región y sociedad

ISSN e-2448-4849 *región y sociedad* / año 37 / 2025 / e1983 https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

Gobernanza del turismo creativo. Una revisión sistemática de la literatura

Creative Tourism Governance: A Systematic Literature Review

Fabrizio Alberca-Sialer*

https://orcid.org/0000-0001-6330-0762

Recibido: 10 de enero de 2025. Aceptado: 29 de abril de 2025. Liberado: 30 de junio de 2025.

* Universidad de San Martín de Porres. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, Instituto de Investigación. Av. Tomás Marsano 242, Surquillo, Lima 34, Perú. falbercas@usmp.pe

https://regionysociedad.colson.edu.mx Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

región y sociedad

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

RESUMEN

Objetivo: analizar las contribuciones de los artículos científicos sobre la gobernanza en el turismo creativo a escala internacional. Metodología: revisión sistemática de la literatura en cuatro bases de datos mediante el método PRISMA. Resultados: la investigación destaca la importancia de la colaboración entre los actores del turismo creativo, la inclusión de la comunidad local en la gobernanza, el modelo de clústeres empresariales, la pertinencia de las empresas creativas, la búsqueda de sostenibilidad con la predominancia de un enfoque cultural y el papel clave del sector público. Limitaciones: el análisis de un reducido número de artículos sobre la temática disponibles en 4 bases de datos. Valor: el enfoque internacional de este estudio contribuye con información para comprender mejor la gestión y la gobernanza del turismo creativo y ofrece una perspectiva sobre sus oportunidades en la región de Latinoamérica, donde aún es un turismo emergente. Conclusiones: el turismo creativo es un campo en desarrollo. Es fundamental empoderar a las comunidades locales para que asuman un rol más activo y fortalezcan sus capacidades, además fomentar el emprendimiento local, entre otros aspectos clave para su crecimiento.

Palabras clave: turismo; gobernanza turística; destino turístico; creatividad; gestión turística.

ABSTRACT

Objective: To analyze the contributions of scientific articles on creative tourism governance at an international scale. Methodology: Systematic literature review in four databases using the PRISMA method. Results: The research highlights the importance of the collaboration among creative tourism stakeholders, the inclusion of the local community in governance, the business cluster model, the relevance of creative enterprises, the pursuit of sustainability with a predominant cultural approach, and the key role of the public sector. Limitations: The analysis of a small number of articles about the theme in four databases. Value: The international approach of this study contributes with information to the better understanding of creative tourism management and governance, and offers insights into its opportunities in Latin America region, where it is still an emerging sector. Conclusions: Creative tourism is a developing field. It is essential to empower local communities to take on a more active role and strengthen their capacities, as well as to foster local entrepreneurship and other key aspects for its growth.

Keywords: tourism; tourism governance; tourist destination; creativity; tourism management.

Citar como: Alberca-Sialer, F. (2025). Gobernanza del turismo creativo. Una revisión sistemática de la literatura. *región y sociedad*, 37, e1983. https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

INTRODUCCIÓN

Cuando el turismo tradicional y masivo está mal gestionado y se une a la presencia de "malos turistas" (Stockwell, 2024) se afectan negativamente los destinos, en especial sus espacios turísticos, a los residentes e incluso a los propios visitantes. Esto se refleja en las crecientes, masivas y ruidosas manifestaciones antiturismo, como las que se han suscitado en Italia, Países Bajos, España, Grecia y Bután, entre otros lugares.

Además, el turismo, como práctica cultural contemporánea, se enmarca en la posmodernidad, lo que ha fomentado que crezca la demanda de productos y de servicios más personalizados. El visitante busca en ellos un acercamiento lo más auténtico posible con las personas y el lugar que se visita. Se trata de un turista que rechaza el turismo de masas (Urry, 2004).

En este contexto, otras formas de turismo no convencional, como el turismo creativo, adquieren relevancia. Esta modalidad no solo debe considerarse una opción en términos de prácticas o productos, sino también una visión integral del destino. El turismo creativo consiste en cocrear experiencias auténticas entre las personas locales y los turistas mediante la participación del visitante en actividades de aprendizaje basadas en expresiones culturales del lugar, lo que permite desarrollar su potencial creativo (Network Creative Tourism, s. f.; Richards y Raymond, 2000). Este concepto se entiende como una forma o una extensión del turismo cultural (Carvalho, Costa y Ferreira, 2019; Molina, 2016; Richards, 2011), ha emergido en los últimos años como una variedad prometedora, en plena expansión (Akdemir, José y Rodrigues, 2023; Álvarez-García, Maldonado-Erazo, Río-Rama y Sánchez-Fernández, 2019; Carvalho et al., 2019; Maldonado-Erazo, Álvarez-García y Río-Rama, 2016; Maldonado-Erazo, Río-Rama, Rueda-Armengot y Durán-Sánchez, 2019; Ren, Zhong y Sun, 2023), como lo demuestran las diversas investigaciones que se han revisado: Akdemir et al. (2023), Álvarez-García et al. (2019), Baixinho et al. (2020), Chapain y Sagot-Duvauroux (2020), Islam y Sadhukhan (2024), Maldonado-Erazo et al. (2019), Pimenta, Ribeiro y Remoaldo (2021b), Remoaldo et al. (2019) y Ren et al., (2023). También lo han evidenciado las investigaciones empíricas de Alberca-Sialer (2024), Ashton, Valduga y Tomazzoni (2015), Arcos-Pumarola, Paquin y Sitges (2023), Cavalcanti, Medeiros y Guimarães (2018), Gonçalves y Costa (2018), Mello (2003), Millán, Millán y Arjona (2016), Richards (2020a) y Tan, Kung y Luh (2013).

Este tipo de turismo sigue evolucionando en función de varias cosas, como las características de los nuevos consumidores, la desregulación del mercado turístico, la búsqueda de revertir los efectos del sobreturismo (*overtourism*), la transversa-

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

lidad de la sostenibilidad, la aparición de nuevos intermediarios y el protagonismo creciente de las comunidades locales (Carvalho et al., 2019).

Entre los elementos esenciales del turismo creativo destacan la participación activa del turista en la producción conjunta de la experiencia, el fomento de la autoexpresión creativa, por ejemplo, aprender y practicar el baile de la salsa en Medellín, lo que dará la capacidad al visitante de expresarse al ritmo de la música; el aprendizaje y la autorrealización, la inclusión de las comunidades locales en el desarrollo de experiencias compartidas, el énfasis en la autenticidad y en la singularidad, la estimulación de emociones y sensaciones, la valorización de lo intangible, las actividades creativas, como cocinar, pintar, bailar y tejer, entre otros, con las técnicas y tradiciones del lugar y la vida cotidiana comunitaria (Moleiro, 2023).

Baixinho et al. (2020), Islam y Sadhukhan (2024), Moleiro (2023) y Pimenta et al. (2021a, 2021b) coinciden en que el turismo creativo tiene el potencial para promover el desarrollo turístico local sostenible. Esto se debe a que tiene un vínculo con la cultura en sus múltiples formas, así como con el patrimonio, la naturaleza y las emociones. Su estructura participativa coadyuva a mantener el control de la producción, a crear economías de escala y generar sinergias y tiene la capacidad para reducir la estandarización, diversificar los productos y las narrativas, es decir a cambiar o aumentar los que ya existen y se ofrece para el turismo. O sea, no solo se podría hablar de un turismo cultural tradicional, sino también de un turismo participativo que posibilita, además, que el visitante se exprese y cree. Otra capacidad es preservar el patrimonio y las identidades locales, así como reforzar la cohesión social y el orgullo comunitario (Moleiro, 2023; Pimenta et al., 2021a, 2021b). En suma, este tipo de turismo puede producir un crecimiento económico equitativo, proteger el medio ambiente y fomentar la inclusión social, constituyéndose en un motor de desarrollo sostenible para las generaciones presentes y futuras (Castro, Herrera, Larrañaga y Lizárraga, 2024). Esta característica es relevante. Un ejemplo de ello está en la ciudad brasileña de Recife, donde el turismo creativo ha contribuido a minimizar las condiciones de precarización laboral persistentes en contextos comunitarios periféricos con la distribución justa de la riqueza a partir de que se valoró culturalmente el turismo (Barbosa, Paiva y Silva, 2021).

Es importante tener presente que el turismo creativo constituye un modelo de desarrollo no dogmático y debe plantearse como un medio y no como un fin en sí mismo (Mediotte y Richards, 2022; Molina, 2016; Richards, 2020b). Aunque puede colaborar significativamente en el desarrollo local, en muchos casos las iniciativas han priorizado la sostenibilidad económica, relegando a un segundo plano los aspectos sociales, culturales y ambientales (Baixinho et al., 2020). También es necesario superar la visión limitada que reduce el turismo creativo a un simple pro-

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

ducto (Pimenta et al., 2021b), ya que su desarrollo integral requiere la planificación estratégica y una gobernanza participativa.

Los destinos de turismo creativo deben identificar y mapear los recursos relacionados con esta forma de turismo (Richards, 2010; Serrano-Leyva, Díaz-Pompa y Feria-Velázquez, 2022) y contar con gestores cuya mentalidad sea flexible y que sean capaces de fomentar la creatividad y la innovación en las experiencias culturales para maximizar el potencial del lugar (Islam y Sadhukhan, 2024; Serrano-Leyva et al., 2022). De igual forma, resulta fundamental que los sectores de la cultura y del turismo, así como la comunidad y el gobierno se integren en un todo mediante la participación de los actores públicos y privados para alcanzar la sostenibilidad de manera efectiva (Serrano-Leyva et al., 2022). El modelo de desarrollo de este turismo debe dar autonomía a las comunidades, evitando reproducir patrones organizativos y gerenciales propios del sistema capitalista (Pimenta et al., 2021a).

Entre los principales temas que se han identificado en la investigación sobre el turismo creativo están la gobernanza, el perfil del turista creativo, la regeneración urbana, la creación de sentido de lugar y las políticas de marca (Chapain y Sagot-Duvauroux, 2020; Islam y Sadhukhan, 2024).

La gobernanza, en términos generales, continúa siendo un concepto en construcción, como han señalado Amaya (2023), Barbini et al. (2011), García (2016), Gutiérrez, Gerritsen y Chávez-Dagostino (2022), Olaya, Cruz y Castillo (2021) y Velasco (2014). Desde mediados de los años noventa, el concepto se ha expandido hacia distintos ámbitos, incluyendo la gobernanza urbana, la buena gobernanza, la gobernanza territorial y la gobernanza turística (Barbini et al., 2011; Gutiérrezet al., 2022). En este sentido, Hughes (citado en Olaya et al., 2021, p. 53) hace notar la importancia que tiene clarificar el enfoque específico desde el cual se abordará la gobernanza.

La gobernanza va más allá del simple acto de gobernar y trasciende la idea de que únicamente los actores públicos pueden ofrecer respuestas a las demandas sociales (Queiroz y Rastrollo-Horrillo, 2015). No se refiere exclusivamente al gobierno formal, sino también a la forma en que la sociedad se orienta y se dirige mediante la interacción que se presenta entre el gobierno, la sociedad civil y el sector privado para resolver los asuntos públicos (Barbini et al., 2011; García, 2016). La gobernanza incluye el sector público (gobierno y organismos estatales), el privado (empresas) y la sociedad civil. La última "puede entenderse como un conglomerado de movimientos sociales, asociaciones, organizaciones no gubernamentales, familias y ciudadanos que interactúan entre sí, así como con empresas privadas e instituciones públicas" (García, 2016, p. 8).

Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

La gobernanza turística se refiere a la manera en que se origina, se dirige y se desarrolla un destino turístico (Barbini et al., 2011; Gutiérrez et al., 2022), y que se vincula estrechamente a la calidad de las relaciones entre los actores locales: autoridades públicas y entidades gubernamentales, empresas, sociedad organizada y la academia. La calidad es clave para el funcionamiento adecuado del destino (Barbini et al., 2011; Olaya et al., 2021). En otras palabras, la gobernanza turística constituye "un sistema dinámico que permite la sinergia" entre los distintos actores, en el que el sector público desempeña un rol mediador y facilitador en los procesos de coordinación. Resulta fundamental, entonces, identificar quiénes son los actores que se involucran en la actividad turística y conocer sus recursos, sus capacidades, sus roles y sus herramientas disponibles (Valdivia y Armesto, 2023).

En el contexto latinoamericano, la perspectiva que se enfoca en la gobernanza y en la sostenibilidad —temas todavía poco explorados en la región (Amaya, 2023)— ha destacado que el turismo puede ser un catalizador para consolidar los procesos de gobernanza, como lo evidencian los hallazgos de Segredo, Serrano y Arroyo (2017) en Quintana Roo. También —de forma simbiótica o incluso inversa— se subraya el papel crucial que la gobernanza desempeña en el desarrollo del turismo y en la regeneración urbana sostenible en barrios marginales como, por ejemplo, en los casos de Medellín (Colombia) y Mar del Plata (Argentina) (Barbini, Cacciutto y Cruz, 2017; Escalona y Oh, 2022). Como ejemplo se subraya que la gobernanza puede colaborar a que se desarrolle el turismo, como en el caso de Mar del Plata, cuando se reconvirtió el destino que se consideraba maduro (Barbini et al., 2017) y mediante la regeneración urbana sostenible, como en el caso de Medellín, cuando se redujo el estigma de las zonas desfavorecidas o cuando iniciaron los emprendimientos (Escalona y Oh, 2022).

No obstante, también se advierte que hay el riesgo de provocar dinámicas de dependencia a largo plazo, lo que refuerza la necesidad de considerar el turismo como un proceso de desarrollo que debe gobernarse con cuidado para fomentar prácticas duraderas y mantenerse en el futuro (Escalona y Oh, 2022).

Es clave, también, establecer vínculos sólidos y canales de comunicación eficaces entre los actores involucrados en la gobernanza, ya que, si se logra, se podrán potenciar los esfuerzos dirigidos al desarrollo sostenible del turismo, como cuando se actualizó el catastro y el inventario turístico donde deben participar los actores de la gobernanza, como se planteó en el cantón de Santa Ana en Ecuador (Pico-Caicedo y Espinoza-Gálvez, 2023).

Del mismo modo, las políticas públicas desempeñan un rol esencial, ya que inciden de manera directa en la población y pueden coadyuvar a visibilizar el poten-

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

cial turístico local. También ayudan a promover su desarrollo de forma responsable y respetuosa con el medioambiente. Estas acciones, a su vez, pueden resultar en dinámicas positivas para la economía local (Pico-Caicedo y Espinoza-Gálvez, 2023).

Particularmente en el caso de la gobernanza del turismo creativo, esta no varía en cuanto a sus propósitos y actores. Los aspectos específicos de la gobernanza en los destinos de turismo creativo pueden observarse en la figura 1.

Figura 1. Aspectos importantes para la gobernanza del turismo creativo

Fuente: elaboración propia con base en Islam y Sadhukhan (2024, p. 392).

La presente investigación tiene como objetivo analizar las publicaciones sobre la gobernanza del turismo creativo, a través de una revisión sistemática de la literatura. Este tipo de estudio es en la actualidad un punto de partida indispensable

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

para profundizar en un tema (Linares-Espinós et al., 2018). Para alcanzar el objetivo, se seleccionaron artículos científicos publicados en las bases de datos EBSCO, SciELO, Scopus y Web of Science (WoS). Como subcategorías de análisis se utilizaron los aspectos de la gobernanza turística que proponen Islam y Sadhukhan (2024) y que se presentan en la figura 1.

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente es una revisión sistemática de la literatura. Consiste en identificar, evaluar y sintetizar los estudios originales primarios que sean comparables, los cuales constituyen la unidad de análisis (Cardona, Higuita-Gutiérrez y Ríos, 2016; Ferreira, Urrútia y Alonso-Coello, 2011; Linares-Espinós et al., 2018; Page et al., 2021; Pardal-Refoyo y Pardal-Peláez, 2020; Sánchez-Serrano, Pedraza-Navarro y Donoso-González, 2022). En la presente investigación el foco estuvo en las autorías, las filiaciones y revistas de los artículos seleccionados. Pero, sobre todo, en los hallazgos y aportes. Este tipo de investigaciones posibilita clarificar la información sobre el tema y ofrecer una perspectiva más amplia (Pardal-Refoyo y Pardal-Peláez, 2020; Sánchez-Serrano et al., 2022). En síntesis, las revisiones sistemáticas consisten en "investigar sobre lo investigado" (Ferreira et al., 2011).

Una revisión sistemática debe ser reproducible. Para ello, es necesario establecer un protocolo que garantice la sistematicidad en la selección de las unidades de estudio (Ato, López-García y Benavente, 2013; Ferreira et al., 2011; Linares-Espinós et al., 2018; Pardal-Refoyo y Pardal-Peláez, 2020). Es decir, para que una revisión sistemática sea válida, "los autores deben elaborar una publicación transparente, completa y precisa en la que se describa por qué se ha realizado, qué se ha hecho […] y qué se ha encontrado" (Page et al., 2021, p. 791). En ese sentido, se ha tomado como referencia la reconocida Declaración PRISMA 2020 (PRISMA, 2024).

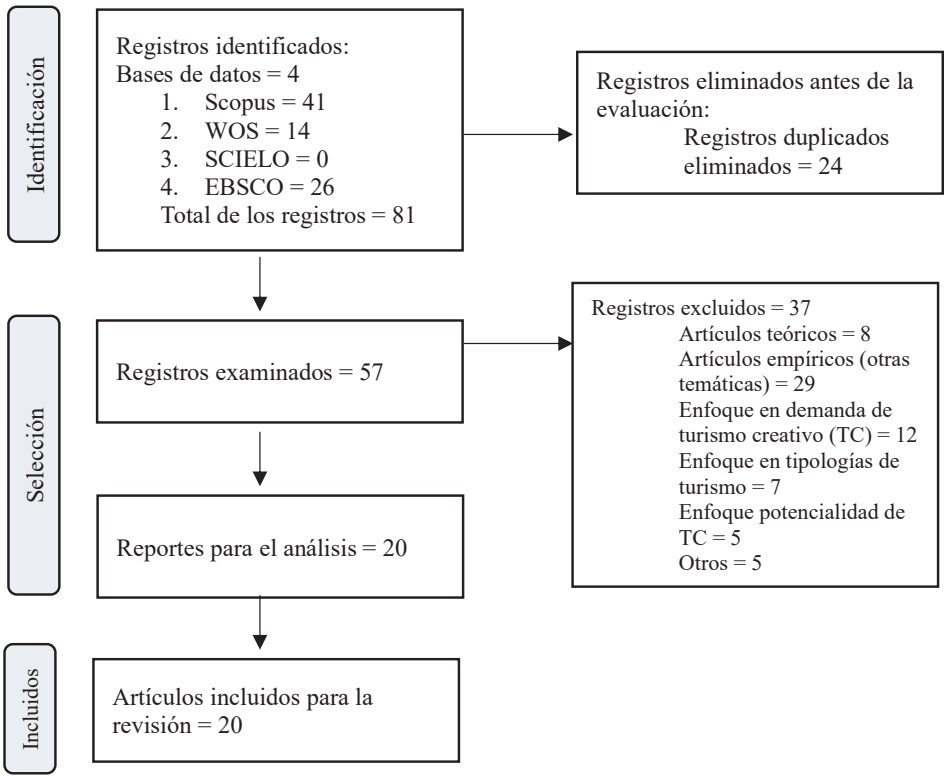
La búsqueda de los artículos científicos en español, inglés y portugués se llevó a cabo entre el 26 y 27 de julio de 2024 en cuatro bases de datos: Scopus, Web of Science (WOS), Scielo y Ebsco. Para la búsqueda se utilizaron las siguientes combinaciones de términos: "Creative tourism" AND "governance", "Turismo creativo" AND "gobernanza", "Turismo criativo" AND "governança", "Creative tourism" AND "Public management", "Turismo creativo" AND "gestión pública", "Turismo criativo" AND "Gestão pública", "Creative tourism" AND "Tourist destination", "Turismo creativo" AND "Destino turístico" y "Turismo creativo" AND "Destino turístico". No se aplicó el filtro por años. La búsqueda inicial arrojó 81

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

artículos. Tras eliminar los duplicados, la cantidad se redujo a 57 artículos. De estos, luego de una revisión más exhaustiva, se descartaron 8 por ser de carácter teórico y 29 por tratar temáticas relacionadas, pero no centradas en la gobernanza del turismo creativo (como demanda, tipologías y potencialidad, entre otras). Por último, se seleccionaron 20 artículos para el análisis (véase figura 2).

Figura 2. Identificación de los estudios a través de las bases de datos y los registros



Fuente: elaboración propia con base en los datos de la investigación.

Para el análisis, se puso el énfasis en los principales aportes de los trabajos que se seleccionaron. Se empleó el software NVIVO 15 para procesar los datos, es decir, para organizar, codificar y analizar una cantidad importante de información no estructurada, lo que posibilitó la gestión eficiente y ordenada de los datos. Los aportes que se encontraron en los textos analizados se sometieron a un análisis de contenido, tomando como base los siete aspectos de la gobernanza del turismo crea-

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

tivo o las subcategorías de estudio presentadas en la figura 1. Luego, a través de un análisis temático, se hallaron los códigos o los subtemas de cada subcategoría, con lo que se pudieron extraer los temas relevantes para comprender la gobernanza del turismo creativo.

En términos generales y en lo referente a la naturaleza de la investigación, se han tenido en cuenta la Declaración de Helsinki y los criterios de conducta y buenas prácticas del Committee on Publication Ethics (COPE).

RESULTADOS

Antes de presentar el análisis de las siete subcategorías, se expondrán algunos datos generales.

Cuarenta y ocho diferentes autores firmaron los 20 artículos de la selección (véase tabla 1). De ellos, Carlos Manuel Martins da Costa (Universidad de Aveiro, Portugal) apareció como coautor en tres artículos, mientras que Francisco Joaquim Barbosa Gonçalves (Universidad de Aveiro, Portugal), José Antonio García Suárez (Fundación Ciudades Medias Centro Andalucía, España, y Universidad de Jaén, España), Juan Ignacio Pulido Fernández (Universidad de Jaén, España) y Walanchalee Wattanacharoensil (Mahidol University International College, Tailandia) participaron como coautores en dos artículos cada uno.

En cuanto a las filiaciones, Portugal fue el país con mayor número (15), seguido por Brasil (10), España (10), Tailandia (7), Taiwán (3) y Zimbabue (3). Los destinos más estudiados fueron Portugal (en 5 casos), Brasil, España y Tailandia (en 4 casos cada uno).

En cuanto a las revistas en las que se publicaron los artículos, solo dos publicaron más de uno: *The Journal of Tourismo and Development*, editada por la Universidad de Aveiro, Portugal, y la *Revista Iberoamericana de Turismo* (RITUR), editada por la Universidad Federal de Alagoas, Brasil, y la Universidad de Girona, España. Además, se encontró que cinco artículos se publicaron en 2023, lo que lo convierte en el año más prolífico, seguido de 2016 con tres textos. En 2015, 2019, 2020 y 2021, se publicaron dos artículos por año, mientras que, en 2013, 2017, 2018 y 2022, se publicó uno cada año. Hasta el primer semestre de 2024 no se había identificado ningún artículo científico publicado sobre la temática. Cabe destacar que en la búsqueda para la presente investigación no se aplicó ningún filtro temporal,

Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

lo que significa que, en las cuatro bases de datos, el primer texto relacionado con la gobernanza del turismo creativo se publicó en 2013.

Tabla 1. Artículos seleccionados para la investigación

Artículo	Año de publicación	Autorías
Creative community-based tourism management model in Thai villages around Sukhothai world heritage and associated historic towns	2023	Arkarapotiwong y Chindapol
Attracting and retaining creative tourism entrepreneurs	2023	Dias, González-Rodríguez, Pereira y Costa
Living the Creative Life. Evidence from "lifestyle entrepreneurs" engage in creative tourism	2023	Carvalho, Costa y Ferreira
Barcelos, Cidade Ccriativa da UNESCO: um modelo de governança para o desenvolvimento sustentável deste destino turístico	2023	Gonçalves y Costa
The role of creative tourism through arts and crafts in promoting inclusive tourism in Zimbabwe	2023	Tapfuma, Musavengane y Mag-waza
Creative tourism and creative spaces in China	2022	Li y Kovacs
Turismo criativo como estratégia de desenvolvimento: o caso de União dos Palmares, Alagoas	2021	Cavalcante y Fonseca
O turismo criativo na agenda política: possibilidades de contribuição para os objetivos do desenvolvimento sustentável	2021	Silva, Paiva y Santana
A sustainable management model for cultural creative tourism ecosystems	2020	Henche, Salvaj y Cuesta-Valiño
Proposal for an index to measure creativity in urban-cultural destinations	2020	Pulido-Fernández, García-Suárez y Rodríguez-Díaz
Modelo de desenvolvimento e implementação do turismo criativo. O caso do Galo de Barcelos	2019	Gonçalves y Costa
A guideline on sustainable management of creative tourism in Nakhon Si Thammarat province, Thailand	2019	Thongsamak, Jitpakdee y Noonsuk
The clustering conditions for managing creative tourism destinations: The Alqueva region case, Portugal	2018	Dias-Sardinha, Ross y Calapez Gomes
Organic "'folkloric'" community driven place-making and tourism	2017	Sofield, Guia y Specht

Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

Artículo	Año de publicación	Autorías
Centro histórico como território turístico criativo: um estudo em um destino turístico internacional no Brasil	2016	Emmendoerfer, Mendes, Filipe, Esteves, Maurício y Da Mata
The potential of floating markets for creative tourism: A study in Nakhon Pathom province, Thailand	2016	Wattanacharoensil y Sakdiyakorn
Reviewing Thailand's master plans and policies: implications for creative tourism?	2016	Wattanacharoensil y Schuckert
Turismo creativo y desarrollo de la oferta turística del clúster del Valle de los Viñedos	2015	Ashton, Valduga y Tomazzoni
Creacity, una propuesta de índice para medir la creatividad turística. Aplicación en tres destinos urbano-culturales españoles	2015	García y Pulido
A model of "creative experience" in creative tourism	2013	Tan, Kung y Luh

Fuente: elaboración propia con base en los datos de la investigación.

A continuación, se presenta el análisis de cada subcategoría de la gobernanza del turismo creativo, a partir de los códigos o subtemas que se identificaron para cada caso.

Apoyo empresarial

En esta subcategoría se encontraron dos temas a los que se les denominó "clústeres turísticos" e "incorporación al modelo". Esta subcategoría se relaciona con la dimensión empresarial de la gobernanza, la cual es fundamental para estructurar el desarrollo del turismo creativo.

En cuanto a los *clústeres turísticos*, la literatura destaca la importancia que tiene la organización en clústeres turísticos para la gobernanza del turismo creativo. Algunas investigaciones han mostrado que este modelo tiene efectos beneficiosos, principalmente en las poblaciones locales (Dias-Sardinha, Ross y Calapez Gomes, 2018; Gonçalves y Costa, 2023; Ashton et al., 2015), como la creación de empleo y la mejora en las condiciones de vida, de trabajo y en el desarrollo (Gonçalves y Costa, 2023; Ashton et al., 2015). Además, este enfoque ha promovido la productividad y la innovación (Ashton et al., 2015), ambos aspectos son esenciales en un contexto de competencia global. En resumen, los clústeres incentivan que mejore la calidad de los productos y de los servicios que se ofrecen.

Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

Al respecto de la *incorporación al modelo*, es fundamental no perder de vista la necesidad de involucrar a los actores clave del sector empresarial, así como a diversas asociaciones empresariales no turísticas, como culturales o deportivas (Gonçalves y Costa, 2023). Se ha observado, además, que, en los clústeres, los emprendedores deben colaborar en red y adaptarse (García et al., 2020) a los nuevos tiempos y al modelo colaborativo, dado que tanto el contexto como los clústeres son dinámicos. Así mismo, es importante que las empresas tengan una vocación auténtica para el turismo creativo y no sean simplemente una transformación de otro tipo de negocio. De esta manera podrán ofrecer experiencias verdaderamente singulares y creativas (Tan et al., 2013), lo que potenciará su inserción en el modelo de clústeres o en el destino, lo que hará que sus productos sean más competitivos.

Evitar la pérdida de autenticidad

En este caso, se hallaron los temas de "valorización de la cultura" y "preservación de la cultura".

Sobre la *valorización de la cultura*, los actores que forman parte de la gobernanza deben tener en cuenta que los turistas creativos no son pasivos, sino que buscan descubrir la cultura local y participar realmente (Arkarapotiwong y Chindapol, 2023; Gonçalves y Costa, 2019; Li y Kovacs, 2022). La participación de la población local en este tipo de turismo es una forma de revalorizar la cultura al recrearla a través del turismo (Ashton et al., 2015; Silva et al., 2021), especialmente cuando el patrimonio y las producciones culturales están en abandono o desuso (Cavalcante y Fonseca, 2021). El turismo creativo puede enriquecer el capital cultural mediante la creatividad (Wattanacharoensil y Schuckert, 2016), dando origen a conocimientos y experiencias auténticas para los visitantes (Li y Kovacs, 2022; Wattanacharoensil y Schuckert, 2016).

Desde el punto de vista de la *preservación de la cultura*, se destaca que la gentrificación es un riesgo para la cultura y para los destinos creativos en general (García et al., 2020). La presión del mercado y la competencia pueden llevar a priorizar precios más bajos (Tapfuma et al., 2024). Por ello, de cara a la gobernanza de los destinos de turismo creativo, es fundamental tener planes estratégicos y un enfoque transversal para la sostenibilidad (Gonçalves y Costa, 2023). En resumen, el turismo creativo puede contribuir a valorizar y preservar la cultura. Es indispensable que los actores involucrados en la gobernanza lo consideren, ya que sus iniciativas, su planificación y su gestión pueden promover o perjudicar la valorización y la preservación.

Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

Política integral

En el análisis de la presente subcategoría se identificaron tres temas: "modelo de gestión", "planificación" y "sector público e institucionalidad"

En cuanto al subtema *modelo de gestión*, se destaca que el turismo creativo o las experiencias creativas se desarrollan principalmente *in situ*, es decir, en los lugares donde los ofertantes de esas experiencias están establecidos, lo que posibilita que este tipo de turismo surja de manera natural. No obstante, el modelo también puede aplicarse a otros destinos no considerados creativos, donde los profesionales del turismo deseen ofrecer experiencias creativas (Tan et al., 2013), fomentando así la creación de dichas experiencias. Además, el turismo creativo, entendido como un modelo de gestión (Dias-Sardinha, Ross y Calapez, 2018), subraya el papel de los actores locales y su capacidad de autoorganización en instituciones formales —asociaciones— e informales, —redes de colaboración— (García et al., 2020). Esta estructura podría, incluso, prescindir del sector público (García et al., 2020). El modelo, además, no debe ser burocrático (Gonçalves y Costa, 2023), sino flexible y adaptable, para que los distintos niveles de gestión territorial (Gonçalves y Costa, 2023) se articulen y así la gobernanza funcione y se desarrollen productos turísticos. En otras palabras, se debe considerar el territorio como un ecosistema (Pulido-Fernández et al., 2021), lo que requiere una estructura de gestión participativa, dinámica e inteligente (Gonçalves y Costa, 2023). En síntesis, Pulido-Fernández et al. (2021) encontraron una fuerte correlación lineal entre la creatividad en los destinos turísticos y su competitividad. Este hallazgo debe considerarse con atención en el contexto de la gobernanza de los destinos de turismo creativo.

Respecto al tema de *planificación*, cuando la creatividad se integra al turismo, es necesario adoptar un nuevo enfoque en la planificación y en la gestión, para garantizar la calidad del servicio, porque la creatividad añade valor y singularidad a los destinos turísticos (Pulido-Fernández et al., 2021) y produce experiencias cercanas en los visitantes. En este sentido, la planificación debe enfocarse en la economía creativa[1] del sector turístico, en lugar de tratar el desarrollo del turismo creativo como algo separado de ella (Wattanacharoensil y Schuckert, 2016). La planificación estratégica que se basa en la creatividad convierte los destinos en lugares competitivos y preparados para enfrentar cambios (García y Pulido, 2015), un aspecto que debe tenerse en cuenta en la gobernanza del destino. Además, la planificación territorial debe considerar los aspectos ambientales, culturales y sociales (Silva et al., 2021), entendiendo la sostenibilidad como una acción transversal. También se subraya la relevancia que tiene desarrollar una marca de turismo creativo que haga reconocible el destino (Wattanacharoensil y Schuckert, 2016). Para fomentar esta actividad, los planificadores deben conocer las fortalezas y las debilidades de los recursos, y aprovechar responsablemente aquellos que tengan el mayor potencial para

[1] Modelo en el que los productos y los servicios surgen de elementos culturales y artísticos, que se transforman mediante la creatividad y cuyo valor radica en la originalidad.

Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

su desarrollo, a ellos deberán incorporar las innovaciones tecnológicas y habrá que promover la participación social (Li y Kovacs, 2022; Silva et al., 2021). Además, deben ofrecer una amplia gama de productos que consideren las preferencias de los turistas creativos, quienes buscan adquirir nuevas experiencias y conocimientos (Li y Kovacs, 2022). Satisfacer los deseos de los visitantes implica ofrecer diversidad de productos y experiencias, tanto en ciudades reconocidas oficialmente de "creativas" como en aquellas que no lo son (Li y Kovacs, 2022).

Por último, se encuentra el subtema *sector público e institucionalidad*. Este sector desempeña un papel fundamental en el turismo creativo y en la gobernanza. El gobierno nacional y sus agencias especializadas son indispensables para promoverlo, como ocurrió en Tailandia, reconocido como destino de ese tipo (Wattanacharoensil y Schuckert, 2016). El modelo se reproduce también a escala regional (Wattanacharoensil y Sakdiyakorn, 2016). La formulación y la puesta en marcha de políticas públicas para incentivar que el turismo creativo sea más sostenible deben alinearse con las necesidades y los deseos de las comunidades receptoras. Por eso ellas deberán ser las protagonistas y deberán ser el centro del asunto (Silva et al., 2021). Sin embargo, también es esencial que los planes respondan a las expectativas de los turistas (Thongsamak et al., 2019).

Participación de la gente local

En este caso, se identificaron dos subtemas: "intercambio cultural" y "empoderamiento de las personas locales".

Sobre el *intercambio cultural* se destaca que en el turismo creativo los visitantes, más que en otros tipos de turismo, buscan participar activamente en vez de ser espectadores pasivos (Arkarapotiwong y Chindapol, 2023; Gonçalves y Costa, 2019; Sofield, Guia y Specht, 2017). Esta participación implica que las comunidades receptoras no solo deberán acoger a los visitantes, como podría suceder en otros tipos de turismo, sino que también tendrán que "entregarles" parte de su cultura, de su conocimiento, de su patrimonio, de su territorio y de sus recursos, que es lo que los turistas creativos demandan (Gonçalves y Costa, 2019). Esta creación conjunta de experiencias, propia de este estilo de viaje, establece una relación diferente entre ambos actores, lo que impulsa la aparición de diversas propuestas de productos especializados (Ashton et al., 2015; Sofield, Guia y Spetch, 2017). Por ello, la gobernanza de aquel tipo de destino debe tener presente el intercambio cultural como parte constitutiva.

Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

A propósito del *empoderamiento de las personas locales*, las dinámicas relacionales del turismo creativo y la valoración de los conocimientos locales, junto con la mencionada importancia del papel de las personas locales y su compromiso con el turismo creativo, deberían conducir al empoderamiento de las comunidades (Sofield et al., 2017). El empoderamiento debe reflejarse en la gobernanza y en la formulación y ejecución de las políticas públicas que fomentan el turismo y están alineadas con los deseos y las necesidades de la comunidad receptora (Silva et al., 2021).

Desarrollo de la economía creativa

Esta subcategoría se ha dividido en "empleo y emprendimiento" y "entorno y productividad".

Al respecto del *empleo y del emprendimiento*, el interés de los turistas en experimentar la vida local y participar en un intercambio cultural origina oportunidades de empleo en diversas áreas de la industria turístico-creativa (Arkarapotiwong y Chindapol, 2023; Ashton et al., 2015; García et al., 2023). En esa línea, además de los puestos de trabajo que se crean, se destaca la figura del emprendedor (Dias et al., 2023). Sin embargo, para que los emprendedores surjan y prosperen, es fundamental que se cree un entorno creativo, que se fomente la cultura emprendedora y que se ofrezcan instalaciones y servicios para que desarrolle la creatividad (Dias et al., 2023; Pulido-Fernández et al., 2021).

La gobernanza de un destino debe impulsar el *entorno y la productividad*. Reaparece aquí el modelo de clústeres. Estos, mediante las acciones conjuntas de los miembros de los clústeres, pueden promover la productividad, la innovación y fomentar la calidad (Ashton et al., 2015). También pueden contribuir a que se desarrollen productos turísticos más competitivos y sostenibles (Gonçalves y Costa, 2023). En particular, el sector público desempeña un rol clave al colocar la creatividad en el centro, como principal recurso para atraer a las personas y recursos a la ciudad (Silva et al., 2021) o al destino. Cabe resaltar que no es necesario que el destino se identifique formalmente como una "ciudad creativa" para desarrollarse en este ámbito (Li y Kovacs, 2022).

Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

Enfoque en la sostenibilidad

El primer tema que se identificó en el análisis es el "equilibrio de los pilares". El turismo creativo, al igual que cualquier otra modalidad de turismo, requiere el equilibrio entre los pilares económico, sociocultural y ambiental (Thongsamak et al., 2019). Debido a su vínculo directo con las expresiones culturales locales y el patrimonio, los gobernantes han manifestado su preocupación por la sostenibilidad, por esa razón promueven que el patrimonio cultural sea una herramienta para mejorar las condiciones de vida de la sociedad (Silva et al., 2021). También se plantea que la creatividad sea el motor humano para mejorar los sistemas socioeconómicos locales, que se apoye en la tecnología y que establezca una vocación humanista para el destino (Pulido-Fernández et al., 2021). En suma, la gobernanza del destino de turismo creativo debe buscar una perspectiva integral de la sostenibilidad. En ese sentido, se ha encontrado que, en relación con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, los lineamientos de gobernanza deben procurar hacer los territorios urbanos más inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles. Esto implica avanzar en las metas que se vinculan con los pilares social, cultural, económico y ambiental, como mejorar la urbanización y la gestión de las ciudades, la valorización del patrimonio, perfeccionar el acceso a los espacios públicos y ofrecer un transporte menos contaminante (Silva et al., 2021).

Otro tema que emergió del análisis es el "turismo como alternativa sostenible". Emmendoerfer et al. (2016), Gonçalves y Costa (2023) y Thongsamak et al. (2019) destacan que el turismo creativo es una opción inherente de turismo sostenible para las comunidades. Sin embargo, los artículos se centran, principalmente, en la relación del turismo creativo con los aspectos culturales, relegando aspectos igualmente esenciales, como el ambiental y el social, los cuales son fundamentales para cualquier turismo que aspire a ser verdaderamente sostenible. Por ejemplo, en Tailandia, desde la perspectiva local, el turismo creativo preserva valiosos activos culturales, nutre el capital cultural local a través de la creatividad (Wattanacharoensil y Schuckert, 2016) y refuerza el sentido de pertenencia de la población local (Cavalcante y Fonseca, 2021). En tanto que, desde la perspectiva del turista, este tipo de turismo fomenta las percepciones positivas mediante su participación emocional en experiencias auténticas (Wattanacharoensil y Schuckert, 2016).

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

Colaboración

En este caso, se han identificado tres temas: "trabajo colaborativo", "liderazgo" y "marco legal y administrativo". Es importante destacar que la colaboración actúa como el articulador de los demás aspectos de la gobernanza. Sin ella, la gobernanza difícilmente puede funcionar de manera efectiva.

Sobre el *trabajo colaborativo*: la gobernanza de un destino de turismo creativo requiere el trabajo organizado y en red (García et al., 2020), lo que facilita adquirir conocimientos y experiencias (García et al., 2020). Una buena gobernanza dependerá del grado en el que los interesados se involucren y participen de forma activa (Gonçalves y Costa, 2023), incluidos la academia (Tapfuma et al., 2024) y los emprendedores, a quienes debe retenerse mediante la creación de condiciones favorables (Dias et al., 2023). El involucramiento y la participación, por tanto, producen beneficios para la comunidad (Cavalcante y Fonseca, 2021), porque estimulan el turismo sostenible de base local. Con todo, el turismo creativo tiene potencial para desarrollarse, siempre que los interesados lo articulen y lo gestionen de forma participativa (Silva et al., 2021).

Respecto del tema del "liderazgo": se ha identificado como un elemento clave para el impulso inicial y la gestión de los destinos con enfoque creativo (Wattanacharoensil y Sakdiyakorn, 2016), así como para la gobernanza efectiva. Los líderes actúan como catalizadores del potencial cultural y humano, porque articulan las partes y promueven el éxito (Wattanacharoensil y Sakdiyakorn, 2016). Un liderazgo adecuado, como se observó en la investigación de Emmendoerfer et al. (2016), posibilita que diferentes niveles de gobierno territorial coexistan en un destino turístico creativo, lo que facilita su gobernanza. Puede haber un líder comunitario (Wattanacharoensil y Sakdiyakorn, 2016) o ser el gobierno y sus agencias especializadas (Wattanacharoensil y Schuckert, 2016).

En cuanto al *marco legal y administrativo*, es esencial que haya un marco legal que fomente el emprendimiento, la creatividad y la innovación (García y Pulido, 2015), y que lo apoyen instituciones con pensamiento divergente (García y Pulido, 2015; Gonçalves y Costa, 2023) y menos burocráticas (Gonçalves y Costa, 2023). Además, Gonçalves y Costa (2023) subrayan la importancia que tiene una legislación flexible para que se creen estructuras subregionales o locales que sean responsables del desarrollo turístico, que garanticen que este sea creativo, competitivo y sostenible y que se pueda llevar a cabo la gobernanza formal y sólida.

Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

DISCUSIÓN

Para que se desarrolle un destino de turismo creativo es fundamental que el espacio geográfico se conciba, en primer lugar, como una ciudad creativa (Richards, 2010). Sin embargo, en los casos que se analizaron en el presente estudio, no se observó dicha premisa, lo que sugiere que debe darse mayor atención a los productos y a los servicios turísticos creativos, y dejar en segundo plano el potencial del territorio y su sostenibilidad. Esa situación es medular, puesto que, para alcanzar dicha sostenibilidad, es necesario entender el territorio como un ecosistema para la creatividad. En otras palabras, la visión hacia el desarrollo del turismo creativo debe ser amplia e integral y no limitarse a crear paquetes turísticos o tours, por ejemplo (Pimenta et al., 2021b).

También se ha destacado que en el modelo de gobernanza del turismo creativo participan los residentes, las agencias o las instituciones gubernamentales, las empresas y la sociedad organizada, tal como han sostenido Akdemir et al. (2023), Barbini et al. (2011), Carvalho et al. (2019), García (2016), Olaya et al. (2021), Serrano-Leyva et al. (2022), Valdivia y Armesto (2023). Los actores se convierten en parte activa de la planificación, de las prácticas y del desarrollo del destino. La colaboración, como destacan los artículos que se revisaron, es ineludible (Moleiro, 2023; Pimenta et al., 2021a).

Barbini et al. (2017) y Escalona y Oh (2022) destacan que las comunidades locales son de gran trascendencia cuando son actores clave para el turismo creativo, no solo porque poseen los atractivos culturales, sino también porque son las potenciales beneficiarias de la regeneración sostenible de los espacios, tal como ocurre en Medellín y Mar del Plata.

De acuerdo con la tendencia que promueve una mayor participación comunitaria en la gestión turística (Carvalho et al., 2019), es esencial que las comunidades tengan autonomía, porque de esta forma se evita que se reproduzcan los modelos de gestión verticales de ideología capitalista (Pimenta et al., 2021a, 2021b). No obstante, en la literatura que se analizó no se hallaron estudios que se ocupen explícitamente de la autogestión o la autonomía comunitaria, elementos que permitirían que las comunidades fueran actores activos plenos en los procesos de gobernanza. Pese a que son ellas las que comparten su cultura, permanecen en el territorio y constituyen una constante en el desarrollo turístico, enfrentan problemáticas estructurales; por ejemplo, las condiciones de precarización laboral en la periferia de Recife (Barbosa et al., 2021), lo que evidencia las desigualdades que aún persisten en su participación en el turismo.

Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

Se encontró que el papel del sector público y la institucionalidad se destacan como componentes importantes en la política que debe guiar la gobernanza de un destino de turismo creativo, dado que solo este sector puede cubrir el desarrollo de infraestructura y la promoción global del destino. Se encontró que incorporar las empresas como actores, es vital en el modelo de turismo creativo, y que estas deben estructurarse en clústeres. Además, es necesario evitar el desequilibrio de poder y la prevalencia de los intereses empresariales sobre los de los demás actores que se involucren (Olaya et al., 2021; Pimenta et al., 2021a). Que los distintos actores se integren a la gobernanza tiene como resultado el turismo consensuado, del que todos se benefician, incluidos los turistas.

La gobernanza del turismo creativo fomenta la valorización y la preservación de la cultura, según los textos que se analizaron. Estos hallazgos coinciden con dos principios del turismo creativo: la apreciación de la cultura y la búsqueda que hace el visitante de la autenticidad (Moleiro, 2023). El enfoque cultural y la atención a las dimensiones ambientales y económicas —y no solo a esta última como prioridad (Baixinho et al., 2020; Silva et al., 2021)—, promueven que el turismo creativo se mantenga en el tiempo. La sostenibilidad es un tema transversal del que varios autores hablan, y coinciden en que este forma parte de la estructura del turismo creativo (Moleiro, 2023; Pimenta et al., 2021a; Queiroz y Rastrollo-Horrillo, 2015). Esta perspectiva se alinea, además, con lo que plantean Castro et al. (2024); afirman que el turismo creativo y la sostenibilidad están estrechamente vinculados.

CONCLUSIONES

En general, se ha observado la concentración geográfica en las filiaciones de los autores y los destinos de estudio. Se ha evidenciado la baja concentración de autorías entre los investigadores que se ocupan de la gobernanza del turismo creativo; es decir, son pocos los autores que han trabajado consistentemente en ese tema. Además, la gobernanza del turismo creativo no apareció mencionada explícitamente en los títulos de los artículos de la selección, y los que abordan el tema, aunque no lo mencionen en sus títulos, son escasos. A esto se suma que el año de mayor producción fue 2023. En ese sentido, es posible afirmar que el tema está en desarrollo (al igual que la gobernanza del turismo en general, que también está en expansión como objeto de estudio), lo cual explica su tratamiento limitado y reciente en la literatura especializada. Esta situación se refleja en una realidad en la que las decisiones y la gestión de los territorios aún siguen un enfoque tradicional y centralizado. Por lo tanto, la presente investigación subraya que es importante

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

adoptar la gobernanza para gestionar de forma adecuada los destinos de turismo creativo, en la que deben considerarse las particularidades de cada lugar.

En especial se destaca que la colaboración es un tema recurrente y esencial que articula a los diferentes actores que se involucran en la gobernanza del turismo creativo, y que facilita su funcionamiento.

Se señala que los clústeres turísticos son el principal modelo de organización empresarial para el desarrollo del turismo creativo, por lo que deben integrarse a su gobernanza. Para que este modelo sea efectivo, es preferible que las empresas tengan una auténtica vocación por las actividades creativas, y que no se adapten de manera forzada a este sector. En este sentido, se hace notar la gran magnitud que tiene crear las condiciones necesarias para el desarrollo de la economía creativa.

La gobernanza debe prestar atención a la cultura local, ya que el turismo creativo se basa en gran medida en ella.

La participación activa del sector público en la gobernanza del turismo creativo es determinante, pues desempeña funciones exclusivas: provee infraestructura, promueve el destino, garantiza la seguridad pública y facilita los servicios básicos, entre otras.

La sostenibilidad es un tema sobresaliente en lo que respecta a la gobernanza del turismo creativo. Sin embargo, los artículos de la muestra colocan el énfasis en el pilar cultural y relegan los aspectos sociales, económicos y ambientales. Esto subraya, por ende, que es necesario abordarla junto con sus pilares.

Es de gran trascendencia incluir a las comunidades para garantizar la sostenibilidad del turismo creativo. En ese sentido, es fundamental empoderarlas para que actúen eficazmente en la gobernanza. En este punto cobra importancia la figura del emprendedor, quien, siendo habitualmente local, contribuye al desarrollo sostenible de la comunidad mediante la autogestión de la cultura y del patrimonio.

Por último, la presente investigación ofrece una visión integral de la gobernanza del turismo creativo. Abarca los diversos aspectos que la constituyen y desentraña los temas que integran cada uno de ellos, las subcategorías y códigos o subtemas, para que tanto los actores y quienes se interesen en el turismo creativo puedan estudiarlos y trabajarlos.

La gobernanza requiere la suma de voluntades para que los destinos de turismo creativo funcionen de manera efectiva. Una vez que los actores involucrados

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

examinen e interioricen estos aspectos, correspondería al sector público asumir el liderazgo en la planificación del turismo creativo y proporcionar las condiciones necesarias para que se establezca como el modelo de gestión principal del destino. Por eso es indiscutible que las políticas que promuevan el desarrollo del turismo creativo y los gestores del campo, consideren los aspectos y los hallazgos que esta investigación ha expuesto, para lograr el enfoque sostenible.

De forma adicional y con una perspectiva regional latinoamericana —como lo evidencian algunos de los casos discutidos en este estudio—, la gobernanza es importante para desarrollar el turismo en general y el turismo creativo. Su adecuada ejecución no solo contribuirá a gestionar de mejor forma los destinos, sino también a mejorar los espacios y la calidad de vida de las comunidades locales.

Se encontró una relativamente baja cantidad de artículos publicados sobre el tema, lo cual resulta significativo, dado que este formato es el principal medio para difundir información actualizada y de calidad, debido a los rigurosos filtros a los que se somete. No obstante, los datos que se obtuvieron posibilitaron llegar a conclusiones que se consideran útiles.

Para investigaciones futuras, es recomendable incluir otros formatos, como tesis, libros y reportes, y llenar los vacíos importantes, tales como la gestión específica de la gobernanza, el rol concreto de cada actor en el sistema de gobernanza, la relación entre la gobernanza y el desarrollo sostenible de los destinos creativos, y la percepción de los residentes y de los turistas sobre el papel de la gobernanza en el turismo, entre otros aspectos.

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

REFERENCIAS

Akdemir, H., José, J. M. S. D. S., y Rodrigues Gonçalves, M. A. P. (2023). Empirical research on creative tourism: A systematic review. *Journal of Tourismo & Development, 41*, 531-550. doi: https://doi.org/10.34624/rtd.v41i0.30537

Alberca-Sialer, F. (2024). *Patrimonio cultural inmaterial y turismo creativo. Un análisis desde la peña criolla Don Porfirio y su relación con centennials y millennials.* (Tesis doctoral). Universidad de Alicante. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/141132?mode=full

Álvarez-García, J., Maldonado-Erazo, C. P., Río-Rama, M. C. del, y Sánchez-Fernández, M. D. (2019). Creative tourism in small cities and rural areas: A bibliographic review. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal, 9*(1), 63-94. doi: https://doi.org/10.33776/et.v9i1.3652

Amaya, C. M. (2023). Estudio bibliométrico sobre la gobernanza y la sostenibilidad en el turismo. *Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR, 13*(2), 194-224. doi: https://doi.org/10.28998/10.28998/RITURritur.V13.N2.A15687pp.195-22415687

Arcos-Pumarola, J., Paquin, A., y Sitges, M. (2023). The use of intangible heritage and creative industries as a tourism asset in the UNESCO creative cities network. *Heliyon, 9*(1), e13106. doi: https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13106

Arkarapotiwong, P., y Chindapol, S. (2023). Creative community-based tourism management model in Thai villages around Sukhothai world heritage and associated historic towns. *Kasetsart Journal of Social Sciences, 044*(1), 83-94. doi: https://doi.org/10.34044/j.kjss.2023.44.1.09

Ashton, M. S., Valduga, V., y Tomazzoni, E. L. (2015). Turismo creativo y desarrollo de la oferta turística del clúster del Valle de los Viñedos (RS, Brasil). *Investigaciones Turísticas, 10,* 90-116. doi: https://doi.org/10.14198/INTURI2015.10.05

Ato, M., López-García, J. J., y Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicologia, 29*(3), 1038-1059. doi: https://doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

Baixinho, A., Santos, C., Couto, G., Albergaria, I. S. de, Silva, L. S. da, Medeiros, P. D., y Simas, R. M. N. (2020). Creative tourism on islands: A review of the literature. *Sustainability, 12*(24), 1-25. doi: https://doi.org/10.3390/su122410313

Barbini, B., Biasone, A., Cacciutto, M., Castellucci, D., Corbo, Y., y Roldán, N. (2011). Gobernanza y Turismo: análisis del estado del arte. *Simposio Internacional Gobernanza y Cambios Territoriales: Experiencias comparadas de migración de amenidad en las Américas. Gobernanza y Turismo: Análisis del Estado del Arte*. Pucón, Chile, del 20 al 22 de octubre. Recuperado de https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1467/1/01281.pdf

Barbini, B., Cacciutto, M., y Cruz, G. (2017). Turismo y gobernanza: implicancias para un desarrollo sostenible. El caso del Ente Municipal de Turismo de Mar del Plata-Argentina. En G. Cruz Jiménez (Coord.), *Turismo y Gobernanza ¿En dónde estamos? Aproximaciones teóricas y empíricas* (pp. 55–78). Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado de http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/67922

Barbosa, R., Paiva, F., y Silva, L. (2021). Representações midiáticas em torno do turismo criativo: da criatividade à sustentabilidade. *Turydes: Turismo y Desarrollo Local Sostenible, 14*(31), 70-87. Recuperado de https://www.revistaturydes.com/index.php/turydes/article/view/1654

Barros, D. de, Medeiros, L., y Guimarães, A. (2018). Oportunidades para o turismo criativo em Alagoas, Brasil: *Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR, 8*, 270-287. doi: https://doi.org/10.2436/20.8070.01.112

Cardona, J. A., Higuita-Gutiérrez, L. F., y Ríos, L. A. (2016). *Revisiones sistemáticas de la literatura científica: la investigación teórica como principio para el desarrollo de la ciencia básica y aplicada.* Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. doi: https://doi.org/10.16925/9789587600377

Carvalho, R. M. F., Costa, C. M. M. da, y Ferreira, A. M. A. P. (2023). Living the creative life. Evidence from "lifestyle entrepreneurs" engage in creative tourism. *Journal of Tourismo & Development, 41*, 201-214. doi: https://doi.org/10.34624/rtd.v41i0.28249

Carvalho, R. M. F., Costa, C. M. M. da, y Ferreira, A. M. A. P. (2019). Review of the theoretical underpinnings in the creative tourism research field. *Tou-*

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

rism & Management Studies, 15(SI), 11–22. doi: https://doi.org/10.18089/tms.2019.15SI02

Castro, D. L., Herrera, A. L., Larrañaga, A. M., y Lizárraga, A. (2024). El turismo creativo y desarrollo sustentable: análisis de literatura. *El Periplo Sustentable, 47*, 7-22. doi: https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i47.21927

Cavalcante, M. y Fonseca, D. de (2021). Turismo criativo como estratégia de desenvolvimento: o caso de União dos Palmares, Alagoas. *Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR, 11*(1). Recuperado de https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/11746

Cavalcanti, D., Medeiros de Araujo, L., y Guimarães, A. (2018). Oportunidades para o turismo criativo em Alagoas, Brasil: *Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR, 8*, 270–287. doi: https://doi.org/10.2436/20.8070.01.112

Chapain, C., y Sagot-Duvauroux, D. (2020). Cultural and creative clusters–a systematic literature review and a renewed research agenda. *Urban Research and Practice, 13*(3), 300-329. doi: https://doi.org/10.1080/17535069.2018.1545141

Dias, Á., González-Rodríguez, M. R., Pereira, L., y Costa, R. (2023). Attracting and retaining creative tourism entrepreneurs. *Creative Industries Journal.* 18(1), 88-103. doi: https://doi.org/10.1080/17510694.2023.2203290

Dias-Sardinha, I., Ross, D., y Calapez, A. (2018). The clustering conditions for managing creative tourism destinations: The Alqueva region case, Portugal. *Journal of Environmental Planning and Management, 61*(4), 635–-55. doi: https://doi.org/10.1080/09640568.2017.1327846

Emmendoerfer, M. L., da, J., Mendes, C., Filipe, J., Esteves De Araújo, F., Maurício, G., y Da Mata, F. (2016). Centro histórico como território turístico criativo: um estudo em um destino turístico internacional no Brasil. *Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR, 6*(1), 73-93. doi: https://doi.org/10.2436/20.8070.01.25

Escalona, M., y Oh, D. (2022). Eficacia de la gobernanza en la regeneración sustentable de barrios marginales: Marco de evaluación para una gobernanza eficaz en la regeneración de barrios marginales mediante el turismo. Los casos de Medellín, Colombia y Busan, Corea del Sur. *Revista de Urbanismo, 46*(junio), 131-151. doi: https://doi.org/10.5354/0717-5051.2022.61707

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

Ferreira, I., Urrútia, G., y Alonso-Coello, P. (2011). Revisiones sistemáticas y metaanálisis: bases conceptuales e interpretación. *Revista Española de Cardiología, 64*(8), 688-696. doi: https://doi.org/10.1016/J.RECESP.2011.03.029

García, S. (2016). Áreas de exploración para una buena gobernanza. La Gobernanza y Sus Enfoques. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/227369?page=11

García, J. A., y Pulido, J. I. (2015). Creacity, una propuesta de índice para medir la creatividad turística. Aplicación en tres destinos urbano- culturales españoles. *Revista de Estudios Regionales, 103*, 69–108. Recuperado de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=75542882003

Gonçalves, F., y Costa, C. (2023). Barcelos, cidade criativa da UNESCO: um modelo de governança para o desenvolvimento sustentável deste destino turístico. *Journal of Tourismo & Development, 41*, 113-130. doi: https://doi.org/10.34624/rtd.v41i0.30081

Gonçalves, F., y Costa, C. (2019). Modelo de desenvolvimento e implementação do turismo criativo: o caso do Galo de Barcelos. *Revista Turismo & Desenvolvimento, 32*, 25-36. doi: https://doi.org/10.34624/rtd.v0i32.20438

Gonçalves, F., y Costa, C. (2018). A perceção dos visitantes do território do "Galo de Barcelos": destino de turismo criativo. *Journal of Turismo & Development, 1*(27/28), 1177-1194. doi: https://doi.org/10.34624/rtd.v1i27/28.9845

Gutiérrez, M., Gerritsen, P. R., y Chávez-Dagostino, R. M. (2022). Gobernanza turística y desarrollo regional en la costa sur de Jalisco, México. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 20*(3), 699-714. doi: https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.048

Henche, B., Salvaj, E., y Cuesta-Valiño, P. (2020). A sustainable management model for cultural creative tourism ecosystems. *Sustainability, 12*(22), 1-21. doi: https://doi.org/10.3390/su12229554

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

Islam, N., y Sadhukhan, S. (2024). Progress in creative tourism research: A review for the period 2002–2023. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 29*(4), 377-398. doi: https://doi.org/10.1080/10941665.2024.2333489

Li, P. Q., y Kovacs, J. F. (2022). Creative tourism and creative spaces in China. *Leisure Studies, 41*(2), 180-197. doi: https://doi.org/10.1080/02614367.2021.1948596

Linares-Espinós, E., Hernández, V., Domínguez-Escrig, J., Fernández-Pello, S., Hevia, V., Mayor, J., Padilla-Fernández, B., y Ribal, M. J. (2018). Methodology of a systematic review. *Actas Urológicas Españolas, 42*(8), 499-506. doi: https://doi.org/10.1016/j.acuroe.2018.07.002

Maldonado-Erazo, C. P., Álvarez-García, J., y Río-Rama, M. C. del (2016). Investigación académica internacional en turismo creativo. *Tourism and Hospitality International Journal, 7*(2), 80-106. doi: https://doi.org/10.57883/thij7(2)2016.30338

Maldonado-Erazo, C. P., del Río-Rama, M. de la C., Rueda-Armengot, C., y Durán-Sánchez, A. (2019). Creative arts industries: Analysis of scientific production. En M. Periz-Ortis, M. R. Cabrera-Flores, y A. Serrano-Santoyo (eds.), *Cultural and creativeiIndustries. A path to entrepreneurship and innovation* (pp. 15-42). doi: https://doi.org/10.1007/978-3-319-99590-8

Mediotte, E., y Richards, G. (2022). COVID-19 pandemic and creativity: reflections and lessons for tourist cities. *Brazilian Creative Industries Journal, 2*(2), 312-326. doi: https://doi.org/10.25112/bcij.v2i2.3095

Mello, J. C. de. (2003). Moinhos portugueses: história cultural, economia e turismo criativo. *Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR, 8*(2), 21-45. doi: https://doi.org/10.2436/20.8070.01.100

Millán, M. G., Millán, S., y Arjona, J. M. (2016). Análisis del flamenco como recurso turístico en Andalucía. *Cuadernos de Turismo, 38*(julio-diciembre), 301-325. doi: https://doi.org/10.6018/turismo.38.1461

Moleiro, D. F. (2023). Creative tourism research: From a critical review of the literature to future research opportunities. *Journal of Tourismo & Development, 41*, 247-262. doi: https://doi.org/10.34624/rtd.v41i0.29095

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

Molina, S. (2016). Turismo creativo. *RITUR Revista Iberoamericana de Turismo, 6*, 170-173.

Network Creative Tourism. (s. f.). *Creative Friendly Destinations*. Recuperado de http://www.creativetourismnetwork.org/cities-and-regions/?lang=es

Olaya, S. I., Cruz, G., y Castillo, M. (2021). La gobernanza en los estudios sobre turismo: estado del arte (2013-2019). *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas* (23), 50-75. Recuperado de https://www.eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/208

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., McGuiness, Luke A., y Moher, D. (2021). Declaración PRISMA 2020: una guía actualizada para la publicación de revisiones sistemáticas. *Revista Española de Cardiología, 74*(9), 790-799. doi: https://doi.org/10.1016/J.REC.2021.07.010

Pardal-Refoyo, J. L., y Pardal-Peláez, B. (2020). Anotaciones para estructurar una revisión sistemática. *Revista ORL, 11*(2), 155-160. doi: https://doi.org/10.14201/orl.22882

Pico-Caicedo, D., y Espinoza-Gálvez, E. (2023). Gobernanza del turismo como política pública para el desarrollo socioeconómico como una oportunidad para la sostenibilidad local. *593 Digital Publisher CEIT, 8*(6), 380-395. doi: https://doi.org/10.33386/593dp.2023.6.2154

Pimenta, C. A., Ribeiro, J. C., y Remoaldo, P. (2021a). Desenvolvimento regional e turismo criativo: um levantamento bibliométrico da literatura disponível em duas bases de dados de literatura científica. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, 17*(2), 290-301. doi: https://doi.org/10.54399/rbgdr.v17i2.6345

Pimenta, C. A., Ribeiro, J. C., y Remoaldo, P. (2021b). The relationship between creative tourism and local development: A bibliometric approach for the period 2009-2019. *Tourism & Management Studies, 17*(1), 5-18. doi: https://doi.org/10.18089/TMS.2021.170101

PRISMA. (2024). *PRISMA flow diagram*. Recuperado de https://www.prisma-statement.org/prisma-2020-flow-diagram

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

Pulido-Fernández, J. I., García-Suárez, J. A., y Rodríguez-Díaz, B. (2021). Proposal for an index to measure creativity in urban-cultural destinations. *International Journal of Tourism Research, 23*(1), 89-105. doi: https://doi.org/10.1002/jtr.2396

Queiroz, F., y Rastrollo-Horrillo, M. Á. (2015). El estado del arte en gobernanza de destinos turísticos. *Tourism & Management Studies, 11*(2), 47-55. doi: https://doi.org/10.18089/tms.2015.11206

Remoaldo, P., Matos, O., Freitas, I., Silva Lopes, H. da, Ribeiro, V., Gôja, R., y Pereira, M. (2019). Good and not-so-good practices in creative tourism networks and platforms: An international review. In N. Duxbury y G. Richards (eds.), *A research agenda for creative tourism* (pp. 167-181). Edward Elgar Publishing.

Ren, K., Zhong, N., y Sun, X. (2023). A bibliometric analysis of creative cities: Research hotspots, trends, and outlooks. *Buildings, 13*(8), 1991. doi: https://doi.org/10.3390/buildings13081991

Richards, G. (2020a). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research, 85*(noviembre), 102922. doi: https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922

Richards, G. (2020b). Heritage and tourism: A shared concern for locals and visitors? In K. Luger y M. Ripp (eds.), *World heritage management, urban planning and sustainable tourism*. (pp. 105-120). Innsbruck: Studien Verlag.

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research, 38*(4), 1225-1253. doi: https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008

Richards, G. (2010). *Trends and challenges in creative tourism. International Conference on Creative Tourism*. Recuperado de www.tram-research.com/atlas

Richards, G., y Raymond, C. (2000). Creative tourism. *Atlas News*, *23*, 16-20. Recuperado de https://research.tilburguniversity.edu/en/publications/creative-tourism

Sánchez-Serrano, S., Pedraza-Navarro, I., y Donoso-González, M. (2022). ¿Cómo hacer una revisión sistemática siguiendo el protocolo PRISMA? Usos y

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

estrategias fundamentales para su aplicación en el ámbito educativo a través de un caso práctico. *Bordón. Revista de Pedagogia, 74*(3), 51-66. doi: https://doi.org/10.13042/Bordon.2022.95090

Segredo, R. G., Serrano, R., y Arroyo, L. (2017). Gobernanza en comunidades rurales con aprovechamiento turístico. En G. Cruz Jiménez (coord.), *Turismo y gobernanza ¿En dónde estamos? Aproximaciones teóricas y empíricas* (pp. 79-96). Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado de http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/67922

Serrano-Leyva, B., Díaz-Pompa, F., y Feria-Velázquez, F. F. (2022). Innovation and creativity in the tourist offer: Challenges and perspectives for Holguin tourism destination, Cuba. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo-RIAT, 18*(2), 236-247. doi: http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2022000200236

Silva, L. A., Paiva. F., y Santana, R. C. B. de. (2021). O turismo criativo na agenda política: possibilidades de contribuição para os objetivos do desenvolvimento sustentável. *Revista Turismo em Análise, 32*(2), 323-343. doi: https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v32i2p323-343

Sofield, T., Guia, J., y Specht, J. (2017). Organic "folkloric" community driven place-making and tourism. *Tourism Management, 61*(agosto), 1-22. doi: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.01.002

Stockwell, B. (28 de julio de 2024). "Un punto de no retorno": por qué Europa se ha convertido en el epicentro de las protestas antiturismo este verano. *CNN Mundo.* Recuperado de https://cnnespanol.cnn.com/2024/07/28/por-que-europa-se-ha-convertido-en-el-epicentro-protestas-antiturismo-trax

Tan, S. K., Kung, S. F., y Luh, D. B. (2013). A model of "creative experience" in creative tourism. *Annals of Tourism Research, 41*(abril), 153-174. doi: https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.002

Tapfuma, M. M., Musavengane, R., y Magwaza, R. (2024). The role of creative tourism through arts and crafts in promoting inclusive tourism in Zimbabwe. *Journal of Tourism and Cultural Change, 22*(1), 1-20. doi: https://doi.org/10.1080/14766825.2023.2231401

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

ISSN e-2448-4849
región y sociedad / año 37 / 2025 / e1983
https://doi.org/10.22198/rys2025/37/1983

Thongsamak, J., Jitpakdee, R., y Noonsuk, W. (2019). A guideline on sustainable management of creative tourism in Nakhon Si Thammarat province, Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, 8*(1), 1-15. Recuperado de https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_5_vol_8_1__2019.pdf

Urry, J. (2004). *La mirada del turista.* Escuela Profesional de Turismo y Hotelería. Universidad de San Martín de Porres.

Valdivia, E., y Armesto, M. (2023). Governance in tourism activity: a systematic review. *New Trends in Qualitative Research, 19*, 1-15. doi: https://doi.org/10.36367/ntqr.19.2023.e879

Velasco, M. (2014). Gobernanza turística: ¿Políticas públicas innovadoras o retórica banal? *Caderno Virtual de Turismo, 14*(1), 9–22. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115437784002

Wattanacharoensil, W., y Sakdiyakorn, M. (2016). The potential of floating markets for creative tourism: A study in Nakhon Pathom province, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 21*(sup1), S3-S29. doi: https://doi.org/10.1080/10941665.2014.998250

Wattanacharoensil, W., y Schuckert, M. (2016). Reviewing Thailand's master plans and policies: Implications for creative tourism? *Current Issues in Tourism, 19*(10), 1045-1070. doi: https://doi.org/10.1080/13683500.2014.882295

 Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional