



PARTE 2 DE 3

MANUAL MINHO PLUS

Manual de Turismo Regenerativo y Sostenible

Metodología para diseñar experiencias regenerativas y buenas prácticas por tipo de empresa en el territorio Miño–Minho.



**Escanea el código para
acceder a la lista de asistencia**

FORMADORA



Alexandra **Touza**

España

Gerente de Ponle Cara al Turismo, consultoría, planes estratégicos, dinamización territorial, creación de producto, promoción turística, marca territorial, y formación en Turismo Creativo, Comunitario e Industrial. CEO de la plataforma imalocal. es, primer market place de turismo industrial, que pone en contacto a empresas, industrias y pequeños productores con viajeros de todo el mundo.

La experiencia vinculada al emprendimiento y la mejora empresarial, junto con el conocimiento de más de 15 años en el sector turístico, le permitió desarrollar proyectos desde una perspectiva integral. El resultado de su trabajo se materializa en la **gestión y coordinación de proyectos de turismo industrial** como la Ruta conservera, Team Building Marinero, la Ruta Alimentaria de Santa Comba, y recientemente, una de las rutas más esperadas en la ciudad de Vigo, Vigo Pesqueiro.

Agente de **Desarrollo Sostenible y Dinamizador del Medio Rural**. Directora de la Empresa de Servicios Turísticos y Consultoría PONLE CARA AL TURISMO, S.L. y miembro operador de CREATIVE TOURISM GALICIA, y miembro operador de AOTI, (Asociación de Operadores de Turismo Industrial).

Ha impartido formación como **Docente** para Escuelas de Turismo, Universidad Rey Juan Carlos, Universidad de la Coruña, Uned de Ourense, Uned de Vigo, Uned de la Coruña, Fedepesca, Hecansa, Diputación de Pontevedra, IEBS Business School, Asociaciones de Empresarios, Cooperativa de armadores, cofradías, Ayuntamientos, así como, para administraciones públicas en Galicia, Cantabria, Canarias, Portugal y Cataluña.

[Conoce más](#)



Contenido de esta segunda parte

En esta entrega abordamos dos grandes bloques del manual:

Capítulo 4

Metodología paso a paso para diseñar experiencias regenerativas: diagnóstico, codiseño, propósito, viaje del cliente, prototipado y herramientas.

Capítulo 5

Buenas prácticas concretas por tipo de empresa: alojamientos, restauración, actividades de naturaleza, agroexperiencias y turismo creativo-comunitario.



CAPÍTULO 4

Metodología para diseñar experiencias regenerativas

Un proceso de cinco pasos que guía a cualquier empresa turística del Miño–Minho desde la observación del territorio hasta el lanzamiento de una experiencia con impacto positivo real.

Paso 1 — Mirar el lugar

Diagnóstico rápido de paisaje, comunidad y recursos

Antes de diseñar una experiencia, es imprescindible comprender el contexto donde se va a desarrollar. Este diagnóstico rápido debe responder tres preguntas básicas que orientarán todas las decisiones posteriores.



Las tres preguntas del diagnóstico

1 ¿Qué recursos son esenciales?

Río, viñedo, bosque, fortaleza, oficio tradicional, fiesta, producto gastronómico... Identifica los activos naturales y culturales clave para tu experiencia.

2 ¿En qué estado están y quién los cuida?

Asociaciones, comunidades de montes, cofradías, cooperativas agrarias, ayuntamiento... Conoce a los guardianes del recurso.

3 ¿Qué riesgos o tensiones existen?

Presión sobre el recurso, conflictos de uso, estacionalidad, falta de relevo generacional... Anticipa los problemas antes de empezar.

Herramienta: Mapa de actores clave

¿Qué es?

Un esquema simple que identifica quiénes son los agentes relevantes y qué relación tienen contigo y con el recurso.

Actores típicos:

- Productores locales
- Asociaciones culturales
- Administración pública
- Otros negocios turísticos

Ejemplo replicable

Una **bodega pequeña** que quiere ofrecer visitas identifica: viticultor ecológico, asociación cultural con ruta de patrimonio, ayuntamiento que gestiona el centro de interpretación del vino y alojamientos cercanos.

A partir de ahí, diseña una **experiencia conjunta** que suma fuerzas y multiplica el valor para el visitante.



PASO 2

Escuchar a la comunidad

El turismo regenerativo no se diseña en un despacho; se **codiseña** con las personas que viven, trabajan y cuidan el territorio. Esto puede hacerse mediante entrevistas, talleres y aprendizaje comunitario.

Técnicas de escucha activa



Entrevistas informales

Con vecinos, productores, técnicos municipales y asociaciones.

Conversaciones cercanas que revelan conocimiento profundo del territorio.



Talleres de codiseño

Sesiones donde se presentan ideas y se recoge feedback de diferentes perfiles. La comunidad participa activamente en dar forma a la experiencia.



Aprendizaje comunitario

Incorporar saberes locales —recetas, oficios, relatos, técnicas tradicionales— en el diseño de la experiencia turística.

Preguntas clave para las entrevistas

¿Qué te parece que los visitantes conozcan esto?

¿Qué te gustaría que aprendieran?

¿Cómo podríamos hacerlo sin molestar o dañar?

¿Te gustaría participar de alguna forma?

Ejemplo replicable

Una empresa de rutas convoca una reunión informal con vecinos de una aldea ribereña para diseñar una **ruta fluvial**. Los vecinos aportan relatos de la frontera, señalan sitios frágiles que hay que evitar y sugieren incluir una visita a la lonja de pescadores.

El producto final es más rico, cuenta con **apoyo local** y reparte beneficios.



PASO 3

Definir propósito, público y promesa transformadora

Toda experiencia regenerativa debe tener claro su **por qué**, su **para quién** y su **qué va a cambiar** en la persona que la vive. Estos tres pilares guían todas las decisiones de diseño.

Los tres pilares de la experiencia



Propósito

¿Para qué existe esta experiencia más allá de generar ingresos? Ejemplo: reconectar a las personas con el río, transmitir el oficio de la pesca artesanal, restaurar riberas.



Público objetivo

¿A quién está dirigida? Ejemplo: familias urbanas con niños, parejas interesadas en ecoturismo, grupos pequeños de amigas.



Promesa transformadora

¿Qué va a cambiar en la persona? Ejemplo: se irá conociendo el valor ecológico del río, sabiendo cómo apoyar a productores locales.

Lienzo de experiencia regenerativa

Herramienta práctica simplificada para definir los elementos clave de tu experiencia:

Elemento	Pregunta	Respuesta breve
Propósito	¿Por qué esta experiencia?	(Tu respuesta)
Público	¿Para quién?	(Tu respuesta)
Promesa	¿Qué va a cambiar en el visitante?	(Tu respuesta)
Impacto local	¿Qué mejora en el territorio?	(Tu respuesta)
Aliados clave	¿Con quién colaboras?	(Tu respuesta)

Ejemplo: «Miño de frontera»



Propósito

Visibilizar la vida compartida entre dos orillas del Miño.



Público

Viajeros culturales curiosos.



Promesa

Comprenderán la historia viva de la frontera.



Aliados

Asociación cultural PT, taberna gallega, museo local. Apoyo económico a productores y guías de ambos lados.



PASO 4

Diseñar el viaje completo del cliente

Una experiencia regenerativa **no empieza** cuando el cliente llega ni termina cuando **se va**. Hay que cuidar todo el recorrido: antes, durante y después, integrando impactos positivos en cada fase.

Antes — Preparar la llegada



Comunicación clara y honesta

Explica qué va a vivir el visitante, qué impacto tendrá su visita y cómo prepararse (ropa, expectativas). La transparencia genera confianza.



Movilidad sostenible

Facilita cómo llegar en tren o bus, ofrece opciones de coche compartido. Reduce la huella de carbono desde el primer momento.

Durante — Vivir la experiencia

01

Recepción cálida

Presentación del contexto y del propósito de la experiencia. El visitante entiende por qué está ahí.

02

Actividades con ritmo adecuado

Momentos de reflexión, contacto directo con comunidad y naturaleza. No saturar, dejar espacio para la contemplación.

03

Acciones regenerativas tangibles

Plantar un árbol, limpiar una ribera, apoyar un proyecto local. El visitante se convierte en agente de cambio.

Después — Mantener el vínculo

Seguimiento

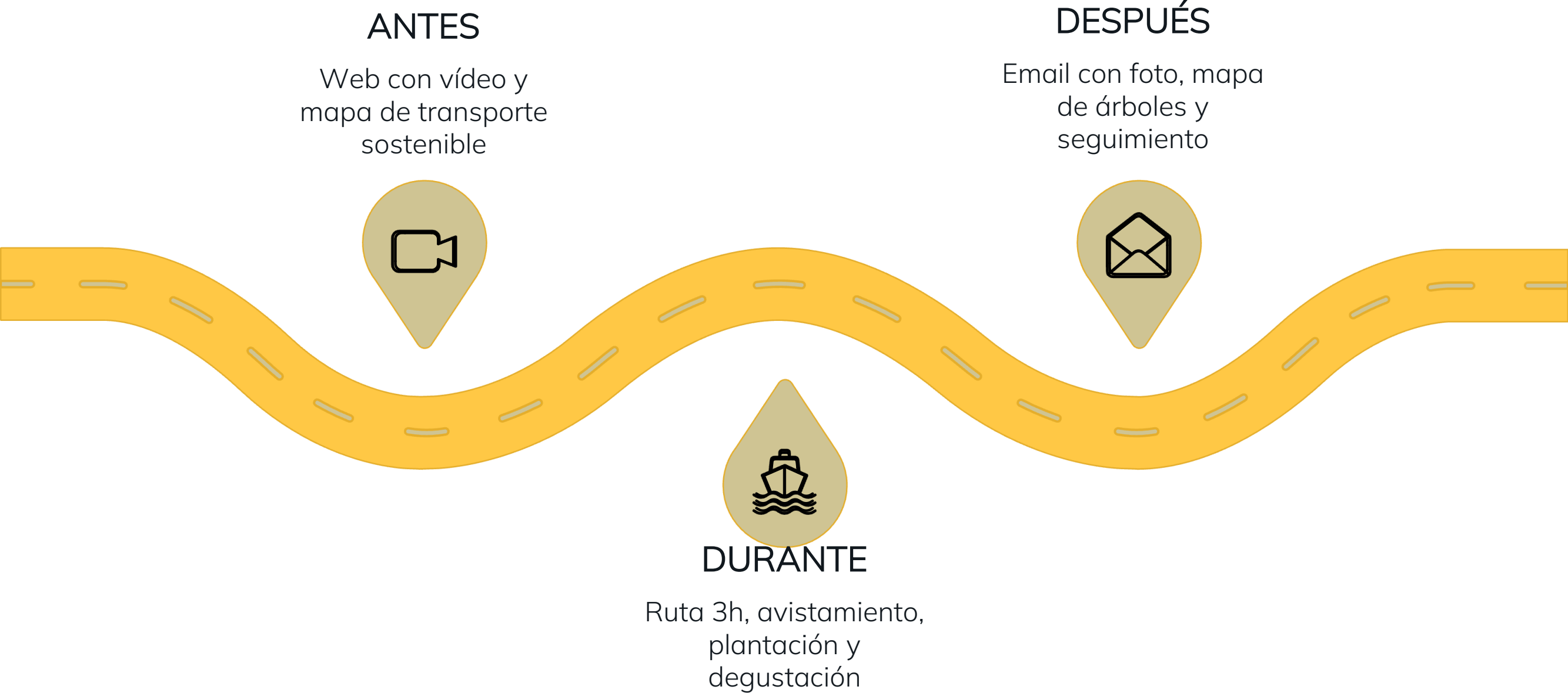
Email con agradecimiento, resumen de impactos generados y formas de seguir conectado (newsletter, redes, próximas actividades).

Invitación a volver

Compartir la experiencia y regresar. El vínculo emocional con el territorio se mantiene vivo.

📄 **Ejemplo:** Email con foto del grupo plantando, mapa de ubicación de «sus árboles» y enlace a proyecto de seguimiento. El visitante siente que dejó huella positiva.

Ejemplo completo del viaje del cliente



Este ejemplo muestra cómo una ruta fluvial integra impactos positivos en cada fase, desde la comunicación previa hasta el seguimiento posterior.



PASO 5

Prototipar y testar con grupos pequeños

Antes de lanzar la experiencia al mercado, es fundamental **probarla con grupos reducidos** (beta-testers) y ajustar en función de lo aprendido. No busques la perfección: busca aprendizaje rápido.

Fases del prototipado rápido



1. Crear prototipo básico

Versión simplificada de la experiencia, puede ser gratuita o a precio reducido.



2. Probar con 2–3 grupos

Perfiles variados: locales, visitantes habituales, nuevos clientes.



3. Recoger feedback

Qué les gustó, qué mejorarían, si recomendarían, qué aprendieron, cómo se sintieron.



4. Ajustar y lanzar

Duración, precio, contenidos, logística, comunicación. Validar versión final.

Ejemplo: «De la hierba al queso»



Una **quesería** diseña la experiencia y la prueba con tres grupos: amigos, clientes habituales y blogueros gastronómicos.

Descubrimientos:

- Faltaba tiempo para la degustación
- Los visitantes querían llevarse un pequeño queso de recuerdo

Ajustes: amplía duración, ajusta precio y añade opción de compra. Lanza al mercado con éxito.

Herramientas y plantillas del programa Minho Plus

El manual ofrece plantillas de trabajo que facilitan todo el proceso metodológico:



Lienzo de experiencia regenerativa

Define propósito, público, promesa, impacto y aliados en un solo documento.



Mapa de actores del territorio

Identifica y conecta a los agentes relevantes de tu entorno.



Ficha de producto Minho Plus

Estructura tu experiencia con todos los datos necesarios.



Checklist de testeo y validación

Asegura que tu prototipo cubre todos los aspectos antes del lanzamiento.

Resumen de la metodología en 5 pasos



Estos cinco pasos forman un ciclo iterativo: tras el lanzamiento, vuelve a mirar, escuchar y ajustar para mejorar continuamente tu experiencia regenerativa.



CAPÍTULO 5

Buenas prácticas por tipo de empresa

Traducimos los principios del turismo regenerativo en **acciones concretas** según el tipo de negocio, con orientaciones operativas y ejemplos replicables para empresas del Miño–Minho.

Cinco tipos de empresa, un mismo enfoque



Alojamientos rurales

Gestión ambiental, experiencias in situ y redes colaborativas.



Restauración

Producto local, reducción de desperdicio y eventos gastronómicos.



Actividades de naturaleza

Baja huella, acciones regenerativas y grupos pequeños.



Agroexperiencias

Visitas, catas, storytelling e integración en rutas.



Turismo creativo

Talleres de oficios, rutas de memoria y reparto justo.

SECCIÓN 5.1

Alojamientos rurales y pequeños hoteles

Las mejoras ambientales en alojamientos no siempre requieren grandes inversiones. Muchas se amortizan rápidamente y mejoran la experiencia del cliente.

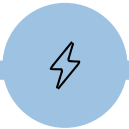


Gestión del agua, energía y residuos



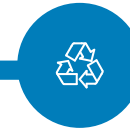
Agua

- Grifos y duchas de bajo consumo
- Recogida de agua de lluvia para riego
- Explicar al huésped el contexto hídrico local



Energía

- Placas solares para agua caliente o electricidad
- Iluminación LED
- Aislamiento térmico básico



Residuos

- Separación selectiva visible y fácil
- Compostaje de residuos orgánicos
- Eliminación de plásticos de un solo uso

Caso de éxito: casa rural sostenible en Galicia



Casa rural que instala **termo solar**, sustituye bombillas por **LED** y crea un pequeño compostero.

40%

Reducción

en factura energética

Mejora reseñas online y accede a **sello de alojamiento sostenible**. Inversión amortizada en menos de dos años.

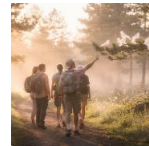
Experiencias in situ: más que un lugar donde dormir

Incorporar actividades sencillas aumenta el valor percibido y la diferenciación del alojamiento:



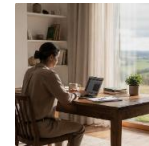
Huerto de aromáticas

Los huéspedes cosechan hierbas para su infusión o para que el anfitrión cocine.



Paseos interpretativos

Ruta corta por el entorno explicando flora, fauna e historia local.



Espacio de trabajo remoto

Zona wifi, mesa amplia, cafetera. Ideal para nómadas digitales.



Observación de cielos

Si el entorno lo permite, una pequeña sesión de astronomía nocturna.

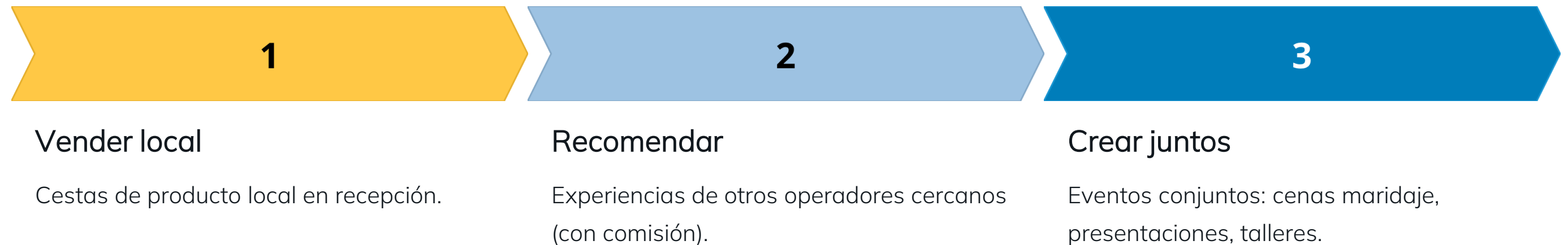


Ejemplo: «Paseo al amanecer»

Casa rural que ofrece paseo gratuito para huéspedes: **1 hora caminando** por el entorno con explicación de aves y plantas, terminando con **desayuno de productos locales**. Los huéspedes valoran mucho esta experiencia y la mencionan en reseñas.

Redes con productores, guías y asociaciones

Ningún alojamiento debe trabajar aislado. Tejer alianzas multiplica el valor para todos:



📄 **Ejemplo:** Alojamiento que firma acuerdo con quesería, bodega y empresa de kayak: ofrece «pack Miño completo» (alojamiento + actividad + degustación) con precio conjunto y reparto equitativo. Mejora ocupación en temporada media.



SECCIÓN 5.2

Restauración, bares y cafés

El restaurante es el **escaparate perfecto** de la gastronomía del territorio. Apostar por producto local genera múltiples beneficios: frescura, historia, menor huella de carbono y apoyo directo a productores.

Carta de producto local y de temporada

Carta estacional

Cambia según disponibilidad de productos. Cada temporada trae nuevos sabores.

Indicar origen

«Queixo de X freguesia», «Lamprea de Y».
El comensal conoce la procedencia.

Visibilizar productores

Foto en pared, mención en redes, invitación a eventos. El productor tiene rostro.

Ejemplo: taberna de proximidad

Taberna que trabaja sólo con proveedores a menos de 50 km, publica en carta un pequeño texto sobre cada productor y organiza una vez al trimestre:

«Xantar con produtor»: menú especial donde el productor explica su trabajo a los comensales.

El resultado: clientes más fieles, productores más visibles y una historia auténtica que se comparte boca a boca.



Reducción de desperdicio y envases

El sector gastronómico genera muchos residuos. Hay múltiples formas de reducirlos:



Menús de aprovechamiento

Utilizar partes que habitualmente se descartan. Creatividad culinaria al servicio de la sostenibilidad.



Compostaje y retornables

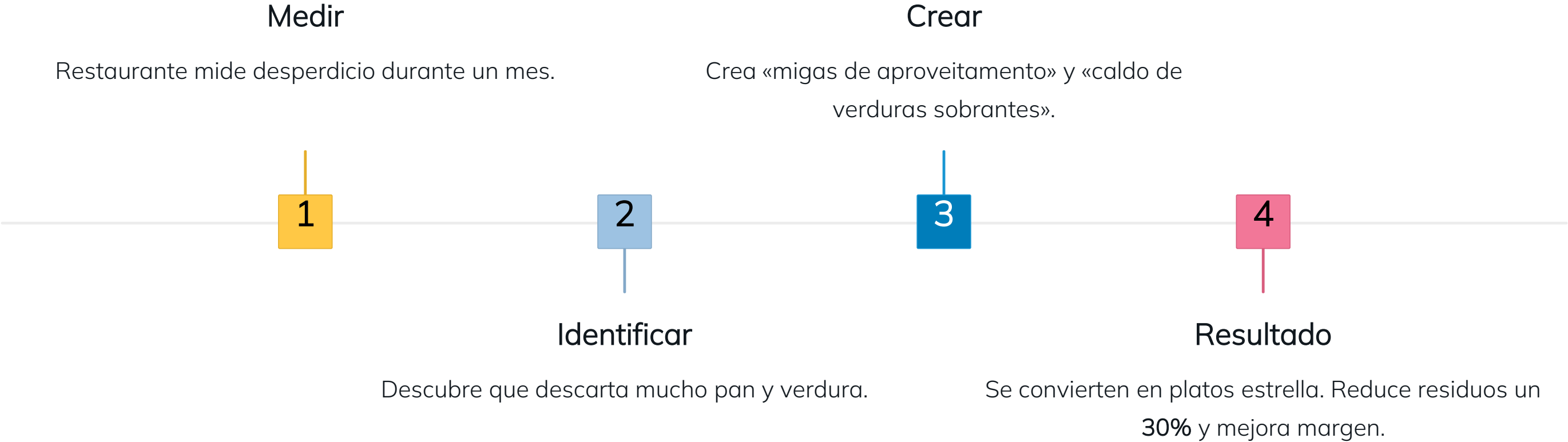
Compostaje de orgánicos, alianza con proyectos tipo «ReTour» (menaje retornable compartido).



Doggy bag y cero plástico

Ofrecer llevar sobras, eliminar plásticos de un solo uso (pajitas, vasos, cubiertos).

Ejemplo: de residuo a plato estrella



Eventos y experiencias gastronómicas

El restaurante puede ir más allá del servicio diario y convertirse en **espacio de experiencias**:



Catas temáticas

Vino, queso, embutidos, con explicación y maridaje. Educar el paladar mientras se disfruta.



Cenas con historia

Menús basados en recetas tradicionales con relatos de personas mayores. Gastronomía y memoria.



Talleres de cocina

Pequeños grupos que cocinan con el chef platos locales. Aprender haciendo.

Ejemplo: «Xoves de lamprea»

La propuesta

Pequeña tasca organiza cada **jueves en temporada** un menú fijo de lamprea con explicación de artes de pesca sostenibles.

Parte del ingreso se destina a la **asociación de pescadores artesanales**.

El resultado

Se convierte en **evento de referencia** en la zona. Atrae tanto a locales como a visitantes. Genera ingresos recurrentes para el restaurante y visibiliza la pesca artesanal del Miño.

Un ejemplo perfecto de cómo la gastronomía puede ser vehículo de cultura y sostenibilidad.



SECCIÓN 5.3

Empresas de actividades de naturaleza y cultura

Las actividades en naturaleza pueden tener impacto negativo si no se gestionan bien. Las buenas prácticas garantizan que la experiencia sea memorable y respetuosa.

Rutas de baja huella: a pie, en bici y en kayak

Grupos pequeños

Máximo 8–12 personas por grupo. Mejor experiencia, menor impacto.

Respetar senderos y zonas sensibles

Seguir caminos marcados, evitar zonas de sensibilidad ecológica y horarios de nidificación/reproducción.

Evitar ruido excesivo

La naturaleza se disfruta en silencio. Menos ruido, más conexión.

Materiales duraderos

Kayaks de calidad, bicicletas bien mantenidas. Equipos reparables, no desechables.



Ejemplo: empresa de kayak responsable

Empresa que limita grupos a **8 personas**, forma a guías en interpretación ambiental, marca en mapa zonas de desembarco permitidas y **prohíbe desembarco en islotes con nidificación**. Los clientes valoran el enfoque respetuoso y lo reflejan en reseñas.

Integrar acciones regenerativas sencillas

Las actividades pueden incluir pequeñas acciones de regeneración que **transforman la experiencia**:



Limpieza de riberas

Dedicar 15 min al final de la ruta a recoger residuos, pesar y registrar. Impacto visible e inmediato.



Plantación simbólica

Cada grupo planta un árbol ribereño, con seguimiento posterior. Un legado tangible.



Ciencia ciudadana

Registrar especies en apps como eBird o iNaturalist. Datos útiles para la investigación.

Ejemplo: «5 minutos de ciencia» en cada ruta

Empresa de senderismo que incorpora en cada ruta:

- Registran **aves avistadas** en app colaborativa
- Miden **caudal del río** con método simple
- Fotografían **especies invasoras**

Los datos se comparten con la **universidad local** que estudia la cuenca. Los clientes se sienten parte de un proyecto mayor y la experiencia gana profundidad.



Seguridad, capacidad de carga y grupos pequeños

01

Evaluación de riesgos

Protocolos claros para cada actividad y entorno.

02

Seguro de responsabilidad civil

Cobertura adecuada para todas las actividades ofrecidas.

03

Equipos de calidad

Bien mantenidos y revisados periódicamente.

04

Formación continua de guías

Actualización constante en seguridad e interpretación.

05

Respetar capacidad de carga

Número máximo de personas por día/zona cuando aplique.

Ejemplo: acuerdo colectivo de capacidad de carga

- ❏ Red de empresas de actividades del Miño que acuerda entre todas un máximo de **40 personas/día** en el tramo más sensible del río, con sistema de **turnos rotativo**. Evitan saturación, mejoran experiencia y protegen el ecosistema. Un ejemplo de competencia colaborativa.





SECCIÓN 5.4

Bodegas, queserías, obradores y agroexperiencias

Los productores que abren sus puertas al público generan **venta directa**, educación del consumidor, diferenciación y diversificación de ingresos.

Abrir las puertas: visitas, catas y talleres

1

Espacios preparados

Limpios, seguros y accesibles para el público.

2

Guión de visita

Claro y ensayado. Cada momento tiene su propósito.

3

Degustación diseñada

Bien pensada para educar el paladar y generar deseo de compra.

4

Opciones de compra

Al final de la visita. El momento perfecto para la venta directa.

Ejemplo: quesería familiar abierta al público



Quesería que abre **sábados** por la mañana:

- Visita guiada de 1h: prado, cabras, quesería, maduración
- Cata de 4 quesos
- Venta directa al final

12€

Por persona

Precio de la visita

20€

Venta media

Producto adicional por visitante

Storytelling de suelo, variedades locales y oficio

Los productores tienen **historias potentes** que contar y que conectan emocionalmente con los visitantes:

Recuperación de variedades autóctonas

Uvas, quesos, miel... Variedades casi perdidas que vuelven a la vida gracias al esfuerzo de productores comprometidos.

Técnicas tradicionales adaptadas

Saber ancestral combinado con conocimiento actual. Lo mejor de dos mundos.

Cuidado del suelo y biodiversidad

Producir sin químicos, regenerar la tierra. Una historia que justifica precios más altos.

Relevo generacional

Jóvenes que vuelven al rural. Historias de vida que inspiran y emocionan.

Ejemplo: bodega que recupera variedades perdidas

Bodega pequeña que recupera variedades de uva casi perdidas, explica en la visita cómo cuida el suelo sin químicos y muestra fotos antiguas de la familia vendimiando.

Los visitantes comparten la historia en redes y recomiendan la bodega.

40%

Aumento

en venta directa



Integración en itinerarios Miño–Minho y venta directa

Los productores no deben trabajar aislados. Integrarse en rutas y experiencias amplía el alcance:



Rutas gastronómicas

Formar parte de rutas del vino o gastronómicas del territorio.



Colaborar con alojamientos

Acuerdos con alojamientos y restaurantes cercanos para derivar visitantes.



Eventos y ferias

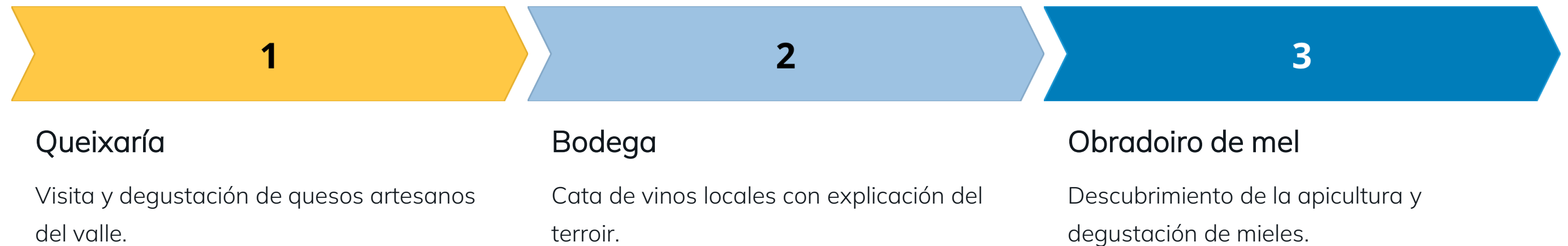
Participar en eventos del territorio para ganar visibilidad.



Venta online y colectiva

Vender en web propia y en puntos de venta colectivos.

Ejemplo: «Ruta dos Sabores do Miño»



Pack conjunto con visita a los tres productores, **picnic de productos y pequeño regalo**. Se vende a través de web común y de alojamientos de la zona. Reparto equitativo de ingresos y de esfuerzo de promoción.

SECCIÓN 5.5

Turismo creativo, cultural y comunitario

Los oficios tradicionales, las historias de frontera, las fiestas y las tradiciones orales son **activos únicos** del Miño–Minho que pueden convertirse en experiencias turísticas potentes.



Talleres de oficios tradicionales

Cestería, textil, cerámica, música, construcción tradicional... Son recursos turísticos potentes que generan múltiples beneficios:

Aprender haciendo

El visitante participa activamente en talleres prácticos.

Transmisión intergeneracional

Saberes que pasan de mayores a jóvenes y visitantes.

Ingresos para artesanos

Diversificación económica que dignifica el oficio.

Ejemplo: taller de tintes naturales



Artesana textil que ofrece taller de **3 horas de tintes naturales** con plantas del río:

1. Recogida de plantas tintóreas
2. Preparación de los tintes
3. Teñido de una pieza que el visitante se lleva

35€/persona, grupos de 6 máximo. Cubre costes, genera ingresos y da a conocer su trabajo a un público nuevo.

Rutas de memoria y patrimonio inmaterial

Las historias de frontera, las fiestas, las tradiciones orales y la música son activos únicos:



Rutas guiadas por mayores

Personas mayores que cuentan relatos vividos. Memoria viva del territorio.



Lugares de memoria

Contrabando, migraciones, mercados históricos. Visitas a espacios cargados de historia.



Archivo de relatos orales

Grabación y archivo de historias como parte de la experiencia. Patrimonio que se preserva.



Ejemplo: «Roteiro de Memoria da Fronteira»

Asociación cultural que organiza un **paseo de 2 horas** por aldeas de ambas orillas con **3 personas mayores** que cuentan historias de contrabando, bodas mixtas y mercados.

Se graba audio con permiso y se archiva. Visitantes pagan **15€**, parte va a la asociación y parte a los narradores. Patrimonio inmaterial que se convierte en experiencia viva.

Modelos de reparto justo de ingresos

El turismo comunitario implica que la comunidad **participa y se beneficia** de forma equitativa:



Cooperativas de guías locales

Guías del territorio organizados colectivamente, con reparto equitativo de trabajo e ingresos.



Fondos comunes

Parte del ingreso se destina a proyectos del pueblo: restauración de caminos, señalización, limpieza de riberas.



Contratos claros

Acuerdos de colaboración transparentes con artesanos, productores y narradores.

Ejemplo: fondo común para el territorio

El modelo

Red de experiencias Miño que destina **2€ de cada reserva** a un fondo común para proyectos de mejora del territorio.

Decisión participativa anual sobre el uso del fondo.

Proyectos financiados

- Restauración de caminos históricos
- Señalización de rutas
- Limpieza de riberas
- Mejora de infraestructuras comunitarias

Un modelo donde cada visitante contribuye directamente al bienestar del territorio que visita.

Recapitulación: Parte 2 del Manual

En esta segunda entrega hemos recorrido la **metodología completa en 5 pasos** para diseñar experiencias regenerativas y las **buenas prácticas concretas** para cinco tipos de empresa del Miño–Minho.

Metodología

Mirar, escuchar, definir, diseñar, prototipar.

Buenas prácticas

Alojamientos, restauración, naturaleza, agroexperiencias, turismo creativo.

Próxima entrega

Parte 3: continuamos construyendo un turismo que regenera el territorio.





CreaciónExperiencias

Evaluación Curso y Profesor



www.riominho.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com



Tel: +34 625 54 77 48