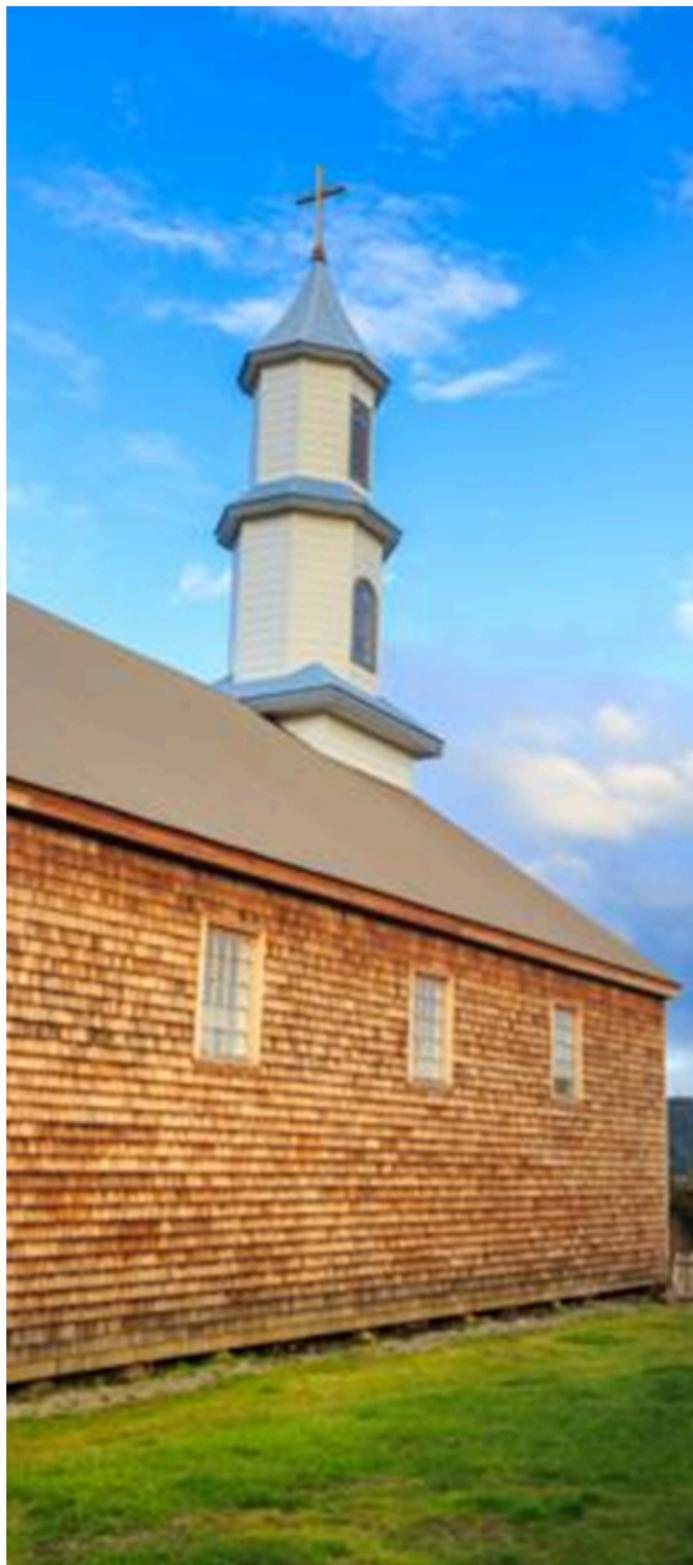




Propietarios o administradores de sitios culturales.

Si bien es relevante considerar que el corazón del sitio es el patrimonio y no el turismo, es decir, que el turismo es un tema secundario dentro del sitio, pero puede generar impactos negativos que deben ser identificados y gestionados, se recomienda:

- Aprender buenas prácticas y evaluar su implementación en el sitio.
- Considerar la construcción de infraestructura y equipamiento habilitante de turismo cultural de calidad, considerando accesibilidad universal con proyección de visitas nacionales e internacionales.
- Construir relatos turísticos patrimoniales basados en los valores y atributos para las diferentes audiencias que visitan los sitios culturales.
- Disponer de experiencias turísticas significativas, auténticas, sustentables, accesibles, inclusivas que cumplan con los estándares del sector turístico.
- Disponer de un plan de gestión turística del sitio actualizado, con identificación de impactos, herramientas para control y restricción de uso, etc.
- Establecer vínculos con sitios culturales nacionales e internacionales
- Incluir a la comunidad local en la gestión turística del sitio, en negocios vinculados, y en acciones de conservación y desarrollo.
- Incluir la visión de oportunidad en la actividad turística sostenible y respetuosa con el patrimonio ya que se convierte en una actividad económica que permite financiar su conservación.
- Incluir lineamientos en ámbito del turismo cultural en los instrumentos de gestión de los sitios.
- Trabajar estrechamente con la cadena de valor turística



Empresas de turismo

- Apoyar a proveedores locales, incorporando en su oferta servicios guiados y turísticos, artesanías y productos agroelaborados.
- Diseñar experiencias turísticas auténticas, sustentables, accesibles, inclusivas que cumplan con los estándares del sector turístico.
- Establecer vínculos con gestores culturales locales
- Fomentar redes colaborativas y plataformas para la difusión y comercialización de experiencias de turismo cultural
- Incentivar la capacitación de sus equipos en materia de turismo cultural.
- Incorporar modelos de negocios de turismo cultural a largo plazo, que involucren a comunidades locales, especialmente jóvenes y mujeres.
- Informar a empresas de turismo y visitantes las condiciones de accesibilidad universal del negocio y su entorno.
- Innovar en la difusión de experiencias de turismo cultural, sobre todo en RR. SS.
- Promover lineamientos de turismo cultural responsable, basado en los valores y atributos del recurso patrimonial, entre sus colaboradores, proveedores y sus clientes
- Reconocer su responsabilidad en la protección, conservación y puesta en valor del patrimonio cultural.

Centros de formación técnica, profesional y universitaria

- Diseñar metodologías y herramientas de interpretación turística basadas en los valores y atributos culturales, control y monitoreo de gestión del turismo cultural a utilizar por las comunidades.
- Incentivar la formación en temas de turismo cultural, apoyándose en lineamientos internacionales y nacionales.
- Promover la investigación académica en turismo cultural.

Visitantes[1]

- Apoyar a la economía local
- Construir experiencias de visitación basadas en la protección de los valores y atributos patrimoniales con énfasis en la transmisión del recurso a futuras generaciones.
- Respetar el medio ambiente
- Ser cuidadoso al visitar áreas silvestres, patrimoniales, arqueológicas u otras que le parezcan frágiles y/o valiosas.
- Ser un viajero informado y respetuoso
- Valorar las tradiciones y costumbres locales.

[1] Más información en <https://portalserviciosturisticos.sernatur.cl/>

European Union. (2019). Sustainable cultural tourism. European Union. Obtenido de <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/164ea9c5-2255-11ea-af81-01aa75ed71a1/language-en>.

Onu Turismo. (2017). Definiciones Comité de Turismo y Competitividad.

Pedersen, A. (2005). Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial. Paris: Unesco. Obtenido de <https://whc.unesco.org/>

Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo. (2018). Guía metodológica para la elaboración de modelos de gestión para el patrimonio cultural inmueble. Santiago: Subdere.

Subsecretaría de Turismo. (2024). Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035. Obtenido de <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2024/07/estrategia-nacional-de-turismo-sostenible-2035-2.pdf>

United Nations World Tourism Organization; Fundación ONCE; Asociación española de normalización (UNE). (01 de julio de 2025). How to apply ISO Standard 21902 Accessible tourism for all: recommendations for key players in the cultural tourism ecosystem. Obtenido de <https://openarchive.icomos.org/id/eprint/3091>





**Subsecretaría
de Turismo**

Gobierno de Chile