



**UNIVERSIDAD  
DE ATACAMA**

**FACULTAD TECNOLÓGICA**

**DEPARTAMENTO DE TECNOLOGÍAS DE LA ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN**

**GUÍA TURÍSTICA PATRIMONIAL DE COPIAPÓ: HERRAMIENTA DE GESTIÓN  
ESTRATÉGICA PARA LA DIFUSIÓN Y VALORACIÓN DE SUS MONUMENTOS  
NACIONALES DECLARADOS**

Profesor Guía. Mg. José Castillo Varas

Sara Medina Alvis

Copiapó, Chile 2025



UNIVERSIDAD  
**DE ATACAMA**

**FACULTAD TECNOLÓGICA**  
**DEPARTAMENTO DE TECNOLOGÍAS DE LA ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN**

**GUÍA TURÍSTICA PATRIMONIAL DE COPIAPÓ: HERRAMIENTA DE GESTIÓN  
ESTRATÉGICA PARA LA DIFUSIÓN Y VALORACIÓN DE SUS MONUMENTOS  
NACIONALES DECLARADOS**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos para obtener el Título Ingeniera de Ejecución en Administración de Empresas.

Profesor Guía. Mg. José Castillo Varas

Sara Medina Alvis

Copiapó, Chile 2025

## **DEDICATORIAS**

Dedico este proyecto de titulación a Dios, por ser el guía constante en mi vida, por darme la fortaleza necesaria en los momentos de dificultad y por iluminar mi camino hasta la culminación de esta etapa tan importante. A mi hijo Sebastián, cuya existencia representa el mayor motivo de inspiración y esfuerzo, en el encuentro la razón para perseverar y la fuerza para nunca rendirme, pues cada logro alcanzado está dedicado también a su futuro. A mis hermanos Reynaldo, Ramiro y Jhonatan, quienes con su ejemplo de lucha, responsabilidad y superación personal me enseñaron el verdadero valor del trabajo constante y el sacrificio como medios para alcanzar grandes metas. Este triunfo es reflejo de su amor, paciencia y confianza en mí, por lo que se convierte en un logro compartido con ellos, quienes siempre han sido mi soporte en los momentos más difíciles.

De igual manera, me dedico este logro a mí misma, como reconocimiento a la perseverancia, la disciplina y la constancia que me han permitido avanzar y culminar con éxito mi formación en Ingeniería de Ejecución en Administración de Empresas. Este proyecto no solo representa la conclusión de un ciclo académico, sino también el inicio de una nueva etapa en mi desarrollo profesional y personal. Es fruto de años de esfuerzo, de noches de estudio y de sacrificios que hoy se ven reflejado en la satisfacción del haber cumplido. Con este trabajo reafirmo mi compromiso de seguir creciendo, aprendiendo con responsabilidad y dedicación a la sociedad, convencida de que cada meta alcanzada abre la puerta de nuevos desafíos que, con fe y determinación también podrán ser culminados.

## AGRADECIMIENTOS

Reconozco y agradezco a la Universidad de Atacama, por brindarme el espacio formativo y las oportunidades necesarias para desarrollar este proyecto. Cada experiencia vivida en la institución ha fortalecido mis competencias y ha contribuido de manera significativa a mi crecimiento personal y profesional. Agradezco a mi profesor guía José Castillo Varas, por su orientación permanente, su paciencia y sus valiosas observaciones, que enriquecieron cada etapa del proceso, su compromiso académico y su disposición al acompañamiento fueron esenciales para consolidar la estructura y la pertinencia de este trabajo de finalización de estudios. Valoro mucho el aporte de mis profesores Leonardo Carvajal Orellana, Carlos Calderón Rojas, Hanni Guerrero Neira y profesores de la carrera, quienes mediante sus enseñanzas, dedicación y exigencia académica, me entregaron las herramientas necesarias para enfrentar este desafío con responsabilidad y confianza, cada clase y cada retroalimentación dejaron una huella positiva en mi formación universitaria. Destaco y agradezco la colaboración de la encargada Paola Rivera Silva y la diseñadora Leslie Olmos Castillo de Arte, Cultura y Patrimonio de la Universidad de Atacama, por su apoyo y su compromiso con la conservación y difusión del patrimonio regional, me inspiró de manera directa la orientación de esta guía. Destaco la colaboración de instituciones como el Consejo de Monumentos Nacionales y SERNATUR Atacama entre otros, cuya información fue clave y me permitió fortalecer, contextualizar y dar mayor rigor a los contenidos presentes en el este proyecto.

Además agradezco sinceramente a mis amigos/as, familiares y a todas las personas que, de manera directa e indirecta, aportaron datos, comentarios, tiempo o palabras de apoyo. Cada gesto contribuyó a que este trabajo avanzara con claridad, motivación y sentido. Su apoyo incondicional hizo posible llegar hasta aquí y convertir este proyecto en una realidad.

## TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO I INTRODUCCION .....	1
1.1 Planteamiento del problema .....	2
1.2 Justificación del estudio .....	2
1.3 Objetivo general .....	3
1.4 Objetivos específicos .....	3
1.4.1 Objetivo específico N°1: .....	3
1.4.2 Objetivo específico N°2: .....	3
1.4.3 Objetivo específico N°3: .....	3
CAPITULO II MARCO TEORICO .....	1
2.1 Gestión estratégica en el desarrollo local .....	1
2.1.1 Planificación participativa y diagnóstico del territorio: .....	1
2.1.2 Articulación pública-privada para la gestión turística: .....	2
2.1.3 Sostenibilidad en el desarrollo local: economía, social y ambiental	
2	
2.1.4 Rol de las comunidades locales en toma de decisiones .....	3
2.2 Turismo cultural y patrimonio como factores económicos .....	3
2.2.1 Impacto en el empleo y la economía local .....	4
2.2.2 Diversificación de la oferta productiva .....	4
2.2.3 Atracción de inversión y dinamización territorial .....	5
2.2.4 Inclusión y participación comunitaria .....	5
2.3 Marketing territorial y comunicación turística .....	6
2.3.1 Identidad territorial y construcción de marca .....	7

2.3.2	Estrategias de comunicación turística .....	7
2.3.3	Innovación digital y marketing de destinos .....	7
2.3.4	Posicionamiento competitivo en mercados turísticos .....	8
2.4	Gestión de proyectos y herramientas de planificación.....	8
2.4.1	Enfoque de gestión de proyectos.....	9
2.4.2	Herramientas de planificación estratégica .....	9
2.4.3	Indicadores y evaluación de resultados.....	10
2.4.4	Aplicación al turismo cultural y patrimonial .....	10
2.5	Marco legal del patrimonio cultural en Chile (Ley 17.288).....	11
2.5.1	Protección y conservación del patrimonio .....	12
2.5.2	Responsabilidades institucionales y ciudadanas .....	12
2.5.3	Desafíos en la aplicación de la ley .....	13
2.5.4	Relación con el desarrollo turístico y cultural.....	13
2.6	Experiencias comparadas: Guías patrimoniales como instrumentos de gestión .....	14
2.6.1	Experiencias nacionales .....	14
2.6.2	Experiencias internacionales.....	15
2.6.3	Relevancia para Copiapó.....	15
CAPITULO III  DIAGNÓSTICO TERRITORIAL Y ORGANIZACIONAL .....		17
3.1	Caracterización de la comuna de Copiapó: entorno social, económico y turístico.....	17
3.1.1	Aspectos demográficos y sociales.....	17
3.1.2	Entorno económico .....	18
3.1.3	Potencial turístico y rol de Copiapó en la estrategia regional.....	19

3.2 Inventario y análisis de Monumentos Nacionales de Copiapó .....	20
3.2.1 Monumentos Históricos de Copiapó.....	20
3.2.2 Zona Típica de Copiapó.....	20
3.2.3 Análisis general del patrimonio monumental.....	21
3.3 Análisis de actores clave (stakeholders) del turismo local .....	22
3.4 Fortalezas y debilidades del actual uso y difusión del patrimonio.....	23
3.4.1 Fortalezas: .....	23
3.4.1.1 Reconocer y proponer legalmente el patrimonio de la comuna: .....	23
3.4.1.2 Mantener una base institucional activa: .....	23
3.4.1.3 Contar con interés turística creciente: .....	24
3.4.2 Debilidades.....	24
3.4.2.1 Presentar escasa difusión pública del patrimonio: .....	24
3.4.2.2 Mostrar limitada articulación entre cultura y turismo:.....	24
3.4.2.3 Evidenciar bajo involucramiento ciudadano: .....	24
3.4.3 Análisis interpretativo .....	24
3.5 Oportunidades para la gestión patrimonial desde la administración de empresas .....	25
3.5.1 Gestión estratégica del patrimonio.....	25
3.5.2 Marketing territorial y promoción cultural .....	25
3.5.3 Emprendimiento y sostenibilidad económica .....	26
3.5.4 Innovación y alianzas estratégicas .....	26
<b>CAPITULO IV DISEÑO DE LA GUÍA TURÍSTICA PATRIMONIAL .....</b>	<b>28</b>
4.1 Enfoque conceptual y lineamientos de diseño estratégico .....	28

4.1.1 Concebir la guía como instrumento de gestión estratégica.....	28
4.1.2 Integrar el marketing territorial y la identidad local .....	28
4.1.3 Aplicar criterios de innovación digital y territorial.....	29
4.1.4 Orientar hacia sostenibilidad, accesibilidad y participación comunitaria.....	29
4.1.5 Establecer indicadores y mecanismos de evaluación.....	30
4.1.6 Consolidar un enfoque integral de desarrollo patrimonial.....	30
4.2 Estructura y secciones propuestas para la guía (digital e impresa).....	31
4.2.1 Diseñar una estructura funcional, educativa y atractiva.....	31
4.2.2 Estructura propuesta de la guía .....	31
4.2.2.1 Presentación institucional.....	31
4.2.2.2 Historia e identidad de Copiapó:.....	31
4.2.2.3 Inventario de Monumentos Nacionales Declarados:.....	32
4.2.2.4 Rutas patrimoniales temáticas:.....	32
4.2.2.5 Servicios turísticos y atractivos complementarios: .....	32
4.2.2.6 Sección interactiva digital:.....	32
4.2.2.7 Créditos y agradecimientos:.....	32
4.2.3 Alinear el diseño con la identidad local .....	33
4.2.4 Adaptar la estructura al enfoque educativo y turístico.....	33
4.2.5 Consolidar un modelo integral de difusión patrimonial.....	33
4.3 Criterios de organización de contenido: rutas, tipologías patrimoniales, públicos objetivos .....	34
4.3.1 Establecer criterios de organización del contenido.....	34
4.3.2 Diseñar rutas patrimoniales temáticas.....	34

4.3.2.1 Ruta religiosa: .....	34
4.3.2.2 Ruta ferroviaria: .....	35
4.3.2.3 Ruta urbana y arquitectónica:.....	35
4.3.2.4 Ruta de la memoria y la identidad: .....	35
4.3.3 Clasificar las tipologías patrimoniales .....	35
4.3.3.1 Patrimonio arquitectónico: .....	35
4.3.3.2 Patrimonio histórico y tecnológico: .....	35
4.3.3.3 Patrimonio artístico y simbólico: .....	36
4.3.3.4 Patrimonio natural y paisajístico:.....	36
4.3.4 Identificar y segmentar los públicos objetivos.....	36
4.3.4.1 Turistas nacionales e internacionales:.....	36
4.3.4.2 Comunidad educativa:.....	36
4.3.4.3 Residentes locales organizaciones sociales:.....	36
4.3.5 Integrar un enfoque comunicacional participativo.....	37
4.3.6 Consolidar criterios integrales de organización .....	37
4.4 Propuesta de elementos gráficos, digitales y comunicacionales.....	37
4.4.1 Diseñar una identidad visual coherente con el territorio.....	37
4.4.2 Incorporar recursos digitales e interactivos.....	38
4.4.2.1 Códigos QR:.....	38
4.4.2.2 Mapas georreferenciados: .....	38
4.4.2.3 Recorridos virtuales 360° .....	39
4.4.2.4 Audio guías y videos informativos .....	39
4.4.2.5 Panel de retroalimentación .....	39
4.4.3 Crear una estrategia comunicacional multicanal.....	39

4.4.4 Fortalecer la participación comunitaria y educativa .....	40
4.4.5 Evaluar el impacto visual, digital comunicacional .....	40
4.4.6 Consolidar una propuesta integral de comunicación patrimonial ...	41
4.5 Propuesta de diseño del díptico patrimonial .....	41
4.6 Propuesta de diseño de la Guía Patrimonial de Copiapó .....	43
<b>CAPITULO V ESTRATEGIA DE GESTIÓN Y DIFUSIÓN .....</b>	<b>49</b>
5.1 Propuesta de plan de difusión y posicionamiento de la guía .....	49
5.1.1 Definir los objetivos de la estrategia de difusión .....	49
5.1.2 Diseñar una estrategia de lanzamiento y presentación pública .....	49
5.1.3 Implementar un plan de comunicación permanente .....	50
5.1.3.1 Nivel local: .....	50
5.1.3.2 Nivel regional: .....	50
5.1.3.3 Nivel nacional e internacional: .....	50
5.1.4 Utilizar medios y canales de difusión diversificados .....	51
5.1.4.1 Medios tradicionales: .....	51
5.1.4.2 Medios digitales .....	51
5.1.4.3 Medios comunitarios y presenciales: .....	51
5.1.5 Fortalecer el posicionamiento cultural y turístico de la guía .....	51
5.1.5.1 Identificar: .....	52
5.1.5.2 Educación: .....	52
5.1.5.3 Turismo sostenible: .....	52
5.1.5.4 Innovación: .....	52
5.1.6 Incorporar fases de implementación y evaluación .....	53
5.1.6.1 Fase de lanzamiento: .....	53

5.1.6.2 Fase de expansión: .....	53
5.1.6.3 Fase de consolidación: .....	53
5.1.7 Conclusión del plan de difusión.....	53
5.2 Estrategias de articulación público-privada y colaboración territorial .....	54
5.2.1 Comprender la importancia de la articulación interinstitucional ...	54
5.2.2 Establecer roles y responsabilidades de los actores involucrados ..	54
5.2.2.1 Sector público: .....	54
5.2.2.2 Sector privado: .....	55
5.2.2.3 Comunidad y organizaciones sociales: .....	55
5.2.3 Generar mecanismos de cooperación territorial.....	55
5.2.4 Fomentar alianzas estratégicas con el sector productivo y académico .....	56
5.2.5 Diseñar instrumentos de coordinación y seguimiento .....	56
5.2.6 Promover la corresponsabilidad y la sostenibilidad social .....	57
5.2.7 Consolidar una red de colaboración territorial sostenible.....	57
5.3 Posibles fuentes de financiamiento .....	58
5.3.1 Identificar la necesidad de financiamiento sostenible.....	58
5.3.2 Gestionar recursos a través de programas y fondos públicos regionales y nacionales .....	58
5.3.2.1 Gobierno Regional de Atacama (GORE): .....	58
5.3.2.2 Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (FONDART Regional):.....	59
5.3.2.3 Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR):.....	59
5.3.2.4 Subsecretaría de Patrimonio Cultural: .....	59

5.3.2.5	Municipalidad de Copiapó:.....	59
5.3.3	Establecer alianzas con empresas locales y fundaciones privadas..	59
5.3.4	Acceder a cooperación universitaria y fondos internos de la Universidad de Atacama .....	60
5.3.5	Explorar programas de cooperación nacional e internacional .....	60
5.3.6	Generar mecanismos de autogestión y sostenibilidad comunitaria.	61
5.3.6.1	Ediciones auto gestionadas: .....	61
5.3.6.2	Talleres y actividades patrimoniales: .....	61
5.3.6.3	Venta simbólica:.....	61
5.3.6.4	Integración con emprendimientos locales:.....	61
5.3.7	Consolidar un modelo de financiamiento mixto y territorial .....	62
<b>CAPITULO VI EVALUACIÓN ECONÓMICA Y VIABILIDAD DEL PROYECTO</b>		<b>63</b>
6.1	Análisis costo-beneficio del diseño y uso de la guía.....	63
6.1.1	Propósito del análisis de costo y beneficio .....	63
6.1.2	Etapas de concreción del proyecto .....	64
6.1.2.1	Etapa 1: Planificación y validación institucional .....	64
6.1.2.2	Etapa 2: Investigación, diseño y desarrollo de contenidos .....	64
6.1.2.3	Etapa 3: Producción impresa y digital .....	65
6.1.2.4	Etapa 4: Lanzamiento y difusión pública.....	65
6.1.2.5	Etapa 5: Evaluación, actualización y sostenibilidad .....	65
6.1.3	Estimación de costos del proyecto .....	66
6.1.3.1	Consideraciones generales del cálculo.....	66
6.1.3.2	Cuadro detallado de costos del proyecto.....	67

6.1.4	Análisis de beneficios directos.....	68
6.1.4.1	Beneficios culturales .....	68
6.1.4.2	Beneficios educativos .....	68
6.1.4.3	Beneficios turísticos y económicos.....	69
6.1.4.4	Beneficios institucionales .....	69
6.1.4.5	Beneficios sociales y comunitarios .....	70
6.1.4.6	Cuadro de beneficios directos del proyecto .....	71
6.2	Estimación de impacto en el turismo y economía local .....	72
6.2.1	Proyección de impacto turístico .....	72
6.2.2	Impacto económico local estimado.....	73
6.2.3	Articulación territorial y sostenibilidad .....	73
6.2.4	Síntesis .....	74
6.3	Cronograma y plan de implementación .....	75
6.3.1	Objetivo del cronograma.....	75
6.3.2	Descripción general del plan de implementación .....	75
6.3.2.1	Fase 1: Planificación y coordinación inicial .....	76
6.3.2.2	Fase 2: Levantamiento de información y diseño de contenidos .....	76
6.3.2.3	Fase 3: Producción impresa y digital .....	76
6.3.2.4	Fase 4: Difusión, lanzamiento y distribución.....	77
6.3.2.5	Fase 5: Evaluación, seguimiento y sostenibilidad .....	77
6.3.3	Cronograma general de implementación .....	78
CAPITULO VII CONCLUSIONES .....		79
7.1	Principales hallazgo del diagnóstico .....	79

7.2 Aportes de la guía como herramienta de gestión .....	80
CAPITULO IX BIBLIOGRAFIAS .....	81
CAPITULO X ANEXOS.....	86
Anexo 1: Revistas y documentos patrimoniales. ....	86
Anexo 2: Leyes, Normativas y documentos oficiales.....	90

## TABLA DE FIGURAS

Figura 1: Población por Tramo Etario, Comuna de Copiapó.....	17
Figura 2: Indicadores económicos y turísticos de Copiapó .....	19
Figura 3: Monumentos Nacionales Declarados de Copiapó.....	20
Figura 4: Análisis FODA .....	21
Figura 5: Actores clave del turismo patrimonial de Copiapó .....	22
Figura 6: Propuesta de diseño del díptico patrimonial.....	42
Figura 7: Propuesta de diseño de la Guía Patrimonial de Copiapó.....	48
Figura 8: Cuadro de etapas de concreción del proyecto .....	65
Figura 9: Cuadro detallado de costos del proyecto .....	67
Figura 10: Cuadro de beneficios directos del proyecto.....	71
Figura 11: Cronograma general de implementación de proyecto .....	78
Figura 12: Revista Patrimonio Cultural de Chile.....	86
Figura 13: Revista Rutas Patrimoniales .....	87
Figura 14: Revista Identidades Territoriales .....	87
Figura 15: Publicación Patrimonio Ferroviario de Chile .....	88
Figura 16: Serie Documental Rutas de Chile.....	88
Figura 17: Boletín Patrimonio y Memoria .....	89
Figura 18: Ley N°17.288 de Monumentos Nacionales (1970) .....	90
Figura 19: Reglamento del Consejo de Monumentos Nacionales .....	90
Figura 20: Política Nacional de Patrimonio Cultural.....	91
Figura 21: Plan de Desarrollo Turístico de Atacama.....	91

## RESUMEN

El presente proyecto desarrolla la Guía Turística Patrimonial de Copiapó como un instrumento de apoyo para la gestión, difusión y puesta en valor del patrimonio cultural de la comuna. La iniciativa surge frente a un diagnóstico que evidencia la falta de herramientas actualizadas que integren información histórica, arquitectónica y territorial de los Monumentos Nacionales Declarados, lo que ha limitado su aprovechamiento turístico, educativo y comunitario. Asimismo, se identificaron brechas significativas en señalética interpretativa, accesibilidad de la información, coherencia visual y articulación entre instituciones vinculadas al turismo cultural. El proyecto se sustenta en una metodología que combina revisión bibliográfica y legal, análisis de experiencias comparadas, observación territorial y levantamiento de información local. Estos insumos permiten justificar la necesidad de una guía que sistematice y organice el patrimonio de manera clara, inclusiva y accesible, facilitando su comprensión y uso por parte de visitantes, estudiantes y residentes. La guía propone un formato didáctico con mapas, reseñas interpretativas, fotografías y recomendaciones para la visita responsable. Su implementación busca diversificar la oferta turística, fortalecer la identidad territorial, proponer la educación patrimonial y dinamizar la economía local mediante el desarrollo del turismo cultural. Además, se proyecta como un recurso estratégico para la planificación y gestión sostenible del patrimonio de Copiapó, contribuyendo a su preservación y posicionamiento como destino cultural.

*Palabras clave:* Cultura; Desarrollo local; Patrimonio cultural; turismo cultural.

## **CAPITULO I**

### **INTRODUCCION**

La ciudad de Copiapó, capital de la Región de Atacama, resguarda un valioso patrimonio histórico y cultural, reconocido por el Consejo de Monumentos Nacionales (CMN). Entre sus bienes más representativos destacan la Catedral de Copiapó, la Iglesia San Francisco, la Estación de Ferrocarriles y la Locomotora Copiapó, entre otros. Estos monumentos constituyen hitos fundamentales para la identidad local y la memoria histórica del país. Sin embargo, a pesar de su importancia, su visibilidad y aprovechamiento turístico continúan siendo limitados, lo que restringe su potencial como recurso estratégico para el desarrollo económico, social y cultural de la comuna.

En términos turísticos, la Región de Atacama registró en octubre del 2024 un total de 45.694 pernoctaciones en establecimientos de alojamiento turístico, con una tasa de ocupación de 34,7%, evidenciando un margen de crecimiento aún no capitalizado en el turismo cultural (INE 2. , 2024). A nivel nacional, Chile alcanzó un récord histórico con la llegada de 5.239.233 turistas extranjeros en 2024 (Subsecretaría del Turismo, 2025), lo que abre oportunidades significativas para diversificar la oferta y posicionar destinos emergentes como Copiapó dentro del circuito cultural y patrimonial del país.

Pese a contar con un valiosa patrimonio, la ciudad de Copiapó carece de una estrategia integral de marketing y difusión turístico que permita consolidar su imagen como destino cultural competitivo, actualmente no existe una guía integral y estratégica que reúna, organice y difunda de manera accesible e inclusiva la información sobre sus monumentos nacionales declarados. Esta ausencia genera diversas problemáticas que afectan tanto al ámbito cultural como al desarrollo local. La escasa visibilidad turística limita el posicionamiento de la ciudad frente a otros destinos culturales del país, La débil apropiación ciudadana del patrimonio debilita el sentido de identidad y pertenencia de la comunidad, y la falta de integración del patrimonio al desarrollo económico impide aprovechar su potencial como motor de crecimiento en sectores como el turismo, la hotelería y la gastronomía.

En este contexto, la elaboración de una Guía Turística Patrimonial de Copiapó se plantea como una propuesta estratégica que busca organizar, difundir de forma clara y atractiva los monumentos nacionales de la comuna. Desde la perspectiva de la Ingeniería de Ejecución en Administración de Empresas, esta guía no solo es un producto cultural, sino también una herramienta de gestión, diseñada para articular el patrimonio con el turismo, generar alianzas con distintos sectores productivos y contribuir al desarrollo económico sostenible de la comuna. De esta manera, el proyecto responde a la necesidad de contar con instrumentos que permitan transformar recursos culturales en oportunidades de crecimiento, fortaleciendo la identidad local, promoviendo el turismo cultural y aportando valor agregado a la economía regional a través de una gestión eficiente y planificada.

### **1.1 Planteamiento del problema**

Copiapó posee un valioso patrimonio histórico y cultural reconocido como Monumentos Nacionales. Sin embargo, estos bienes presentan baja difusión y escasa valorización, lo que impide que se integren plenamente al turismo cultural y al desarrollo económico local. Esta situación genera una pérdida de oportunidades para la comuna, al no aprovechar su patrimonio como recurso estratégico que fortalezca la identidad, atraiga visitantes y dinamice sectores productivos. Frente a ello, se plantea la necesidad de elaborar una Guía Turística Patrimonial que funcione como herramienta de gestión estratégica, capaz de difundir, valorizar y articular los monumentos de Copiapó con el turismo cultural y la economía regional.

### **1.2 Justificación del estudio**

El presente proyecto se justifica en la necesidad de diseñar, organizar y difundir una Guía Turística Patrimonial que permita visibilizar, poner en valor y posicionar los monumentos nacionales declarados de Copiapó, como recurso estratégico para el turismo cultural. La propuesta busca integrar, articular y fortalecer el patrimonio con la actividad turística, con el fin de incrementar, diversificar y dinamizar la economía local.

A nivel regional, la guía permitirá aprovechar, capitalizar y proyectar las oportunidades turísticas que se generan en la Región de Atacama, la cual en 2024 registró 43.044 pernотaciones con una ocupación de 33,3% (INE, 2024). En el contexto nacional, el proyecto se orienta a atraer y captar parte de los más de 5,2 millones de turistas extranjeros que registró y consolidó Chile en 2024 (Subsecretaría del Turismo, 2025).

De esta manera, la iniciativa pretende generar, fomentar y consolidar un instrumento de gestión estratégica que conecte, articule y potencie el patrimonio cultural con sectores como hotelería, gastronomía y servicios, construyendo a impulsar, diversificar y sostener el desarrollo económico y cultural de la comuna.

### **1.3 Objetivo general**

Diseñar una Guía Turística Patrimonial de Copiapó como herramienta de gestión estratégica para la difusión y valorización de sus monumentos nacionales, orientada a fortalecer el turismo cultural y contribuir al desarrollo económico sostenible de la comuna.

### **1.4 Objetivos específicos**

#### **1.4.1 Objetivo específico N°1:**

Recopilar, organizar y sistematizar información patrimonial como insumo para la planificación y gestión turística.

#### **1.4.2 Objetivo específico N°2:**

Diseñar una guía turística en formato digital e impreso, estructurada bajo criterios de gestión estratégica de comunicación y marketing territorial.

#### **1.4.3 Objetivo específico N°3:**

Proponer una estrategia de difusión turística patrimonial vinculada a la gestión administrativa y económica local, fomentando alianzas con sectores productivos (turismo, hotelería, gastronomía, servicios).

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1 Gestión estratégica en el desarrollo local**

La gestión estratégica en el desarrollo local se entiende como un proceso planificado que busca orientar, organizar y coordinar los recursos de un territorio con el propósito de promover su crecimiento económico, cohesión social y sostenibilidad ambiental. No se trata únicamente de administrar lo existente, sino de diagnosticar, planificar y transformar las potencialidades del territorio en ventajas competitivas duraderas (Porter, 1990); (Boisier, 2004).

Desde la perspectiva de la administración pública y empresarial, esta gestión requiere integrar planificación, coordinación y liderazgo, con el fin de fortalecer la competitividad territorial y mejorar la calidad de vida de la población (Kliksberg, 2000), En este sentido, la gestión estratégica permite vincular el patrimonio con el desarrollo local, incorporando criterios de sostenibilidad, participación ciudadana y articulación institucional.

##### **2.1.1 Planificación participativa y diagnóstico del territorio:**

La planificación participativa se reconoce como una herramienta esencial dentro de la gestión estratégica, ya que involucra a la comunidad, las autoridades y el sector privado en la construcción de una visión compartida de desarrollo. Según (Kliksberg, 2000), este enfoque fomenta la corresponsabilidad y la legitimidad de las políticas públicas, al considerar la experiencia y las necesidades de los actores locales. Para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2019), los procesos participativos fortalecen la gobernanza territorial y permiten elaborar diagnósticos integrales que identifican fortalezas, debilidades y oportunidades de un territorio. En el ámbito turístico, este tipo de diagnóstico facilita mapear los recursos patrimoniales, evaluar su conservación y definir estrategias de uso sostenible, asegurando que las decisiones respondan a la realidad local.

En el caso de Copiapó, la planificación participativa permite reconocer los valores históricos, culturales y naturales de la comuna, integrándolos en políticas de desarrollo que potencien el turismo patrimonial como eje económico y social.

### **2.1.2 Articulación pública-privada para la gestión turística:**

La articulación entre el sector público y el privado constituye un elemento clave para optimizar recursos, coordinar esfuerzos y ampliar el impacto del turismo cultural. Según la Organización Mundial del turismo (OMP, 2019), la cooperación entre ambos sectores favorece la inversión en infraestructura, la innovación y la profesionalización del sector turístico. Boisier en el año 2005, sostiene que la gobernanza territorial efectiva requiere de una red de actores comprometidos con objetivos comunes, donde cada uno asuma responsabilidades diferenciadas, el estado en la regulación y planificación, el sector privado en la inversión y operación y la comunidad en la gestión participativa.

La (OCDE, 2018) destaca que los destinos turísticos que logran consolidar alianzas público-privadas incrementan su competitividad y sostenibilidad. Para Copiapó, esta articulación resulta fundamental, ya que la colaboración entre instituciones públicas, empresas locales y organizaciones culturales puede impulsar la creación de productos turísticos integrados y fortalecer la economía regional mediante la valorización del patrimonio.

### **2.1.3 Sostenibilidad en el desarrollo local: economía, social y ambiental**

La sostenibilidad es el principio que orienta las estrategias de desarrollo local hacia un equilibrio entre crecimiento económico, equidad social y conservación ambiental. El informe (Brundtland, 1987) define el desarrollo sostenible como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones.

Desde una perspectiva económica, la sostenibilidad implica generar y distribuir de manera equitativa los beneficios derivados del turismo, fomentando empleos e ingresos locales (OCDE, 2018). En el plano social. Busca fortalecer la identidad cultural, la inclusión y la participación comunitaria (UNESCO 2. , 2015). Y en el ámbito ambiental, promueve la preservación de los recursos naturales y patrimoniales, asegurando su uso responsable. En consecuencia, una gestión estratégica del patrimonio en Copiapó debe incorporar medidas sostenibles en todas sus etapas: diagnóstico, planificación, promoción

y evaluación. De esta forma, el turismo cultural se convierte en una herramienta de desarrollo equilibrado, capaz de conciliar rentabilidad económica con responsabilidad social y ambiental.

#### **2.1.4 Rol de las comunidades locales en toma de decisiones**

Las comunidades locales desempeñan un rol protagónico en la gestión del patrimonio y el turismo cultural, ya que son las portadoras de la memoria, las tradiciones y los valores identitarios del territorio. La participación ciudadana en la toma de decisiones fortalece la legitimidad de las políticas y garantiza que las acciones de desarrollo sean culturalmente pertinentes (García Canclini, 1999).

La (UNESCO, 2003) sostiene que la apropiación cultural por parte de las comunidades es un factor decisivo para la sostenibilidad de los proyectos patrimoniales, al evitar su mercantilización y fomentar su conservación activa. De igual modo, (Boisier, 2004) plantea que los procesos de desarrollo son sostenibles solo si cuentan con capital social fuerte, es decir, con redes de confianza, cooperación y participación ciudadana. En el caso de Copiapó, el involucramiento de las comunidades en la gestión del patrimonio, a través de talleres, mesas de trabajo y participación en la elaboración de la guía turística, permite fortalecer la identidad local y garantizar que el proyecto refleje las voces y valores de quienes habitan el territorio.

## **2.2 Turismo cultural y patrimonio como factores económicos**

El turismo cultural se reconoce como una de las ramas más dinámicas de la actividad turística, con un impacto directo en la generación de empleo, la diversificación productiva y la dinamización territorial. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2020), este tipo de turismo permite preservar el patrimonio, generar ingresos y distribuir beneficios de manera más equitativa en las comunidades anfitrionas. Cuando los bienes patrimoniales se gestionan estratégicamente, logran atraer visitantes, estimular sectores asociados y fortalecer la identidad cultural local. Consolidar el turismo cultural como motor del desarrollo sostenible posibilita integrar la conservación patrimonial con la generación de oportunidades económicas. La Comisión Económica para América

Latina y el Caribe (CEPAL, 2019) sostiene que las políticas públicas orientadas al turismo cultural fortalecen el crecimiento inclusivo, al distribuir los beneficios entre diversos sectores productivos. Fortalecer la gestión del patrimonio cultural en Copiapó, mediante la creación de una guía patrimonial, contribuye a posicionar la comuna en el circuito turístico del norte de Chile, estimulando la economía local, la innovación y el sentido de pertenencia comunitaria.

### **2.2.1 Impacto en el empleo y la economía local**

El turismo cultural contribuye a crear, sostener y ampliar puestos de trabajo tanto directos (guías, operadores turísticos, gestores culturales) como indirectos (hotelería, gastronomía, transporte). La (OCDE, 2018) destaca que el turismo representa entre un 4% y 11% del empleo en las economías miembros, lo que evidencia su potencial como motor económico. En ciudades como Copiapó, el patrimonio puede estimular la generación de empleo local, fomentar el emprendimiento y aumentar los ingresos familiares. Promover el turismo cultural en contextos regionales permite reactivar economías locales. En Chile, el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR, 2020) informó que antes de la pandemia, la industria turística generaba más de 600 mil empleos, siendo un área con alto potencial de recuperación y crecimiento. En el caso de Copiapó, impulsar el aprovechamiento turístico de sus monumentos nacionales puede ampliar el mercado laboral en ámbitos comerciales, además permite fomentar el emprendimiento local mediante la creación de microempresas culturales y turísticas que aportan valor al territorio.

### **2.2.2 Diversificación de la oferta productiva**

El patrimonio cultural permite diversificar y complementar la oferta turística tradicional, orientando el desarrollo hacia un modelo menos dependiente de actividades extractivas. Richards (2018) sostiene que el turismo cultural impulsa la creación de productos diferenciados como rutas patrimoniales, festivales y experiencias locales, que amplían la permanencia de los visitantes y elevan el gasto promedio. En este sentido, diversificar la oferta no solo implica agregar actividades, sino construir una identidad turística propia, coherente con la historia y el entorno local. Para Copiapó, esta diversificación significa conectar su patrimonio con sectores comerciales como la hotelería, artesanía y la gastronomía, generando encadenamientos productivos que

amplían las oportunidades laborales. De acuerdo a la Subsecretaría de Turismo (2024), los destinos que integran experiencias culturales dentro de su oferta logran un crecimiento de hasta un 20% en la ocupación hotelera y más fidelización de los visitantes.

De esta forma, la Guía Turística Patrimonial de Copiapó puede funcionar como una herramienta estratégica que organice y visibilice las diferentes manifestaciones culturales, fomentando la creación de productos turísticos sostenibles y posicionando a la comuna como un destino cultural emergente en el norte de Chile.

### **2.2.3 Atracción de inversión y dinamización territorial**

La valorización del patrimonio cultural activa procesos de inversión pública y privada, destinados a la conservación, restauración y promoción de los bienes culturales. La (UNESCO 2. , 2018), sostiene que la inversión en patrimonio tiene un efecto multiplicador, ya que dinamiza sectores complementarios como la construcción, los servicios turísticos y la economía creativa. En Chile, los programas de recuperación patrimonial impulsados por el Ministerio de las Culturas y el Consejo de Monumentos Nacionales han movilizado más de 25.000 millones de pesos entre 2020 y 2023, orientados a la restauración de iglesias, estaciones ferroviarias y edificios históricos. Este tipo de inversión genera empleo local y revitaliza barrios tradicional, incrementando el valor urbano y turístico del territorio (CNCA, 2023).

Para Copiapó, el rescate y difusión de sus monumentos nacionales puede estimular la llegada de nuevos proyectos de inversión turística, incentivar la colaboración entre el sector público y privado, y fortalecer el posicionamiento regional. Al mismo tiempo, la dinamización territorial derivada del turismo cultural contribuye a revitalizar el centro histórico, atraer emprendimientos locales y consolidar la ciudad como un nodo cultural dentro de la Región de Atacama.

### **2.2.4 Inclusión y participación comunitaria**

El turismo cultural no solo debe generar beneficios económicos, sino también garantizar la participación activa de las comunidades locales en la gestión y valorización del patrimonio. Según la (UNESCO 2. , 2023), la apropiación social del patrimonio fortalece la identidad colectiva y promueve la sostenibilidad de los proyectos turísticos, al asegurar que las decisiones respondan a los valores y necesidades del territorio. La

participación ciudadana permite empoderar a las comunidades, fomentar la corresponsabilidad en la protección del patrimonio y generar oportunidades inclusivas mediante la creación de cooperativas, talleres y micro emprendimientos culturales.

En el caso de Copiapó, involucrar a las comunidades en el diseño y actualización de la Guía Turística se basa en principios de equidad, respeto y autenticidad cultural. De esta manera, la inclusión comunitaria se convierte en un eje transversal del desarrollo local, permitiendo que los beneficios del turismo cultural se distribuyan equitativamente y que el patrimonio se preserve como un bien común.

### **2.3 Marketing territorial y comunicación turística**

El marketing territorial se entiende como el conjunto de estrategias orientadas a posicionar, diferenciar y fortalecer la identidad de un territorio, promoviendo su competitividad mediante el aprovechamiento de sus recursos culturales, naturales y sociales. Según (Kotler et al, 1993), el marketing de lugares busca crear valor y reputación para una ciudad o región, atrayendo visitantes, inversiones y talento, al tiempo que consolida un sentido de pertenencia entre sus habitantes. En este contexto, la comunicación turística actúa como una herramienta clave para difundir los atributos del territorio, construir su imagen de marca y generar conexión emocional con los públicos.

La (UNESCO 2. , 2002) señala que una narrativa territorial coherente, inclusiva y culturalmente sensible favorece la sostenibilidad del turismo y refuerza la identidad local frente a la globalización. En el caso de Copiapó, el marketing territorial permite proyectar su patrimonio histórico y cultural como eje diferenciador, integrando a los monumentos nacionales en una estrategia comunicacional que combine promoción turística, participación ciudadana e innovación digital. La elaboración de la Guía Turística Patrimonial representa una acción concreta de marketing cultural, al estructurar y difundir información que visibiliza el valor histórico de la comuna y posiciona a Copiapó dentro del circuito cultural del norte de Chile.

### **2.3.1 Identidad territorial y construcción de marca**

La identidad territorial se define como el conjunto de características históricas, simbólicas y culturales que distinguen un territorio y lo diferencian de otros destinos (Anholt, 2010). Esta identidad debe ser traducida en una marca territorial capaz de proyectar confianza, autenticidad y singularidad. (Kotler et al., 2006), sostienen que los lugares que logran construir una marca sólida, basada en su patrimonio y valores locales, atraen visitantes con mayor fidelidad y mejoran su reputación en mercados nacionales e internacionales. Para Copiapó, consolidar una marca territorial implica vincular su historia minera, su patrimonio arquitectónico y su legado ferroviario con un relato turístico coherente, que evoque identidad y orgullo local. De este modo, la guía patrimonial no solo cumple una función informativa, sino que se convierte en una herramienta de branding territorial, capaz de fortalecer la imagen cultural de la comuna y fortalecer el sentido de pertenencia ciudadana.

### **2.3.2 Estrategias de comunicación turística**

La comunicación turística permite crear narrativas, organizar mensajes y conectar audiencias mediante distintos medios y plataformas. Según (Fernández y Guzman, 2020), las estrategias de comunicación deben resaltar los atributos diferenciadores del destino, generar confianza y motivar la visita. En el ámbito del patrimonio cultural, comunicar eficazmente significa hacer visible la historia, los valores y las emociones que los bienes patrimoniales representan para la comunidad. La Guía Turística Patrimonial de Copiapó cumple este propósito al estructurar información histórica, visual y práctica en formatos impresos y digitales, contribuyendo a difundir una imagen coherente del destino.

La integración de redes sociales, medios locales y alianzas con instituciones educativas o turísticas puede fortalecer esta comunicación, logrando una difusión bidireccional que no solo promueva el patrimonio, sino que también recoja percepciones y aportes de la comunidad.

### **2.3.3 Innovación digital y marketing de destinos**

La transformación digital ha modificado profundamente las formas de promoción turística. La Organización Mundial del Turismo (OMT 2. ), afirma que el uso de tecnologías digitales incrementa la visibilidad, mejora la experiencia del visitante y

permite medir el impacto de las estrategias promocionales. Las plataformas interactivas, las aplicaciones móviles y las guías digitales permiten modernizar la experiencia turística, incorporando realidad aumentada, geolocalización y recursos multimedia que facilitan la interpretación del patrimonio. Para Copiapó, la incorporación de herramientas tecnológicas en su guía patrimonial fortalece su posicionamiento como destino innovador, accesible e inclusivo, ampliando su alcance a públicos jóvenes, nacionales e internacionales.

El marketing digital, al ser más sostenible y medible, permite evaluar resultados concretos, como el número de descargas, visitas, interacciones y satisfacción de los usuarios, transformando la promoción patrimonial en una gestión basada en evidencia.

#### **2.3.4 Posicionamiento competitivo en mercados turísticos**

El posicionamiento competitivo se logra cuando un destino ocupa un lugar distintivo en la mente del visitante, asociado a una experiencia cultural auténtica y de calidad. Según (Anholt, 2010), los territorios que desarrollan estrategias coherentes de marca y comunicación logran ventajas competitivas sostenibles en un entorno turístico cada vez más globalizado. En este sentido, Copiapó puede diferenciarse dentro del norte de Chile a través de la puesta en valor de su patrimonio monumental, su historia minera y su rol pionero en el desarrollo ferroviario nacional. La guía patrimonial constituye un instrumento clave de posicionamiento, al integrar estos elementos en un relato visual y estratégico, alineado con los principios de sostenibilidad, identidad y desarrollo local.

De esta manera, el marketing territorial y la comunicación turística no se limitan a la promoción, sino actúan como motores de transformación social y económica, al fortalecer la identidad, estimular el orgullo local y proyectar a Copiapó como un destino cultural con valor patrimonial y potencial de crecimiento sostenible.

### **2.4 Gestión de proyectos y herramientas de planificación**

La gestión de proyectos constituye una disciplina clave dentro de la administración moderna, ya que permite planificar, ejecutar, controlar y evaluar iniciativas de manera eficiente, optimizando recursos humanos, financieros y materiales. Según el Proyec

Management Institute (PMI, 2021), gestionar un proyecto implica alinear objetivos estratégicos con acciones concretas, utilizando metodologías que aseguren resultados medibles y sostenibles en el tiempo. En el ámbito del desarrollo territorial, la gestión de proyectos es fundamental para estructurar procesos de intervención planificada, especialmente en iniciativas vinculadas al turismo cultural y patrimonial. La (UNESCO 2. , 2021) sostiene que los proyectos culturales bien gestionados contribuyen a fortalecer las economías locales, promover la participación comunitaria y garantizar la sostenibilidad de los recursos culturales. Para Copiapó, aplicar metodologías de gestión de proyectos al diseño e implementación de la Guía Turística Patrimonial permitirá ordenar las etapas del proceso, definir responsabilidades, controlar riesgos y evaluar impactos, garantizando que la iniciativa sea una herramienta de gestión estratégica y no solo un producto informativo.

#### **2.4.1 Enfoque de gestión de proyectos**

Los enfoques contemporáneos de gestión se orientan a mejorar la eficiencia y efectividad de las intervenciones mediante metodologías estructuradas. El (PMI, 2021), en su PMBOK Guide – 7th Edition, establece cinco grupos de procesos esenciales: inicio, planificación, ejecución, monitoreo y cierre, los cuales permiten conducir proyectos de manera integral y sistemática. Por su parte, la Agencia Alemana de Cooperación Internacional (GIZ, 2017) promueve el enfoque de marco lógico, ampliamente utilizado en proyectos sociales, culturales y turísticos, por que vincula los objetivos con resultados verificables, indicadores medibles y fuentes de comprobación claras. En este contexto del patrimonio cultural, adoptar estos enfoques facilita identificar necesidades reales, formular objetivos alcanzables y evaluar resultados concretos. En Copiapó, aplicar un modelo de gestión profesional permitirá garantizar la calidad técnica de la guía patrimonial, fortalecer su sostenibilidad y asegurar su articulación con los planes de desarrollo local y las políticas regionales de turismo.

#### **2.4.2 Herramientas de planificación estratégica**

Las herramientas de planificación permiten analizar, priorizar y organizar recursos y actividades dentro de un proyecto. Entre las más utilizadas se encuentra instrumentos como el análisis FODA, que permite evaluarlas fortalezas, oportunidades, debilidades y

amenazas del entorno (Heinz Weihrich, 1982). Esta herramienta resulta especialmente útil para identificar los factores internos y externos que condicionan el turismo patrimonial en Copiapó, como su clima árido, su localización estratégica en el norte del país o su limitada promoción cultural. Otra herramienta fundamental es la matriz de marco lógico (MML), que facilita estructurar los objetivos, resultados, actividades e indicadores de manera ordenada, garantizando la coherencia interna del proyecto. Complementariamente, cronogramas y diagramas de Gantt (Kerzner, 2017) permiten programar y visualizar las etapas del proyecto, asegurando el cumplimiento de plazos y metas. Aplicar estas herramientas en el proyecto de la Guía Turística Patrimonial de Copiapó permitirá coordinar a los actores involucrados, organizar tiempos y recursos, y establecer mecanismos de evaluación que respalden su efectividad y sostenibilidad.

### **2.4.3 Indicadores y evaluación de resultados**

Medir los resultados de un proyecto es fundamental para verificar su eficacia y sostenibilidad. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2019) subraya que los proyectos deben formular indicadores claros y cuantificables que reflejen el cumplimiento de los objetivos y permitan la rendición de cuentas. En proyectos culturales y turísticos, los indicadores pueden incluir variables como números de visitantes, descargas digitales, alianzas generadas, empleos creados o percepciones ciudadanas sobre el patrimonio. La OMT (2022) enfatiza que la evaluación debe incorporar tanto indicadores económicos como sociales, ambientales y culturales, a fin de garantizar una mirada integral del impacto. En el caso de Copiapó, la evaluación de la Guía Turística Patrimonial permitirá medir su aporte al turismo local, su capacidad de difusión cultural y su incidencia en la identidad comunitaria, asegurando la mejora continua de la gestión patrimonial regional.

### **2.4.4 Aplicación al turismo cultural y patrimonial**

La aplicación de metodologías de gestión de proyectos en el ámbito turístico cultural permite articular de manera eficiente las acciones entre el sector público, privado y comunitario, potenciando el aprovechamiento sostenible del patrimonio. Según la CEPAL (2019), la planificación estratégica de proyectos turísticos contribuye al desarrollo inclusivo y a la diversificación productiva, especialmente en territorios con potencial cultural. En el ámbito, la UNESCO (2021) señala que los proyectos

culturales bien gestionados favorecen la cohesión social, dinamizan las economías creativas y fortalecen la identidad comunitaria. Para Copiapó, esta aplicación permite coordinar a los actores públicos, privados y comunitarios, asegurando una gestión integral del patrimonio que vincule conservación, difusión y desarrollo económico local. Esto implica convertir la guía patrimonial en un modelo de gestión replicable, que no solo organice la información sobre los monumentos nacionales declarados, sino que también sirva como herramienta de planificación, promoción y evaluación de políticas culturales y turísticas. Implementar un sistema de seguimiento y monitoreo permitirá fortalecer la gobernanza local, consolidar alianzas y proyectar la comuna como referencia regional en gestión patrimonial sostenible.

## **2.5 Marco legal del patrimonio cultural en Chile (Ley 17.288)**

El patrimonio cultural en Chile se encuentra regulado por la Ley 17.288 de Monumentos Nacionales, promulgada en el año 1970 (LEY 17288, 1970), constituye el marco jurídico que regula, protege y promueve la gestión del patrimonio cultural y natural de Chile. Su objetivo es preservar los bienes que poseen valor histórico, arquitectónico, artístico o arqueológico, asegurando su conservación como parte fundamental de la identidad nacional (CMN, 2023). Esta ley define categorías específicas de protección, entre ellas los monumentos históricos, zonas típicas o pintorescas, santuarios de la naturaleza, monumentos públicos u monumentos arqueológicos. Además, asigna competencias al Consejo de Monumentos Nacionales (CMN), organismo técnico encargado de evaluar, declarar y fiscalizar los bienes patrimoniales, asegurando que las intervenciones se ejecuten con criterios de conservación y sostenibilidad. En este contexto en la comuna de Copiapó, la ley 17.288 ha permitido reconocer y resguardar bienes emblemáticos como la Catedral de Copiapó, la Iglesia San Francisco, la Estación de Ferrocarriles y la Locomotora la Copiapó, declarados Monumentos Nacionales. Sin embargo, estos enfrentan limitaciones en su gestión turística y difusión pública, lo que evidencia la necesidad de implementar instrumentos, complementarios, como la Guía Turística Patrimonial, orientada a fortalecer la valoración, educación y promoción del patrimonio cultural local.

### **2.5.1 Protección y conservación del patrimonio**

La ley N° 17.288 establece que Estado debe identificar, conservar y administrar los bienes patrimoniales, promoviendo su protección frente a amenazas físicas, ambientales y sociales. Según (CMN, 2023), esta normativa busca preservar la autenticidad e integridad de los bienes patrimoniales, integrando la investigación, restauración y educación patrimonial como ejes esenciales de su conservación. Asimismo, la ley dispone que toda intervención sobre un bien protegido debe ser autorizada por el Consejo, asegurando el cumplimiento de los estándares técnicos establecidos. En términos prácticos, esto permite evitar la pérdida o alteración del valor histórico y cultural de los monumentos. En el caso de Copiapó, la aplicación de esta normativa ha permitido mantener en pie y valor arquitectónico construcciones patrimoniales del siglo XIX, que testimonian su pasado minero y ferroviario. No obstante, la conservación física debe complementarse con acciones de difusión, restauración planificada y educación ciudadana, de manera que el patrimonio sea comprendido y aprovechado como recurso estratégico para el desarrollo sostenible (UNESCO 2. , 2021).

### **2.5.2 Responsabilidades institucionales y ciudadanas**

La Ley 17.288 distribuye responsabilidades entre el Estado, las instituciones públicas, los gobiernos locales y la ciudadanía, consolidando un modelo de protección compartido. El Estado, mediante el CMN y el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, debe fiscalizar, gestionar y financiar la conservación del patrimonio, mientras que las comunidades deben participar activamente en su cuidado, difusión y uso responsable (Gobierno de Chile, 2023). Además, la ley establece sanciones legales para quienes dañen o alteren bienes patrimoniales, reforzando el principio de corresponsabilidad social. Según (UNESCO 2. , 2021), la protección del patrimonio solo se sostiene a largo plazo cuando la ciudadanía se involucra activamente en su conservación, reconociendo el valor simbólico y económico de estos bienes. En este sentido, el proyecto de la Guía Turística Patrimonial de Copiapó busca involucrar a la comunidad en la gestión cultural, promoviendo el conocimiento del patrimonio como fuente de identidad y de oportunidades económicas. Este enfoque participativo fortalece el vínculo entre la ley y la práctica local, fomentando la apropiación social del patrimonio y su integración al desarrollo comunal.

### **2.5.3 Desafíos en la aplicación de la ley**

Si bien la Ley 17.288 ha permitido consolidar y expandir la protección patrimonial en Chile, a pesar de sus aportes enfrenta limitaciones en su implementación práctica, especialmente en materia de financiamiento, modernización administrativa y participación regional. (Ministerio de las Culturas, 2021) Sostiene que el marco legal requiere actualizarse para incorporar criterios de gestión descentralizada, digitalización de registros patrimoniales y fortalecimiento de capacidades locales. En regiones como Atacama, los principales desafíos radican en la falta de recursos humanos especializados, la escasa articulación institucional y la limitada difusión del valor patrimonial. Frente a esto, la Política Nacional de Patrimonio Cultural 2023-2028 plantea mejorar la coordinación entre el Estado, los municipios y las comunidades, incentivando proyectos que vinculen patrimonio y desarrollo sostenible (Gobierno de Chile, 2023). En Copiapó, la aplicación afectiva de esta ley demanda avanzar desde una protección normativa hacia una gestión activa y estratégica, que incorpore el patrimonio en políticas de turismo, cultura y economía local. En este marco, la Guía Turística Patrimonial actúa como un instrumento de gestión complementario, capaz de transformar la ley en acción mediante de difusión, educación y valorización territorial.

### **2.5.4 Relación con el desarrollo turístico y cultural**

La Ley N°17.288, además de proteger, habilita la gestión turística del patrimonio, al ofrecer un marco legal que respalda proyectos orientados a promover la cultura, diversificar la economía y fortalecer la identidad territorial. La Organización Mundial del Turismo (OMT 2. , 2022) señala que la integración del patrimonio cultural en las estrategias turísticas potencia el desarrollo sostenible, genera empleo y estimula la innovación local. Desde esa Perspectiva, el marco legal no solo regula la conservación, sino que favorece la articulación entre turismo, cultura y gestión económica, contribuyendo a convertir los bienes patrimoniales en recursos de dinamización territorial y cohesión social (UNESCO 2. , 2021). En el caso de Copiapó, aplicar la ley con enfoque estratégico permite integrar los monumentos nacionales en circuitos turísticos culturales, fortaleciendo la economía local y la identidad comunal. Así, la Guía Turística Patrimonial se consolida como una herramienta práctica de implementación de la ley, al difundir el

patrimonio, fomentar la educación cultural y promover la sostenibilidad del desarrollo regional.

## **2.6 Experiencias comparadas: Guías patrimoniales como instrumentos de gestión**

Las guías patrimoniales se han consolidado en diferentes países como herramientas de planificación, comunicación y gestión del patrimonio cultural, ya que permiten organizar información, difundir valores identitarios y fortalecer el turismo sostenible. Según (UNESCO 2. , 2021), los instrumentos que promueven la interpretación y valorización del patrimonio contribuyen a fortalecer la educación ciudadana y la cohesión social, al mismo tiempo que generan oportunidades económicas locales. En este contexto, las guías patrimoniales funcionan no solo como materiales informativos, sino también como estrategias de gestión territorial, al integrar los recursos culturales con políticas de desarrollo y participación comunitaria. Su implementación en diferentes ciudades de Chile y América Latina muestra su eficiencia para articular la conservación patrimonial con la promoción turística y la educación cultural.

### **2.6.1 Experiencias nacionales**

En Chile, diversas comunas han desarrollado guías patrimoniales y rutas culturales como parte de sus estrategias de promoción turística y gestión local. La Subsecretaría de Turismo (2020) y el Ministerio de las Culturas (2021) destacan iniciativas que han logrado visibilizar el patrimonio y dinamizar las economías regionales a través de la valorización cultural. Un ejemplo significativo es la Guía Patrimonial de Valparaíso, elaborada en colaboración con la UNESCO tras la declaración de la ciudad como Patrimonio de la Humanidad. Esta guía ha permitido ordenar la oferta turística, educar a la población local y promover la conservación de los cerros históricos (UNESCO 2. , 2020). De forma similar, la Ruta del patrimonio de La Serena articula su centro histórico colonial con la identidad religiosa y arquitectónica de la ciudad, promoviendo el turismo sustentable mediante la creación de recorridos interpretativos (SERNATUR, 2020). Otra experiencia relevante es la Guía de Rutas Patrimoniales del Ministerio de Bienes Nacionales, vigente desde 2021, que organiza circuitos temáticos en todo el país. Actualmente existen más de 70 rutas activas que combinan paisajes naturales, bienes culturales y comunidades locales,

lo que demuestra el impacto de estas herramientas en la descentralización del turismo y la gestión participativa del patrimonio (Ministerio de Bienes Nacionales, 2021). Estas experiencias evidencian que la guía patrimonial, cuando se diseña con criterios de sostenibilidad y participación, se transforma en un instrumento eficaz de gestión pública y de fortalecimiento de la identidad territorial, elementos que inspiran directamente el diseño del proyecto aplicado a Copiapó.

### **2.6.2 Experiencias internacionales**

A nivel internacional, diversos países de América Latina y Europa han implementado guías patrimoniales como instrumentos de planificación turística y valorización cultural. En Quito (Ecuador), la guía del centro histórico patrimonial ha sido utilizada como base de gestión para ordenar el uso de los espacios patrimoniales y fomentar el emprendimiento local, en el marco del programa de la UNESCO “Ciudades Patrimonio Mundial” (UNESCO 2. , 2019). En Cusco (Perú), la guía del patrimonio cultural del Cusco elaborada por el Ministerio de Cultura integra información histórica, arquitectónica y turística, promoviendo el turismo responsable y la conservación del legado incaico (Ministerio de Cultura del Perú, 2020). Del mismo modo, en Quito, Lima y Cartagena de Indias, los gobiernos locales han utilizado las guías patrimoniales como instrumentos de planificación participativa, articulando políticas de conservación, educación patrimonial y desarrollo turístico sostenible (UNESCO 2. , 2021); (BID 2. , 2021). En Europa, ciudades como Barcelona y Lisboa han incorporado guías patrimoniales digitales y aplicaciones móviles que permiten al visitante interactuar con el territorio en tiempo real, fortaleciendo la gestión turística inteligente y la accesibilidad cultural (ICOMOS, 2020). Estas estrategias demuestran cómo la digitalización amplía la difusión del patrimonio y mejora la gestión turística mediante el uso de tecnologías de información.

### **2.6.3 Relevancia para Copiapó**

Las experiencias nacionales e internacionales demuestran que las guías patrimoniales son instrumentos estratégicos de gestión cultural y desarrollo local. En el caso de Copiapó, la implementación de una guía turística patrimonial permitirá organizar, interpretar y difundir el valor de sus monumentos nacionales, fortaleciendo la identidad

local y dinamizando la economía a través del turismo cultural. Aplicar estas buenas prácticas internacionales en la comuna posibilita la integración del patrimonio a las estrategias regionales de desarrollo, promoviendo alianzas entre instituciones públicas, sector privado y comunidades locales. Además, el uso de plataformas digitales y formatos inclusivos garantizará una mayor accesibilidad y participación ciudadana, elementos esenciales para una gestión moderna y sostenible del patrimonio (UNESCO 2. , 2021). De esta manera, la guía turística patrimonial de Copiapó se proyecta como un instrumento de gestión cultural replicable, orientado a fortalecer el vínculo entre patrimonio, turismo y desarrollo económico local, en coherencia con las políticas nacionales y los lineamientos de la Agencia 2030 de la UNESCO.

## CAPITULO III

### DIAGNÓSTICO TERRITORIAL Y ORGANIZACIONAL

#### 3.1 Caracterización de la comuna de Copiapó: entorno social, económico y turístico

##### 3.1.1 Aspectos demográficos y sociales

Analizar la realidad demográfica de Copiapó permite comprender las bases humanas y territoriales que sustentan su desarrollo patrimonial y turismo. La comuna, capital de la Región de Atacama, concentra la mayor parte de la población regional y actúa como su principal centro administrativo, económico y cultural. Según los reportes comunales del INE y la Biblioteca del Congreso Nacional (BCN, 2024), Copiapó proyecta una población total de 168.831 habitantes, con un crecimiento del 9,7 % respecto al Censo 2017, que registraba 153.937 personas. De este total, el 98,2 % reside en áreas urbanas y solo el 1,8% en sectores rurales, confirmando una marcada concentración poblacional en la capital regional. En cuanto a la composición por sexo, se estima que la comuna cuenta con 83.536 hombres y 85.295 mujeres, alcanzando un índice de masculinidad de 97,9. La estructura etaria muestra una población predominantemente niño y adolescentes, con un 19,9% entre 0 y 14 años, y un 69,1% en el grupo de 15 a 64 años joven adulta. Los adultos mayores representan el 11,1% entre el grupo de 65 años y más, cifra que evidencia un proceso de envejecimiento moderado del perfil demográfico comunal (BCN, 2024).

En el siguiente cuadro se pretende mostrar la población por tramo etario de la comuna de Copiapó:

<b>Población proyectada por tramo etario comuna de Copiapó año 2024</b>		
<b>Tramo etario</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
0 - 14 años	33.541	19,9%
15 - 29 años	37.950	22,5%
30 - 44 años	39.999	23,7%
45 - 64 años	38.660	22,9%
65 años y más	18.681	11,1%
<b>TOTAL</b>	<b>168.831</b>	<b>100%</b>

*Figura 1: Población por Tramo Etario, Comuna de Copiapó  
Fuente: Elaboración Propia con información de BCN/SIIT*

En el plano social, la encuesta CASEN 2022, reporta que la tasa de pobreza por ingresos en la comuna alcanzó 7,2%, cifra ligeramente superior al promedio nacional 6,5%. El índice de dependencia demográfica se ubica en 44,8%, mientras que el índice de adultos mayores asciende a 55,7%, reflejando una presión demográfica moderada sobre la población económicamente activa. Estos indicadores revelan una comuna urbana, con desafíos sociales manejables y potencial para fortalecer políticas de desarrollo inclusivo y culturalmente sostenible (INE 2. , 2022); (CASEN, 2022) (BCN, 2024).

### **3.1.2. Entorno económico**

Examinar la estructura económica de Copiapó permite identificar los sectores con mayor potencial de diversificación y su relación con el turismo patrimonial. La economía local mantiene una fuerte dependencia del sector minero, aunque el comercio, la construcción y los servicios turísticos han mostrado un crecimiento sostenible en la última década (Gobierno Regional de Atacama, 2024). El plan de acción regional de turismo de Atacama de 2016 al 2025, contempla una inversión de 2.677 millones de pesos orientada a fortalecer la imagen turística regional y la gestión de destinos, considerando a Copiapó como eje estratégico dentro del corredor andino y del valle de Huasco (Gobierno Regional de Atacama, 2024). De acuerdo con el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR 2. , 2024), el valle de Copiapó registró un incremento de más de 6,2 puntos porcentuales en la tasa de ocupación hotelera durante el verano de 2024, consolidándose como uno de los destinos con mejor desempeño en el norte de Chile. A nivel regional, el INE en el año 2024 informó 45.694 pernoctaciones en octubre con una tasa de ocupación del 34,7%, mientras que la actividad turística nacional alcanzó más de 5,2 millones de visitantes extranjeros en el mismo año (Subsecretaría del Turismo, 2025).

En el siguiente cuadro se presenta indicadores económicos y turísticos relevantes de Copiapó año 2024 a 2025:

<b>Indicadores económicos y turísticos relevantes de Copiapó (2024-2025)</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Valor</b>	<b>Fuente</b>
Pernoctaciones regionales (oct.2024)	45.694	INE (2024)
Tasa de ocupación turística regional	34,70%	INE (2024)
Crecimiento ocupación hotelera Valle de Copiapó	+6,2 p.p.	SERNATUR (2024)
Inversión regional en turismo (2016 -2025)	\$2.677 millones	GORE Atacama (2024)
Turistas extranjeros en Chile	5,23 millones	Subsecretaría de Turismo (2025)
Empleo turístico nacional (pre pandemia)	600.000 ocupados	SERNATUR (2020)

*Figura 2: Indicadores económicos y turísticos de Copiapó  
Fuente: Elaboración Propia*

Estos datos confirman que la comuna de Copiapó dispone de condiciones propicias para ampliar su matriz productiva mediante el turismo cultural. La dinamización del patrimonio local, apoyada en la restauración de monumentos y creación de productos turísticos innovadores, puede generar empleo, atraer inversión y fortalecer la identidad territorial.

### **3.1.3 Potenciar turístico y rol de Copiapó en la estrategia regional**

Evaluar potencial turístico de Copiapó permite visualizar su contribución a la estrategia de desarrollo regional. El valle de Copiapó y su capital están catalogados por SERNATUR en el año 2016 como destinos consolidados dentro del sistema nacional del turismo. Además, su ubicación intermedia entre la costa, el desierto y la cordillera facilita la articulación de circuitos integrados que combinan patrimonio urbano, naturaleza y cultura minera. La comuna concentra una significativa cantidad de Monumentos Nacionales declarados entre ellos, la Catedral de Copiapó, la Iglesia San Francisco, la Estación de Ferrocarriles y la Locomotora Copiapó, que configuran un eje de alto valor histórico. Estos bienes, junto a la infraestructura urbana existente, constituyen el núcleo para la creación de rutas patrimoniales y la implementación de la Guía Turística Patrimonial como instrumento de gestión estratégica. El fortalecimiento de la identidad local, la integración de comunidades en procesos de difusión y la aplicación de tecnologías digitales (código QR, plataformas interactivas) permitirán proyectar a Copiapó como un

nodo cultural y turístico del norte chileno, contribuyendo a la diversificación económica y a la valorización sostenible de su patrimonio.

### 3.2 Inventario y análisis de Monumentos Nacionales de Copiapó

Identificar y analizar el patrimonio monumental de Copiapó permite reconocer, valorar y planificar la gestión de los bienes que constituyen la base cultural e histórica de la comuna. Según el Consejo de Monumentos Nacionales (CMN 2. , 2025), la comuna posee actualmente 12 bienes declarados Monumentos Nacionales, once bajo la categoría Monumento Histórico (MH) y uno bajo la categoría Zona Típica (ZT). Estos bienes reflejan distintas etapas del desarrollo urbano, religioso, industrial y político de Copiapó, vinculadas estrechamente con la minería, el ferrocarril y el crecimiento republicano del país.

#### 3.2.1 Monumentos Históricos de Copiapó

A continuación se presenta los principales Monumentos Históricos, junto a su decreto de declaratoria y valor patrimonial:

N°	Bien Patrimonial	Categoría CMN	Decreto de Declaratoria	Año	Valor Principal
1	Catedral de Copiapó	Monumento Histórico	D.S N°7817	1981	Religioso - Arquitectónico
2	Iglesia San Francisco	Monumento Histórico	D.S N°3182	1982	Religioso - Comunitario
3	Estación de Ferrocarriles de Copiapó	Monumento Histórico	D.S N°7135	1981	Industrial - Histórico
4	Locomotora "Copiapó"	Monumento Histórico	D.S N°4543	1952	Tecnológico - Industrial
5	Palacete "Villa Viña de Cristo"	Monumento Histórico	D.S N°7817	1981	Arquitectónico - Residencial
6	Edificio Consistorial de Copiapó	Monumento Histórico	D.S N°664	1993	Cívico - Institucional
7	Fuente Central de la Plaza de Armas	Monumento Histórico	D.S N°664	1993	Artístico - Urbano
8	Cuatro estatuas de mármol (Plaza de Armas)	Monumento Histórico	D.S N°664	1993	Escultórico - Patrimonial
9	Casa Maldini Tornini	Monumento Histórico	D.S N°2656	2008	Histórico - Arquitectónico
10	Casa de los Hermanos Matta (Museo Regional de Atacama)	Monumento Histórico	D.S N°498	1976	Histórico - Cultural
11	Sitio de Memoria Regimiento Militar N°23 (Ex Recinto de Ingenieros)	Monumento Histórico	D.S N°1860	2023	Memoria - Derechos Humanos

Figura 3: Monumentos Nacionales Declarados de Copiapó

Fuente: Elaboración Propia

### 3.2.2 Zona Típica de Copiapó

La Zona Típica “Sector que indica de la ciudad de Copiapó”, declarada mediante Decreto Supremo N°268 del año 1991, protege y regula el entorno arquitectónico donde se ubican la antigua Estación de Ferrocarriles y edificaciones residenciales del siglo XIX. Su objetivo es preservar la coherencia urbanística del casco histórico, controlar las intervenciones constructivas y fomentar la conservación del paisaje patrimonial urbana. Esta zona representa la articulación entre el patrimonio arquitectónico y el tejido social de la ciudad, constituyendo un espacio ideal para implementar rutas interpretativas dentro de la futura guía patrimonial.

### 3.2.3 Análisis general del patrimonial monumental

Evaluar el conjunto patrimonial de la comuna de Copiapó permite identificar fortalezas, re conocer desafíos y diseñar estrategias de puesta en valor. A continuación se presenta un análisis FODA:

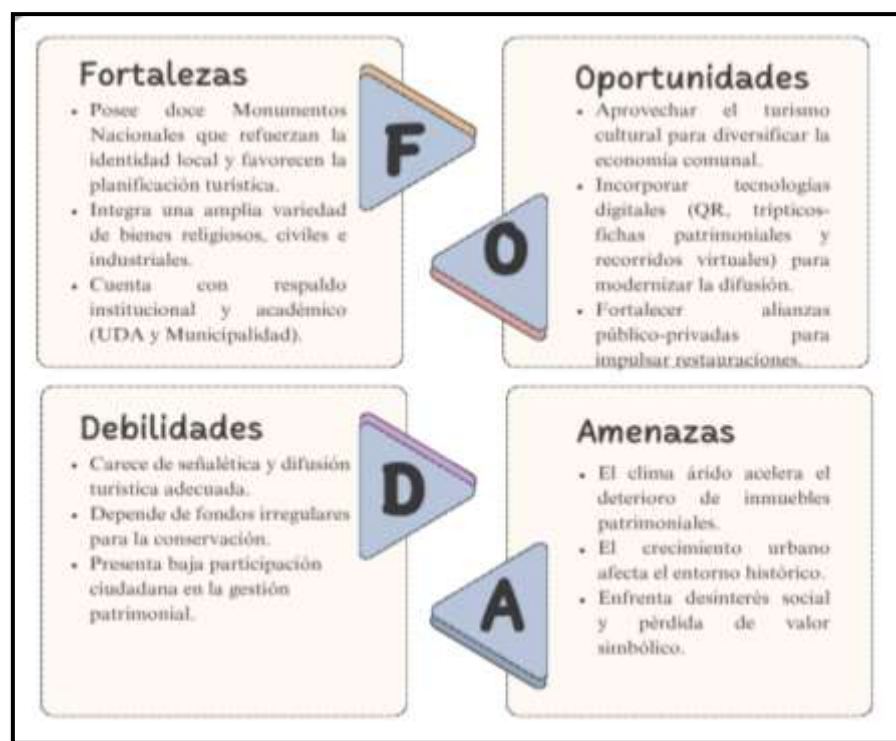


Figura 4: Análisis FODA  
Fuente: Elaboración Propia

El diagnóstico FODA evidencia que Copiapó dispone de un patrimonio diverso y legalmente protegido, con un alto potencial para impulsar el turismo cultural y fortalecer la identidad local. No obstante, la escasa difusión, el financiamiento irregular y la limitada participación ciudadana continúan restringiendo su puesta en valor. Aprovechar las oportunidades tecnológicas y las alianzas público y privadas permitirá transformar las debilidades en ventajas competitivas, consolidando al patrimonio monumental como eje estratégico de desarrollo cultural y económico para la comuna. Por ello, se propone que la Guía Patrimonial de Copiapó integre, interprete y difunda de forma accesible estos bienes y generar un modelo de gestión turística de patrimonio cultural sostenible.

### 3.3 Análisis de actores clave (stakeholders) del turismo local

El desarrollo y la gestión del patrimonio cultural en Copiapó requieren articular la acción de diversos actores institucionales, comunitarios y privados. Cada uno cumple un rol fundamental en la protección, promoción y sostenibilidad de los Monumentos Nacionales Declarados y de la futura Guía Turística Patrimonial.

A continuación, se identifican los principales actores y sus funciones estratégicas dentro del ecosistema patrimonial de la comuna.

Actores	Rol estratégico	Funciones principales
Consejo de Monumentos Nacionales (CMN)	Órgano técnico y normativo	Supervisa la conservación de los bienes patrimoniales, autoriza intervenciones y asesora en la protección legal según la Ley N°17.288.
Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP)	Coordinador nacional de políticas culturales	Gestiona fondos de restauración, promueve proyectos de memoria y fortalece la participación ciudadana en la gestión cultural.
Municipalidad de Copiapó	Administrador local del territorio y la infraestructura patrimonial	Mantiene espacios públicos, articula políticas culturales y turísticas, y gestiona recursos para señalética y promoción local.
Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR)	Promotor regional del turismo cultural	Planifica la oferta turística, monitorea indicadores del sector y difunde destinos patrimoniales en circuitos regionales y nacionales.
Universidad de Atacama (UDA)	Agente académico y de vinculación con el medio	Investiga y capacita en gestión patrimonial, evalúa impactos sociales y colabora en la elaboración de la Guía Turística Patrimonial.
Comunidad local y organizaciones culturales	Custodios del patrimonio y portadores de identidad	Participan en la valorización del patrimonio, crean contenidos culturales y difunden prácticas de educación patrimonial.
Sector privado y empresas locales	Socio estratégico para la sostenibilidad turística	Financia actividades culturales, genera empleo vinculado al turismo y colabora en la promoción de experiencias patrimoniales.

*Figura 5: Actores clave del turismo patrimonial de Copiapó*

*Fuente: Elaboración Propia*

El análisis evidencia que la articulación entre el sector público, académico, privado y comunitario es esencial para garantizar una gestión patrimonial sostenible. La colaboración entre estos actores fortalece la gobernanza local, optimiza recursos y consolida a Copiapó como un modelo de turismo cultural participativo y sostenible. Desde la administración de empresas, el patrimonio cultural se entiende no solo como un legado histórico, sino como un recurso estratégico con valor económico y social. Aplicar herramientas administrativas como la planificación estratégica, el marketing territorial y la innovación organizacional abre oportunidades reales para gestionar el patrimonio de manera eficiente, sostenible y participativa, contribuyendo directamente a la reactivación económica y cultural de la comuna.

### **3.4 Fortalezas y debilidades del actual uso y difusión del patrimonio**

Evaluar el estado actual del patrimonio en Copiapó permite identificar los avances logrados en su preservación y promoción, así como las limitaciones que restringen su plena integración al desarrollo turístico y cultural de la comuna. A continuación se sintetizan las principales fortalezas y debilidades observadas en el uso y difusión del patrimonio monumental local.

#### **3.4.1 Fortalezas:**

##### **3.4.1.1 Reconocer y proponer legalmente el patrimonio de la comuna:**

Copiapó dispone de doce bienes declarados Monumentos Nacionales bajo la Ley N°17.288, lo que garantiza su resguardo jurídico y reafirma su valor histórico a nivel nacional (CMN 2. , 2025).

##### **3.4.1.2 Mantener una base institucional activa:**

La Municipalidad de Copiapó, junto al Consejo de Monumentos Nacionales y la Universidad de Atacama, coordina acciones de conservación y educación patrimonial, lo que fortalece la gobernanza cultural (MINCAP, 2023).

### **3.4.1.3 Contar con interés turística creciente:**

Según SERNATUR en el año 2024, el valle de Copiapó y su capital registran un aumento sostenido de visitantes, lo que favorece la creación de rutas culturales y la integración del patrimonio en la oferta turística regional.

## **3.4.2 Debilidades**

### **3.4.2.1 Presentar escasa difusión pública del patrimonio:**

La mayor parte de los monumentos carece de señalética, guías interpretativas y plataformas digitales, lo que dificulta su visibilidad y comprensión por parte de los visitantes (CMN 2. , 2025).

### **3.4.2.2 Mostrar limitada articulación entre cultura y turismo:**

Las actividades patrimoniales se realizan de manera aislada, sin una estrategia conjunta de promoción o conexión entre sitios, lo que reduce el impacto cultural y económico del patrimonio (SERNATUR 2. , 2024).

### **3.4.2.3 Evidenciar bajo involucramiento ciudadano:**

A pesar del reconocimiento legal, la comunidad participa escasamente en acciones de conservación o difusión, lo que limita el sentido de pertenencia y debilita la sostenibilidad social del patrimonio (MINCAP, 2023).

## **3.4.3 Análisis interpretativo**

El análisis demuestra que Copiapó posee un patrimonio de alto valor histórico e institucionalmente respaldado, pero su difusión aún es insuficiente para alcanzar su máximo potencial turístico y educativo. Fortalecer la comunicación patrimonial, ampliar la participación ciudadana y desarrollar estrategias digitales de promoción permitirá transformar las debilidades actuales en oportunidades de desarrollo, consolidando al patrimonio como eje de identidad y dinamización económico local.

### **3.5 Oportunidades para la gestión patrimonial desde la administración de empresas**

Analizar el patrimonio cultural desde la perspectiva de la administración de empresas permite identificar oportunidades de gestión, innovación y sostenibilidad que pueden transformar los bienes patrimoniales en activos estratégicos para el desarrollo local. La disciplina administrativa aporta herramientas de planificación, marketing y gestión financiera, esenciales para optimizar recursos, generar valor y fortalecer la competitividad turística de la comuna de Copiapó.

#### **3.5.1 Gestión estratégica del patrimonio**

Aplicar principios de gestión estratégica permite organizar, coordinar y monitorear las acciones de preservación y difusión patrimonial. Desde la administración, es posible diseñar planes operativos, establecer indicadores de desempeño y evaluar resultados, asegurando la eficiencia en el uso de los recursos públicos y privados. En este sentido, la guía Turística Patrimonial se concibe como un instrumento de gestión aplicada, capaz de alinear objetivos culturales y económicos, integrando el patrimonio a la planificación del desarrollo local.

#### **3.5.2 Marketing territorial y promoción cultural**

Fortalecer el marketing territorial de Copiapó permite posicionar su patrimonio como un elemento distintivo dentro de la oferta turística regional, generando una imagen de ciudad cultural, atractiva y competitiva. Desde la administración de empresas, esta estrategia busca crear y consolidar una marca territorial basada en los valores históricos, sociales y simbólicos que identifican a la comuna. Según (Kotler et al., 2006), el marketing territorial debe diferenciar y promover los lugares mediante estrategias que integren identidad, participación y sostenibilidad, favoreciendo tanto la atracción de visitantes como el sentido de pertenencia ciudadana. Implementar acciones de promoción cultural mediante la Guía Turística Patrimonial de Copiapó posibilita difundir de manera estructurada y accesible la información sobre los monumentos nacionales declarados, transformando el patrimonio en una herramienta de comunicación estratégica. Este instrumento debe integrar medios digitales, redes sociales, material audiovisual y narrativas participativas, que fortalezcan la conexión entre los visitantes y la comunidad local (Fernández y Guzman, 2020). La (UNESCO 2. , 2022) sostiene que la promoción

cultural efectiva debe transmitir autenticidad y valores compartidos, convirtiéndose en un medio de educación patrimonial y cohesión social. Desarrollar una estrategia de marketing territorial coherente con la identidad de Copiapó implica vincular su historia minera, su patrimonio arquitectónico y su legado ferroviario con un relato turístico que evoque orgullo local y sostenibilidad.

La guía patrimonial cumple este rol al comunicar la riqueza cultural del territorio y posicionarlo dentro del circuito cultural del norte de Chile. Además, medir el impacto de las acciones promocionales mediante indicadores como tráfico digital, participación comunitaria y percepción del visitante permitirá evaluar su efectividad y retroalimentar la gestión. De esta forma, potenciar el marketing territorial y la promoción cultural de Copiapó contribuye directamente a fortalecer la identidad local, atraer inversión turística y dinamizar la economía regional, consolidando el patrimonio como motor de desarrollo sostenible.

### **3.5.3 Emprendimiento y sostenibilidad económica**

La administración también facilita el desarrollo de emprendimiento locales asociados al turismo patrimonial, tales como visitas guiadas, cafeterías culturales o tiendas de artesanía. Estas iniciativas diversifican la economía comunal, generan empleo y promueven la economía creativa. Además, incorporar criterios de sostenibilidad económica y social en la gestión patrimonial permite asegurar la continuidad de los proyectos, reducir la dependencia de fondos públicos y potenciar la autogestión comunitaria.

### **3.5.4 Innovación y alianzas estratégicas**

Promover la innovación en la gestión patrimonial de Copiapó permite modernizar los procesos de difusión, conservación y aprovechamiento turístico del patrimonio. Desde la administración de empresas, la innovación se concibe como una herramienta para optimizar recursos, mejorar la competitividad y diversificar los productos turísticos. Según la (OCDE, 2018), la aplicación de soluciones tecnológicas y modelos de colaboración en el ámbito cultural impulsa la eficiencia institucional y la sostenibilidad territorial. Incorporar herramientas digitales como aplicaciones móviles, códigos QR, recorridos virtuales y plataformas interactivas fortalece la visibilidad del patrimonio y

mejora la experiencia del visitante. La Organización Mundial del Turismo (OMT 2. , 2022) indica que el uso de tecnologías en destinos culturales amplía el acceso a la información, facilita la interpretación del patrimonio y genera datos útiles para la evaluación del impacto turístico. En el caso de Copiapó, digitalizar la Guía Turística Patrimonial representa una oportunidad concreta para integrar innovación, accesibilidad e inclusión, alcanzando a públicos diversos y fomentando la educación patrimonial.

Fomentar alianzas estratégicas entre el sector público, académico, privado y comunitario garantiza la sostenibilidad de las acciones patrimoniales. La cooperación entre la Municipalidad de Copiapó, la Universidad de Atacama, el MINCAP, SERNATUR, las empresas locales y las organizaciones culturales permite coordinar esfuerzos, compartir recursos y articular proyectos conjuntos. (Boisier, 2004) Sostiene que el desarrollo territorial se consolida cuando existe una red de actores comprometidos que comparten metas comunes y responsabilidades diferenciadas. Consolidar estas alianzas y una cultura de innovación colaborativa permitirá que la Guía Turística Patrimonial se mantenga actualizada, participativa y financieramente viable, integrando nuevas tendencias tecnológicas y sociales. En consecuencia, fortalecer la innovación y las alianzas estratégicas posiciona a Copiapó como un referente regional en gestión patrimonial moderna, sostenible y articulada, capaz de generar beneficios culturales, sociales y económicos duraderos.

## CAPITULO IV

### DISEÑO DE LA GUÍA TURÍSTICA PATRIMONIAL

#### **4.1 Enfoque conceptual y lineamientos de diseño estratégico**

##### **4.1.1 Concebir la guía como instrumento de gestión estratégica**

Definir la Guía Turística Patrimonial de Copiapó como un instrumento de gestión estratégica significa entenderla como una herramienta integral que orienta la planificación, coordinación y promoción del patrimonio cultural de la comuna. Su objetivo principal es vincular el patrimonio con la gestión turística y educativa, impulsando el desarrollo local desde una perspectiva sostenible y participativa. La guía se concibe como un medio que organiza información histórica, arquitectónica y cultural de los bienes patrimoniales, transformándola en una plataforma de aprendizaje y promoción. Este enfoque permite fortalecer la identidad de Copiapó, aumentar su visibilidad como destino patrimonial y contribuir a la diversificación económica de la región. Además, al incorporar estrategias de planificación y comunicación, el documento se convierte en un instrumento de apoyo para instituciones públicas, establecimientos educativos, empresas turísticas y organizaciones culturales, consolidando una visión territorial compartida del patrimonio como recurso social y económico.

##### **4.1.2 Integrar el marketing territorial y la identidad local**

Incorporar el marketing territorial dentro del diseño estratégico de la guía permite posicionar a Copiapó como una ciudad patrimonial competitiva dentro del norte de Chile. Este enfoque considera que el territorio posee atributos que pueden gestionarse como una “marca”, construida sobre la base de su historia, su geografía y su gente. El diseño debe destacar la identidad cultural de Copiapó, reconociendo su herencia minera, su legado ferroviario, su arquitectura religiosa y su papel histórico en el desarrollo de la Región de Atacama. Estos elementos constituyen el eje comunicacional que define la imagen de la comuna como ciudad patrimonial del desierto, vinculando pasado y presente a través de narrativas visuales y textuales. Asimismo, el marketing territorial aplicado al patrimonio busca crear sentido de pertenencia en la comunidad local, reforzando el orgullo ciudadano y promoviendo la participación de los habitantes como anfitriones y guardianes del

patrimonio. De esta forma, la guía no solo comunica información, sino que también transmite identidad y valores culturales coherentes con la historia del territorio.

#### **4.1.3 Aplicar criterios de innovación digital y territorial**

Adoptar criterios de innovación digital es esencial para responder a las nuevas tendencias del turismo y de la comunicación cultural. La transformación tecnológica en el ámbito permite ampliar la difusión, mejorar la experiencia del visitante y fortalecer la accesibilidad. La Guía Turismo Patrimonial de Copiapó debe contemplar una versión digital interactiva, con recursos como QR, mapas georreferenciados, recorridos virtuales, guías y material audiovisual que contextualice la información. Estos recursos facilitan el acceso de públicos diversos, jóvenes, adultos mayores, turistas internacionales o personas con movilidad reducida, favoreciendo la inclusión y la innovación educativa. En el plano territorial, la incorporación de herramientas digitales contribuye a construir una red de sitios patrimoniales conectados, permitiendo que el visitante planifique sus recorridos, explore contenidos multimedia y participe activamente en la valoración del patrimonio local. Este tipo de integración tecnológica fortalece la imagen de Copiapó como una ciudad moderna, comprometida con la conservación de su historia y con la democratización del conocimiento cultural.

#### **4.1.4 Orientar hacia sostenibilidad, accesibilidad y participación comunitaria**

Garantizar la sostenibilidad del proyecto significa diseñar la guía bajo principios que integren las dimensiones ambiental, social, cultural y económica. El proceso de diseño debe considerar el uso responsable de los recursos, la participación activa de la comunidad y la creación de un producto accesible, duradero y actualizable. La participación ciudadana resulta fundamental para enraizar el patrimonio en la vida cotidiana de la comunidad. Incorporar testimonios, relatos, fotografías antiguas o leyendas locales en la guía enriquece su contenido y refuerza el sentido de pertenencia. Del mismo modo, fomentar la colaboración de artesanos, historiadores, estudiantes y vecinos permite construir un relato colectivo, más auténtico y representativo de la identidad de Copiapó. Asimismo, el diseño debe garantizar la accesibilidad universal, asegurando que las personas con discapacidad visual, auditiva, o motriz puedan acceder a la información mediante formatos alternativos, lenguaje claro y recursos inclusivos. La sostenibilidad,

entendida en este sentido, no se limita a la preservación del patrimonio físico, sino que se extiende al fortalecimiento del tejido social y a la formación de ciudadanía patrimonial.

#### **4.1.5 Establecer indicadores y mecanismos de evaluación**

Implementar mecanismos de evaluación permite medir el impacto del proyecto y asegurar su mejora continua. La guía, como instrumento de gestión, debe contar con indicadores que midan su uso, difusión e impacto comunitario.

Entre los indicadores más relevantes se encuentran:

1. Números de ejemplares distribuidos en formato impreso.
2. Descargas y visitas a la versión digital.
3. Participación de instituciones y comunidades en actividades relacionadas.
4. Incremento en la afluencia turística hacia los monumentos patrimoniales.
5. Nivel de satisfacción y retroalimentación de los usuarios.
6. Inclusión de la guía en programas educativos y culturales.

Estos mecanismos de seguimiento permitirán evaluar la pertinencia y eficacia del proyecto, facilitando ajustes en su diseño y garantizando su sostenibilidad en el tiempo. Además, la información obtenida puede servir como insumo para futuras políticas públicas o proyectos complementarios, fortaleciendo el ecosistema cultural y turístico de Copiapó.

#### **4.1.6 Consolidar un enfoque integral de desarrollo patrimonial**

Consolidar un enfoque integral supone articular cultura, educación, tecnología y desarrollo económico en torno a una visión común de territorio. La Guía Turística Patrimonial de Copiapó se proyecta como una herramienta que integra distintas dimensiones del desarrollo local, transformando el patrimonio en un recurso activo para la promoción cultural y la diversificación productiva. El diseño estratégico debe orientarse a vincular los esfuerzos institucionales y comunitarios, generando sinergias entre el ámbito público, privado y académico. De esta manera, la guía no solo cumple un rol informativo, sino que también se convierte en un mecanismo de articulación territorial,

capaz de dinamizar la economía cultural, fortalecer la identidad colectiva y promover una imagen positiva y sostenible de Copiapó a nivel regional y nacional.

## **4.2 Estructura y secciones propuestas para la guía (digital e impresa)**

### **4.2.1 Diseñar una estructura funcional, educativa y atractiva**

Organizar la Guía Turística Patrimonial de Copiapó bajo una estructura clara y funcional permite asegurar su comprensión y utilidad, tanto para los visitantes como para la comunidad local. El diseño estructural debe responder a tres principios fundamentales: claridad informativa, accesibilidad y coherencia visual. Cada apartado debe cumplir una función específica que oriente al lector y le permita descubrir el valor histórico, cultural y turístico del patrimonio local. La estructura debe ser adaptable a distintos formatos y soportes, de modo que pueda aplicarse tanto a una versión impresa, destinada a la distribución en espacios públicos y culturales, como a una versión digital, accesible desde dispositivos móviles y plataformas en línea. Ambas versiones deben complementarse, garantizando una experiencia informativa integral, atractiva y actualizada.

### **4.2.2 Estructura propuesta de la guía**

Definir una estructura ordenada es esencial para asegurar la coherencia entre los contenidos y los objetivos del proyecto. La guía se organizará en siete secciones principales que orientan su desarrollo y facilitan su lectura:

#### **4.2.2.1 Presentación institucional**

Introducir los propósitos del proyecto, los organismos involucrados y la importancia del patrimonio cultural para el desarrollo sostenible de Copiapó. Esta sección debe destacar el compromiso de las instituciones locales, educativas y turísticas con la preservación de los bienes patrimoniales y la difusión de su valor.

#### **4.2.2.2 Historia e identidad de Copiapó:**

Contextualizar el origen, evolución y características distintivas de la ciudad, abordando sus procesos históricos más relevantes, su desarrollo minero y ferroviario, y su relevancia cultural dentro de la Región de Atacama. Esta sección cumple una función

narrativa y educativa, al situar al lector dentro del contexto territorial y social del patrimonial.

#### **4.2.2.3 Inventario de Monumentos Nacionales Declarados:**

Describir de forma ordenada cada monumento reconocido oficialmente, detallando su ubicación, características arquitectónicas, relevancia histórica, simbología y uso actual. Esta sección constituye el núcleo informativo de la guía y debe ofrecer una visión completa del patrimonio material existente en la comuna.

#### **4.2.2.4 Rutas patrimoniales temáticas:**

Diseñar recorridos que integren los principales monumentos y espacios culturales de Copiapó, agrupándolos en circuitos temáticos como: ruta religiosa, ruta ferroviaria, ruta urbana y arquitectónica y ruta de la memoria e identidad. Cada ruta debe incluir una breve descripción, los lugares a visitar, recomendaciones y tiempos estimados de recorrido, con el fin de orientar la experiencia del visitante.

#### **4.2.2.5 Servicios turísticos y atractivos complementarios:**

Incorporar información sobre oferta gastronómica, alojamiento, transporte, ferias artesanales y actividades culturales que complementan la visita a los sitios patrimoniales. Este apartado busca promover el desarrollo económico local y la articulación entre turismo cultural.

#### **4.2.2.6 Sección interactiva digital:**

Desarrollar una versión digital complementaria a la guía impresa, que incorpore recursos multimedia, como galerías de imágenes, guías, recorridos virtuales, videos y mapas interactivos. Su objetivo es facilitar el acceso remoto al patrimonio, incentivar la participación de los usuarios y fortalecer la difusión a nivel nacional e internacional.

#### **4.2.2.7 Créditos y agradecimientos:**

Reconocer la participación de las instituciones, especialistas y miembros de la comunidad que colaboraron en la elaboración del proyecto, valorando el trabajo conjunto entre el ámbito público, académico y social.

### **4.2.3 Alinear el diseño con la identidad local**

Asegurar que el diseño de la guía refleje la identidad cultural de Copiapó es un aspecto fundamental del proceso. La elección de colores, tipografía, iconografía y disposición visual debe inspirarse en los elementos representativos del territorio, como los tonos del desierto, el cobre y la arquitectónica histórica. Cada sección debe transmitir coherencia entre forma y contenido, vinculando la estética visual con los valores simbólicos del patrimonio. El uso equilibrado de textos, fotografías y recursos gráficos permitirá mejorar la legitimidad y el atractivo visual, ofreciendo una experiencia amena para los lectores. Asimismo, el diseño debe garantizar la accesibilidad universal, facilitando la lectura en diversos formatos y dispositivos.

### **4.2.4 Adaptar la estructura al enfoque educativo y turístico**

Integrar dimensiones educativas y turísticas dentro de la guía potencia su valor como herramienta de aprendizaje y promoción cultural. Cada apartado debe presentar la información de manera didáctica, promoviendo la comprensión del patrimonio y estimulando la curiosidad del lector. La estructura puede incluir secciones complementarias, como: sabías que..., con datos y anécdotas sobre los monumentos, historias locales, con testimonios de la comunidad y recomendaciones del visitante, con consejos prácticos y de comportamiento responsable. Estas estrategias favorecen la conexión emocional entre el usuario y el patrimonio, promoviendo el turismo cultural consciente y el respeto por los bienes históricos. Asimismo, incorporar materiales pedagógicos en la versión digital como fichas, infografías o actividades interactivas, permitirá que la guía sea utilizada en escuelas, liceos y universidades, fortaleciendo su valor educativo.

### **4.2.5 Consolidar un modelo integral de difusión patrimonial**

Consolidar una estructura integral implica combinar información histórica, recursos gráficos y estrategias comunicacionales dentro de un mismo instrumento. La versión impresa cumplirá una función de distribución y divulgación educativa en instituciones, museos y centros culturales, mientras que la versión digital facilitará la actualización constante y el acceso abierto al conocimiento. Ambos formatos deben complementarse para garantizar la accesibilidad y sostenibilidad, promoviendo un modelo

de gestión cultural moderno, participativo y orientado a la comunidad. De esta manera. La Guía Turística Patrimonial de Copiapó se convierte en una herramienta viva, dinámica y transformadora, capaz de fortalecer la identidad local, dinamizar la economía cultural y posicionar a la comuna como referencia regional en turismo patrimonial.

### **4.3 Criterios de organización de contenido: rutas, tipologías patrimoniales, públicos objetivos**

#### **4.3.1 Establecer criterios de organización del contenido**

Definir criterios claros para la organización del contenido permite estructurar la guía de manera lógica, accesible y atractiva para diversos tipos de usuarios. El contenido debe distribuirse de acuerdo con rutas patrimoniales, tipografías de bienes y públicos objetivos, garantizando que la información sea comprensible, útil y coherente con los fines educativos, turísticos y culturales del proyecto. Organizar los contenidos bajo estos tres ejes facilita la interpretación del patrimonio, mejora la experiencia del visitante y contribuye a la difusión del conocimiento histórico y territorial de Copiapó.

#### **4.3.2 Diseñar rutas patrimoniales temáticas**

Diseñar rutas patrimoniales permite articular los diferentes bienes culturales dentro de un relato territorial unificado, favoreciendo el recorrido y la comprensión del patrimonio de la comuna. Las rutas se estructuran en función de la localización de los monumentos, su historia y su valor simbólico, buscando que cada una represente una dimensión particular del legado cultural de Copiapó. Se proponen cuatro rutas principales.

##### **4.3.2.1 Ruta religiosa:**

Recorrer los templos más emblemáticos de la ciudad, como la Catedral de Copiapó y la Iglesia San Francisco, destacando la influencia espiritual y arquitectónica en la formación urbana de la comuna.

#### **4.3.2.2 Ruta ferroviaria:**

Conectar los elementos vinculados al desarrollo industrial y al transporte, incluyendo la Estación de Ferrocarriles y la Locomotora Copiapó, símbolos del progreso y la modernización del norte chileno.

#### **4.3.2.3 Ruta urbana y arquitectónica:**

Explorar los espacios cívicos e históricos que reflejan la identidad de la ciudad, como la Plaza de Armas, la Casa Maldini Tornini (Centro de Extensión Casa Maldini Tornini) y los edificios públicos de valor patrimonial.

#### **4.3.2.4 Ruta de la memoria y la identidad:**

Integrar los lugares que preservan la memoria colectiva, como el Museo Regional de Atacama y los sitios vinculados a la historia social y minera de la región.

Estas rutas deben incluir información práctica sobre tiempos de recorrido, niveles de dificultad, transporte disponible y servicios complementarios, favoreciendo una experiencia planificada y participativa.

### **4.3.3 Clasificar las tipologías patrimoniales**

Clasificar los bienes patrimoniales por su naturaleza y características contribuye a ordenar la información y facilitar la interpretación por parte del público. La guía debe agrupar los monumentos según las siguientes tipologías principales:

#### **4.3.3.1 Patrimonio arquitectónico:**

Construcciones religiosas, cívicas y residenciales que representan la evolución urbana de Copiapó.

#### **4.3.3.2 Patrimonio histórico y tecnológico:**

Bienes asociados al desarrollo ferroviario y minero, que simbolizan la transformación productiva y social del territorio.

#### **4.3.3.3 Patrimonio artístico y simbólico:**

Estructuras, monumentos conmemorativos y expresiones culturales que transmiten los valores y la memoria colectiva de la comunidad.

#### **4.3.3.4 Patrimonio natural y paisajístico:**

Entornos que complementan la experiencia patrimonial, como espacios verdes, cerros o áreas de interés ambiental dentro del contexto urbano.

Esta clasificación permite jerarquizar la información y estructurar las fichas descriptivas con criterios uniformes, incluyendo ubicación, historia, valor cultural y recomendaciones de visita.

#### **4.3.4 Identificar y segmentar los públicos objetivos**

Identificar los públicos objetivos es fundamental para adaptar el contenido y el lenguaje de la guía a las necesidades de cada grupo. La Guía Turística Patrimonial de Copiapó se dirige a tres segmentos principales:

##### **4.3.4.1 Turistas nacionales e internacionales:**

Proporcionar información clara, concisa y atractiva que facilite la visita y promueva la permanencia en la comuna. Incluir datos de interés, mapas, horarios y recomendaciones para un recorrido autónomo y seguro.

##### **4.3.4.2 Comunidad educativa:**

Ofrecer contenidos pedagógicos que puedan ser utilizados por docentes, estudiantes y guías en actividades escolares o universitarias. Integrar actividades didácticas, glosarios y recursos complementarios para el aprendizaje.

##### **4.3.4.3 Residentes locales organizaciones sociales:**

Fomentar el sentido de pertenencia y la participación ciudadana, destacando la relevancia del patrimonio en la historia e identidad de Copiapó. Motivar la conservación y el uso responsable de los espacios patrimoniales.

Al diferenciar los públicos, la guía podrá ajustar su diseño gráfico, tono y extensión, asegurando que la información sea accesible, significativa y atractiva para todos los usuarios.

#### **4.3.5 Integrar un enfoque comunicacional participativo**

Incorporar un enfoque comunicacional participativo garantiza que el contenido refleje la voz y la mirada de la comunidad. El proceso de recopilación de información puede incluir entrevistas, talleres de memoria local y colaboración con agrupaciones culturales, lo que fortalecerá la autenticidad del relato y aumentará el sentido de apropiación social del patrimonio. Además, vincular el contenido con medios digitales como redes sociales o plataformas municipales, permitirá mantener la guía actualizada y abierta a nuevas contribuciones ciudadanas. Este enfoque participativo no solo enriquece el contenido, sino que también fortalece la relación entre patrimonio, comunidad y territorio.

#### **4.3.6 Consolidar criterios integrales de organización**

Consolidar los criterios de organización de contenido, significa unificar las rutas temáticas, la clasificación patrimonial y los públicos objetivos bajo una lógica coherente, visualmente atractiva y territorialmente representativa. Esta estructura facilitará la comprensión del patrimonio como un sistema vivo, dinámico y conectado, donde cada bien se integra en un relato común que une pasado, presente y futuro.

La Guía Turística Patrimonial de Copiapó se proyecta así como una herramienta de conocimiento, promoción y participación, capaz de fortalecer la identidad cultural, estimular el turismo responsable y consolidar la gestión patrimonial local.

### **4.4 Propuesta de elementos gráficos, digitales y comunicacionales**

#### **4.4.1 Diseñar una identidad visual coherente con el territorio**

Diseñar una identidad visual integral implica traducir los valores históricos, culturales y territoriales de Copiapó en una propuesta estética coherente y funcional. El objetivo principal es representar visualmente la esencia patrimonial de la comuna, conectando el diseño con su paisaje desértico, su herencia minera y su legado urbano y

religioso. La propuesta debe considerar un sistema gráfico unificado, en el que todos los elementos como colores, tipografías, iconografía y composición trabajen de manera armónica. La paleta cromática puede inspirarse en los tonos ocres, cobrizos y dorados característicos del desierto de Atacama, los cuales evocan la calidez del entorno y la riqueza mineral del territorio. Estos colores pueden complementarse con matices, azules o grises que simbolizan el cielo y la modernidad de la ciudad contemporánea. La tipografía debe ser legible y moderna, combinando fuentes de estilo serif para los títulos (que aportan carácter histórico y elegancia) con fuentes sans serif para los textos descriptivos (que garantizan claridad y dinamismo). Asimismo, la diagramación de las páginas debe seguir un orden lógico y jerárquico, con títulos destacados, subtítulos secundarios y bloques de texto justificados, acompañados de recursos visuales que refuercen la comprensión. La identidad visual debe reflejar el carácter patrimonial del territorio sin perder su proyección turística y educativa, convirtiéndose en un sello reconocible que distinga la Guía Turística Patrimonial de Copiapó como un producto institucional de valor cultural y estético.

#### **4.4.2 Incorporar recursos digitales e interactivos**

Integrar recursos digitales es fundamental para asegurar la actualización constante de los contenidos y aplicar el alcance del proyecto. La transformación digital aplicada al patrimonio permite crear experiencias inmersivas e inclusivas, capaces de conectar al visitante con la historia de la ciudad desde distintos formatos y niveles de profundidad. La versión digital de la guía debe contemplar una plataforma web o aplicación interactiva, con navegación intuitiva, multilingüe y accesible.

Entre los recursos recomendados se incluyen:

##### **4.4.2.1 Códigos QR:**

Impresos en los monumentos y páginas de la guía, que redirijan a fichas multimedia, audios narrativos o entrevistas históricas.

##### **4.4.2.2 Mapas georreferenciados:**

Que permitan ubicar los monumentos en tiempo real y planificar recorridos personalizados.

#### **4.4.2.3 Recorridos virtuales 360°**

Que ofrezcan una visita inmersiva de los espacios patrimoniales, especialmente útil para usuarios que no puedan desplazarse.

#### **4.4.2.4 Audio guías y videos informativos**

Que aporten una experiencia sensorial y educativa complementaria.

#### **4.4.2.5 Panel de retroalimentación**

Para que los usuarios puedan enviar comentarios, sugerencias o fotografías de su experiencia patrimonial.

Estos recursos permiten democratizar el acceso al conocimiento patrimonial, ampliar la visibilidad del proyecto y fomentar el uso de tecnologías sostenibles aplicadas a la cultura. La digitalización, además garantiza la posibilidad de actualizar los contenidos periódicamente, incorporando nuevos descubrimientos, investigaciones o testimonios locales.

### **4.4.3 Crear una estrategia comunicacional multicanal**

Desarrolla una estrategia comunicacional multicanal es clave para posicionar la guía como un referente de promoción turística y cultural de Copiapó. Esta estrategia debe combinar medios tradicionales y digitales, asegurando un alcance amplio, segmentado y continuo en el tiempo. En el plano digital, la difusión puede realizarse a través de: página web institucional del municipio y de la Universidad de Atacama, redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, mediante publicaciones, capsulas audiovisuales, concursos y testimonios de la comunidad) y plataformas de turismo nacional e internacional (como Chile travel y SERNATUR).

En el ámbito presencial e impreso, la estrategia puede incluir: distribución de ejemplares (museo, bibliotecas, hoteles, terminales de buses, universidades y centros culturales), presentaciones (públicas y ferias patrimoniales) y talleres o exposiciones (temáticas en escuelas y organizaciones vecinales).

Cada canal debe transmitir un mensaje adaptado al público objetivo, promoviendo el patrimonio como un valor compartido, no solo como un atractivo turístico, sino también

como una expresión viva de identidad. El lenguaje debe ser claro, inclusivo y emocional, reforzando la idea de que conocer el patrimonio de Copiapó es también una forma de fortalecer el sentido de pertenencia y orgullo local.

#### **4.4.4 Fortalecer la participación comunitaria y educativa**

Incorporar la participación de la comunidad en el proceso de diseño, comunicación y difusión de la guía garantiza su legitimidad social y su sostenibilidad en el tiempo. El patrimonio no debe entenderse únicamente como un bien material, sino como un espacio de encuentro entre la historia y las personas que la viven y la transmiten. La propuesta contempla mecanismos de participación ciudadana, como talleres de memoria local, entrevistas a vecinos, recopilación de relatos orales, fotografías familiares o testimonios que puedan incorporarse en futuras ediciones. Este proceso colaborativo fortalece el vínculo entre patrimonio e identidad, transformando la guía en un producto cultural representativo y colectivo.

En el ámbito educativo, se propone utilizar la guía como material didáctico en establecimientos escolares y universidades. Su contenido puede integrarse a áreas como historia, arte, geografía o gestión cultural, promoviendo el aprendizaje activo y la valorización del patrimonio desde edades tempranas. Asimismo, se pueden generar alianzas con instituciones educativas y culturales para desarrollar proyectos conjuntos, visitas guiadas o actividades prácticas relacionadas con los monumentos locales.

#### **4.4.5 Evaluar el impacto visual, digital comunicacional**

Implementar un sistema de evaluación permite medir la eficacia y el impacto de los elementos gráficos, digitales y comunicacionales. Esta evaluación debe considerar tanto indicadores cuantitativos (alcance, descargas, visitas, distribución) como cualitativos (percepción, utilidad, experiencia del usuario).

Los principales criterios de evaluación pueden incluir como el nivel de legitimidad y comprensión de los textos, coherencia visual y armonía estética entre secciones, accesibilidad y navegabilidad en la versión digital, participación ciudadana y educativa en actividades asociadas a la guía, y opiniones y sugerencias recibidas por usuarios y visitantes.

Estos mecanismos de monitoreo permitirán ajustar y mejorar continuamente el diseño y la estrategia comunicacional, asegurando la pertinencia del proyecto a lo largo del tiempo y su adaptación a las nuevas tecnologías y necesidades del público.

#### **4.4.6 Consolidar una propuesta integral de comunicación patrimonial**

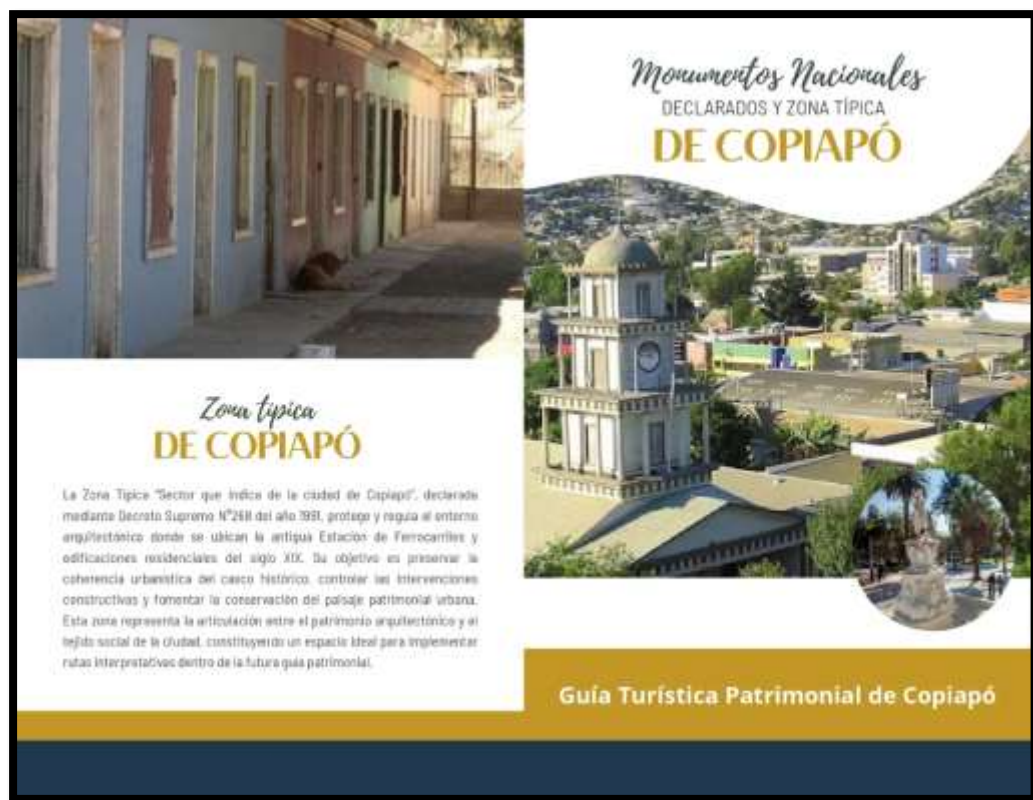
Consolidar los elementos gráficos, digitales y comunicacionales en una misma línea estratégica permite proyectar una imagen sólida, profesional y coherente del patrimonio de Copiapó. La guía no solo cumple una función informativa, sino también formativa y emocional, al conectar a la comunidad con su historia y proyectar la identidad local hacia el futuro. Este enfoque integral busca posicionar a Copiapó como una ciudad patrimonial del norte chileno, donde la historia, la cultura y la innovación tecnológica se conjugan en un modelo de gestión participativa.

La Guía Turística Patrimonial, en su versión impresa y digital, se consolida así como una herramienta de comunicación moderna, accesible y sostenible, que valora el pasado, dinamiza el presente y proyecta el futuro del territorio.

#### **4.5 Propuesta de diseño del díptico patrimonial**

El proyecto propone diseñar un díptico patrimonial titulado “Copiapó Patrimonial: Descubre la Huella de Nuestra Historia”, concebida como un instrumento de difusión cultural y educativa que promueve la valorización del patrimonio histórico de la comuna. Este material integra información sintetizada de los principales Monumentos Nacionales y la Zona Típica de Copiapó, declarados por el Consejo de Monumentos Nacionales (CMN). El diseño organiza los contenidos en secciones que describen y ponen en valor los hitos patrimoniales más relevantes, combinando textos breves, fotografías e ícono gráficos que invitan a recorrer y proteger estos espacios.

A continuación, se detalla el contenido textual del díptico propuesto:



*Zona típica*  
**DE COPIAPÓ**

La Zona Típica "Sector que indica de la ciudad de Copiapó", declarado mediante Decreto Supremo N°268 del año 1991, protege y regula el entorno arquitectónico donde se ubican la antigua Estación de Ferrocarriles y edificaciones residenciales del siglo XIX. Su objetivo es preservar la coherencia urbanística del casco histórico, controlar las intervenciones constructivas y fomentar la conservación del paisaje patrimonial urbano. Esta zona representa la articulación entre el patrimonio arquitectónico y el tejido social de la Ciudad, constituyendo un espacio ideal para implementar rutas interpretativas dentro de la futura guía patrimonial.

**Guía Turística Patrimonial de Copiapó**



*Monumentos Nacionales*  
**DE COPIAPÓ**

**Catedral de Copiapó**  
Monumento Histórico (D.S. N°2917, 1981). De valor religioso y arquitectónico, esta catedral neoclásica es uno de los templos más representativos del norte de Chile, símbolo espiritual y urbano de la ciudad.

**Iglesia San Francisco**  
Monumento Histórico (D.S. N°3182, 1992). Con un fuerte valor religioso y comunitario, este templo conserva la tradición franciscana y forma parte esencial del patrimonio espiritual de Copiapó.

**Estación de Ferrocarriles de Copiapó**  
Monumento Histórico (D.S. N°7131, 1981). De gran valor industrial e histórico, fue una de las primeras estaciones de Chile y refleja el auge minero y ferroviario del siglo XIX.

**Locomotora "Copiapó"**  
Monumento Histórico (D.S. N°4541, 1952). De valor tecnológico e industrial, es la primera locomotora que circuló en Chile, marcando el inicio del transporte ferroviario nacional.

**Palacete "Villa Villa de Cristo"**  
Monumento Histórico (D.S. N°7817, 1983). Con valor arquitectónico y residencial, este elegante casón refleja el esplendor y el estilo de vida de la élite copiapina del siglo XIX.

**Edificio Consistorial de Copiapó**  
Monumento Histórico (D.S. N°664, 1993). De valor cívico e institucional, este edificio alberga la municipalidad y representa la historia política y administrativa de la ciudad.

**Fuente Central de la Plaza de Armas**  
Monumento Histórico (D.S. N°664, 1993). De valor artístico y urbano, esta fuente de hierro fundido embellece el corazón de Copiapó y constituye un ícono patrimonial de su plaza principal.

**Cuatro estatuas de mármol (Plaza de Armas)**  
Monumento Histórico (D.S. N°664, 1993). De valor escultórico y patrimonial, estas figuras de mármol adornan la plaza principal y destacan por su técnica artística del siglo XIX.

**Casa Matutini Terenzi**  
Monumento Histórico (D.S. N°2656, 2008). De valor histórico y arquitectónico, esta casa de estilo italiano hoy funciona como museo y resguarda parte importante de la memoria local.

**Casa de los Hermanos Matza (Museo Regional de Atacama)**  
Monumento Histórico (D.S. N°438, 1970). Con valor histórico y cultural, esta antigua residencia alberga el Museo Regional, que conserva el patrimonio artístico y minero de Atacama.

**Sitio de Memoria Regimiento Militar N°25 (Ex Recinto de Ingenieros)**  
Monumento Histórico (D.S. N°1860, 2023). De valor ligado a la memoria y los derechos humanos, este espacio recuerda los hechos ocurridos durante la dictadura y promueve la reflexión histórica.



Figura 6: Propuesta de diseño del díptico patrimonial  
Fuente: Elaboración Propia con información de la CMN

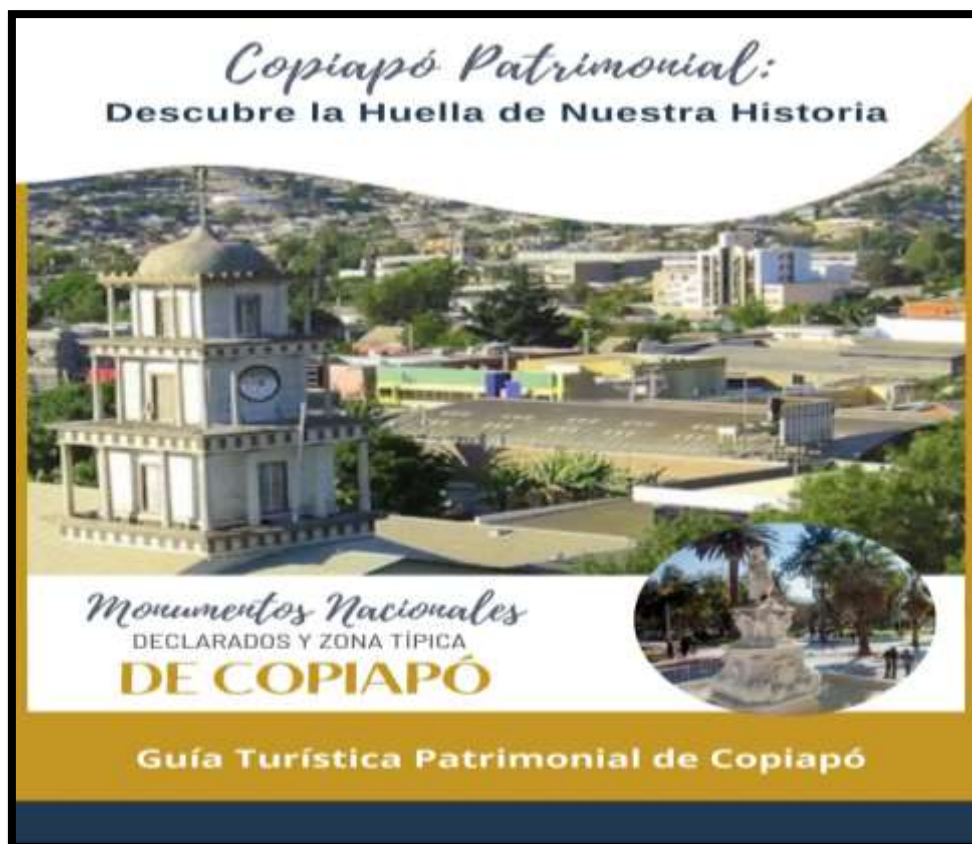
Finalmente, el material incorpora un mensaje de cierre que fomenta la conciencia ciudadana sobre la importancia del patrimonio, consolidando al díptico como una herramienta de educación, turismo y difusión cultural.

Mensaje final: Conocer nuestro patrimonio es valorar nuestra historia. Copiapó te invita a recorrer sus monumentos, custodios del pasado y testigos vivos de su identidad cultural. Este díptico forma parte del proyecto Guía Turística Patrimonial de Copiapó, desarrollado para fortalecer el turismo cultural y la educación patrimonial en la Región de Atacama.

#### **4.6 Propuesta de diseño de la Guía Patrimonial de Copiapó**

Diseñar la guía implica crear un material visual, claro y accesible que destaque el valor patrimonial de Copiapó. Se propone un diseño moderno en tonos cálidos del Desierto de Atacama, con tipografías legibles, fotografías originales, mapas ilustrados que complementen la información. La estructura será simple y organizada, facilitando la lectura y el recorrido por los Monumentos Nacionales Declarados. El enfoque busca una guía atractiva, funcional y adecuada para uso turístico, educativo y comunitario.

A continuación, se detalla el contenido textual de la Guía Turística Patrimonial de Copiapó propuesto:



## *Introducción*

Copiapó, ciudad minera y patrimonial, resguarda un valioso conjunto de monumentos que narran su historia y reflejan la identidad del norte de Chile. Este díptico invita a descubrir los lugares que conservan la memoria de una ciudad que creció entre el desierto, la fe y la cultura. Su objetivo es promover la valoración, el conocimiento y la protección del patrimonio local, fortaleciendo el sentido de pertenencia y orgullo por Copiapó.

Conocer nuestro patrimonio es valorar nuestra historia. Copiapó te invita a recorrer sus monumentos, custodios del pasado y testigos vivos de su identidad cultural. Este díptico forma parte del proyecto 'Guía Turística Patrimonial de Copiapó', desarrollado para fortalecer el turismo cultural y la educación patrimonial en la Región de Atacama.



## Zona típica DE COPIAPÓ

La Zona Típica "Sector que indica de la ciudad de Copiapó", declarada mediante Decreto Supremo N°260 del año 1981, protege y regula el entorno arquitectónico donde se ubican la antigua Estación de Ferrocarriles y edificaciones residenciales del siglo XIX. Su objetivo es preservar la coherencia urbanística del casco histórico, controlar las intervenciones constructivas y fomentar la conservación del paisaje patrimonial urbano. Esta zona representa la articulación entre el patrimonio arquitectónico y el tejido social de la ciudad, constituyendo un espacio ideal para implementar rutas interpretativas dentro de la futura guía patrimonial.



## Catedral de Copiapó

**Calidad:** Monumento Nacional, categoría Monumento Histórico [1981]

**Características:**

Templo neoclásico de fachada simétrica con columnas jónicas y torre central. Construida en madera recubierta con estuco imitando piedra, posee vitrales y retablos sobrios. Representa uno de los primeros templos de estilo republicano en el norte chileno.

**Historia:**

Levantada entre 1840 y 1851 bajo la dirección de Eusebio Chelli, arquitecto italiano. Fue símbolo del auge económico generado por la minería en el siglo XIX. A lo largo del tiempo ha sido centro religioso y cívico, destacando por su valor arquitectónico y espiritual para la comunidad copiapina.



## Iglesia San Francisco

**Calidad:** Monumento Nacional, categoría Monumento Histórico [1982]

**Características:**

Templo de estilo neoclásico sobrio, construido en adobe y madera con fachada de tres cuerpos. Presenta una torre campanario central y amplios ventanales. Su interior destaca por el uso de arcos de medio punto y ornamentación simple.

**Historia:**

Fue edificada en 1848 tras la llegada de los franciscanos a la zona minera. Se convirtió en un importante punto de reunión espiritual y social. Su estructura ha resistido diversos sismos, siendo restaurada para preservar su valor religioso y comunitario.



## Estación de Ferrocarriles de Copiapó

**Calidad:** Monumento Nacional, categoría Monumento Histórico [1987]

**Características:**

Edificación de líneas simples con estructura de madera y muros de adobe. Su diseño refleja la arquitectura ferroviaria del siglo XIX, con techumbre a dos aguas y amplios andenes.

**Historia:**

Inaugurada en 1851, fue parte del primer ferrocarril de Sudamérica que unió Copiapó con Caldera. Impulsó el comercio y transporte minero, simbolizando el progreso industrial del país. Actualmente conserva su rol como ícono del patrimonio ferroviario chileno.

## Locomotora La Copiapó



**Calidad:** Monumento Nacional, categoría Monumento Histórico [1952]

**Características:**

Locomotora a vapor de estructura metálica inglesa, de pequeño tamaño y gran valor histórico. Conserva ruedas originales, caldera y componentes de fundición.

**Historia:**

Fabricada en 1850, fue la primera locomotora en operar en Sudamérica, recorriendo la línea Caldera-Copiapó. Representa el inicio de la era industrial chilena. Tras su retiro, fue restaurada y exhibida como símbolo del desarrollo tecnológico del norte.

## Palacete Villa Viña de Cristo



**Calidad:** Monumento Nacional, categoría Monumento Histórico [1981]

**Características:**

Mansión neoclásica con influencia georgiana, construida en 1860 en pino Oregon y caña de Guayaquil. Posee columnas dóricas, mirador superior y ornamentación importada.

**Historia:**

Residencia del empresario minero Apolinario Soto, vinculada al auge del mineral de Chañarillo. En 1953 pasó a ser sede de la Escuela Normal de Copiapó y actualmente pertenece a la Universidad de Atacama.

## Edificio consistorial de Copiapó



**Calidad:** Monumento Nacional, categoría Monumento Histórico [1983]

**Características:**

Construcción neoclásica de fachada simétrica, con balcones de hierro forjado y columnas jónicas. El inmueble combina adobe y madera con amplios ventanales.

**Historia:**

Erigido a fines del siglo XIX como sede municipal, simboliza el poder cívico e institucional de la ciudad. Ha sido restaurado tras diversos terremotos, conservando su función administrativa y su valor urbano en la Plaza de Armas.

## Monumento a la Minería



**Calidad:** Monumento Nacional, categoría Monumento Histórico [1933]

**Características:**

Estructura de hierro fundido de diseño ornamental con motivos vegetales y figuras mitológicas. Ocupa el centro de la plaza y cuenta con cuatro surtidores.

**Historia:**

Importada desde Francia a mediados del siglo XIX, fue instalada durante la modernización urbana impulsada por la minería. Se ha mantenido como punto emblemático del espacio público copiapino y símbolo de su identidad urbana.

## Estatuas de mármol Plaza de Armas



**Calidad:** Monumento Nacional, categoría Monumento Histórico [1993]

**Características:**

Conjunto escultórico de mármol blanco representando alegorías clásicas. Las figuras se emplazan en pedestales ornamentales dentro de la plaza principal.

**Historia:**

Importadas desde Europa a fines del siglo XIX, fueron instaladas para embellecer la ciudad. Asociadas al auge económico del salitre y la plata, hoy forman parte del patrimonio escultórico del norte chileno.

## Casa Maldini Tornini



**Calidad:** Monumento Nacional, categoría Monumento Histórico [2008]

**Características:**

Edificio de estilo neoclásico con influencia italiana. Presenta balcones de fierro forjado, techumbre de madera y fachada con molduras simétricas.

**Historia:**

Construida a fines del siglo XIX por inmigrantes italianos, fue residencia familiar y centro social. Hoy alberga el Museo de Copiapó, conservando valiosas piezas del patrimonio minero y cultural de la región.

## Casa de los hermanos Matta



**Calidad:** Monumento Nacional, categoría Monumento Histórico [1976]

**Características:**

Residencia de arquitectura republicana con corredores interiores y techumbre de tejas. Combina muros de adobe y madera con amplios ventanales.

**Historia:**

Perteneció a la familia Matta Goyenechea, influyente en la historia local. Desde 1976 funciona como Museo Regional de Atacama, resguardando colecciones arqueológicas, históricas y artísticas de la región.

## Sitio de memoria Regimiento Militar N°23



**Calidad:** Monumento Nacional, categoría Monumento Histórico [2023]

**Características:**

Conjunto arquitectónico militar del siglo XX con pabellones de hormigón y patios interiores. Conserva su estructura original y elementos funcionales.

**Historia:**

Utilizado durante la dictadura militar como centro de detención. En 2023 fue declarado Monumento Histórico por su valor en la memoria y los derechos humanos, siendo hoy espacio de reflexión y reparación histórica.

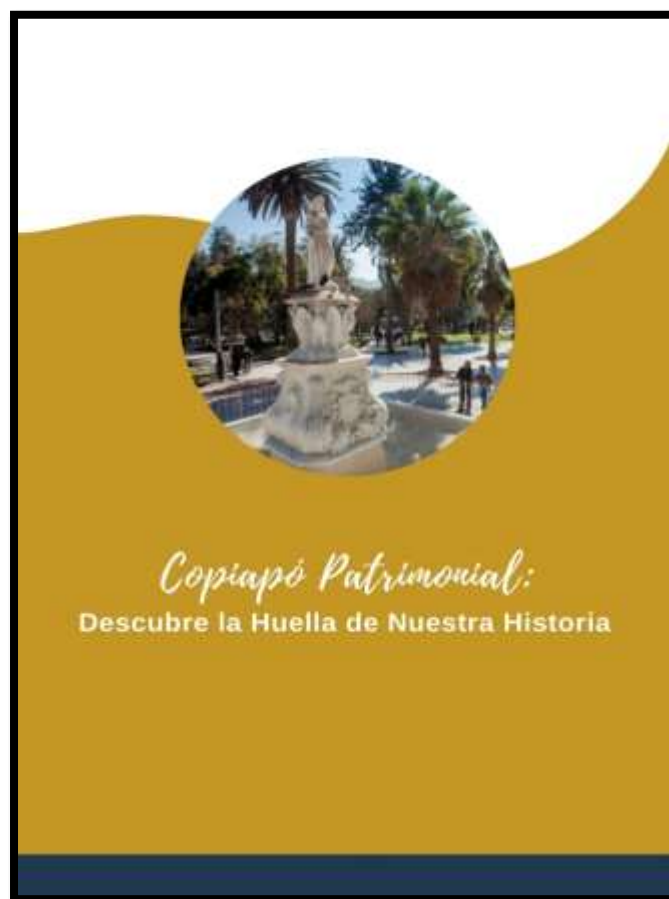
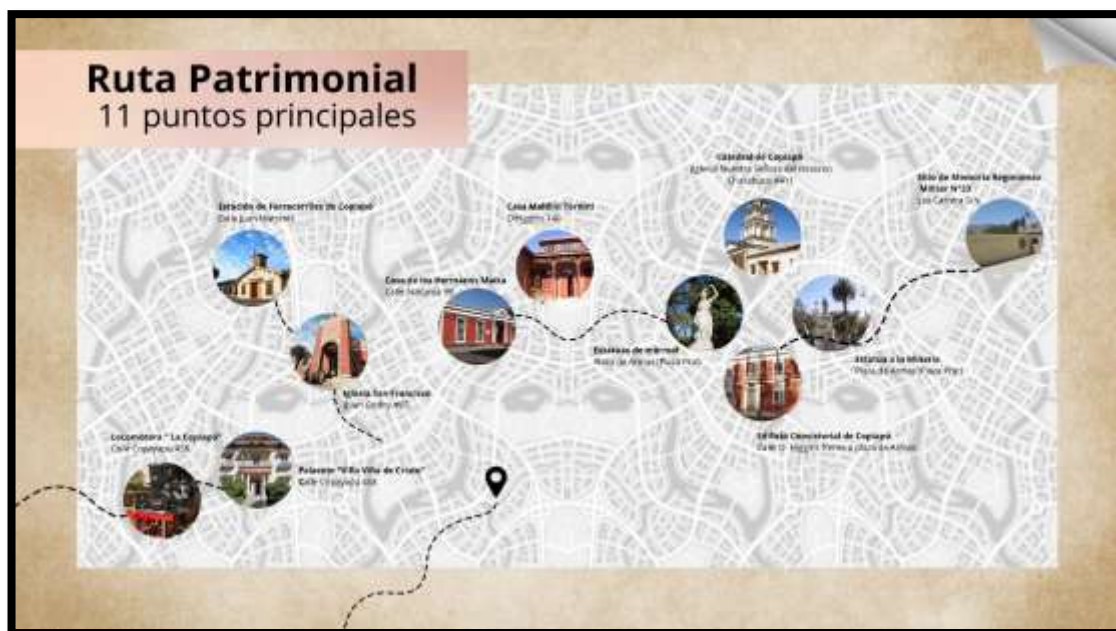


Figura 7: Propuesta de diseño de la Guía Patrimonial de Copiapó  
Fuente: Elaboración propia

## **CAPITULO V**

### **ESTRATEGIA DE GESTIÓN Y DIFUSIÓN**

#### **5.1 Propuesta de plan de difusión y posicionamiento de la guía**

##### **5.1.1 Definir los objetivos de la estrategia de difusión**

Establecer un plan de difusión estructurado es esencial para asegurar que la Guía Turística Patrimonial de Copiapó llegue de manera efectiva a sus públicos, tanto locales como regionales y nacionales. Este plan busca dar visibilidad, promover el uso y fortalecer el reconocimiento de la guía como un instrumento educativo, cultural y turístico al servicio de la comunidad. El propósito central es posicionar la guía como una herramienta estratégica de gestión patrimonial, orientada a la promoción cultural, el desarrollo económico local y la valorización del territorio.

Los objetivos específicos del plan son: difundir la guía en formatos impreso y digital en instituciones (educativas, culturales y turísticas), visibilizar los monumentos nacionales y sitios patrimoniales de Copiapó en circuitos de promoción turística regional, fomentar el sentido de pertenencia, identidad y orgullo ciudadano en torno al patrimonio local, incentivar la participación de la comunidad y de actores públicos y privados en su promoción, y consolidar posicionamiento de Copiapó como destino patrimonial relevante en el norte de Chile.

##### **5.1.2 Diseñar una estrategia de lanzamiento y presentación pública**

Planificar el lanzamiento oficial de la guía representa un paso clave para introducirla como producto cultural y turístico ante la comunidad. El evento de presentación debe visibilizar el valor patrimonial del proyecto, reunir a instituciones asociadas al desarrollo cultural y turístico, y generar un espacio de encuentro entre autoridades, académicos, estudiantes y ciudadanía. La ceremonia puede realizarse en espacios simbólicos como la Universidad de Atacama, la Plaza de Armas o el Museo Regional, e incluir la exposición de imágenes, mapas, relatos y materiales interactivos de la guía. Durante el evento se debe entregar ejemplares impresos, presentar la versión digital y destacar los beneficios de esta herramienta para el fortalecimiento de la identidad local.

Simultáneamente, se recomienda difundir el lanzamiento en medios de comunicación locales y regionales, como radio, prensa escrita, televisión y redes sociales, para aumentar el alcance de la iniciativa. Este hito marcará el inicio del plan de posicionamiento, permitiendo instalar la guía como un referente de promoción patrimonial en la región.

### **5.1.3 Implementar un plan de comunicación permanente**

Desarrollar un plan de comunicación continuo y sostenido en el tiempo permitirá mantener vigente la guía y fortalecer su posicionamiento a largo plazo. Esta estrategia debe estructurarse en tres niveles de acción complementarios:

#### **5.1.3.1 Nivel local:**

Promover la difusión directa en la comunidad copiapina mediante talleres, charlas, exposiciones, ferias patrimoniales y actividades escolares. Estas acciones buscan estimular el uso educativo y comunitario de la guía, y reforzar el orgullo por los valores históricos de la ciudad.

#### **5.1.3.2 Nivel regional:**

Coordinar acciones con instituciones culturales y turísticas de la Región de Atacama, como museos, municipios, bibliotecas y oficinas de información turística. Se puede distribuir la guía en puntos estratégicos de alto flujo de visitantes, fortaleciendo la imagen de Copiapó como capital patrimonial de la región.

#### **5.1.3.3 Nivel nacional e internacional:**

Difundir la versión digital en plataformas de turismo, redes académicas y medios especializados, con el fin de posicionar la guía dentro del circuito nacional de productos culturales y atraer visitantes interesados en el turismo patrimonial y de identidad.

La comunicación debe mantener coherencia visual y discursiva, empleando mensajes positivos, inclusivos y vinculados con el sentido de pertenencia e identidad local.

#### **5.1.4 Utilizar medios y canales de difusión diversificados**

Integrar múltiples canales de comunicación garantiza que la información llegue a distintos segmentos de público. El plan propone una estrategia de difusión multicanal, combinando medios tradicionales, digitales y comunitarios.

##### **5.1.4.1 Medios tradicionales:**

Distribuir ejemplares impresos de la guía en instituciones públicas, museos, hoteles, terminales, bibliotecas, colegios y universidades. Se pueden diseñar afiches, folletos y paneles informativos para lugares de alta afluencia, así como realizar entrevistas y cápsulas radiales.

##### **5.1.4.2 Medios digitales**

Publicar la versión digital en plataformas oficiales, redes sociales institucionales, páginas web de turismo y medios académicos. Se pueden incorporar videos cortos, testimonios, reseñas de visitantes, recorridos virtuales e hipervínculos a recursos educativos.

##### **5.1.4.3 Medios comunitarios y presenciales:**

Impulsar actividades participativas como ferias patrimoniales, conversatorios, caminatas guiadas o talleres de memoria local. Estas acciones fortalecen la apropiación social del patrimonio y consolidan redes entre instituciones, vecinos y estudiantes.

Al combinar estos medios, la estrategia permitirá ampliar el alcance y la permanencia del proyecto, logrando una conexión directa con los diferentes públicos.

#### **5.1.5 Fortalecer el posicionamiento cultural y turístico de la guía**

Consolidar el posicionamiento de la guía implica convertirla en un producto cultural representativo de Copiapó, tanto a nivel local como regional. La guía debe ser reconocida no solo como un material informativo, sino como una marca cultural de la comuna, asociada a calidad, identidad y sostenibilidad.

El posicionamiento se basa en los siguientes ejes:

**5.1.5.1 Identificar:**

Proyectar la guía como símbolo del patrimonio histórico y de la memoria colectiva.

**5.1.5.2 Educación:**

Promover el uso de la guía como recurso educativo permitirá fortalecer la enseñanza del patrimonio y la historia local en escuelas, liceos y universidades. Su integración en clases, talleres y recorridos guiados facilitará actividades pedagógicas que acerquen a estudiantes y docentes al valor cultural de Copiapó. Con ello, la guía se convierte en un apoyo directo para la formación territorial y la valoración del patrimonio en distintos niveles.

**5.1.5.3 Turismo sostenible:**

Promover su integración en circuitos y rutas de interés cultural y natural.

**5.1.5.4 Innovación:**

Integrar herramientas digitales y estrategias de comunicación contemporáneas permitirá que la guía fortalezca su alcance y modernice la experiencia del usuario. La incorporación de código QR, mapas interactivos, audios descriptivos y enlaces a recorridos virtuales facilitará un acceso inmediato a contenidos ampliados, fomentando un aprendizaje dinámico e inclusivo. Paralelamente, se propone potenciar la difusión mediante marketing digital y narrativas participativas, utilizando redes sociales, cápsulas audiovisuales y relatos comunitarios que promuevan el patrimonio local de manera atractiva y cercana. Estas acciones buscan conectar especialmente con audiencias jóvenes y con visitantes que utilizan activamente dispositivos móviles. Finalmente, la guía aspira articular iniciativas con instituciones culturales y educativas, impulsando plataformas colaborativas que permitan actualizar contenidos y promover actividades patrimoniales. Con ello, el instrumento se proyecta como un recurso vivo e integrado en la vida cotidiana de la comunidad, consolidando su rol en la promoción del turismo cultural y la identidad copiapina.

### **5.1.6 Incorporar fases de implementación y evaluación**

Estructurar el plan de difusión en fases operativas facilitará su aplicación ordenada y medible. Se propone dividir la estrategia en tres etapas principales:

#### **5.1.6.1 Fase de lanzamiento:**

Desarrollar una fase de lanzamiento organizada permitirá posicionar la guía desde su primera presentación. Esta etapa incluye realizar un evento público con actores locales y medios de comunicación, destinado a presentar oficialmente el contenido y relevancia del instrumento. Asimismo, se propone impulsar una difusión inicial en prensa, radio, televisión y plataformas digitales, con el fin de informar a la comunidad y generar interés temprano. Paralelamente, se deberá distribuir los ejemplares impresos en puntos estratégicos, oficinas de turismo, museos, bibliotecas, terminales y centros educativos para asegurar un acceso amplio. Finalmente, la estrategia contempla publicar la versión digital en plataformas institucionales y redes sociales, acompañada de material promocional que facilite su circulación y uso. Con estas acciones, el lanzamiento busca instalar la guía como un recurso visible, accesible y valorado desde el inicio.

#### **5.1.6.2 Fase de expansión:**

Promoción en redes, alianzas con instituciones, actividades educativas y participación en ferias patrimoniales y turísticas.

#### **5.1.6.3 Fase de consolidación:**

Evaluación de resultados, retroalimentación de usuarios, ajustes en el contenido y planificación de nuevas ediciones o actualizaciones.

Para medir los avances del plan se deben definir indicadores de seguimiento, como número de ejemplares entregados, descargas digitales, visitas web, menciones en medios, participación en eventos y percepción del público. Estos indicadores permitirán evaluar el impacto real de la estrategia y su contribución a la gestión cultural y turística de Copiapó.

### **5.1.7 Conclusión del plan de difusión**

Consolidar un plan de difusión y posicionamiento efectivo permitirá que la Guía Turística Patrimonial de Copiapó, trascienda como un proyecto cultural sostenible, capaz

de integrar educación, turismo y comunicación en beneficio del desarrollo local. Su implementación fortalecerá la visibilidad del patrimonio, fomentará la participación ciudadana y contribuirá al reconocimiento de Copiapó como un referente patrimonial en la Región de Atacama y en el norte de Chile. La estrategia se proyecta como una acción continua y evolutiva, sustentada en la colaboración institucional, el compromiso ciudadano y la innovación comunicacional, elementos indispensables para mantener viva la memoria y la identidad del territorio.

## **5.2 Estrategias de articulación público-privada y colaboración territorial**

### **5.2.1 Comprender la importancia de la articulación interinstitucional**

Reconocer la articulación entre sectores públicos, privados y comunitarios como un eje esencial para la sostenibilidad del proyecto es el primer paso para consolidar la Guía Turística Patrimonial de Copiapó como un instrumento de gestión territorial. El patrimonio cultural, entendido como un bien colectivo, requiere de la cooperación entre diferentes actores que aporten recursos, conocimientos, redes y capacidades para su promoción y preservación. Esta articulación busca fortalecer el trabajo colaborativo y descentralizado, evitando la fragmentación institucional y fomentando una visión compartida del desarrollo patrimonial. De esta forma, la guía se proyecta como un espacio de convergencia donde la gestión pública, la iniciativa privada y la participación ciudadana influyen para impulsar el turismo cultural, dinamizar la economía local y fortalecer la identidad territorial.

### **5.2.2 Establecer roles y responsabilidades de los actores involucrados**

Definir los roles de cada actor es fundamental para garantizar la coordinación efectiva del proyecto. Cada institución participante cumple una función complementaria dentro del proceso de difusión, financiamiento y gestión del patrimonio:

#### **5.2.2.1 Sector público:**

Promover políticas, recursos y estrategias orientadas a la protección, promoción y educación patrimonial. Entidades como la Municipalidad de Copiapó, la Universidad de Atacama, el Consejo de Monumentos Nacionales y SERNATUR pueden liderar la

planificación y ejecución de programas, facilitando infraestructura, soporte técnico y difusión institucional.

#### **5.2.2.2 Sector privado:**

Incorporar la participación de empresas locales, cámaras de comercio, emprendimientos turísticos y fundaciones culturales mediante convenios de colaboración, patrocinios o apoyo logístico. Su rol es aportar recursos económicos y capacidades de gestión que permitan potenciar la guía como producto turístico y comunicacional.

#### **5.2.2.3 Comunidad y organizaciones sociales:**

Participar activamente en la construcción y validación de los contenidos, aportando relatos, memorias y experiencias locales. Las juntas de vecinos, agrupaciones patrimoniales, centros de padres y clubes culturales son actores claves para mantener viva la conexión entre patrimonio y ciudadanía.

La interacción equilibrada de estos tres niveles permitirá consolidar un modelo de gobernanza participativa, con responsabilidades compartidas y beneficios distribuidos.

### **5.2.3 Generar mecanismos de cooperación territorial**

Implementar mecanismos de cooperación territorial fortalecerá la capacidad de gestión y ampliará el impacto del proyecto en la Región de Atacama. La estrategia debe articular redes de colaboración entre municipios, instituciones educacionales, servicios públicos y organismos culturales de distintas comunas, con el objetivo de integrar la guía en iniciativas regionales de turismo y patrimonio.

Entre los mecanismos sugeridos se destacan: convenios de colaboración intermunicipal, que permitan replicar la experiencia de la guía en otras comunas patrimoniales, mesas técnicas de trabajo orientadas a la planificación conjunta de actividades culturales (ferias, talleres o rutas turísticas), redes educativas patrimoniales que conecten establecimientos escolares con el patrimonio local a través de programas pedagógicos y acuerdos con medios regionales para asegurar cobertura y promoción sostenida en la prensa local y plataformas digitales.

La cooperación territorial permitirá consolidar una visión regional del patrimonio, promoviendo la circulación de visitantes, el intercambio cultural y la cohesión social en torno a la identidad atacameña.

#### **5.2.4 Fomentar alianzas estratégicas con el sector productivo y académico**

Establecer alianzas estratégicas entre el sector productivo, el ámbito académico y las instituciones públicas es esencial para asegurar la continuidad y expansión del proyecto. El sector empresarial puede aportar recursos, infraestructura y patrocinio, mientras que el ámbito académico contribuye con investigación, formación y transferencia de conocimiento.

La Universidad de Atacama, como institución formadora y promotora del desarrollo regional, puede liderar procesos de capacitación, innovación y acompañamiento técnico, integrando la guía dentro de sus líneas de extensión universitaria. Por su parte, las empresas locales y cámaras de turismo pueden incorporar la guía en sus estrategias de marketing, vinculando la promoción de productos y servicios con la identidad cultural de la comuna. Estas alianzas permiten articular esfuerzos en torno a un mismo propósito, fortalecer el desarrollo territorial mediante la puesta en valor del patrimonio.

#### **5.2.5 Diseñar instrumentos de coordinación y seguimiento**

Crear instrumentos de coordinación garantizará la eficiencia y sostenibilidad del trabajo colaborativo. Se propone establecer un Comité de Gestión Patrimonial y Turística, integrado por representantes del sector público, privado, académico y social, que se reúna periódicamente para planificar, monitorear y evaluar las acciones de difusión y articulación. Entre sus funciones estarán: coordinar campañas conjuntas de promoción cultural y turística, supervisar la actualización y distribución de la guía, canalizar proyectos de financiamiento y cooperación técnica y evaluar el impacto territorial de las acciones emprendidas.

El comité también puede impulsar la creación de una agenda anual de actividades patrimoniales, articulada con las fechas conmemorativas y las estrategias regionales de desarrollo cultural. De esta manera, la gestión deja de ser esporádica para transformarse en un proceso sistemático, con continuidad y proyección.

### **5.2.6 Promover la corresponsabilidad y la sostenibilidad social**

Fomentar la corresponsabilidad de los actores involucrados es clave para asegurar la sostenibilidad social del proyecto. Cada institución o persona debe reconocer su rol en la conservación, valoración y difusión del patrimonio, generando compromisos de largo plazo. La corresponsabilidad implica compartir beneficios, recursos y responsabilidades, transformando la guía en un proyecto participativo que pertenece a la comunidad en su conjunto. Además, promueve una gestión basada en la confianza, la transparencia y la reciprocidad, elementos fundamentales para fortalecer la cohesión territorial y el capital social.

En este sentido, la sostenibilidad del proyecto no depende únicamente de los recursos financieros, sino también de la continuidad del trabajo colaborativo y del sentido de pertenencia que genera entre sus actores.

### **5.2.7 Consolidar una red de colaboración territorial sostenible**

Consolidar una red permanente de colaboración permitirá que la Guía Turística Patrimonial de Copiapó se transforme en un referente regional de gestión participativa. Esta red debe tener la capacidad de impulsar nuevas iniciativas culturales, generar proyectos complementarios y fortalecer el turismo patrimonial en toda la región. El modelo de articulación pública, privada y territorial propuesto se basa en tres principios fundamentales: participación activa (inclusión de todos los sectores en la toma de decisiones), descentralización (distribución equilibrada de responsabilidades y beneficios) e innovación social (desarrollos de soluciones creativas a través de la cooperación y el aprendizaje colectivo).

De este modo, la articulación interinstitucional deja de ser un simple mecanismo administrativo para convertirse en un motor de transformación territorial, capaz de fortalecer la identidad local, generar desarrollo sostenible y posicionar a Copiapó como un ejemplo de gestión cultural colaborativo en el norte de Chile.

## **5.3 Posibles fuentes de financiamiento**

### **5.3.1 Identificar la necesidad de financiamiento sostenible**

Reconocer la necesidad de financiamiento sostenible es un componente fundamental para asegurar la ejecución, difusión y continuidad del proyecto Guía Turística Patrimonial de Copiapó. Este instrumento, que busca poner en valor los monumentos nacionales declarados de la comuna y fortalecer la identidad cultural local, requiere recursos destinados al diseño, producción impresa, desarrollo digital y promoción territorial. El financiamiento se plantea no solo como un apoyo económico puntual, sino como un mecanismo estratégico de sostenibilidad cultural, que permita actualizar la guía de forma periódica, mantener su versión digital activa y garantizar su distribución gratuita o de bajo costo a instituciones educativas, culturales y turísticas de la Región de Atacama.

De esta forma, asegurar fuentes de financiamiento constituye una prioridad para garantizar el impacto y la permanencia del proyecto dentro de las políticas de desarrollo regional y de vinculación con el medio de la Universidad de Atacama.

### **5.3.2 Gestionar recursos a través de programas y fondos públicos regionales y nacionales**

Postular a fondos públicos constituye la vía más viable y coherente para la ejecución de este tipo de proyectos de carácter cultural y patrimonial. El plan de financiamiento puede sustentarse en la articulación con instituciones públicas regionales y nacionales, que cuenten con instrumentos de apoyo a la gestión turística, educativa y cultural.

Entre las principales fuentes destacan:

#### **5.3.2.1 Gobierno Regional de Atacama (GORE):**

A través del Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR), la iniciativa puede postular a líneas de inversión en patrimonio cultural, turismo y educación, priorizadas dentro de la Estrategia Regional de Desarrollo 2022 al 2030, que promueve la identidad territorial y la sostenibilidad. Este fondo podría financiar la impresión de ejemplares, la producción audiovisual, la digitalización del contenido y la distribución en comunas cercanas.

### **5.3.2.2 Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (FONDART Regional):**

Administrado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, este fondo permite financiar proyectos de investigación, diseño y difusión patrimonial, especialmente aquellos con impacto educativo y comunitario. La Guía Turística Patrimonial de Copiapó cumple con estos criterios al promover la valoración del patrimonio declarado y fomentar la identidad local.

### **5.3.2.3 Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR):**

A través de sus programas de Turismo Sustentable y Rutas Patrimoniales, el proyecto puede acceder a apoyo técnico y económico para fortalecer la promoción digital y la señalética interpretativa de los monumentos.

### **5.3.2.4 Subsecretaría de Patrimonio Cultural:**

Este organismo ofrece fondos destinados a la educación y difusión patrimonial, con foco a la gestión territorial y la participación ciudadana, línea que se ajusta a la dimensión formativa de la guía.

### **5.3.2.5 Municipalidad de Copiapó:**

Puede colaborar mediante aportes logísticos y técnicos, apoyando la impresión de materiales y la realización de actividades de lanzamiento y difusión. Este tipo de colaboración se enmarca dentro de las políticas comunales de fomento cultural y turístico.

Cada una de estas fuentes requiere proyectos formalmente estructurados, con objetivos claros, indicadores de impacto y presupuestos ajustados a los lineamientos institucionales.

## **5.3.3 Establecer alianzas con empresas locales y fundaciones privadas**

Incorporar el apoyo del sector privado regional permitirá ampliar las oportunidades de financiamiento y fortalecer la sostenibilidad del proyecto. Copiapó concentra empresas mineras, energéticas y de servicios con líneas de responsabilidad

social empresarial (RSE), muchas de las cuales apoyan proyectos de valor educativo, patrimonial y ambiental. Se propone gestionar convenios o patrocinios con empresas como Codelco, CMP, Kinross, Pucobre o Atacama Kozan, las cuales podrían aportar recursos económicos, impresión de materiales o apoyo logístico en la distribución. Asimismo, se pueden generar alianzas con empresas turísticas locales, hoteles, agencias de viajes y restaurantes, interesadas en incorporar la guía en sus servicios como material de promoción cultural. Por otro lado, fundaciones privadas como Fundación Minera Escondida o Fundación Cultural de Atacama pueden financiar actividades de educación patrimonial, exposiciones o talleres de lanzamiento vinculados a la guía.

Estas alianzas, además de aportar financiamiento, fortalecen la articulación pública y privado, uno de los pilares de la estrategia regional de desarrollo cultural sostenible.

#### **5.3.4 Acceder a cooperación universitaria y fondos internos de la Universidad de Atacama**

Aprovechar las líneas internas de financiamiento de la Universidad de Atacama (UDA) es una alternativa viable y complementaria para asegurar el desarrollo inicial del proyecto. La guía puede postular al Fondo de Vinculación con el Medio a proyectos de Extensión Universitaria, que promueven la transferencia de conocimiento y la participación ciudadana. Además se puede solicitar el apoyo del área de Arte, Cultura y Patrimonio, unidad que puede contribuir con recursos gráficos, difusión institucional y acompañamiento académico. Esta colaboración reforzará el carácter formativo del proyecto y su coherencia con los objetivos del Plan Estratégico Institucional de la UDA, que promueve el fortalecimiento de la identidad regional y la participación comunitaria.

#### **5.3.5 Explorar programas de cooperación nacional e internacional**

Explorar programas de cooperación más amplios puede abrir oportunidades de financiamiento a mediano plazo, especialmente en iniciativas relacionadas con innovación digital, turismo sostenible y educación patrimonial. Entre las opciones posibles se encuentran los Fondos de Cultura y Patrimonio del Ministerio de Relaciones Exteriores, que financian proyectos con proyección internacional, los programas de cooperación regional del BID o la CEPAL, orientadas al desarrollo sostenible y la digitalización de

destinos turísticos y las iniciativas de UNESCO en educación patrimonial y turismo cultural, que promueven proyectos de impacto territorial y comunitario.

Estas fuentes pueden financiar la expansión digital de la guía, la creación de una plataforma regional de rutas patrimoniales y la capacitación de guías locales en interpretación cultural.

### **5.3.6 Generar mecanismos de autogestión y sostenibilidad comunitaria**

Desarrollar mecanismos de autogestión complementarios permitirá sostener el proyecto en el tiempo y reducir su dependencia de fondos externos.

Se propone implementar acciones como:

#### **5.3.6.1 Ediciones autogestionadas:**

En colaboración con la comunidad, donde parte de los costos de impresión sean cubiertos mediante alianzas o aportes voluntarios.

#### **5.3.6.2 Talleres y actividades patrimoniales:**

Con aporte solidario o inscripción mínima, cuyos recursos se reinviertan en la actualización de la guía.

#### **5.3.6.3 Venta simbólica:**

De ejemplares en ferias turísticas o librerías regionales, con un precio accesible que financie nuevas impresiones.

#### **5.3.6.4 Integración con emprendimientos locales:**

Mediante la promoción cruzada entre la guía y productos culturales o gastronómicos de la comuna de Copiapó.

Estos mecanismos fomentan la sostenibilidad social y económica, asegurando que la comunidad participe activamente en la conservación y difusión del patrimonio.

### **5.3.7 Consolidar un modelo de financiamiento mixto y territorial**

Consolidar un modelo mixto y territorial de financiamiento permitirá integrar recursos públicos, privados, universitarios y comunitarios bajo un esquema de corresponsabilidad. Este modelo garantiza la continuidad, actualización y expansión del proyecto, asegurando su proyección regional dentro del ecosistema cultural y turístico de Atacama. El financiamiento mixto fortalece la autonomía del proyecto y lo posiciona como una iniciativa colaborativa entre la academia, el Estado, las empresas y la ciudadanía. De esta forma, la Guía Turística Patrimonial de Copiapó se consolida como un ejemplo de gestión sostenible y participativa, capaz de transformar el patrimonio local en una herramienta de educación, identidad y desarrollo territorial.

## CAPITULO VI

### EVALUACIÓN ECONÓMICA Y VIABILIDAD DEL PROYECTO

#### 6.1 Análisis costo-beneficio del diseño y uso de la guía

##### 6.1.1 Propósito del análisis de costo y beneficio

Evaluar los costos y beneficios del diseño y uso de la Guía Turística Patrimonial de Copiapó tiene como propósito demostrar la viabilidad económica, social y cultural del proyecto, asegurando que los recursos invertidos se traduzcan en resultados tangibles para la comunidad y en impactos sostenibles para la Región de Atacama. Este análisis busca establecer una relación directa entre la inversión requerida y los beneficios esperados, valorando tanto los efectos económicos inmediatos como los impactos educativos, patrimoniales y sociales que la guía generará en su entorno. Desde un enfoque de gestión territorial, el propósito central es determinar la eficiencia y rentabilidad social del proyecto, entendida no en términos de lucro, sino como el grado en que los resultados obtenidos justifican el esfuerzo institucional, humano y financiero invertido. El análisis permite identificar los costos asociados a la producción, distribución y mantenimiento del material impreso y digital, y compararlos con los beneficios derivados del fortalecimiento del turismo cultural, la educación patrimonial y la revalorización de los monumentos nacionales declarados de Copiapó. Asimismo, este proceso analítico proporciona evidencia para la toma de decisiones institucionales, facilitando la postulación a fondos públicos como FNDR o FONDART y la gestión de alianzas estratégicas con actores locales. En este sentido, el análisis de costo y beneficio se convierte en una herramienta de planificación clave para optimizar los recursos, priorizar acciones y garantizar la sostenibilidad del proyecto en el tiempo.

El propósito también abarca medir el retorno social de la inversión, es decir, los beneficios que la guía aporta a la comunidad en términos de educación, identidad, cohesión territorial y promoción cultural. Al traducir estos efectos en indicadores cualitativos y cuantitativos como números de beneficiarios, nivel de participación o aumento del flujo turístico, se podrá demostrar objetivamente el valor del proyecto para la comuna y la región. Finalmente, el análisis de costo y beneficio busca validar el

proyecto como una inversión cultural estratégica, que combina eficiencia económica, pertinencia territorial y compromiso social. A través de esta evaluación integral, se reafirma que la Guía Turística Patrimonial de Copiapó no solo es económicamente realizable, sino también socialmente necesaria y culturalmente significativa, contribuyendo de forma directa al desarrollo sostenible y al fortalecimiento de la identidad regional.

### **6.1.2 Etapas de concreción del proyecto**

Planificar las etapas de concreción del proyecto permite ordenar las acciones necesarias para materializar la guía desde su diseño conceptual hasta su difusión y sostenibilidad. Cada fase responde a criterios de pertinencia institucional, viabilidad técnica y coherencia con los objetivos de desarrollo cultural y territorial de la Región de Atacama. La secuencia de trabajo considera un proceso participativo, respaldado por la Universidad de Atacama, la Municipalidad de Copiapó, SERNATUR, y el Consejo de Monumentos Nacionales (CMN), junto con la colaboración de actores locales vinculados al turismo y la educación.

A continuación se describen las cinco etapas de concreción que guiarán la ejecución integral del proyecto:

#### **6.1.2.1 Etapa 1: Planificación y validación institucional**

Definir las bases técnicas, metodologías y administrativas del proyecto. En esta fase se gestionarán los convenios y apoyos institucionales, se elaborará el plan de trabajo y se formalizará la obtención de recursos a través de fondos públicos o privados. En esta etapa garantiza el respaldo técnico y legal para iniciar la ejecución.

#### **6.1.2.2 Etapa 2: Investigación, diseño y desarrollo de contenidos**

Desarrollar la estructura y contenido de la guía mediante la recopilación de información histórica, patrimonial y turística. Se realizará trabajo documental y de campo, incluyendo la toma de fotografías, redacción de textos interpretativos y diseño gráfico. La Universidad de Atacama, a través del área de Arte, Cultura y Patrimonio, coordinará el equipo técnico encargado del desarrollo.

### 6.1.2.3 Etapa 3: Producción impresa y digital

Materializar el producto final en sus versiones impresa y digital. Se procederá a la impresión de ejemplares de alta calidad y la publicación de la versión web interactiva, con mapas y código QR para acceso directo a la información de los monumentos.

### 6.1.2.4 Etapa 4: Lanzamiento y difusión pública

Presentar oficialmente la guía a la comunidad mediante un acto público en la Universidad de Atacama y otros espacios culturales de Copiapó. La difusión incluirá medios de comunicación locales, redes sociales, ferias patrimoniales y distribución gratuita a instituciones educativas, turísticas y culturales.

### 6.1.2.5 Etapa 5: Evaluación, actualización y sostenibilidad

Asegurar la continuidad del proyecto a través de la evaluación de su impacto, la actualización periódica del contenido y la incorporación de nuevos actores. Se establecerá un Comité de Gestión Patrimonial que coordine futuras ediciones, garantizando la permanencia de la guía como instrumento de difusión regional.

En el siguiente cuadro se reflejan las etapas de concreción del proyecto:

ETAPAS DEL PROYECTO				
Etapa	Duración estimada	Actividades principales	Actores responsables	Resultados esperados
Planificación y validación institucional	2 meses	Elaborar proyecto técnico, gestionar convenios, definir financiamiento y cronograma.	Universidad de Atacama (UDA), Municipalidad de Copiapó, CMN.	Proyecto validado institucionalmente y con respaldo financiero inicial.
Investigación, diseño y desarrollo de contenidos	2 meses	Levantar información, realizar registro fotográfico, redactar fichas patrimoniales, diseñar y diagramar la guía.	UDA – Equipo técnico multidisciplinario.	Contenido validado, estructurado y listo para publicación.
Producción impresa y digital	1 mes	Imprimir ejemplares, diseñar y publicar versión digital interactiva.	UDA, imprenta local, proveedor web.	Guía disponible en formatos impreso y digital.
Lanzamiento y difusión pública	2 meses	Evento de lanzamiento, difusión en medios, entrega a instituciones educativas y turísticas.	UDA, Municipalidad, SERNATUR, medios locales.	Guía posicionada en la comunidad y difundida a nivel regional.
Evaluación, actualización y sostenibilidad	Permanente	Monitorear resultados, actualizar contenidos, formar Comité de Gestión Patrimonial.	UDA, Municipalidad, actores culturales locales.	Proyecto sostenible y actualizado periódicamente.

Figura 8: Cuadro de etapas de concreción del proyecto

Fuente: Elaboración Propia

Esta planificación asegura que el proyecto avance de forma gradual controlada y participativa, optimizando los recursos y garantizando su impacto social y cultural. Además, el cuadro ofrece una visión operativa clara que facilita la rendición de cuentas y la evaluación de resultados ante instituciones financiadores o académicas.

### **6.1.3 Estimación de costos del proyecto**

Calcular los costos reales asociados al diseño, producción y difusión de la Guía Turística Patrimonial de Copiapó, permite determinar la factibilidad económica del proyecto y su viabilidad técnica dentro del contexto regional. La estimación se construye sobre la base de valores reales de mercado en la Región de Atacama y se ajusta a los estándares utilizados en proyectos culturales financiados por fondos públicos (FONDART Regional, FNDR o programas municipales de cultura). El costo total considera los componentes humanos, técnicos, logísticos y comunicacionales necesarios para ejecutar el proyecto de manera profesional. Transparente y con calidad institucional.

#### **6.1.3.1 Consideraciones generales del cálculo**

Determinar los costos implicó un proceso de levantamiento de información basada en tarifas profesionales promedio de la zona norte, consultas con proveedores locales de impresión y diseño gráfico, y valores estimados en proyectos similares desarrollados por la Universidad de Atacama y la Municipalidad de Copiapó. El proyecto contempla una primera edición de 1000 ejemplares impresos y una versión digital interactiva alojado en servidores institucionales, con mantenimiento de al menos 2 años. Los costos están calculados en pesos Chilenos (CLP) con valores vigentes del presente año.

### 6.1.3.2 Cuadro detallado de costos del proyecto

<b>COSTOS DEL PROYECTO</b>				
<b>Gasto</b>	<b>Ítem</b>	<b>Descripción técnica</b>	<b>Costo estimado (CLP)</b>	<b>Justificación</b>
Ingeniero/a	Coordinación y gestión	Honorarios de coordinación técnica, reuniones interinstitucionales y supervisión general (4 meses).	\$8.953.974	Corresponde a una jornada parcial de gestión y administración del proyecto, equivalente a \$1.492.329 mensuales.
Relacionador/a público con formación en diseño gráfico	Diseño y contenido	Honorarios por redacción, corrección, diseño gráfico y diagramación profesional de 80 páginas.	\$8.953.974	Trabajo de un diseñador/a y un redactor especializado (tarifa media de \$25.000/h), más revisión técnica por parte de la UDA.
	Producción digital	Desarrollo de versión web interactiva (con mapas, hipervínculos, fichas y códigos QR).		Incluye creación de micro sitio, hosting y mantenimiento por 6 meses (UDA + proveedor regional).
Proveedor	Producción impresa	Impresión de 2000 ejemplares a color (Dípticos).	\$1.500.000	Cotización promedio en imprentas locales (Copiapó y Santiago).
Proveedor	Producción impresa	Impresión de 1000 ejemplares a color (Guía Turística Patrimonial de Copiapó).	\$2.800.000	Cotización promedio en imprentas locales (Copiapó y Santiago). Incluye portada laminada y empaquetado.
Proveedor	Difusión y lanzamiento	Evento de presentación pública, material audiovisual, promoción en radio y redes sociales.	\$1.500.000	Incluye alquiler de sonido, grabación, prensa local (Atacama Noticias, Radio Nostálgica) y diseño de banners institucionales.
Talleristas/ Profesionales	Actividades educativas y comunitarias	Talleres patrimoniales, charlas y visitas guiadas en escuelas, museos y juntas vecinales.	\$500.000	Material pedagógico, traslado, refrigerios y difusión en establecimientos.
Otros gastos	Otros gastos	Gastos imprevistos, transporte, permisos, materiales de apoyo.	\$590.000	Margen preventivo común en proyectos culturales FNDR/FONDART.
<b>TOTAL COSTO ESTIMADO</b>			<b>\$24.797.948</b>	

Figura 9: Cuadro detallado de costos del proyecto

Fuente: Elaboración Propia

#### **6.1.4 Análisis de beneficios directos**

Analizar los beneficios directos del proyecto permite valorar su impacto inmediato y medible en el ámbito cultural, educativo, turístico y social. La Guía turística Patrimonial de Copiapó se concibe como una herramienta estratégica que aportará resultados visibles en la comunidad, en la gestión institucional y en la economía local, al integrar el patrimonio en la planificación territorial y el desarrollo sostenible de la Región de Atacama.

##### **6.1.4.1 Beneficios culturales**

Fortalecer la identidad local constituye uno de los principales beneficios del proyecto. La guía permitirá reconectar a la ciudadanía con su historia y sus monumentos nacionales declarados, promoviendo el reconocimiento del valor símbolo de bienes como la Catedral de Copiapó, la Iglesia San Francisco, la Estación de Ferrocarriles, la Locomotora Copiapó y Casa Maldini Tornini entre otros. Estos elementos son parte del legado que da origen al desarrollo urbano y minero de la zona, y su difusión contribuirá a revalorizar la memoria colectiva y fomentar el orgullo regional. Asimismo la guía generará un instrumento de preservación educativa que permitirá integrar el conocimiento patrimonial en programas de formación ciudadana, artística y cultural, favoreciendo la transmisión intergeneracional de la identidad atacameña.

##### **6.1.4.2 Beneficios educativos**

Incorporar la guía en espacios académicos y comunitarios fortalecerá la educación patrimonial y el aprendizaje activo. Se estima más de 3.000 estudiantes de enseñanza básica, media y universitaria podrán utilizar el material en actividades formativas vinculadas a historia local, arte y turismo sostenible. La Universidad de Atacama (UDA), a través de su Dirección de Vinculación con el Medio, podrá utilizar la guía como recurso pedagógico transversal, integrando su contenido en cursos de gestión cultural, educación patrimonial y turismo. Asimismo, los establecimientos educativos municipales de Copiapó podrán emplear la guía como herramienta didáctica, alineada con los objetivos del curriculum nacional del Ministerio de Educación (MINEDUC) en torno a ciudadanía, identidad y territorio. La guía también promoverá actividades de aprendizaje experiencial,

como recorridos guiados, talleres en terreno y ferias patrimoniales, fortaleciendo la vinculación entre la comunidad educativa y los espacios culturales locales.

#### **6.1.4.3 Beneficios turísticos y económicos**

Impulsar el turismo patrimonial constituye un beneficio directo para la economía local. Copiapó, según cifras del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR 2. , 2024), recibe anualmente alrededor de 120.000 visitantes, principalmente vinculados al turismo de negocios, naturaleza y cultura. La guía permitirá diversificar la oferta turística, incorporando circuitos históricos y culturales que contemplen los atractivos naturales del Desierto de Atacama.

Entre los beneficios esperados destacan:

1. Aumento del flujo turístico local hacia los monumentos patrimoniales, estimado en un 15 a 20% durante el primer año de difusión.
2. Dinamización de servicios asociados como hospedaje, gastronomía, transporte y comercio artesanal.
3. Incorporación de la guía en puntos de información turística como Museo Regional, Centro Cultural Atacama, Plaza de Armas y Terminal de Buses.
4. Promoción de nuevas rutas patrimoniales temáticas, como Copiapó Histórico o Ruta del Patrimonio Minero.

El uso de la guía como producto turístico permitirá posicionar a Copiapó como un destino patrimonial emergente, complementando las estrategias regionales de desarrollo turístico sustentable impulsadas por SERNATUR y el Gobierno Regional de Atacama.

#### **6.1.4.4 Beneficios institucionales**

Consolidar la vinculación interinstitucional es otro logro relevante del proyecto. La guía se enmarca dentro de las políticas de extensión universitaria y vinculación con el medio de la Universidad de Atacama, aportando al fortalecimiento de su imagen como agente cultural y promover el desarrollo local. A nivel comunal, la Municipalidad de Copiapó contará con un instrumento concreto para difundir su patrimonio y fomentar la

educación cívica y turística, mientras que SERNATUR Atacama y el Consejo de Monumentos Nacionales (CMN) podrán utilizar la guía como material de apoyo para la gestión de sitios patrimoniales y actividades educativas. Estas sinergias institucionales permitirán articular esfuerzos entre el sector público, privado y académico, contribuyendo al desarrollo cultural sostenible de la región.

#### **6.1.4.5 Beneficios sociales y comunitarios**

Generar participación y sentido de pertenencia son beneficios sociales esenciales del proyecto. La guía no solo informará, sino que invitará a la comunidad a participar activamente en la conservación y promoción del patrimonio, fortaleciendo el tejido social y la cohesión territorial.

Entre los resultados esperados destacan:

- 1.** Mayor acceso ciudadano al conocimiento patrimonial gracias a versiones impresas y digitales gratuitas.
- 2.** Incremento de la participación de organizaciones culturales y vecinales en actividades de difusión y talleres.
- 3.** Creación de espacios de encuentro donde los adultos mayores y jóvenes compartan saberes sobre la historia local.
- 4.** Promoción de la inclusión y equidad territorial, al distribuir la guía también en sectores periféricos y rurales del valle de Copiapó.

De esta forma, el proyecto no solo difunde información, sino que activa procesos comunitarios de valoración y apropiación del patrimonio, contribuyendo a una ciudadanía más consciente y comprometida con su entorno.

### 6.1.4.6 Cuadro de beneficios directos del proyecto

Área de beneficio	Descripción del beneficio	Actores involucrados	Resultados esperados
Culturales	Revalorizar el patrimonio histórico y arquitectónico de Copiapó, promoviendo el orgullo y la identidad local.	Universidad de Atacama, Municipalidad de Copiapó, Consejo de Monumentos Nacionales, comunidades locales.	Incremento del conocimiento ciudadano sobre el patrimonio, fortalecimiento de la identidad cultural regional.
Educativo	Integrar la guía en programas escolares y universitarios como herramienta de aprendizaje patrimonial.	MINEDUC, UDA, establecimientos educacionales, docentes y estudiantes.	Más de 3.000 beneficiarios directos, incorporación en actividades curriculares y talleres formativos.
Turístico y económico	Diversificar la oferta turística local mediante la creación de rutas patrimoniales y difusión en medios.	SERNATUR, Municipio, empresas turísticas locales, guías y emprendedores/as.	Aumento del 15–20% de visitas a monumentos; impulso a servicios turísticos y comercio local.
Institucional	Fortalecer la vinculación público, académica, y el liderazgo cultural de la UDA y el municipio.	Universidad de Atacama, Municipalidad, SERNATUR, CMN.	Consolidación de la UDA como referente en gestión patrimonial, posicionamiento institucional en la región.
Social y comunitario	Promover la participación ciudadana y el acceso equitativo al conocimiento patrimonial.	Organizaciones culturales, juntas vecinales, escuelas, museos y comunidades.	Mayor participación en actividades culturales, fortalecimiento del sentido de pertenencia e inclusión territorial.

Figura 10: Cuadro de beneficios directos del proyecto

Fuente: Elaboración Propia

El análisis evidencia que los beneficios del proyecto trascienden lo económico, proyectándose en dimensiones culturales, educativas, sociales y turísticas de alto impacto para la comunidad local. La Guía Turística Patrimonial de Copiapó se configura como un instrumento estratégico de desarrollo territorial capaz de integrar conocimiento, participación ciudadana y valorización del patrimonio en una misma propuesta. Su implementación permitirá fortalecer la identidad regional, diversificar la oferta turística y fomentar la educación patrimonial, consolidando a Copiapó como un referente en gestión, conservación y difusión del patrimonio cultural del norte de Chile.

## **6.2 Estimación de impacto en el turismo y economía local**

Estimar el impacto del proyecto en la economía y el turismo local permite evaluar el aporte real de la Guía Turística Patrimonial de Copiapó al desarrollo sostenible de la comuna y la Región de Atacama. El turismo cultural de ha consolidado en Chile como sector con alto potencial de crecimiento, especialmente en zonas con patrimonio histórico y natural. Según datos del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR 2. , 2024), la Región de Atacama recibió más de 45.694 visitantes durante el año 2024, lo representa un importante motor económico para la región. La guía busca integrar el patrimonio cultural de Copiapó a la oferta turística regional, promoviendo su difusión y consolidando rutas patrimoniales que complementen la oferta minera, astronómica y de naturaleza. Al visibilizar los monumentos nacionales declarados y sitios de valor histórico, el proyecto amplía el atractivo del destino y diversifica la actividad económica local, generando beneficios para distintos sectores productivos.

### **6.2.1 Proyección de impacto turístico**

Potenciar el flujo de visitantes hacia los monumentos y espacios patrimoniales de Copiapó es uno de los principales efectos esperados. La guía contribuirá a aumentar la afluencia turística en un 15 a 20% durante el primer año de difusión, gracias a la promoción en medios digitales, la distribución en oficinas de turismo y la integración con circuitos regionales.

Los principales impactos esperados son:

- 1.** Mayor visibilidad del patrimonio local, mediante la inclusión de la guía en plataformas de difusión turística (SERNATUR, Chile es Tuyo, Rutas Patrimoniales).
- 2.** Incorporación de nuevos segmentos turísticos, como estudiantes, familias y visitantes nacionales interesados en cultura e historia.
- 3.** Ampliación del tiempo promedio de estadía turística en Copiapó, al ofrecer rutas complementarias que motiven recorridos culturales.

4. Promoción de circuitos patrimoniales temáticos, tales como Copiapó Histórico y Ruta del Patrimonio Minero, que articulen los principales monumentos nacionales declarados.
5. Fortalecimiento del posicionamiento de Copiapó como un destino emergente dentro del turismo cultural del norte de Chile.

Estos impactos se medirán a través de registros de visitas, encuestas de satisfacción a turistas y estadísticas de uso digital de la guía, permitiendo evaluar el alcance real de la estrategia de promoción digital.

### **6.2.2 Impacto económico local estimado**

Dinamizar la economía local constituye otro de los resultados directos esperados. El desarrollo del turismo patrimonial generará encadenamientos productivos que beneficiarán tanto al sector formal como al emprendimiento local. Los efectos más relevantes incluyen el incremento en la demanda de servicios turísticos (hospedaje, alimentación transporte y guías patrimoniales), activación de pequeños emprendimientos locales (comercio artesanal, producción cultural y oferta gastronómica), generación de empleo temporal y permanente (vinculado a actividades de promoción, eventos culturales y atención turística) e inyección económica indirecta en sectores complementarios (imprentas, diseño gráfico, publicidad y medios de comunicación locales).

Según proyecciones basadas en la tendencia regional de gasto turístico, se estima que el proyecto podría generar un impacto económico anual cercano a los 100 millones de pesos chilenos, considerando el aumento proyectado del flujo de visitantes, el gasto promedio y el efecto multiplicador sobre servicios asociados. Además, la integración de la guía en la oferta turística regional puede incrementar el gasto promedio por visitante en un 10 a 12%, debido al mayor número de actividades culturales y de consumo local vinculadas al patrimonio.

### **6.2.3 Articulación territorial y sostenibilidad**

Fortalecer la articulación entre actores públicos, privados y académicos es esencial para mantener los efectos económicos del proyecto a largo plazo. La guía favorecerá la coordinación interinstitucional entre la Universidad de Atacama, la Municipalidad de

Copiapó, SERNATUR y el sector empresarial, permitiendo consolidar un modelo de gestión turística participativo y sostenible. Se prevé que el impacto económico se amplifique con alianzas con operadores turísticos regionales para incluir la guía en paquetes culturales, capacitación de emprendedores locales en turismo patrimonial y promoción digital, la integración de la guía en eventos regionales (ferias de turismo, festivales culturales y conmemoraciones históricas), y la actualización periódica de los contenidos digitales garantizando su vigencia y posicionamiento en redes y buscadores.

Con ello, el proyecto se convertirá en una herramienta permanente de dinamización económica y promoción territorial, alineada con los principios de sostenibilidad cultural y responsabilidad social.

#### **6.2.4 Síntesis**

El análisis permite concluir que la Guía Turística Patrimonial de Copiapó representa una inversión estratégica para la comuna y la Región de Atacama, al generar impactos directos e indirectos en la economía local y en la diversificación del turismo regional. Su ejecución no solo fortalecerá la oferta turística existente, sino que también contribuirá a consolidar el turismo cultural como eje de desarrollo territorial sostenible. La implementación de la guía permitirá integrar de manera efectiva los monumentos nacionales de Copiapó en el circuito turístico formal, ofreciendo información actualizada, accesible y atractiva tanto para visitantes nacionales como internacionales. Además de los beneficios económicos, la guía tendrá efectos sociales y simbólicos de alto valor, al reforzar el sentido de pertenencia e identidad de la comunidad copiapina. La apropiación del patrimonio por parte de la ciudadanía fomentará una mayor participación comunitaria en actividades culturales, educativas y turísticas, transformando la relación entre los habitantes y su entorno histórico. En este sentido, la guía se proyecta como modelo replicable de gestión cultural y económica, capaz de vincular el conocimiento, la cultura y la innovación con el desarrollo sostenible del territorio. Su impacto trasciende lo económico lo cual contribuye a la preservación del patrimonio, a la promoción del turismo responsable y a la construcción de una identidad regional más cohesionada, inclusiva y participativa.

### **6.3 Cronograma y plan de implementación**

Planificar la implementación del proyecto constituye un componente esencial para asegurar su eficiencia técnica, sostenibilidad institucional y pertinencia territorial. El cronograma y plan de implementación de la Guía Turística Patrimonial de Copiapó establece un periodo total de 6 meses, en los cuales se desarrollarán de manera secuencial y articulada todas las fases necesarias para concretar la producción, publicación, difusión y evaluación del proyecto. El proceso estará liderado por la Universidad de Atacama (UDA), en conjunto con la Municipalidad de Copiapó y SERNATUR Atacama, contando además con el respaldo del Consejo de Monumentos Nacionales (CMN) y el Gobierno Regional de Atacama, lo que asegura un trabajo colaborativo y una ejecución ajustada a las políticas de desarrollo cultural y turístico vigentes.

El cronograma propuesto considera la participación de profesionales de las áreas de gestión cultural, turismo, diseño gráfico, historia y comunicación, quienes trabajarán en coordinación con instituciones y comunidades locales para garantizar la calidad técnica, la pertinencia patrimonial y el impacto educativo de la guía.

#### **6.3.1 Objetivo del cronograma**

Organizar el proceso de implementación mediante una planificación ordenada, participativa y evaluable, que oriente las acciones operativas hacia el cumplimiento de los objetivos del proyecto. El cronograma busca optimizar los tiempos y recursos disponibles, establecer responsables específicos por fase y garantizar una ejecución transparente, efectiva y con seguimiento continuo. Asimismo, cumple un rol de instrumento de control de gestión, permitiendo evaluar el avance mensual, identificar desviaciones y aplicar medidas correctivas a tiempo.

#### **6.3.2 Descripción general del plan de implementación**

El plan se estructura en cinco fases sucesivas e interrelacionadas, que abarcan desde la planificación inicial hasta la evaluación final del proyecto. Cada fase cuenta con objetivos específicos, resultados esperados y actores responsables, lo que permite mantener la coherencia metodológica y la trazabilidad de las acciones realizadas.

### **6.3.2.1 Fase 1: Planificación y coordinación inicial**

Definir la estructura técnica y administrativa del proyecto es el primer paso para asegurar su correcta ejecución. Durante esta etapa se desarrollarán las siguientes acciones, como la elaboración del plan operativo y cronograma técnico definitivo, la revisión del contenido preliminar por parte del equipo académico de la UDA, el establecimiento de convenios de colaboración (Municipalidad de Copiapó, SERNATUR Atacama y Consejo de Monumentos Nacionales (CMN)), la gestión de fuentes de financiamiento complementarias, a través de fondos públicos (Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR) o el FONDART Regional), y la conformación del Comité Técnico de Gestión Patrimonial, integrado por representantes de la universidad, el municipio y el sector cultural. Esta fase busca garantizar la validez técnica y la sustentabilidad económica del proyecto antes de su ejecución formal.

### **6.3.2.2 Fase 2: Levantamiento de información y diseño de contenidos**

Recolectar y validar la información patrimonial, histórica y fotográfica es esencial para la creación de una guía fidedigna y atractiva. Durante esta fase se realizarán las siguientes actividades como la investigación documental en archivos del Consejo de Monumentos Nacionales, Museo Regional de Atacama y Biblioteca Municipal de Copiapó, entrevistas con historiadores locales, arquitectos patrimoniales y gestores culturales, registro fotográfico profesional de los monumentos nacionales declarados y de sus entornos urbanos, redacción de textos interpretativos y descriptivos con lenguaje claro y educativo, y por último el diseño gráfico y diagramación inicial del contenido, definiendo tipografía, paleta cromática e identidad visual de la guía. El resultado de esta fase será el borrador completo del contenido editorial y visual, validado por el comité técnico antes de pasar a producción.

### **6.3.2.3 Fase 3: Producción impresa y digital**

Materializar el producto final constituye el eje central del proceso. Una vez aprobado el contenido, se procederá a la revisión ortográfica, técnica y de estilo de los textos, la corrección de color y edición fotográfica profesional, la diagramación final del documento para impresión y versión digital, para luego proceder a la impresión de 2.000

ejemplares en alta calidad (formato A4, papel couché de 170 gramos con encuadernación rústica laminada), el desarrollo de la versión digital en la web institucional de la Universidad de Atacama y su interconexión con la plataforma de SERNATUR Atacama. La producción se realizará con proveedores locales, fortaleciendo el sector gráfico y tecnológico de la región.

#### **6.3.2.4 Fase 4: Difusión, lanzamiento y distribución**

Promover la guía como instrumento cultural y turístico será clave para asegurar su alcance y utilidad. Durante esta etapa se desarrollará una campaña de difusión regional, que incluirá el Lanzamiento oficial en el auditorio de la Universidad de Atacama o espacios autorizados dentro de la comuna, con presencia de autoridades, medios y actores locales, realizar actividades de difusión en espacios públicos y patrimoniales (Museo Regional de Atacama, Centro de Extensión Cultural Casa Maldini Tornini y la Plaza de Armas de Copiapó), la publicación de notas de prensa, cápsulas audiovisuales y difusión en redes sociales institucionales y medios locales, la distribución gratuita de los 1.000 ejemplares impresos de la Guía Turística Patrimonial de Copiapó (bibliotecas, universidades, museos y oficinas de turismo), y la promoción de la versión digital mediante campañas online, con enlaces directos a través de códigos QR ubicados en sitios patrimoniales. La difusión busca alcanzar a más de 10.000 personas de forma directa e indirecta, fortaleciendo la educación patrimonial y la promoción turística.

#### **6.3.2.5 Fase 5: Evaluación, seguimiento y sostenibilidad**

Evaluar los resultados y garantizar la continuidad del proyecto son elementos fundamentales para sus sostenibilidad. En esta fase se realizará el monitoreo del impacto mediante encuestas, entrevistas y registros digitales del uso, análisis de indicadores turísticos y culturales (número de descargas, visitas a monumentos y participación comunitaria), la elaboración de un informe final de evaluación con resultados, conclusiones y proyecciones futuras, la creación de un plan de sostenibilidad que incluirá la actualización bianual del contenido y la mantención de la versión digital, y la coordinación de una segunda edición o ampliación regional en caso de obtener nuevos fondos o alianzas. Esta fase permitirá mantener vigente la guía, actualizando información y fortaleciendo su rol como herramienta de educación y desarrollo territorial.

### 6.3.3 Cronograma general de implementación

A continuación, se presenta la planificación temporal de las fases y actividades del proyecto, considerando una duración total de seis meses.



Figura 11: Cronograma general de implementación de proyecto  
Fuente: Elaboración Propia

## CAPITULO VII

### CONCLUSIONES

#### **7.1 Principales hallazgo del diagnóstico**

Analizar el panorama patrimonial y turístico de Copiapó permitió identificar hallazgos centrales que justifican la creación de una Guía Turística Patrimonial como herramienta estratégica. El diagnóstico evidenció una baja visibilidad y difusión pública de los Monumentos Nacionales Declarados de Copiapó, lo que se traduce en un conocimiento limitado por parte de la comunidad y en una escasa proyección del patrimonio hacia visitantes nacionales e internacionales. Esta falta de divulgación debilita la identidad local y restringe el aprovechamiento turístico de bienes con alto valor histórico y simbólico. Asimismo, se logró identificar una fragmentación institucional significativa, expresada en la débil articulación entre organismos públicos, entidades culturales, sector turístico y organizaciones comunitarias. Esta falta de coordinación genera esfuerzos aislados, ausencia de estrategias integrales y dificultades para consolidar un modelo sostenible de gestión patrimonial.

El diagnóstico también permitió reconocer importantes brechas informativas y comunicacionales, tales como la inexistencia de material actualizado, la dispersión de datos en múltiples fuentes y la ausencia de señalización adecuada en los bienes protegidos. Estas brechas afectan la experiencia del visitante, dificultan su comprensión del entorno patrimonial y limitan la incorporación del patrimonio en procesos educativos formales y no formales. Por otro parte, se constató un alto potencial turístico asociado al patrimonio histórico de Copiapó, sustentado en la concentración de Monumentos Nacionales, la existencia de una Zona Típica y un contexto regional favorable al crecimiento del turismo cultural. Sin embargo, este potencial se encuentra subutilizado debido a la falta de herramientas que organicen, sintetizen y promuevan la riqueza patrimonial de la comuna, de manera accesible e inclusiva. Finalmente, el diagnóstico permitió confirmar que la comunidad local y diversas instituciones muestran interés en valor y revitalizar el patrimonio, pero carecen de insumos sistematizados que faciliten su participación y apropiación cultural. Esta situación reafirma la pertinencia de desarrollar una guía que

actúe como recurso educativo, turístico y de gestión, fortaleciendo la identidad territorial y contribuyendo a la diversificación económica y cultural de Copiapó.

## **7.2 Aportes de la guía como herramienta de gestión**

Impulsar la Guía Turística Patrimonial de Copiapó como herramienta de gestión representa un aporte significativo para la valorización cultural y el desarrollo territorial de la comuna. En primer lugar, la guía sintetiza y ordena información antes dispersa, convirtiéndola en un recurso claro, accesible y confiable para estudiantes, turistas, docentes, instituciones y la ciudadanía. Esta organización del contenido mejora la comprensión del patrimonio y facilita su uso en distintos ámbitos formativos y turísticos. Asimismo, la guía eleva la visibilidad del patrimonio local, al presentar los Monumentos Nacionales Declarados mediante un diseño atractivo, rutas interpretativas, mapas, fotografías y recursos digitales. Gracias a esto, el patrimonio adquiere una presencia más activa en la vida cotidiana y logra proyectarse hacia públicos que antes no tenían acceso a información sistematizada.

Otro aporte importante es la capacidad de la guía para activar la colaboración entre actores públicos, privados y comunitarios, al ofrecer un punto de referencia común para la planificación y gestión del territorio. Este rol articulador favorece alianzas estratégicas, evita acciones aisladas y fortalece un trabajo conjunto que potencia la identidad cultural de Copiapó. Además, la guía enriquece los procesos educativos, al constituirse en un recurso pedagógico que integra la historia, la cultura y el patrimonio en actividades escolares, universitarias y comunitarias. Con ello, promueve el aprendizaje significativo y fortalece el sentido de pertenencia territorial. Finalmente, la guía dinamiza la actividad turística y económica, al impulsar nuevas rutas, experiencias y oportunidades de emprendimiento vinculadas al patrimonio. Esto contribuye a diversificar la oferta turística, atraer visitantes y estimular sectores como hotelería, gastronomía y comercio local. En conjunto, la guía se proyecta como un instrumento estratégico que no solo difunde el patrimonio, sino que conecta identidad, educación y desarrollo económico, consolidándose como una herramienta clave para el crecimiento cultural y turístico de Copiapó.

## CAPITULO IX

### BIBLIOGRAFIAS

- Anholt, 2. (2010). Definiciones de marca de lugar: trabajando hacia una solución. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/247479350\\_Definitions\\_of\\_place\\_branding\\_-\\_Working\\_towards\\_a\\_resolution](https://www.researchgate.net/publication/247479350_Definitions_of_place_branding_-_Working_towards_a_resolution)
- BCN, 2. (2024). BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE/BCN - REPORTES COMUNALES. Obtenido de [https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/repordpdf.html?anno=2024&idcom=3101&utm\\_source](https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/repordpdf.html?anno=2024&idcom=3101&utm_source)
- BID, 2. (2019). BID-INFORME ANUAL DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO 2019. Obtenido de <https://publications.iadb.org/es/informe-anual-del-banco-interamericano-de-desarrollo-2019-resena-del-ano>
- BID, 2. (2021). BID. Obtenido de <https://publications.iadb.org/en>
- Boisier, 2. (2004). Desarrollo territorial y descentralización. El desarrollo en el lugar y en las manos de la gente. Obtenido de [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1245798293.boisier\\_\\_descentralizacion\\_0.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1245798293.boisier__descentralizacion_0.pdf)
- Brundtland, 1. (1987). Informe Brundtland. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Informe\\_Brundtland](https://es.wikipedia.org/wiki/Informe_Brundtland)
- CASEN, 2. (2022). Encuesta de caracterización socioeconómica nacional. Obtenido de <https://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/encuesta-casen-2022>
- CEPAL, 2. (2019). Estudio Económico de América Latina y el Caribe. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44674-estudio-economico-america-latina-caribe-2019-nuevo-contexto-financiero-mundial>
- CMN, 2. (2023). Consejo de Monumentos Nacionales. Obtenido de <https://www.monumentos.gob.cl/monumentos>
- CMN, 2. (2025). CONSEJOS DE MONUMENTOS NACIONALES DE CHILE. Obtenido de <https://www.monumentos.gob.cl/documentos/actas>

- CNCA, 2. (2023). Consejo Nacional de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Obtenido de <https://www.cultura.gob.cl/consejo-nacional/>
- Fernández y Guzman, 2. (2020). ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DISEÑO, EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- García Canclini, 1. (1999). La globalización imaginada. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://scispace.com/pdf/la-globalizacion-imaginada-4c1j3umufy.pdf>
- GIZ, 2. (2017). HOJA DE IMPACTOS PROGRAMA ACCESO Y DISTRIBUCIÓN EQUITATIVA DEL POTENCIAL ECONÓMICO. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.giz.de/en/downloads/giz2017-es-hoja-abs.pdf>
- Gobierno de Chile, 2. (2023). POLÍTICAS CULTURALES EN CHILE. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://centropoliticaspUBLICAS.ufft.cl/wp-content/uploads/2023/12/PoliticasculturalesFinal.pdf>
- Gobierno Regional de Atacama, 2. (2024). Estrategia Regional de Desarrollo de Atacama.
- Heinz Wehrich, 1. (1982). Historia - FODA. Obtenido de <https://www.cladera.org/foda/foda.php>
- ICOMOS, 2. (2020). CONSEJO INTERNACIONAL DE MONUMENTOS Y SITIOS. Obtenido de <https://www.icomos.org/en/resources/publications>
- INE, 2. (2022). RESULTADOS CENSO. Obtenido de <https://www.ine.gob.cl/>
- INE, 2. (2024). Boletín encuesta mensual de alojamiento 2024. Obtenido de <https://www.ine.gob.cl/sala-de-prensa/prensa/general/noticia/2024/09/02/pernoctaciones-en-establecimientos-de-alojamiento-tur%C3%ADstico-aumentaron-5-8-interanualmente-en-julio-de-2024>
- Kerzner, H. 2. (2017). GESTIÓN DE PROYECTOS "UN ENFOQUE SISTEMÁTICO PARA LA PLANIFICACIÓN, PROGRAMACIÓN Y CONTROL". Obtenido de <https://www.ecobook.com/autores/kerzner-harold-r/34499/>

- Kliksberg, 2. (2000). Capital social y cultura: Claves estratégicas para el desarrollo. Obtenido de <https://publications.iadb.org/es/publicacion/13262/capital-social-y-cultura-claves-olvidadas-del-desarrollo>
- Kotler et al, 1. (1993). Fundamentos de marketing . Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/[https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- Kotler et al., 2. (2006). Gestión de marketing. 12ª edición. Obtenido de <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1755960>
- LEY 17288, 1. (1970). LEY 17288 LEGISLA SOBRE MONUMENTOS NACIONALES; MODIFICA LAS LEYES 16.617 Y 16.719; DEROGA EL DECRETO LEY 651, DE 17 DE OCTUBRE DE 1925. Obtenido de <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=28892>
- MINCAP, 2. (2023). MINISTERIO DE LA CULTURAS, LAS ARTES Y EL PATRIMONIO. Obtenido de <https://www.cultura.gob.cl/politicas-publicas/politica-nacional-de-patrimonio-cultural-2023-2030/>
- Ministerio de Bienes Nacionales, 2. (2021). RUTAS PATRIMONIALES. Obtenido de <https://www.bienesnacionales.cl/gestion-del-territorio/ambitos-de-gestion/rutas-patrimoniales/>
- Ministerio de Cultura del Perú, 2. (2020). MINISTERIO DE CULTURA . Obtenido de <https://www.gob.pe/cultura>
- Ministerio de las Culturas, 1. A. (2021). Proyecto de ley de patrimonio cultural da su primer paso tras aprobación en general en la comisión de cultura de la Cámara de Diputados. Obtenido de <https://www.cultura.gob.cl/institucional/proyecto-de-ley-de-patrimonio-cultural-da-su-primer-paso-tras-aprobacion-en-general-en-la-comision-de-cultura-de-la-camara-de-diputados/>
- OCDE, 2. (2018). Tendencias y políticas turísticas de la OCDE 2018. Obtenido de [https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2018\\_tour-2018-en.html](https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2018_tour-2018-en.html)

- OMP, 2. (2019). Sinergias sostenibles entre las industrias cultural y turística: una perspectiva de evaluación de la eficiencia. Obtenido de <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/23/6607>
- OMT, 2. (2020). Día Mundial del Turismo 2020. Obtenido de <https://www.untourism.int/es/dia-mundial-del-turismo-2020>
- OMT, 2. (2022). PRINCIPALES ESTADÍSTICAS DE IMPACTO. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/03/barometro-de-turismo-diciembre-2022-1.pdf>
- OMT, 2. (s.f.). Las plataformas digitales y el futuro del turismo. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2018/09/25/digital-platforms-and-the-future-of-tourism-a-world-tourism-celebration>
- PMI, 2. (2021). SCIENTIFIC RESEARCH AN ACADEMIC PUBLISHER. Obtenido de <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3520167>
- Porter, 1. (1990). Competitividad e innovación. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Michael\\_Porter](https://es.wikipedia.org/wiki/Michael_Porter)
- SERNATUR, 2. (2020). Servicio Nacional de Turismo. Obtenido de <https://serviciosturisticos.sernatur.cl/>
- SERNATUR, 2. (2024). IMPULSANDO EL TURISMO DE CHILE. Obtenido de [https://www.sernatur.cl/ferias\\_y\\_eventos/fit-2024/](https://www.sernatur.cl/ferias_y_eventos/fit-2024/)
- Subsecretaría del Turismo, 2. (2025). Obtenido de <https://www.subturismo.gob.cl/2025/01/16/chile-recibe-un-record-de-mas-de-5-millones-de-turistas-en-2024/>
- UNESCCO, 2. (2003). Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Obtenido de <https://www.sigpa.cl/convencion-unesco/>
- UNESCO, 2. (2002). LA CULTURA COMO HERRAMIENTA PARA UN DESARROLLO TERRITORIAL EQUILIBRAD. Obtenido de [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260643\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260643_spa)
- UNESCO, 2. (2015). Reporte anual, 2015. Obtenido de [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000244732\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000244732_spa)
- UNESCO, 2. (2018). Programa de Educación sobre el Patrimonio Mundial. Obtenido de <https://whc.unesco.org/en/wheducation/>

UNESCO, 2. (2019). PROGRAMA DE CIUDADES PATRIMONIO MUNDIAL.

Obtenido de <https://whc.unesco.org/en/cities>

UNESCO, 2. (2020). Herramientas de inclusión educativa. Obtenido de

<https://www.unesco.org/es/articles/herramientas-de-inclusion-educativa-para-aulas-diversas-reconstruir-sin-ladrillos>

UNESCO, 2. (2021). Informe de seguimiento de la educación en el mundo 2021/2.

Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000382957>

UNESCO, 2. (2022). UNESCO. Obtenido de <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/03/barometro-de-turismo-diciembre-2022-1.pdf>

UNESCO, 2. (2023). Protección y gestión del patrimonio cultural material. Obtenido de

<https://www.unesco.org/es/patrimonio-cultural-material>

## CAPITULO X

### ANEXOS

Este anexo reúne revistas, publicaciones y documentos especializados como referencia conceptual y contextual dentro del proyecto. Estos materiales contribuyen a comprender las tendencias actuales en la gestión patrimonial y su relación con el desarrollo turístico.

#### Anexo 1: Revistas y documentos patrimoniales.

1. Revista Patrimonio Cultural de Chile: Publicación de Ministerio de las Culturas, las Artes y el patrimonio, dedicada a la difusión de estudios, casos y experiencias de conservación, aporta una visión nacional sobre políticas patrimoniales y modelos de gestión.



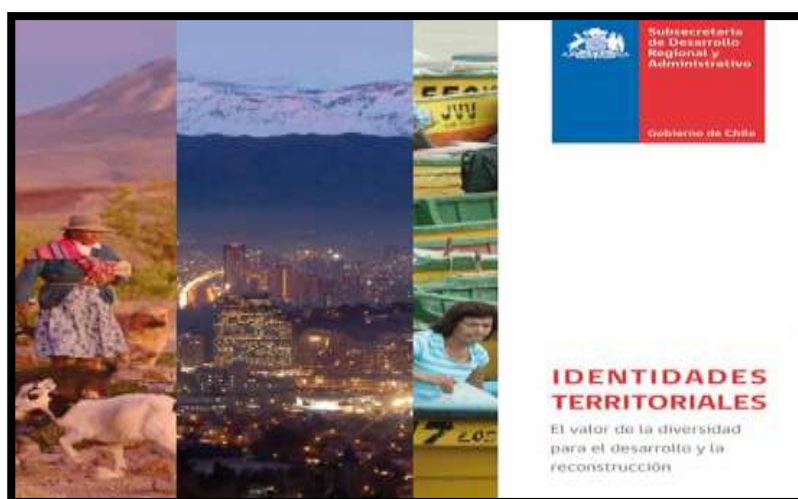
Figura 12: Revista Patrimonio Cultural de Chile  
Fuente: Publicación de Ministerio de las Culturas, las Artes y el patrimonio

2. Revista Rutas Patrimoniales: Compila rutas culturales a nivel nacional, integrando patrimonio histórico, arquitectónico y natural, sirve como modelo para estructurar circuitos turísticos y estrategias de interpretación patrimonial. Ministerio de Bienes Nacionales.



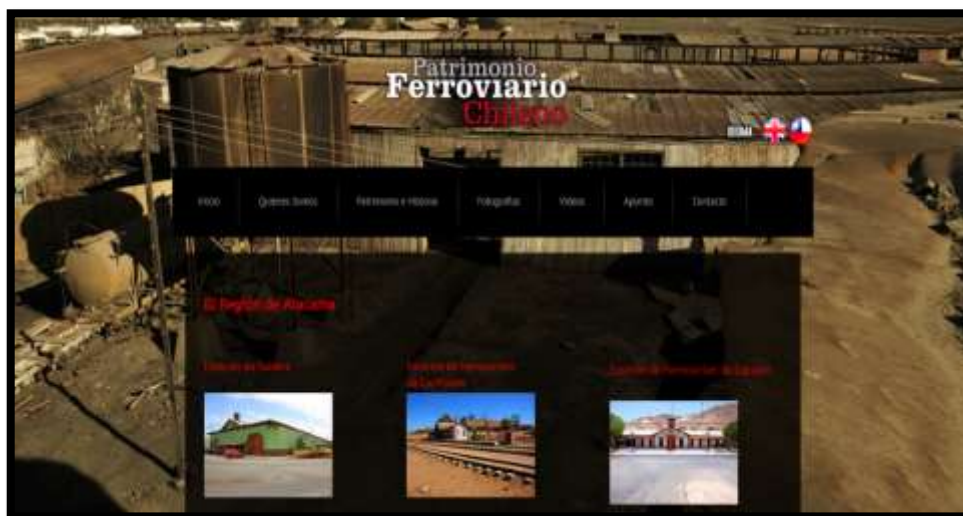
*Figura 13: Revista Rutas Patrimoniales*  
*Fuente: Información Ministerio de Bienes Nacionales*

3. Revista Identidades Territoriales: Revista enfocada en procesos culturales, memoria y desarrollo local, su enfoque interdisciplinario apoya el análisis identitario del patrimonio de Copiapó. Ediciones Cultura Regional.



*Figura 14: Revista Identidades Territoriales*  
*Fuente: Información Ediciones Cultura Regional*

4. Publicación Patrimonio Ferroviario de Chile: Documento especializado sobre bienes ferroviarios declarados monumentos históricos, incluyendo la Locomotora Copiapó, aporta antecedentes técnicos e históricos relevantes. Consejo de Monumentos Nacionales



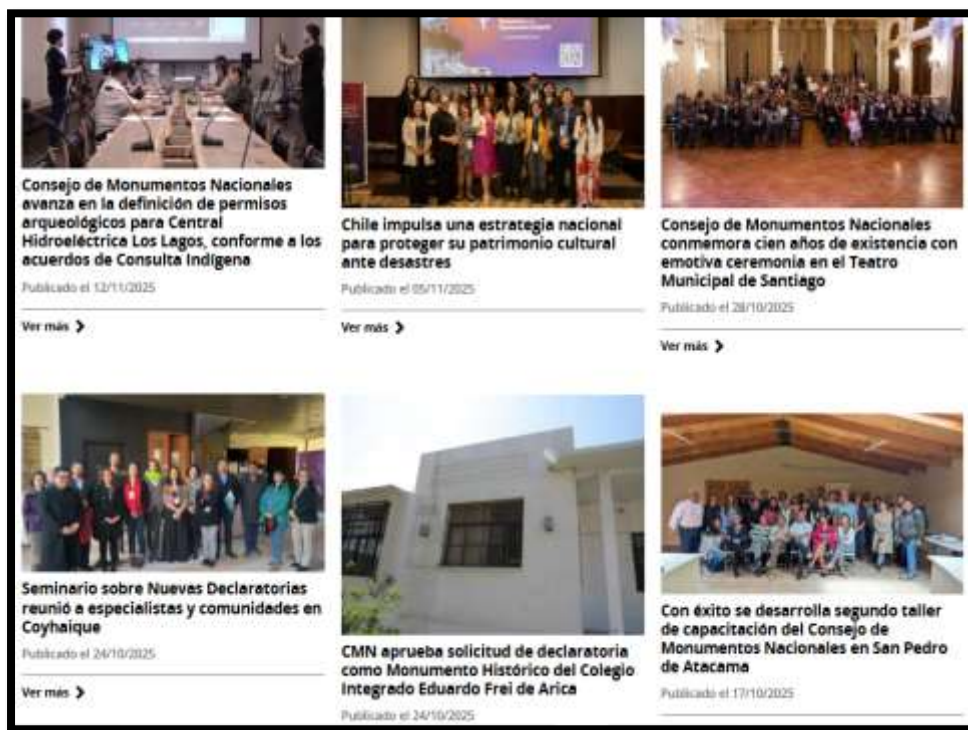
*Figura 15: Publicación Patrimonio Ferroviario de Chile  
Fuente: Información Consejo de Monumentos Nacionales*

5. Serie Documental Rutas de Chile: Programa Rutas Patrimoniales.



*Figura 16: Serie Documental Rutas de Chile  
Fuente: Información Programa Rutas Patrimoniales*

6. Boletín Patrimonio y Memoria: Difunde investigaciones, restauraciones y lineamientos sobre protección patrimonial en Chile, es clave para contextualizar la situación de los Monumentos Nacionales Declarados de Copiapó. Consejo de Monumentos Nacionales.



*Figura 17: Boletín Patrimonio y Memoria  
Fuente: Información Consejo de Monumentos Nacionales*

## Anexo 2: Leyes, Normativas y documentos oficiales

1. Ley N°17.288 de Monumentos Nacionales (1970): Marco legal principal para la protección del patrimonio cultural en Chile. Define categorías, procedimientos de declaratoria y responsabilidades institucionales.



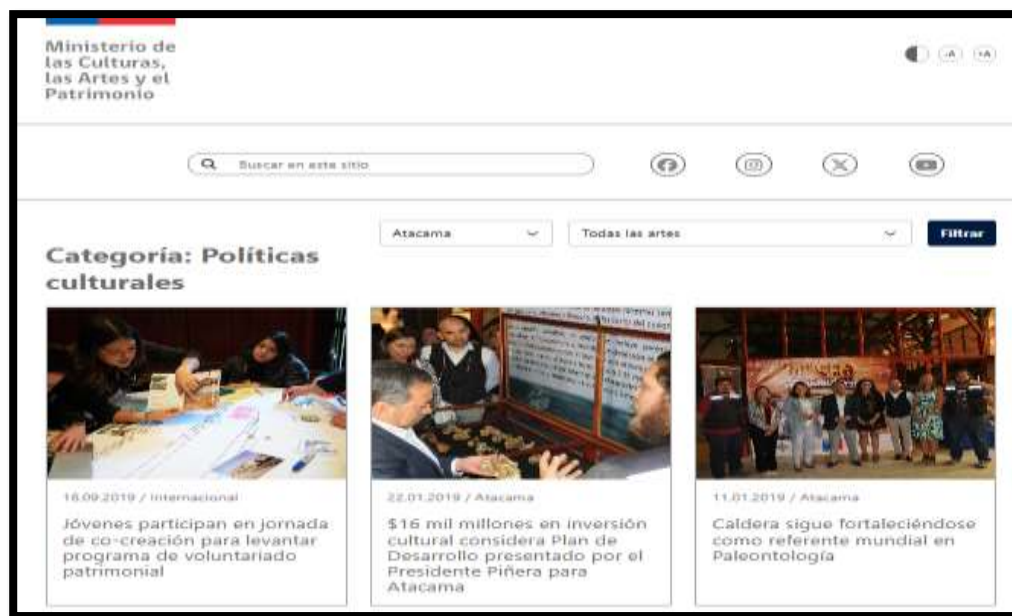
Figura 18: Ley N°17.288 de Monumentos Nacionales (1970)  
Fuente: Información Ley Chile

2. Reglamento del Consejo de Monumentos Nacionales: Detalla procedimientos para intervenciones, fiscalización y conservación de bienes patrimoniales.



Figura 19: Reglamento del Consejo de Monumentos Nacionales  
Fuente: Información CMN

- Política Nacional de Patrimonio Cultural: Documento oficial que establece principios, líneas estratégicas y orientaciones para la gestión cultural a nivel nacional, relevante para justificar el enfoque educativo y participativo de la guía. Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.



*Figura 20: Política Nacional de Patrimonio Cultural*  
*Fuente: Información Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio*

- Plan de Desarrollo Turístico de Atacama: Documento regional que posiciona a la comuna de Copiapó como eje estratégico para la promoción turística del desierto, cultura y patrimonio. Gobierno Regional de Atacama.



*Figura 21: Plan de Desarrollo Turístico de Atacama*  
*Fuente: Información GORE*