DOCUMENTO DE TRABAJO VERSIÓN BORRADOR

AGENDA NACIONAL DE TURISMO CREATIVO

NOVIEMBRE DE 2025

plansur

ACRÓNIMOS

CORFO	Corporación de Fomento de la Producción
GORE(S)	Gobierno(s) Regional(es)
MINCAP	Ministerio de las Culturas, las Artes y los Patrimonios
OMT	Organización Mundial del Turismo
PTI	Programa Territorial Integrado
RNTC	Red Nacional de Territorios Creativos
SERNATUR	Servicio Nacional de Turismo
SUBTURISMO	Subsecretaría de Turismo
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

INDICE DE CONTENIDOS

PRESENTACIÓN **4**

BREVE CONTEXTO DEL TURISMO CREATIVO **6**

PROPÓSITO **12**

VALORES **12**

PRINCIPIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN **12**

MISIÓN **14**

VISIÓN **14**

OBJETIVO GENERAL **14**

EJES ESTRATÉGICOS **15**

LÍNEAS DE ACCIÓN **17**

EJE 1: DESARROLLO Y POSICIONAMIENTO DE EXPERIENCIAS CREATIVAS SOSTENIBLES 17

EJE 2: FORMACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN PARA UN ECOSISTEMA CREATIVO DE ALTO IMPACTO 19

EJE 3: CONOCIMIENTO E INTELIGENCIA DE DATOS PARA EL TURISMO CREATIVO 21

EJE 4: GOBERNANZA Y REDES COLABORATIVAS 23

EJE 5: INCIDENCIA EN POLÍTICAS PÚBLICAS Y CONDICIONES HABILITANTES 25

EJE 6: COMUNICACIÓN Y MARKETING DEL TURISMO CREATIVO 27

PLAN DE ACCIÓN AGENDA NACIONAL DE TURISMO CREATIVO **1**

PRESENTACIÓN

El presente documento se enmarca en la continuidad de los avances realizados en Chile en materia de economías creativas. En particular, toma como referencia el Plan Nacional de Fomento a las Economías Creativas y la Hoja de Ruta Futuro del programa Chilecreativo, ambos hitos que establecieron lineamientos claves para la articulación del sector cultural y creativo a nivel nacional. Asimismo, el plan se alinea con la Estrategia Nacional de Turismo 2035, asegurando coherencia con las prioridades de diversificación, sostenibilidad y competitividad definidas para el desarrollo turístico del país.

Por otra parte, es necesario destacar la existencia y el trabajo del Comité Gestor Nacional de Turismo Creativo, instancia liderada por el programa Transforma Turismo y que reúne a los principales actores incumbentes, tanto del sector público como privado. El objetivo de este comité es "Impulsar y respaldar iniciativas destinadas a fortalecer el turismo creativo, estableciendo una agenda nacional, en consonancia con las hojas de ruta de los programas estratégicos nacionales de Corfo Transforma (Chile Creativo y Transforma Turismo), la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035 y las directrices de las Subsecretarías de Cultura y las Artes." El instrumento operativo que rige a este comité gestor es su Hoja de Ruta, la cual también forma parte fundamental del contenido de este documento.

El ejercicio comparativo de estos instrumentos permitió identificar líneas de trabajo comunes —como difusión, focalización de instrumentos, capacitación, redes colaborativas e incidencia en políticas públicas—, las cuales fueron adaptadas y contextualizadas al ámbito específico del turismo creativo. De esta forma, el plan no surge como una propuesta aislada, sino como un paso natural en la evolución de las políticas creativas del país, otorgándole legitimidad y coherencia en su diseño.

Este marco estratégico permite ordenar y priorizar las acciones necesarias para posicionar el turismo creativo en Chile, asegurando la articulación entre los sectores cultural y turístico, y proyectando al país como un referente regional en la generación de experiencias innovadoras, sostenibles y con identidad territorial.

Un horizonte compartido hacia 2035

La Agenda Nacional de Turismo Creativo constituye una hoja de ruta estratégica para articular cultura, creatividad y turismo como motores del desarrollo sostenible de Chile. Inspirado en los avances de las políticas de economía creativa y alineado con la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035, este documento establece un marco integral que orienta las acciones necesarias para consolidar el turismo creativo como parte de las experiencias turísticas de Chile.

El horizonte propuesto hacia 2035 plantea metas ambiciosas pero alcanzables, que buscan fortalecer la identidad territorial, ampliar la oferta de experiencias creativas, consolidar redes de

colaboración y posicionar al país en el escenario internacional como un referente regional en turismo creativo.

La implementación de este plan no solo persigue generar valor económico y nuevas oportunidades productivas, sino también promover la inclusión, la sostenibilidad y el bienestar de las comunidades. De esta forma, el turismo creativo se proyecta como una herramienta clave para diversificar la economía, fortalecer la cohesión social y aportar a la construcción de un futuro más innovador, equitativo y sostenible para Chile.

BREVE CONTEXTO DEL TURISMO CREATIVO

El turismo creativo se da en un contexto económico más amplio: **la economía creativa.** El origen de las industrias y la economía creativa se sitúa en la década de 2000, cuando la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) resaltan el valor de la creatividad como motor económico y social, acompañado de un elemento fundamental: la propiedad intelectual.

De acuerdo a la UNCTAD (2021), *"la economía creativa es un concepto en evolución, basado en activos creativos que potencialmente generan crecimiento económico y desarrollo". A su vez, define a las industrias creativas como".* Entre los principales atributos que UNCTAD le atribuye, es posible mencionar:

- Impulsar la generación de ingresos, la creación de empleo y los ingresos por exportaciones;
- Promover la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano;
- Abarcar aspectos económicos, culturales y sociales que interactúan con la tecnología, la propiedad intelectual y los objetivos turísticos;

Por su parte, UNESCO define las industrias culturales y creativas como "*aquellas que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos creativos intangibles de naturaleza cultural. Estos contenidos suelen estar protegidos por derechos de autor y pueden presentarse como bienes o servicios. Además de toda la producción artística y cultural, incluyen la arquitectura y la publicidad*".

Las definiciones anteriores convergen en que las industrias creativas se apoyan en la creación, producción y difusión de contenidos culturales intangibles protegidos por derechos de autor, con fuerte énfasis en propiedad intelectual y valor económico. También comparten el hecho de que estas industrias fortalecen el empleo, la innovación y el desarrollo, que integran sectores culturales y tecnológicos, y que requieren marcos internacionales para su medición, protección y difusión, con enfoque en diversidad y convergencia digital.

Impacto económico de las economías creativas

La economía creativa crece con rapidez, generando oportunidades de desarrollo y diversificación económica, especialmente en los países en desarrollo. De acuerdo al Informe Perspectivas de la Economía Creativa (UNCTAD, 2024), las industrias culturales y creativas constituyen el 3,1 % del producto interno bruto (PIB) mundial y el 6,2 % del total del empleo.

Figura 2

Fuente: Elaboración propia

Centrado principalmente en las economías en desarrollo, el informe también pone de manifiesto diferencias considerables entre los países; en los países en los cuales se dispone de datos, la economía creativa aporta entre el 0,5 % y el 7,3 % del PIB y emplea entre el 0,5 % y el 12,5 % de la mano de obra.

En términos de empleo, es un importante generador de puestos de trabajo a nivel mundial, empleando a más de 30 millones de personas. En algunos países, el sector representa entre el 5% y el 11% del empleo y presenta un alto porcentaje de empleo joven, a la vez de representar una oportunidad para la inclusión social de mujeres y grupos vulnerables.

Entre los servicios creativos que se consideran clave en la actualidad es posible mencionar el **software, investigación y desarrollo, publicidad, arquitectura, servicios audiovisuales y servicios de información.** En términos de los bienes creativos, los productos de diseño, las artes visuales, el patrimonio cultural, la música y la moda.

¿Qué se entiende por turismo creativo?

El turismo creativo fue definido por primera vez en el año 2000 por Richards y Raymond como el "*turismo que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo a través de la participación activa en cursos y experiencias de aprendizaje, que son características del destino de vacaciones en el que se encuentran*". Este concepto se centra en la participación activa del viajero para aprender y experimentar la cultura local, más allá de la mera observación, siempre considerando la pertinencia cultural como un elemento imprescindible en dicha ecuación.

Posteriormente, en 2006, UNESCO definió el turismo creativo como “un viaje orientado a una experiencia comprometida y auténtica, con un aprendizaje participativo en las artes, el patrimonio o las características especiales de un lugar, que proporciona una conexión con quienes residen en ese lugar y crean esta cultura viva”. Se podría decir que es en este punto, al ser definido formalmente por UNESCO, que el turismo creativo se instala como una tendencia internacional y en algunos países, como una nueva tipología de turismo orientada a fortalecer la propuesta de valor y/o diversificar la oferta turística. Posterior a la definición realizada por UNESCO, el turismo creativo ha sido objeto de múltiples definiciones, presentando un carácter dinámico y evolutivo en el tiempo.

En síntesis, aún no se ha alcanzado un consenso mundial sobre el concepto de turismo creativo. **A 2025, ONU Turismo no ha elaborado una definición oficial para el turismo creativo, adhiriendo a la definición de UNESCO en esta materia**. Lo cierto, es que es probable que el concepto continúe evolucionando, sin embargo, el turismo creativo conserva en su esencia algunos principios clave que permanecen inalterables:

Figura 1

Fuente: Elaboración propia

Mientras algunas corrientes lo conciben como una extensión del turismo cultural, centrado en la valorización del patrimonio material e inmaterial y en la participación activa de los visitantes en procesos culturales locales, otras perspectivas amplían su alcance, integrando expresiones contemporáneas de creatividad, innovación y estilos de vida que no necesariamente se vinculan de manera directa con el patrimonio.

El auge del turismo creativo a nivel mundial

Aunque aún no existen estudios o estadísticas específicas disponibles en relación a la demanda de turismo creativo, es un hecho que el concepto ha sido adoptado por numerosos países, a fin de fortalecer sus propuestas de valor o diversificar su oferta turística. Para Richards (2015), "*la creciente demanda de turismo creativo subraya la necesidad de que las personas se expresen y desarrollen su potencial creativo. Quieren dar sentido a sus vidas haciendo algo creativo, en lugar de simplemente consumir más*".

Muchos viajeros también están insatisfechos con la oferta actual de productos turísticos, que a menudo se percibe como **estandarizada y poco auténtica**. Dado que las experiencias creativas involucran directamente al visitante en la cultura local y la creatividad de la población local, pueden brindar experiencias turísticas mucho más atractivas y satisfactorias. En definitiva, el atractivo del turismo creativo se relaciona con un componente fuerte humano, relacionado con la exploración personal, el aprendizaje y la vinculación real con el destino.

A nivel internacional, **no se ha caracterizado el perfil del turista creativo**, en particular aquel que visita ciudades de tamaño medio y áreas rurales. Si bien a partir de estudios realizados a nivel internacional por plataformas tales como Booking Airbnb & Skift, es posible percibir e interpretar ciertas tendencias, por ejemplo, en relación a la búsqueda de autenticidad e inmersión en las experiencias turísticas en destino, no es posible asignar estas tendencias directamente al ámbito de lo creativo.

Por otra parte, en diversos países y destinos alrededor del planeta, el turismo creativo se ha insertado en las políticas públicas. Estos casos se concentran particularmente en Sudamérica, Asia Pacífico, España, Portugal e Inglaterra, y abarcan desde redes interdisciplinarias público-privadas a iniciativas para la incubación de emprendimientos.

Entre las principales tendencias actuales del turismo creativo podemos mencionar:

- El turismo creativo en entornos rurales se perfila como una respuesta al *over-tourism* que afecta a muchas grandes ciudades de Europa;

- El *set-jetting,* también conocido como *film tourism* o turismo cinematográfico, se refiere a la práctica de **viajar a destinos que han servido como escenarios de producciones audiovisuales**, se consolida como una tendencia clave dentro del abanico de opciones ofrecidas por el turismo creativo;

- El turismo creativo presenta un fuerte componente tecnológico, sin dejar de lado las raíces. Museos virtuales, experiencias innmersivas, gamificación y realidad virtual son algunas de las herramientas que están transformando la experiencia del viajero;

- Se aprecia una proliferación de plataformas de viaje especializadas en turismo creativo. Vacation with an Artist, Homo Faber y Airbnb Experiences conectan a creativos de prácticamente todo el planeta con viajeros que buscan experiencias de aprendizaje profundo y conexión con la cultura local;

- La gastronomía es una de las experiencias de turismo creativo más demandadas a nivel internacional. La comida es sin duda un elemento de identidad irremplazable en los destinos: visitar mercados y conectarse con los productores locales, comprar productos de la zona y luego cocinarlos junto a residentes resulta ser una memorable para los viajeros;

- El turismo creativo se presenta como una herramienta clave para abordar los desafíos de sostenibilidad. En particular, los festivales de música y otros eventos de alta convocatoria están desarrollando iniciativas concretas para la gestión de impactos, para potenciar las economías creativas y para atraer flujo de turistas en baja temporada.

- El turismo creativo se alinea directamente con los principios de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, al promover un modelo de desarrollo inclusivo, participativo y basado en la valorización de los recursos culturales y humanos de los territorios. Este enfoque contribuye de manera significativa a los ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), al fomentar empleos dignos en economías locales y fortalecer emprendimientos creativos; al ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles), al impulsar la revitalización cultural y patrimonial de barrios y territorios; y al ODS 12 (Producción y consumo responsables), al incentivar experiencias sostenibles que respetan el entorno y las comunidades anfitrionas. Asimismo, se relaciona con el ODS 4 (Educación de calidad) por su carácter formativo y de intercambio cultural, y con el ODS 17 (Alianzas para lograr los objetivos), al requerir una gobernanza colaborativa entre actores públicos, privados y comunitarios. En este sentido, el turismo creativo se

posiciona como una herramienta clave para avanzar hacia un desarrollo más equitativo, sostenible y culturalmente significativo en el marco de la Agenda 2030.

El turismo creativo en Chile

Al igual que en un contexto más global, el turismo creativo en Chile surge a partir del esfuerzo por impulsar la economía creativa. Tal como se ha señalado anteriormente, ambos sectores poseen un importante grado de complementariedad, aportándose valor y compartiendo espacios territoriales y de gestión. El proceso de impulso a la economía creativa fue liderado, en sus inicios, por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) y posteriormente, a partir de 2018, por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP), a través de la Secretaría de Economía Creativa.

Por su parte, el programa Chilecreativo, impulsado por CORFO desde 2015, ha sido clave en instalar este paradigma. Aunque su foco inicial estuvo en sectores como música, audiovisual y diseño, desde allí se incubaron diagnósticos, redes y metodologías que hoy nutren directamente el turismo creativo.

En 2017, se lanzan tanto el Plan de Fomento a la Economía Creativa (CNCA) y la Hoja de Ruta de Chilecreativo (CORFO), consolidando el trabajo realizado en años anteriores y estableciendo los primeros vínculos directos entre las industrias creativas y el sector turismo. La creación del MINCAP, en 2018, constituye un hito fundamental en la consolidación de este ecosistema. En 2021, en tanto, se crea la Red Nacional de Territorios Creativos, con fuerte énfasis en la instalación del turismo creativo a nivel regional. Finalmente, en 2024, el Programa Transforma Turismo incorpora en su hoja de ruta al turismo creativo como una de sus experiencias priorizadas, creándose el Comité Gestor Nacional de Turismo Creativo.

A lo largo de la última década se han generado avances relevantes en institucionalidad: desde los programas estratégicos impulsados por Corfo y Chilecreativo, hasta la incorporación del turismo creativo en la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035 y en la Hoja de Ruta de Transforma Turismo. Hoy, el turismo creativo en Chile se construye a partir de una gobernanza multinivel, donde confluyen instituciones públicas, empresas y gremios privados, gobiernos regionales y locales, comunidades y cultores. Esta arquitectura es esencial para dar coherencia a las políticas y asegurar que las experiencias creativas no solo sean iniciativas aisladas, sino parte de un modelo articulado que vincula desarrollo económico, identidad cultural y sostenibilidad territorial.

La Agenda Nacional de Turismo creativo, busca entonces, continuar y profundizar la senda de trabajo colaborativo que se ha desarrollado por más de una década.

PROPÓSITO

El propósito de la Agenda Nacional de Turismo Creativo es articular actores públicos y privados, potenciar la identidad cultural de los territorios y generar experiencias inmersivas y sostenibles que fortalezcan la competitividad del país a nivel nacional e internacional.

VALORES

Los valores de la Agenda de Desarrollo de Turismo Creativo constituyen los fundamentos que inspiran su diseño e implementación. Representan las convicciones que orientan a los actores involucrados hacia un desarrollo cultural, económico y social equilibrado y sostenible:

- **Identidad territorial:** Poner en valor el ADN cultural único de cada territorio como base para la diferenciación de experiencias;

- **Inclusión:** Promover la participación de comunidades, mujeres, jóvenes, personas con discapacidad y pueblos originarios en el diseño y gestión de iniciativas;

- **Innovación:** Incorporar creatividad, digitalización y nuevas tecnologías para fortalecer la oferta y la gestión turística;

- **Colaboración:** Impulsar redes y sinergias entre sectores creativos, turísticos, comunitarios y académicos, fomentando estructuras de coordinación multisectorial que permitan una toma de decisiones compartidas;

- **Bienestar:** Asegurar que el turismo creativo contribuya al bienestar humano y comunitario como propósito central.

PRINCIPIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN

Los principios de implementación de la Agenda definen la manera en que se llevarán a cabo las acciones estratégicas. Funcionan como lineamientos operativos que garantizan coherencia, eficacia y sostenibilidad en su aplicación:

1. **Descentralización:** Promover la transferencia de competencias y recursos en concordancia con la ley de descentralización, asegurando que cada acción responda a las realidades y necesidades locales, respetando su identidad cultural;

2. **Inclusión y equidad:** Avanzar en la reducción de desigualdades y disminuir la pobreza, aumentando el acceso al turismo de personas de todas las condiciones y realidades;

3. **Igualdad de género:** promueve la participación equitativa y el liderazgo de mujeres y diversidades en el turismo creativo, impulsando su autonomía económica y visibilizando su aporte en la creación y gestión de experiencias sostenibles e inclusivas;

4. **Participación activa:** Incorporar y promover el desarrollo de instancias que permitan un involucramiento de actores públicos, privados, comunitarios y académicos en el diseño, ejecución y evaluación de las acciones;

5. **Sostenibilidad:** Integrar criterios ambientales, sociales, culturales y económicos en todas las etapas del turismo creativo;

6. **Conservación del patrimonio:** realzar el papel del turismo en la gestión efectiva del patrimonio cultural, gastronómico y natural de Chile;

7. **Flexibilidad adaptativa:** Permitir que el plan incorpore aprendizajes y se ajuste a cambios contextuales nacionales e internacionales.

MISIÓN

Impulsar el turismo creativo en Chile como un motor de desarrollo sostenible, mediante la articulación de sectores culturales y turísticos, la generación de capacidades y el posicionamiento de experiencias creativas de alto valor en mercados nacionales e internacionales.

VISIÓN

En 2035, Chile será reconocido como un referente latinoamericano en turismo creativo, ofreciendo experiencias innovadoras, sostenibles y culturalmente significativas, que aporten al bienestar de las comunidades y a la competitividad del país en el escenario global.

En 2035, Chile consolidará un modelo de turismo creativo sostenible e inclusivo, integrado a la estrategia nacional de desarrollo turístico, que potencie el valor cultural y creativo de los territorios, contribuya al bienestar de las comunidades y fortalezca la identidad del país en el ámbito global.

OBJETIVO GENERAL

Posicionar el turismo cultural y creativo en Chile como una experiencia turística capaz de articular cultura, turismo y desarrollo territorial, contribuyendo a la diversificación productiva, la identidad local y la sostenibilidad.

Objetivos Específicos

1. Fortalecer el diseño, posicionamiento y sostenibilidad de experiencias de turismo creativo.
2. Desarrollar capacidades en agentes públicos y privados vinculados al sector.
3. Generar información, estudios y mediciones que sustenten la toma de decisiones.
4. Impulsar redes colaborativas a nivel local, nacional e internacional.
5. Incidir en políticas públicas y marcos habilitantes para la consolidación del turismo creativo.
6. Impulsar el posicionamiento del turismo creativo como una experiencia turística sostenible en mercados nacionales e internacionales, mediante estrategias de comunicación.

EJES ESTRATÉGICOS

El Plan de Acción se organiza en seis ejes estratégicos que orientan su implementación. Cada eje aborda un ámbito específico del turismo creativo, desde el desarrollo de experiencias y la formación de agentes, hasta la generación de conocimiento, la articulación en redes, la incidencia en políticas públicas y la comunicación; conformando un marco integral para fortalecer el sector y proyectarlo a nivel nacional e internacional. La definición de ejes estratégicos es fundamental, ya que permite ordenar las acciones, dar coherencia a las políticas y focalizar los esfuerzos de los distintos actores en torno a prioridades comunes y metas compartidas.

EL PLAN DE ACCIÓN SE ESTRUCTURA EN SEIS EJES ESTRATÉGICOS:

1. **Desarrollo y posicionamiento de experiencias creativas sostenibles**
   Este eje busca fortalecer la **oferta de experiencias turísticas basadas en creatividad**, asegurando su sostenibilidad y pertinencia cultural, social, ambiental y económica. Se centra en el diseño, calidad y diferenciación de productos turísticos que pongan en valor la identidad territorial.

2. **Formación y especialización de agentes, para un ecosistema creativo de alto impacto**
   Apunta a generar **capacidades en agentes públicos, privados y comunitarios**, promoviendo la profesionalización, la formalización y la creación de competencias que permitan articular la cultura y el turismo bajo un enfoque de innovación y colaboración.

3. **Conocimiento e inteligencia de datos para el turismo creativo**
   Este eje se orienta a **producir, sistematizar y difundir información estratégica** sobre el turismo creativo. Considera estudios de demanda y oferta, indicadores, mediciones de impacto y pilotajes, que permitan fundamentar políticas públicas y estrategias de mercado.

4. **Gobernanza y redes colaborativas**
   Su objetivo es consolidar **espacios de articulación y cooperación** entre actores del sector creativo y turístico, tanto a nivel nacional como internacional. Impulsa la asociatividad, los encuentros sectoriales, las plataformas digitales y la vinculación con redes globales.

5. **Incidencia en políticas públicas y condiciones habilitantes**
   Este eje busca garantizar que el turismo creativo cuente con **marcos institucionales, normativos y de financiamiento** que favorezcan su desarrollo. Incluye la coordinación interministerial, la revisión de barreras normativas y la incorporación del sector en instrumentos de política pública.

6. **Comunicación y marketing del turismo creativo**
   Se enfoca en **posicionar al turismo creativo como una experiencia turística atractiva, tanto en mercados nacionales e internacionales**, mediante estrategias de relato país,

campañas de promoción y herramientas de comunicación digital. Su propósito es aumentar la visibilidad del sector y atraer públicos interesados en experiencias culturales diferenciadas.

LÍNEAS DE ACCIÓN

El Plan de Acción de la Agenda Nacional de Turismo Creativo se operacionaliza a través de seis ejes estratégicos, los que en conjunto, contienen un total de **25 acciones** concretas. Estas acciones han sido definidas en coherencia con los objetivos del plan y responden al trabajo realizado por el equipo técnico, a partir del levantamiento de información, la aplicación de entrevistas y la sistematización de la opinión especializada del equipo consultor a cargo de este proceso. Cada eje contiene un conjunto de iniciativas específicas que permitirán avanzar de manera gradual hacia la consolidación del turismo creativo en Chile.

A continuación, se presenta una descripción de los ejes, acciones, responsables y plazos asociados a cada una de éstas.

EJE 1: DESARROLLO Y POSICIONAMIENTO DE EXPERIENCIAS CREATIVAS SOSTENIBLES

Acción 1. Construir un relato coherente interinstitucional en relación al turismo creativo:

Esta acción busca contar con un **marco teórico-conceptual validado a nivel nacional**, que establezca una definición oficial de turismo creativo para Chile. Dicho marco permitirá definir **criterios claros para la denominación de destinos, territorios, distritos o barrios creativos, así como de experiencias turísticas creativas**, aportando coherencia a la política pública y a la gestión territorial.

- **Responsable:** Subsecretaría de Turismo
- **Colaboradores:** Sernatur, Transforma Turismo, MINCAP, UNESCO, Chilecreativo, CORFO, RNTC y gremios
- **Plazo de ejecución:** 2026 (*Los programas estratégicos Transforma Turismo y Chilecreativo tienen vigencia hasta mayo de 2026. En consecuencia, las acciones proyectadas más allá de esa fecha deberán ser consideradas en el marco del nuevo espacio institucional o programa que dé continuidad a estas iniciativas, conforme a las definiciones que adopten CORFO y los organismos competentes)
- **Meta:** Contar con una definición oficial de turismo creativo validada y publicada al año 2026.

Acción 2. Elaborar lineamientos para el diseño y empaquetamiento de experiencias turísticas con enfoque creativo

La Subsecretaría de Turismo desarrollará un documento orientador que establezca **directrices, criterios y recomendaciones** para incorporar la creatividad y la identidad cultural en el diseño de experiencias turísticas. Este instrumento buscará **fortalecer la diversificación de la oferta nacional** mediante la integración de elementos creativos en distintos segmentos, promoviendo experiencias auténticas, sostenibles y de alto valor agregado.

- **Responsable:** Subsecretaría de Turismo
- **Colaboradores:** Sernatur**,** Transforma Turismo, Chilesertur
- **Plazo de ejecución:** 2026
- **Meta:** Publicar, dentro de 2026, un documento con recomendaciones para el diseño y empaquetamiento de experiencias de turismo creativo, difundiéndolo digitalmente en los 14 territorios creativos que forman parte de la RNTC.

Acción 3. Diseño, empaquetamiento y difusión de experiencias de turismo creativo

Esta acción consolida un conjunto de actividades específicas que tienen como objetivo final incrementar la oferta de experiencias de turismo creativo en Chile. Entre ellas, realización de talleres o instancias de diseño y empaquetamiento en regiones; pilotos de turismo creativo, incorporar acciones en el marco de la ejecución de proyectos FRDP, la asignación de nuevos Sellos Locales Musicales y la realización de FAM y PRESS Trips.

- **Responsable:** CORFO
- **Colaboradores:** Sernatur**,** Chilesertur, RNTC, ChileCreativo, Valpo Creativo
- **Plazo de ejecución:** 2035
- **Meta:** Contar con 100 experiencias de turismo creativo formalizadas a nivel nacional a 2035

EJE 2: FORMACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN PARA UN ECOSISTEMA CREATIVO DE ALTO IMPACTO

Este eje cuenta con **3 acciones**, orientadas a generar capacidades técnicas, promover la formalización y apoyar el emprendimiento en turismo creativo. A través de estas iniciativas, se busca profesionalizar a los agentes y generar un ecosistema creativo de alto impacto, fortalecer el rol de los actores territoriales y facilitar la sostenibilidad de proyectos creativos que se vinculan con el turismo.

Acción 4. Promover la focalización de instrumentos de fomento y apoyo al turismo creativo, y acompañar en formulación y postulación de iniciativas a nivel regional

Esta acción busca promover la adecuación y focalización de **instrumentos de fomento y apoyo técnico, adaptados al turismo creativo**, de modo que emprendedores, empresas y organizaciones culturales puedan acceder a financiamiento y asistencia pertinente para el desarrollo de iniciativas en este sector.

- **Responsables:** Subsecretaría de Turismo, CORFO y Gobiernos Regionales (GORES)
- **Colaboradores:** Sernatur, RNTC, Valparaíso Creativo, Chilesertur
- **Plazo de ejecución:** 2026–2028
- **Meta:** Implementación de 3 instrumentos de apoyo y/o proyectos financiados con fondos regionales a 2028

Acción 5. Programa de sensibilización y formación en turismo creativo:

Se desarrollará un **programa de formación online** alojado en la plataforma Aprende Turismo, orientado a fortalecer las capacidades de agentes creativos, prestadores turísticos, funcionarios públicos y gestores territoriales.

Los módulos abordarán los fundamentos del turismo creativo, la sensibilización para la formalización y las herramientas para el diseño y gestión de experiencias creativas sostenibles. La academia participará en la elaboración y validación de los contenidos, garantizando su pertinencia técnica y territorial.

- **Responsable**: Subsecretaría de Turismo
- **Colaboradores**: Sernatur, MINCAP, academia, gremios sectoriales, Sercotec
- **Plazo de ejecución**: 2026–2028
- **Meta**: Programa de formación implementado con 200 prestadores capacitados a 2028

Acción 6. Incubadora de negocios de turismo creativo:

En coordinación con la academia y gremios, se implementará un **modelo de incubadora de negocios de turismo creativo**, orientado a acompañar a emprendedores en el diseño, validación y escalamiento de iniciativas innovadoras. Este espacio permitirá acelerar proyectos, generar redes y mejorar el acceso a mercados.

- **Responsables:** Transforma Turismo, RIEST
- **Colaboradores:** universidades, centros de emprendimiento, gremios sectoriales
- **Plazo de ejecución:** 2027–2028
- **Meta:** Apoyo en incubación a 50 proyectos de turismo creativo en Chile, con énfasis en territorios creativos de la RNTC.

EJE 3: CONOCIMIENTO E INTELIGENCIA DE DATOS PARA EL TURISMO CREATIVO

Este eje cuenta con **5 acciones**, orientadas a generar y sistematizar información estratégica que permita fundamentar políticas públicas, diseñar instrumentos adecuados y medir el impacto real del turismo creativo en Chile. Su desarrollo busca dotar al sector de evidencia robusta, tanto cualitativa como cuantitativa, para la toma de decisiones de los actores públicos, privados y territoriales.

Acción 7. Realizar un mapeo y catálogo de experiencias de turismo creativo a nivel nacional

Se levantará un **catastro de la oferta de experiencias de turismo creativo en Chile**, con el fin de aportar al diseño de estrategias, políticas e instrumentos de apoyo más adecuados. Asimismo, se promoverá la inclusión de dichas experiencias de turismo creativo en el Catálogo de Experiencias de Sernatur.

- **Responsable:** CORFO, Subsecretaría de Turismo, Sernatur
- **Colaboradores:** Transforma Turismo, Chilecreativo, RNTC, Chilesertur
- **Plazo de ejecución:** 2026
- **Meta:** Mapeo ejecutado y publicado dentro de 2026

Acción 8. Contar con un mapeo nacional de activos culturales para el turismo creativo y difundirlo a través de múltiples canales

Se completará la segunda etapa del Mapeo de activos Culturales para el Turismo Creativo, con el fin de aportar una fuente de información fiable para el diseño de estrategias, políticas e instrumentos de apoyo. Se mantendrán los esfuerzos de difusión, específicamente a través de las plataformas las instituciones que forman parte del Comité Gestor de Turismo Creativo.

- **Responsable:** Transforma Turismo
- **Colaboradores:** Subsecretaría de Turismo, Sernatur, CORFO, RNTC, Chilecreativo
- **Plazo de ejecución:** 2026-2027
- **Meta:** Mapeo de activos culturales finalizado y publicado dentro de 2026

Acción 9. Levantar y analizar datos y modelos de gestión de observatorios turísticos nacionales e internacionales, que puedan aportar al conocimiento en materia de turismo creativo

Se llevará a cabo un levantamiento y análisis, tanto de datos como de modelos de gestión, de observatorios turísticos y observatorios de turismo creativo existentes a nivel nacional e internacional.

- **Responsable:** RNTC
- **Colaboradores:** Subsecretaría de Turismo, ChileCreativo, Transforma Turismo, gobiernos regionales, universidades
- **Plazo de ejecución:** 2027

- **Meta:** Levantar y analizar datos y modelos de observatorios turísticos, con un informe comparativo de 5-7 modelos internacionales y recomendaciones para implementación en Chile para 2027.

Acción 10. Realizar un concurso de I+D en turismo creativo, en conjunto con la academia:

Se impulsará un **concurso de investigación y desarrollo (I+D)** en turismo creativo, en alianza con universidades y centros de investigación. El objetivo será promover estudios, pilotajes y proyectos innovadores que fortalezcan las capacidades de implementación en el sector.

- **Responsable:** Transforma Turismo
- **Colaboradores:** Gobernanza Transforma Turismo, universidades, centros de investigación
- **Plazo de ejecución:** 2027–2028
- **Meta:** Realizar un concurso de I+D en turismo creativo con al menos 15 proyectos recibidos, 4 ganadores piloto y publicación de resultados en revista académica o similar para 2028.

Acción 11. Realizar mediciones de impacto (económico, social y ambiental) del turismo creativo en territorios piloto:

Se caracterizará y cuantificará el aporte del turismo creativo en al menos **tres territorios o distritos piloto**, considerando indicadores económicos, sociales, culturales y ambientales. Esto permitirá demostrar el valor agregado del turismo creativo y justificar su escalamiento.

- **Responsables:** Transforma Turismo y CORFO
- **Colaboradores:** Gobiernos regionales, universidades, centros de investigación
- **Plazo de ejecución:** 2028
- **Meta:** Medir impactos en 3 territorios piloto, con un panel de indicadores económico, social, cultural y ambiental, y publicar un informe de avance anual desde 2028.

Acción 12. Incorporar progresivamente indicadores de turismo creativo en los instrumentos de medición y planificación del sector turismo:

Se definirá, en conjunto con la Subsecretaría de Turismo y Sernatur, la **viabilidad de incluir indicadores específicos de turismo creativo** en los instrumentos oficiales de medición y levantamiento de información del sector (Catastro de atractivos, encuestas, big data, anuarios estadísticos).

- **Responsable:** Subsecretaría de Turismo, Sernatur
- **Colaboradores:** INE, CORFO, SII, Gremios
- **Plazo de ejecución:** 2026–2028
- **Meta:** Contar con una propuesta de indicadores y su respectivo análisis de factibilidad de implementación, para ser incorporado en instrumentos de medición y planificación del turismo.

EJE 4: GOBERNANZA Y REDES COLABORATIVAS

Este eje cuenta con **5 acciones**, destinadas a consolidar redes nacionales e internacionales de turismo creativo, articular a los sectores creativo y turístico en espacios comunes de trabajo, y generar plataformas que fortalezcan la gobernanza colaborativa. Su propósito es asegurar la continuidad del trabajo en red, facilitar la vinculación entre agentes y posicionar a Chile como referente en el ámbito global del turismo creativo.

Acción 13. Fortalecer la presencia del turismo creativo chileno en redes internacionales:

Se apoyará la vinculación de Chile con **redes internacionales de turismo creativo**, a través de tres líneas de acción: (i) incorporación al *Creative Tourism Network*; (ii) apoyo a la postulación de nuevas ciudades chilenas a la Red de Ciudades Creativas de UNESCO; y (iii) promoción de la presencia de agentes creativos chilenos en plataformas de viajes creativos y espacios internacionales.

- **Responsable:** Subsecretaría de Turismo.
- **Colaboradores:** ProChile, Transforma Turismo, UNESCO, Creative Tourism Network, municipios
- **Plazo de ejecución:** 2026–2028
- **Meta:** Apoyar, al menos, 3 postulaciones a las distinciones o redes mencionadas.

Acción 14. Diseñar e implementar una plataforma digital colaborativa de turismo creativo:

Se desarrollará una **plataforma digital permanente** que permita articular el ecosistema de turismo creativo más allá de los encuentros presenciales. La plataforma incluirá directorios de actores, calendario de actividades, bancos de experiencias y espacios de difusión de buenas prácticas.

- **Responsable:** RNTC
- **Colaboradores:** Gobiernos regionales, MINCAP, CORFO, Sernatur, Subsecretaría de Turismo
- **Plazo de ejecución:** 2026–2028
- **Meta:** Contar con un micrositio de turismo creative dentro de la Plataforma web de la RNTC

Acción 15. Realizar al menos dos ruedas de negocios anuales entre agentes de los sectores creativo y turístico:

Se organizarán, en estrecha coordinación con Subturismo y Sernatur, **ruedas de negocios periódicas** que fomenten la relación entre creativos y prestadores turísticos, con el fin de consolidar vínculos comerciales y favorecer la co-creación de experiencias turísticas innovadoras y sostenibles.

- **Responsable:** CORFO
- **Colaboradores:** Subturismo, Sernatur, Chilecreativo, RNTC, Transforma Turismo
- **Plazo de ejecución:** 2026–2028 (mínimo dos al año)

- **Meta:** 6 ruedas de negocios realizadas entre 2026-2028, en tres regiones distintas

Acción 16. Construir colaborativamente un calendario anual de actividades vinculadas al turismo creativo

Se elaborará un **calendario integrado de actividades** que consolide la programación anual de ferias, festivales, ruedas de negocios, capacitaciones y encuentros creativos, mejorando la coordinación entre actores y la visibilidad del sector.

- **Responsables:** RNTC
- **Colaboradores:** Subsecretaría de Turismo, Sernatur, Chilecreativo, Transforma Turismo, gobiernos regionales
- **Plazo de ejecución:** 2026–2035 (con actualización anual)
- **Meta:** Calendario anual publicado, con actualizaciones mensuales

Acción 17. Fomentar la articulación y sinergia en revitalización de barrios:

Se promoverán sinergias tempranas con programas relevantes en materia de **revitalización de barrios**, como el programa Distrito Co del Gobierno Regional Metropolitano, Programa de Revitalización de Barrios e Infraestructura Patrimonial Emblemática (PRBIPE) y Pequeñas Localidades del MINVU. El objetivo es potenciar la identidad cultural y las experiencias urbanas creativas en espacios barriales.

- **Responsable:** Transforma Turismo
- **Colaboradores:** Gobierno Regional Metropolitano, MINVU, municipios, Fundación Chile
- **Plazo de ejecución:** 2026
- **Meta:** Contar con un cruce estratégico de ejes y acciones, entre la Agenda Nacional de Turismo Creativo y las iniciativas mencionadas.

EJE 5: INCIDENCIA EN POLÍTICAS PÚBLICAS Y CONDICIONES HABILITANTES

Este eje cuenta con **5 acciones**, orientadas a generar condiciones institucionales, normativas y financieras que fortalezcan el desarrollo del turismo creativo. Su foco está en consolidar marcos habilitantes, resolver barreras regulatorias, asegurar criterios de calidad y apoyar a los territorios en la gestión de recursos, garantizando así la sostenibilidad y la competitividad del sector.

Acción 18. Incluir diseño de experiencias de turismo creativo en Línea de Ferias y Festivales del MINCAP:

Se integrará el turismo creativo como componente en los programas de apoyo a ferias y festivales del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP). De esta forma, los eventos culturales podrán incorporar experiencias turísticas creativas en sus programaciones, ampliando su impacto en la economía local y en la diversificación de la oferta cultural.

- **Responsable:** MINCAP
- **Colaboradores:** Sernatur, Subsecretaría de Turismo, municipios, gobiernos regionales, RNTC
- **Plazo de ejecución**: 2027
- **Meta:** Diseñar e implementar experiencias turísticas creativas en, a lo menos el 50% de las ferias y festivales apoyados por el MINCAP a nivel nacional al año 2027, con participación conjunta de creadores locales, operadores turísticos y municipios.

Acción 19. Avanzar en la implementación un Programa Transforma de Turismo Creativo:

Se impulsará un programa que permita consolidar un destino **como territorio turístico creativo**, articulando actores públicos y privados en torno a una estrategia conjunta de posicionamiento, gobernanza y promoción. Este programa funcionará como piloto para replicar en otras regiones del país.

- **Responsable:** CORFO
- **Colaboradores:** Subturismo, Gobiernos regionales, Transforma Turismo, RNTC, Chilesertur
- **Plazo de ejecución:** 2027–2028
- **Meta:** Programa postulado y aprobado a 2028

Acción 20. Realizar un análisis de las barreras normativas más urgentes de resolver para el impulso al turismo creativo:

Se elaborará un diagnóstico que identifique los principales nudos críticos normativos (ej. permisos, certificaciones, exigencias regulatorias) que afectan la formalización y operación de experiencias creativas. Este estudio servirá como insumo para proponer ajustes normativos y simplificación de procesos.

- **Responsable:** Subsecretaría de Turismo
- **Colaboradores:** Ministerio de Economía, Ministerio de las Culturas, Sernatur, CORFO, gremios sectoriales

- **Plazo de ejecución:** 2026
- **Meta:** Disponer de un análisis formal y documentado respecto a las barreras normativas existentes y sus propuestas de solución.

Acción 21. Elaborar una cartera con perfiles detallados de iniciativas de turismo creativo para su financiamiento regional:

Se construirá una cartera de proyectos con **perfiles técnicos detallados**, que permita a Gobiernos Regionales y fondos públicos como FRDP y FNDR financiar iniciativas de turismo creativo alineadas con los planes de desarrollo territorial. Esto facilitará la priorización, el acceso a recursos y la visibilidad de proyectos con alto impacto.

- **Responsable:** Transforma Turismo
- **Colaboradores:** Gobiernos regionales, SUBDERE, CORFO, Sernatur, RNTC, municipios
- **Plazo de ejecución:** 2027–2028
- **Meta:** Contar con un documento sintético y técnicamente validado, puesto a disposición de los gobiernos regionales.

Acción 22. Elaborar guía de criterios de elegibilidad y valor turístico para iniciativas culturales privadas asociadas al turismo creativo:

Se establecerán **criterios mínimos de sostenibilidad, impacto económico, autenticidad y participación local** que deberán cumplir iniciativas privadas como festivales, ferias y eventos para acceder a financiamiento público. Esto asegurará la coherencia de las inversiones estatales con los objetivos de desarrollo del turismo creativo.

- **Responsable:** Transforma Turismo
- **Colaboradores:** Sernatur, Subsecretaría de Turismo, MINCAP, ProChile, gobiernos regionales
- **Plazo de ejecución:** 2026
- **Meta:** Desarrollar y publicar un documento técnico interinstitucional con los criterios y metodología de evaluación de valor turístico, difundido a nivel nacional y utilizado como referente oficial en futuras convocatorias públicas.

EJE 6: COMUNICACIÓN Y MARKETING DEL TURISMO CREATIVO

Este eje cuenta con **3 acciones**, centradas en posicionar al turismo creativo en los mercados nacionales e internacionales. Busca consolidar un relato país coherente, desarrollar herramientas de comunicación y aprovechar los canales oficiales de promoción turística, cultural y de imagen país. Su objetivo es aumentar la visibilidad del sector, fortalecer su identidad y atraer públicos interesados en experiencias culturales diferenciadas.

Acción 23. Realizar acciones de marketing del turismo creativo, alineadas a los planes de marketing internacional y nacional de Chile.

Realizar acciones concretas, tales como, viajes de prensa, FAM Tours y pilotajes de experiencias creativas. Esto permitirá posicionar la oferta en mercados estratégicos y posteriormente, vincularla a la promoción oficial de Chile como destino.

- **Responsables:** ChileSertur
- **Colaboradores:** Sernatur, ProChile, Chilecreativo, Chilesertur
- **Plazo de ejecución:** 2026–2028
- **Meta:** Ejecutar 6 acciones de marketing entre 2026-2028

Acción 24. Avanzar, en coherencia con los planes de marketing turístico existentes, en el diseño y validación de una estrategia de posicionamiento y comunicación del turismo creativo en Chile:

Se realizarán las acciones necesarias para el diseño de una estrategia **interinstitucional de posicionamiento** que establezca y difunda un relato común sobre el turismo creativo en Chile. La estrategia fomentará el *place branding* y la comunicación del turismo creativo en los canales oficiales de promoción turística, cultural e imagen país, tanto a nivel nacional como internacional.

- **Responsable:** Sernatur
- **Colaboradores:** Subsecretaría de Turismo, Imagen de Chile, ProChile, MINCAP, RNTC
- **Plazo de ejecución:** 2025–2028
- **Meta:** Consolidar una identidad comunicacional única para el turismo creativo chileno, reflejada en su incorporación dentro de las campañas y plataformas de promoción turística y cultural nacionales e internacionales hacia 2028

Acción 25. Kit de comunicación para el turismo creativo:

Se diseñará y pondrá a disposición un **kit de comunicación y banco de contenidos digitales**, con materiales audiovisuales, testimoniales y bancos de imágenes de experiencias creativas. Este kit será accesible para operadores turísticos, territorios y embajadas, fortaleciendo la visibilidad digital y la coherencia de marca del turismo creativo chileno.

- **Responsable:** Transforma Turismo
- **Colaboradores:** Sernatur, ProChile, Imagen de Chile, gremios y territorios creativos

- **Plazo de ejecución:** 2025–2028
- **Meta:** Diseñar, validar y difundir un kit digital de comunicación del turismo creativo con materiales audiovisuales y gráficos de libre acceso, promoviendo su utilización por operadores, territorios y representaciones internacionales entre 2025 y 2028.

PLAN DE ACCIÓN AGENDA NACIONAL DE TURISMO CREATIVO

VER 2.0
23.10.2025

EJE	ACCIÓN	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	COLABORADORES
EJE 1: DESARROLLO Y POSICIONAMIENTO DE EXPERIENCIAS CREATIVAS SOSTENIBLES	**ACCIÓN 1.** Construir un relato coherente interinstitucional en relación al turismo creativo.	Esta acción busca contar con un marco teórico-conceptual validado a nivel nacional, que establezca una definición oficial de turismo creativo para Chile. Dicho marco permitirá definir criterios claros para la denominación de destinos, territorios, distritos o barrios creativos, así como de experiencias turísticas creativas, aportando coherencia a la política pública y a la gestión territorial.	Subsecretaría de Turismo	Sernatur, Transforma Turismo, MINCAP, UNESCO, Chilecreativo RNTC, Chilesertur y otr gremios.
	ACCIÓN 2. Elaborar lineamientos para el diseño y empaquetamiento de experiencias turísticas con enfoque creativo.	La Subsecretaría de Turismo desarrollará un documento orientador que establezca directrices, criterios y recomendaciones para incorporar la creatividad y la identidad cultural en el diseño de experiencias turísticas. Este instrumento buscará fortalecer la diversificación de la oferta nacional mediante la integración de elementos creativos en distintos segmentos, promoviendo experiencias auténticas, sostenibles y de alto valor agregado.	Subsecretaría de Turismo	MINCAP, Sernatur, Transforma Turismo, Chilesertur y otros gremios.

[1] Los programas estratégicos Transforma Turismo y Chilecreativo tienen vigencia hasta mayo de 2026. En consecuencia, las acciones proyectadas más allá de esa fecha deberán ser consideradas en el marco del nuevo espacio institucional o programa que dé continuidad a estas iniciativas, conforme a las definiciones que adopten CORFO y los organismos competentes).

	ACCIÓN 3. Diseño, empaquetamiento y difusión de experiencias de turismo creativo.	Esta acción consolida un conjunto de actividades específicas que tienen como objetivo final incrementar la oferta de experiencias de turismo creativo en Chile. Entre ellas, realización de talleres o instancias de diseño y empaquetamiento en regiones; pilotos de turismo creativo, incorporar acciones en el marco de la ejecución de proyectos FRDP, la asignación de nuevos Sellos Locales Musicales y la realización de FAM y PRESS Trips.	CORFO	Sernatur, RNTC, ChileCreativo, Program CORFO, Chilesertur.
EJE 2: FORMACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN DE AGENTES, PARA UN ECOSISTEMA CREATIVO DE ALTO IMPACTO	**ACCIÓN 4.** Promover la focalización de instrumentos de fomento y apoyo al turismo creativo, y acompañar en formulación y postulación de iniciativas a nivel regional.	Esta acción busca promover la adecuación y focalización de instrumentos de fomento y apoyo técnico, adaptados al turismo creativo, de modo que emprendedores, empresas y organizaciones culturales puedan acceder a financiamiento y asistencia pertinente para el desarrollo de iniciativas en este sector.	Subsecretaría de Turismo, CORFO y Gobiernos Regionales (GORES)	Sernatur, RNTC, Valpar Creativo, Chilesertur, o gremios
	ACCIÓN 5. Programa de sensibilización y formación en turismo creativo.	Se desarrollará e implementará un programa de formación online alojado en la plataforma **Aprende Turismo**, orientado a fortalecer las capacidades de agentes creativos, prestadores turísticos, funcionarios públicos y gestores territoriales. Los módulos abordarán los fundamentos del turismo creativo, la sensibilización para la formalización y las herramientas para el diseño y gestión de experiencias creativas sostenibles. La academia participará en la elaboración y validación de los contenidos, garantizando su pertinencia técnica y territorial.	Subsecretaría de Turismo	MINCAP, Sernatur, Sercotec, RIEST, Chilesertur, otros grem
	ACCIÓN 6. Incubadora de negocios de turismo creativo.	En coordinación con la academia y gremios, se implementará un modelo de incubadora de negocios de turismo creativo, orientado a acompañar a emprendedores en el diseño, validación y escalamiento de iniciativas innovadoras. Este espacio permitirá acelerar proyectos, generar redes y mejorar el acceso a mercados.	Transforma Turismo, RIEST	Universidades, centros emprendimiento, grem sectoriales

EJE 3: CONOCIMIENTO E INTELIGENCIA DE DATOS PARA EL TURISMO CREATIVO	**ACCIÓN 7.** Realizar un mapeo y catálogo de experiencias de turismo creativo a nivel nacional.	Se levantará un catastro de la oferta de experiencias de turismo creativo en Chile, con el fin de aportar al diseño de estrategias, políticas e instrumentos de apoyo más adecuados. Asimismo, se promoverá la inclusión de dichas experiencias de turismo creativo en el Catálogo de Experiencias de Sernatur.	Subsecretaría de Turismo, CORFO, Sernatur	Transforma Turismo, Chilecreativo, RNTC, Chilesertur, otros grem
	ACCIÓN 8. Contar con un mapeo nacional de activos culturales para el turismo creativo y difundirlo a través de múltiples canales.	Se completará la segunda etapa del Mapeo de activos Culturales para el Turismo Creativo, con el fin de aportar una fuente de información fiable para el diseño de estrategias, políticas e instrumentos de apoyo. Se mantendrán los esfuerzos de difusión, específicamente a través de las plataformas las instituciones que forman parte del Comité Gestor de Turismo Creativo.	Transforma Turismo	Subsecretaría de Turis Sernatur, CORFO, RNT Chilecreativo
	ACCIÓN 9. Levantar y analizar datos y modelos de gestión de observatorios turísticos nacionales e internacionales, que puedan aportar al conocimiento en materia de turismo creativo.	Se llevará a cabo un levantamiento y análisis, tanto de datos como de modelos de gestión, de observatorios turísticos y observatorios de turismo creativo existentes a nivel nacional e internacional.	RNTC	Subsecretaría de Turis ChileCreativo, Transfor Turismo, gobiernos regionales, universidad
	ACCIÓN 10. Realizar un concurso de I+D en turismo creativo, en conjunto con la academia.	Se impulsará un concurso de investigación y desarrollo (I+D) en turismo creativo, en alianza con universidades y centros de investigación. El objetivo será promover estudios, pilotajes y proyectos innovadores que fortalezcan las capacidades de implementación en el sector.	Transforma Turismo	Gobernanza Transform Turismo, universidades centros de investigació
	ACCIÓN 11. Realizar mediciones de impacto (económico, social y ambiental) del turismo	Se caracterizará y cuantificará el aporte del turismo creativo en al menos tres territorios o distritos piloto, considerando indicadores económicos, sociales, culturales y ambientales. Esto permitirá demostrar el valor agregado del turismo creativo y justificar su escalamiento.	CORFO	Subsecretaría de Turis Sernatur, Transforma Turismo, Gobiernos regionales, universidad centros de investigació

	creativo en territorios piloto.			
	ACCIÓN 12. Incorporar progresivamente indicadores de turismo creativo en los instrumentos de medición y planificación del sector turismo.	Se definirá, en conjunto con la Subsecretaría de Turismo y Sernatur, la viabilidad de incluir indicadores específicos de turismo creativo en los instrumentos oficiales de medición y levantamiento de información del sector (Catastro de atractivos, encuestas, big data, anuarios estadísticos).	Subsecretaría de Turismo, Sernatur	INE, CORFO, SII, Gremi
EJE 4: GOBERNANZA Y REDES COLABORATIVAS	**ACCIÓN 13.** Fortalecer la presencia del turismo creativo chileno en redes internacionales.	Se apoyará la vinculación de Chile con redes internacionales de turismo creativo, a través de tres líneas de acción: (i) incorporación al Creative Tourism Network; (ii) apoyo a la postulación de nuevas ciudades chilenas a la Red de Ciudades Creativas de UNESCO; y (iii) promoción de la presencia de agentes creativos chilenos en plataformas de viajes creativos y espacios internacionales.	Subsecretaría de Turismo.	UNESCO, Creative Tour Network, Sernatur, ProChile, Transforma Turismo, gobiernos regionales
	ACCIÓN 14. Diseñar e implementar una plataforma digital colaborativa de turismo creativo.	Se desarrollará una plataforma digital permanente que permita articular el ecosistema de turismo creativo más allá de los encuentros presenciales. La plataforma incluirá directorios de actores, calendario de actividades, bancos de experiencias y espacios de difusión de buenas prácticas.	RNTC	Subsecretaría de Turis Sernatur, Gobiernos Regionales, Chilecreati Programas CORFO
	ACCIÓN 15. Realizar al menos dos ruedas de negocios anuales entre agentes de los sectores creativo y turístico.	Se organizarán, en estrecha coordinación con Subturismo y Sernatur, ruedas de negocios periódicas que fomenten la relación entre creativos y prestadores turísticos, con el fin de consolidar vínculos comerciales y favorecer la co-creación de experiencias turísticas innovadoras y sostenibles.	CORFO	Subturismo, Sernatur, Chilecreativo, RNTC, Transforma Turismo, Gobiernos Regionales, Chilesertur, gremios
	ACCIÓN 16. Construir colaborativamente un calendario anual de actividades vinculadas al turismo creativo.	Se elaborará un calendario integrado de actividades que consolide la programación anual de ferias, festivales, ruedas de negocios, capacitaciones y encuentros creativos, mejorando la coordinación entre actores y la visibilidad del sector.	RNTC	Subsecretaría de Turis Sernatur, Chilecreativo Transforma Turismo, gobiernos regionales

	ACCIÓN 17. Fomentar la articulación y sinergia en revitalización de barrios.	Se promoverán sinergias tempranas con programas relevantes en materia de revitalización de barrios, como el programa Distrito Co del Gobierno Regional Metropolitano, Programa de Revitalización de Barrios e Infraestructura Patrimonial Emblemática (PRBIPE) y Pequeñas Localidades del MINVU. El objetivo es potenciar la identidad cultural y las experiencias urbanas creativas en espacios barriales.	Transforma Turismo	Gobierno Regional Metropolitano, MINVU municipios, Fundación Chile
EJE 5: INCIDENCIA EN POLÍTICAS PÚBLICAS Y CONDICIONES HABILITANTES	**ACCIÓN 18.** Incluir diseño de experiencias de turismo creativo en Línea de Ferias y Festivales del MINCAP.	Se integrará el turismo creativo como componente en los programas de apoyo a ferias y festivales del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP). De esta forma, los eventos culturales podrán incorporar experiencias turísticas creativas en sus programaciones, ampliando su impacto en la economía local y en la diversificación de la oferta cultural.	MINCAP	Subturismo, Gobiernos Regionales, Transforma Turismo, Chilecreativo, RNTC, Chilesertur
	ACCIÓN 19. Avanzar en la implementación un Programa Transforma de Turismo Creativo.	Se impulsará un programa que permita consolidar un destino como territorio turístico creativo, articulando actores públicos y privados en torno a una estrategia conjunta de posicionamiento, gobernanza y promoción. Este programa funcionará como piloto para replicar en otras regiones del país.	MINCAP	Subsecretaría de Turis Sernatur, Gobiernos Regionales, Transforma Turismo, RNTC, Chilese
	ACCIÓN 20. Realizar un análisis de las barreras normativas más urgentes de resolver para el impulso al turismo creativo.	Se elaborará un diagnóstico que identifique los principales nudos críticos normativos (ej. permisos, certificaciones, exigencias regulatorias) que afectan la formalización y operación de experiencias creativas. Este estudio servirá como insumo para proponer ajustes normativos y simplificación de procesos.	Subsecretaría de Turismo	Ministerio de Economí Ministerio de las Cultu Sernatur, CORFO, grem sectoriales
	ACCIÓN 21. Elaborar una cartera con perfiles detallados de iniciativas de turismo creativo para su financiamiento regional.	Se construirá una cartera de proyectos con perfiles técnicos detallados, que permita a Gobiernos Regionales y fondos públicos como FRDP y FNDR financiar iniciativas de turismo creativo alineadas con los planes de desarrollo territorial. Esto facilitará la priorización, el acceso a recursos y la visibilidad de proyectos con alto impacto.	Transforma Turismo	Gobiernos regionales, SUBDERE, CORFO, Sernatur, RNTC, municipios
	ACCIÓN 22. Elaborar guía de criterios de elegibilidad y valor turístico para	Se establecerán criterios mínimos de sostenibilidad, impacto económico, autenticidad y participación local que deberán cumplir iniciativas privadas como festivales, ferias y eventos para acceder a	Transforma Turismo	Sernatur, Subsecretaría Turismo, MINCAP,

	iniciativas culturales privadas asociadas al turismo creativo.	financiamiento público. Esto asegurará la coherencia de las inversiones estatales con los objetivos de desarrollo del turismo creativo.		ProChile, gobiernos regionales
EJE 6: COMUNICACIÓN Y MARKETING DEL TURISMO CREATIVO	**ACCIÓN 23.** Realizar acciones de marketing del turismo creativo, alineadas a los planes de marketing internacional y nacional de Chile.	Realizar acciones concretas, tales como, viajes de prensa, FAM Tours y pilotajes de experiencias creativas. Esto permitirá posicionar la oferta en mercados estratégicos y posteriormente, vincularla a la promoción oficial de Chile como destino.	ChileSertur	Sernatur, ProChile, Chilecreativo, Chileser
	ACCIÓN 24. Avanzar, en coherencia con los planes de marketing turístico existentes, en el diseño y validación de una estrategia de posicionamiento y comunicación del turismo creativo en Chile.	Se realizarán las acciones necesarias para el diseño de una estrategia interinstitucional de posicionamiento que establezca y difunda un relato común sobre el turismo creativo en Chile. La estrategia fomentará el place branding y la comunicación del turismo creativo en los canales oficiales de promoción turística, cultural e imagen país, tanto a nivel nacional como internacional.	Sernatur	Subsecretaría de Turis Transforma Turismo, Imagen de Chile, ProCh MINCAP, RNTC
	ACCIÓN 25. Kit de comunicación para el turismo creativo.	Se diseñará y pondrá a disposición un kit de comunicación y banco de contenidos digitales, con materiales audiovisuales, testimoniales y bancos de imágenes de experiencias creativas. Este kit será accesible para operadores turísticos, territorios y embajadas, fortaleciendo la visibilidad digital y la coherencia de marca del turismo creativo chileno.	Transforma Turismo	Sernatur, ProChile, Ima de Chile, gremios y territorios creativos