



PARTE 2 DE 3

MANUAL MINHO PLUS

Manual de Turismo Regenerativo e Sustentável

Metodologia para conceber experiências e boas práticas por tipo de empresa no território Miño–Minho.



Scanea o código para
aceder à **lista de presença**

FORMADORA



Alexandra Touza Espanha

Gerente da Ponle Cara al Turismo, consultoria, planos estratégicos, dinamização territorial, criação de produto, promoção turística, marca territorial e formação em Turismo Criativo, Comunitário e Industrial. CEO da plataforma imalocal.es, primeiro marketplace de turismo industrial, que conecta empresas, indústrias e pequenos produtores com viajantes de todo o mundo.

A sua experiência em empreendedorismo e melhoria empresarial, aliada a mais de 15 anos de conhecimento do setor turístico, permitiu-lhe desenvolver projetos a partir de uma perspetiva integral. O resultado do seu trabalho materializa-se na **gestão e coordenação de projetos de turismo industrial**, como a Ruta conservera, o Team Building Marinero, a Ruta Alimentaria de Santa Comba, e, recentemente, uma das rotas mais esperadas da cidade de Vigo, o Vigo Pesqueiro.

Agente de **Desenvolvimento Sustentável e Dinamizadora do Meio Rural**. Diretora da Empresa de Serviços Turísticos e Consultoria PONLE CARA AL TURISMO, S.L., membro operador da CREATIVE TOURISM GALICIA e membro operador de AOTI (Associação de Operadores de Turismo Industrial).

Tem ministrado formação como **docente** em Escolas de Turismo, Universidade Rey Juan Carlos, Universidade da Coruña, UNED de Ourense, UNED de Vigo, UNED da Coruña, Fedepesca, Hecansa, Deputação de Pontevedra, IEBS Business School, Associações de Empresários, Cooperativa de armadores, confrarias, câmaras municipais, assim como para administrações públicas na Galiza, Cantábria, Canárias, Portugal e Catalunha.

[Saber mais](#)



Conteúdo desta segunda parte

Nesta entrega abordamos dois grandes blocos do manual:

Capítulo 4

Metodologia passo a passo para conceber experiências regenerativas: diagnóstico, codesenho, propósito, viagem do cliente, prototipagem e ferramentas.

Capítulo 5

Boas práticas concretas por tipo de empresa: alojamentos, restauração, atividades de natureza, agroexperiências e turismo criativo-comunitário.



CAPÍTULO 4

Metodologia para conceber experiências regenerativas

Um processo de cinco passos que guia qualquer empresa turística do Miño–Minho desde a observação do território até o lançamento de uma experiência com impacto positivo real.

Passo 1 — Olhar o lugar

Diagnóstico rápido da paisagem, da comunidade e dos recursos

Antes de conceber uma experiência, é imprescindível compreender o contexto onde será desenvolvido. Este diagnóstico rápido deve responder três perguntas básicas que orientarão todas as decisões posteriores.



As três perguntas de diagnóstico

1 Quais recursos são essenciais?

Rio, vinhedo, bosque, fortaleza, ofício tradicional, festa, produto gastronómico... Identifique os ativos naturais e culturais-chave para a sua experiência.

2 Em que estado estão e quem os cuida?

Associações, comunidades de baldios, confrarias, cooperativas agrícolas, câmara municipal... Conheça os guardiões do recurso.

3 Que riscos ou tensões existem?

Pressão sobre o recurso, conflitos de uso, sazonalidade, falta de sucessão geracional... Antecipe os problemas antes de começar.

Ferramenta: Mapa de atores-chave

O que é?

Um esquema simples que identifica quem são os agentes relevantes e que relação têm contigo e com o recurso.

Atores típicos:

- Produtores locais
- Associações culturais
- Administração pública
- Outros negócios turísticos

Exemplo replicável

Uma **adega pequena** que quer oferecer visitas identifica: viticultor ecológico, associação cultural com percurso de património, câmara municipal que gere o centro de interpretação do vinho e alojamentos próximos.

A partir daí, concebe uma **experiência conjunta** que soma forças e multiplica o valor para o visitante.



PASSO 2

Escutar a comunidade

O turismo regenerativo não se concebe em um escritório; se codesenha com as pessoas que vivem, trabalham e cuidam do território. Isto pode ser feito através de entrevistas, oficinas e aprendizagem comunitária.

Técnicas de escuta ativa



Entrevistas informais

Com vizinhos, produtores, técnicos municipais e associações. Conversas próximas que revelam conhecimento profundo do território.



Oficinas de codesenho

Sessões onde se apresentam ideias e são recolhidos feedback de diferentes perfis. A comunidade participa ativamente em dar forma à experiência.



Aprendizagem comunitária

Incorporar saberes locais —receitas, ofícios, relatos, técnicas tradicionais— na conceção da experiência turística.

Perguntas-chave para as entrevistas

O que te parece que os visitantes conheçam isso?

O que gostaria que aprendessem?

Como poderíamos fazer sem incomodar ou causar dano?

Gostaria de participar de alguma forma?

Exemplo replicável

Uma empresa de percursos convoca uma reunião informal com os vizinhos de uma aldeia ripária para conceber uma **rota fluvial**. Os vizinhos contribuem com relatos da fronteira, apontam lugares frágeis que devem ser evitados e seguem incluir uma visita a lonja de pescadores.

O produto final é mais rico, conta com o **apoio local** e reparte benefícios.



PASSO 3

Definir propósito, público e promessa transformadora

Toda experiência regenerativa deve ter claro o seu **porquê**, o seu **para quem** e o seu **o que vai mudar** na pessoa que a vive. Estes três pilares guiam todos as decisões de conceção.

Os três pilares da experiência



Propósito

Por que existe esta experiência para além de gerar rendimentos?

Exemplo: reconectar as pessoas com o rio, transmitir o ofício da pesca artesanal, restaurar margens.



Público objetivo

A quem se destina?

Exemplo: famílias urbanas com crianças, casais interessados em ecoturismo, grupos pequenos de amigas.



Promessa transformadora

O que vai mudar na pessoa?

Exemplo: sai-se conhecendo o valor ecológico do rio, sabendo como apoiar a produtores locais.

Quadro de planeamento da experiência regenerativa

Ferramenta prática simplificada para definir os elementos-chave de sua experiência:

Elemento	Pergunta	Resposta breve
Propósito	Por que esta experiência?	(Sua resposta)
Público	Para quem?	(Sua resposta)
Promessa	O que vai mudar no visitante?	(Sua resposta)
Impacto local	O que melhora no território?	(Sua resposta)
Aliados-chave	Com quem colabora?	(Sua resposta)

Exemplo: «Miño de fronteira»



Propósito

Visibilizar a vida partilhada entre as duas margens do Miño.



Público

Viajantes culturais curiosos.



Promessa

Compreenderão a história viva da fronteira.



Aliados

Associação cultural PT, taberna galega, museu local. Apoio económico a produtores e guias de ambos os lados.



PASSO 4

Conceber a viagem completa do cliente

Uma experiência regenerativa **não começa** quando o cliente chega nem **termina quando vai embora**. Tem que cuidar de todo o percurso: antes, durante e depois, integrando impactos positivos em cada fase.

Antes — Preparar a chegada



Comunicação clara e honesta

Explica o que o visitante vai viver, qual impacto terá a sua visita e como se preparar (roupa, expectativas). A transparência gera confiança.



Mobilidade sustentável

Facilite como chegar de comboio ou autocarro, ofereça opções de partilha de carro. Reduz a pegada de carbono desde o primeiro momento.

Durante — Viver a experiência

01

Receção calorosa

Apresentação do contexto e do propósito da experiência. O visitante entende o porquê de estar ali.

02

Atividades com ritmo adequado

Momentos de reflexão, contacto direto com a comunidade e com a natureza. Não saturar, deixar espaço para a contemplação.

03

Ações regenerativas tangíveis

Plantar uma árvore, limpar uma margem, apoiar um projeto local. O visitante torna-se um agente de mudança.

Depois — Manter o vínculo

Seguimento

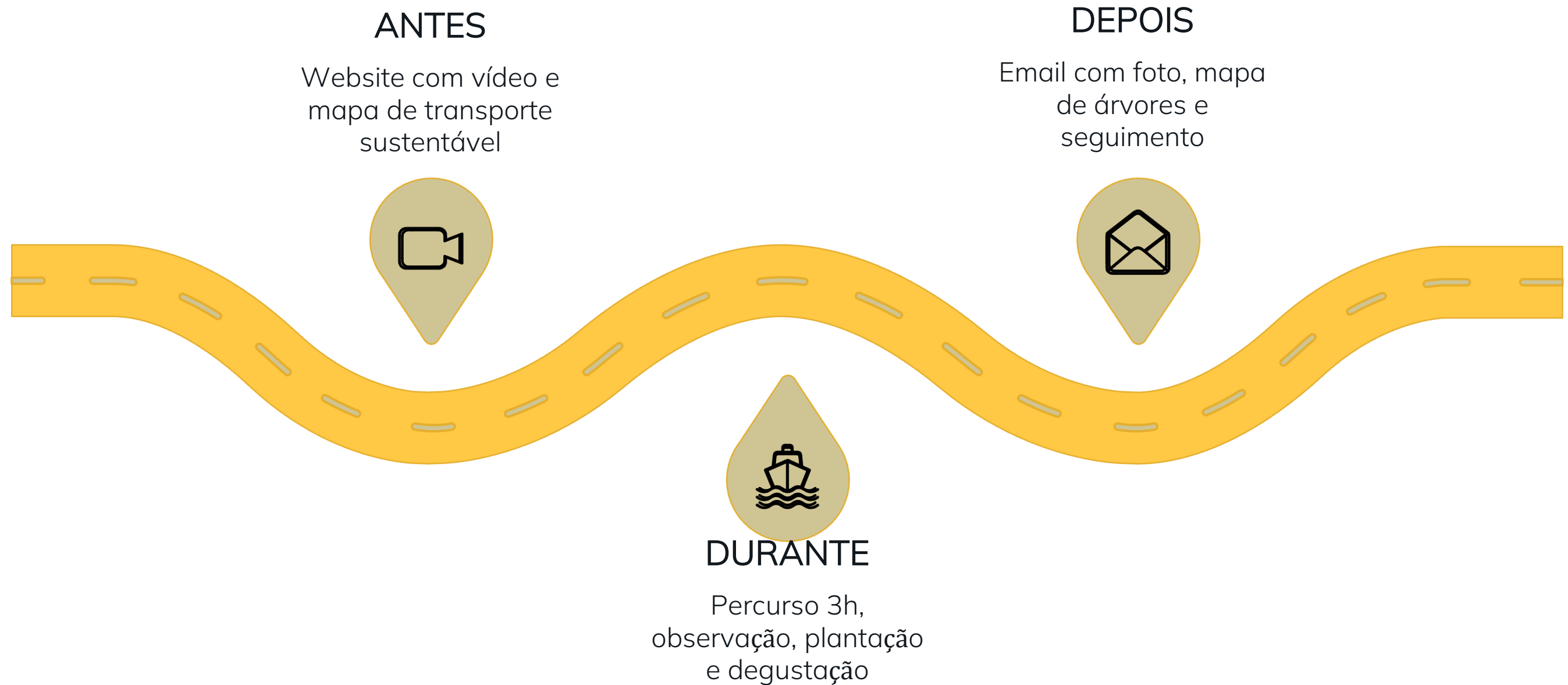
Email com agradecimento, resumo dos impactos gerados e formas de seguir conectado (newsletter, redes, próximas atividades).

Convite para voltar

Partilhar a experiência e voltar. O vínculo emocional com o território se mantêm vivo.

📄 **Exemplo:** Email com foto do grupo plantando, mapa de localização das «suas árvores» e link para projeto de seguimento. O visitante sente que deixou uma pegada positiva.

Exemplo completo da viagem do cliente



Este exemplo mostra como um percurso fluvial integra impactos positivos em cada fase, desde a comunicação prévia até o seguimento posterior.



PASSO 5

Prototipar e testar com grupos pequenos

Antes de lançar a experiência ao mercado, é fundamental **testá-la com grupos reduzidos** (beta-testers) e ajustar em função do aprendido. Não busque a perfeição: busque aprendizagem rápida.

Fases da prototipagem rápida



1. Criar um protótipo básico

Versão simplificada da experiência, pode ser gratuita ou a um preço reduzido.



2. Provar com 2–3 grupos

Perfis variados: locais, visitantes habituais, novos clientes.



3. Recolher feedback

O que gostaram, o que melhorariam, se recomendariam, o que aprenderam, como se sentiram.



4. Ajustar e lançar

Duração, preço, conteúdos, logística, comunicação. Validar a versão final.

Exemplo: «Da erva ao queijo»



Uma **queijaria** concebe a experiência e a testa com três grupos: amigos, clientes habituais e blogueiros gastronômicos.

Descobertas:

- Faltava tempo para a degustação.
- Os visitantes queriam levar um pequeno queijo de lembrança.

Ajustes: ampla duração, ajuste do preço e adiciona opção de compra. Lança ao mercado com êxito.

Ferramentas e modelos do programa Minho Plus

O manual oferece modelos de trabalho que facilitam todo o processo metodológico:



Quadro de planeamento da experiência regenerativa

Define propósito, público, promessa, impacto e aliados em um só documento.



Mapa de atores do território

Identifica e conecta aos agentes relevantes do seu entorno.



Ficha de producto Minho Plus

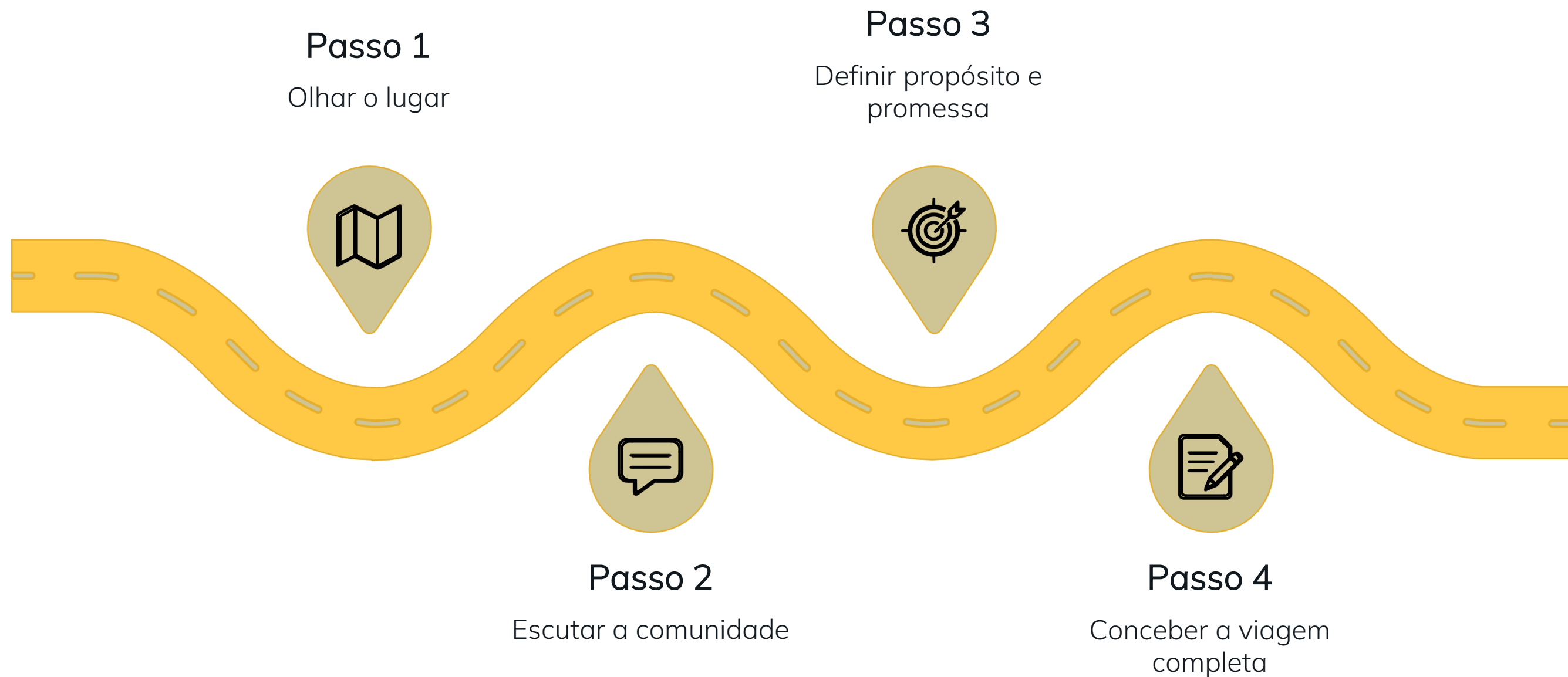
Estrutura a sua experiência com todos os dados necessários.



Checklist de teste e validação

Assegura que o seu protótipo cobre todos os aspetos antes do lançamento.

Resumo da metodologia em 5 passos



Estes cinco passos formam um ciclo iterativo: depois do lançamento, volte a olhar, escutar e ajustar para melhorar de forma contínua a sua experiência regenerativa.



CAPÍTULO 5

Boas práticas por tipo de empresa

Traduzimos os princípios do turismo regenerativo em **ações concretas** segundo o tipo de negócio, com orientações operativas e exemplos replicáveis para empresas do Miño–Minho.

Cinco tipos de empresa, um mesmo enfoque



Alojamentos rurais

Gestão ambiental, experiências in situ e redes colaborativas.



Restauração

Produto local, redução de desperdício e eventos gastronômicos.



Atividades de natureza

Pegada baixa, ações regenerativas e grupos pequenos.



Agroexperiências

Visitas, degustações, contação de histórias e integração em percursos.



Turismo criativo

Oficinas de ofícios, percursos de memória e reparto justo.

SEÇÃO 5.1

Alojamentos rurais e pequenos hotéis

As melhorias ambientais em alojamentos nem sempre requer grandes investimentos. Muitas são amortizadas rapidamente e melhoram a experiência do cliente.

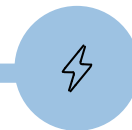


Gestão da água, energia e resíduos



Água

- Torneiras e duchas de baixo consumo
- Recolhida de água da chuva para irrigação
- Explicar ao hóspede o contexto hídrico local



Energia

- Placas solares para água quente ou eletricidade
- Iluminação LED
- Isolamento térmico básico



Resíduos

- Separação seletiva visível e fácil
- Compostagem de resíduos orgânicos
- Eliminação de plásticos de uso único

Caso de êxito: casa rural sustentável em Galiza



Casa rural que instala **sistema solar térmico**, substitui as lâmpadas por **LED** e cria uma pequena **composteira**.

40%

Redução

na fatura energética

Melhora as avaliações online e obtém um **selo de alojamento sustentável**.
Investimento amortizado em menos de dois anos.

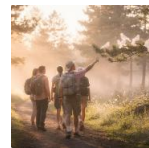
Experiências in situ: mais que um lugar onde dormir

Incorporar atividades simples aumenta o valor percebido e a diferenciação do alojamento:



Horta de aromáticas

Os hóspedes colhem ervas para a sua infusão ou para que o anfitrião cozinhe.



Passeios interpretativos

Percurso curto pelo entorno explicando flora, fauna e história local.



Espaço de trabalho remoto

Zona wifi, mesa ampla, cafeteria. Ideal para nómades digitais.



Observação do céu

Se o entorno permitir, uma pequena sessão de astronomia noturna.

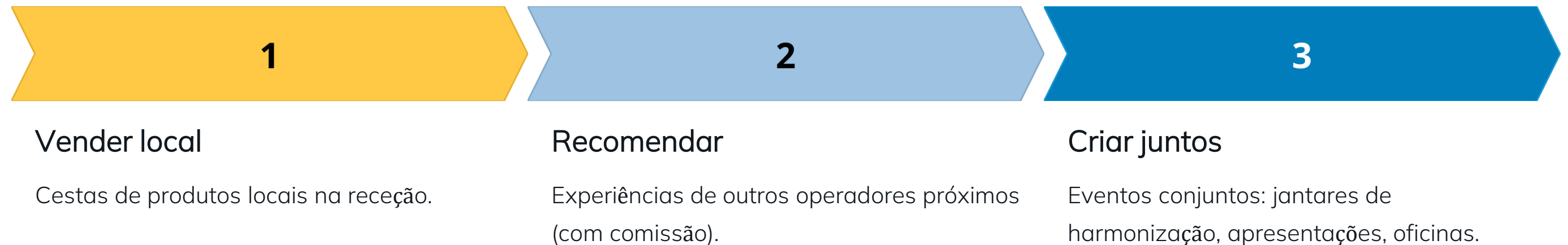


Exemplo: «Passeio ao amanhecer»

Casa rural que oferece passeio gratuito para hóspedes: **1 hora caminhando** pelo entorno com explicação de aves e plantas, terminando com um **pequeno-almoço de produtos locais**. Os hóspedes valorizam muito esta experiência e a mencionam em avaliações.

Redes com produtores, guias e associações

Nenhum alojamento deve trabalhar isolado. Construir alianças multiplica o valor para todos:



📄 **Exemplo:** Alojamento que fecha acordo com queijaria, bodega e empresa de caiaque: oferece «pack Miño completo» (alojamento + atividade + degustação) com preço conjunto e reparto equitativo. Melhora a ocupação em temporada média.



SEÇÃO 5.2

Restauração, bares e cafés

O restaurante é a **vitrine perfeita** da gastronomia do território. Apostar no produto local gera múltiplos benefícios: frescor, história, menor pegada de carbono e apoio direto a produtores.

Carta de produto local e de temporada

Carta sazonal

Muda de acordo com a disponibilidade de produtos. Cada temporada traz novos sabores.

Indicar a origem

«Queijo de X freguesia», «Lampreia de Y».
O comensal conhece a procedência.

Visibilizar produtores

Foto na parede, menção em redes, convite para eventos. O produtor tem rosto.

Exemplo: taberna de proximidade

Taberna que trabalha só com provedores a menos de 50 km, publica no menu um pequeno texto sobre cada produtor e organiza uma vez ao trimestre:

«Jantar com produtor»: menu especial onde o produtor explica seu trabalho aos comensais.

O resultado: clientes mais fiéis, produtores mais visíveis e uma história autêntica que é partilhada no boca a boca.



Redução de desperdício e embalagens

O setor gastronómico gera muitos resíduos. Existem múltiplas formas de reduzi-los:



Menus de aproveitamento

Utilizar partes que habitualmente são descartadas. Criatividade culinária à serviço da sustentabilidade.



Compostagem e reutilizáveis

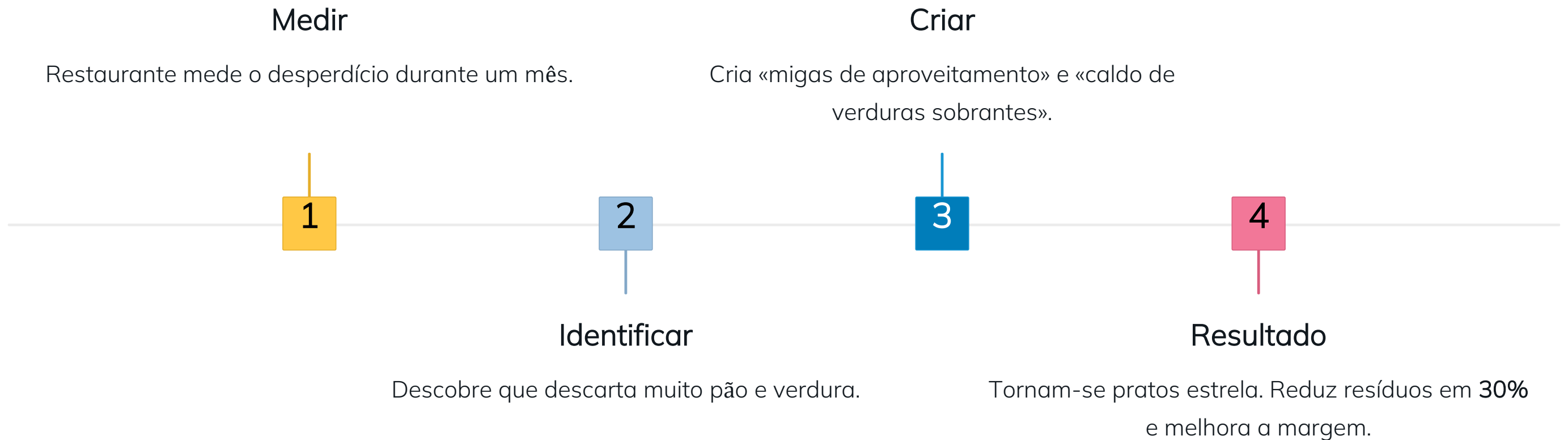
Compostagem de orgânicos, aliança com projetos tipo «ReTour» (utensílios reutilizáveis partilhados).



Doggy bag e zero plástico

Oferecer levar as sobras, eliminar plásticos de uso único (palhinhas, copos, talheres).

Exemplo: de resíduo a prato estrela



Eventos e experiências gastronómicas

O restaurante pode ir além do serviço diário e se converte em um **espaço de experiências**:



Degustações temáticas

Vinho, queijo, embutidos, com explicação e harmonização. Educar o paladar enquanto se desfruta.



Jantares com história

Menus baseados em receitas tradicionais com relatos de pessoas mais velhas. Gastronomia e memória.



Oficinas de cozinha

Pequenos grupos que cozinham pratos locais com o chef. Aprender fazendo.

Exemplo: «Quinta-feira de lampreia»

A proposta

Pequena tasca organiza todas as **quintas-feiras da temporada** um menu fixo de lampreia com explicação da arte da pesca sustentável.

Parte dos rendimentos é destinado à **associação de pescadores artesanais**.

O resultado

Torna-se um **evento de referência** na zona. Atrai tanto a locais como a visitantes. Gera rendimentos recorrentes para o restaurante e visibiliza a pesca artesanal do Miño.

Um exemplo perfeito de como a gastronomia pode ser veículo de cultura e sustentabilidade.



SEÇÃO 5.3

Empresas de atividades de natureza e cultura

As atividades na natureza podem ter impacto negativo se não são bem geridas. As boas práticas garantem que a experiência seja memorável e respeitosa.

Percursos de baixa pegada: a pé, em bicicleta ou em caiaque

Grupos pequenos

Máximo 8–12 pessoas por grupo. Melhor experiência, menor impacto.

Respeitar trilhos e zonas sensíveis

Seguir caminhos marcados, evitar zonas de sensibilidade ecológica e horários de nidificação/reprodução.

Evitar ruído excessivo

A natureza é desfrutada em silêncio. Menos ruído, mais conexão.

Materiais duradouros

Caiaques de qualidade, bicicletas com boa manutenção.
Equipamentos reparáveis, não descartáveis.



Exemplo: empresa de caiaque responsável

Empresa que limita grupos a **8 pessoas**, forma guias em interpretação ambiental, marca no mapa zonas de desembarque permitidas e **proíbe desembarque em ilhéus com nidificação**. Os clientes valorizam o enfoque respeitoso e refletem-no nas avaliações.

Integrar ações regenerativas simples

As atividades podem incluir pequenas ações de regeneração que **transformam a experiência**:



Limpeza de margens

Dedicar 15 min ao final do percurso para recolher resíduos, pesar e registrar. Impacto visível e imediato.



Plantação simbólica

Cada grupo planta uma árvore ripária, com seguimento posterior. Um seguimento tangível.



Ciência cidadã

Registrar espécies em apps como eBird ou iNaturalist. Dados úteis para a investigação.

Exemplo: «5 minutos de ciência» em cada percurso

Empresa de trilhos que incorpora em cada percurso:

- Registam **aves avistadas** em app colaborativa
- Mede a **caudal do rio** com método simples
- Fotografa **espécies invasoras**

Os dados são partilhados com a **universidade local** que estuda a bacia. Os clientes sentem-se parte de um projeto maior e a experiência ganha profundidade.



Segurança, capacidade de carga e grupos pequenos

01

Avaliação de riscos

Protocolos claros para cada atividade e entorno.

02

Seguro de responsabilidade civil

Cobertura adequada para todas as atividades oferecidas.

03

Equipamentos de qualidade

Bem mantidos e revisados periodicamente.

04

Formação contínua de guias

Atualização constante em segurança e interpretação.

05

Respeitar a capacidade de carga

Número máximo de pessoas por dia/zona quando se aplique.

Exemplo: acordo coletivo de capacidade de carga

- ❏ Rede de empresas de atividades do Miño que acorda entre todas um máximo de **40 pessoas/dia** no trecho mais sensível do rio, com sistema de **turnos rotativo**. Evitam a saturação, melhoram a experiência e protegem o ecossistema. Um exemplo de concorrência colaborativa.





SEÇÃO 5.4

Adegas, queijarias, oficinas e agroexperiências

Os produtores que abrem portas ao público geram **venda direta**, **educação do consumidor**, **diferenciação** e **diversificação de rendimentos**.

Abrir as portas: visitas, degustações e oficinas

1

Espaços preparados

Limpos, seguros e acessíveis para o público.

2

Roteiro da visita

Claro e ensaiado. Cada momento tem o seu propósito.

3

Degustação desenhada

Bem pensada para educar o paladar e gerar desejo de compra.

4

Opções de compra

Ao final da visita. O momento perfeito para a venda direta.

Exemplo: queijaria familiar aberta ao público



Queijaria que abre sábados pela manhã:

- Visita guiada de 1h: prado, cabras, queijaria, maturação
- Degustação de 4 queijos
- Venda direta ao final

12€

Por persona

Preço da visita

20€

Venda média

Produto adicional por visitante

Contaçaõ de história do solo, das variedades locais e do ofício

Os produtores tem **histórias potentes** para contar e que conectam emocionalmente com os visitantes:

Recuperação de variedades autóctones

Uvas, queijos, mel... Variedades quase perdidas que voltam à vida graças ao esforço de produtores comprometidos.

Cuidado do solo e da biodiversidade

Produzir sem químicos, regenerar a terra. Uma história que justifica preços mais altos.

Técnicas tradicionais adaptadas

Saber ancestral combinado com conhecimento atual. O melhor dos dois mundos.

Sucessão geracional

Jovens que voltam para o rural. Histórias de vida que inspiram e emocionam.

Exemplo: adega que recupera variedades perdidas

Adega pequena que recupera variedades de uva quase perdidas, explica na visita como cuida do solo sem químicos e mostra fotos antigas da família a vendimar.

Os visitantes partilham a história em redes e recomendam a adega.

40%

Aumento

em venda direta



Integração em itinerários Miño–Minho e venda direta

Os produtores não devem trabalhar isolados. Integrar-se em percursos e experiências amplia o alcance:



Percursos gastronómicos

Formar parte de percursos do vinho ou gastronómicos do território.



Colaborar com alojamentos

Acordos com alojamentos e restaurantes próximos para derivar visitantes.



Eventos e feiras

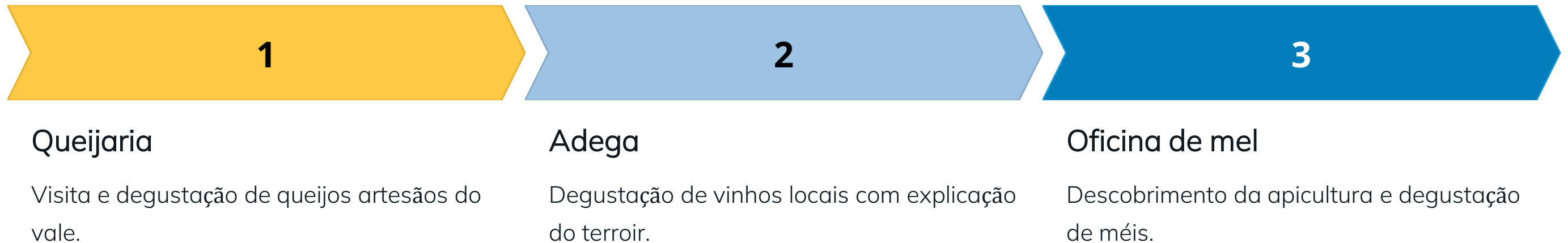
Participar em eventos do território para ganhar visibilidade.



Venda online e coletiva

Vender em web própria e em pontos de venda coletivos.

Exemplo: «Percurso dos Sabores do Miño»



Pack conjunto com visita aos três produtores, **piquenique de produtos e pequeno presente**. Se vende a través de web comum e de alojamentos da zona. Reparto equitativo de rendimentos e de esforço de promoción.

SEÇÃO 5.5

Turismo criativo, cultural e comunitário

Os ofícios tradicionais, as histórias de fronteira, as festas e as tradições orais são **ativos únicos** do Miño–Minho que podem ser convertidos em experiências turísticas potentes.



Oficinas de ofícios tradicionais

Cestaria, têxtil, cerâmica, música, construção tradicional... São recursos turísticos potentes que geram múltiplos benefícios:

Aprender fazendo

O visitante participa ativamente em oficinas práticas.

Transmissão intergeracional

Saberes que passam das pessoas mais velhas a jovens e visitantes.

Rendimentos para artesãos

Diversificação económica que dignifica o ofício.

Exemplo: oficina de tintas naturais



Artesã têxtil que oferece oficina de **3 horas de tintas naturais** com plantas do rio:

1. Recolha de plantas tintórias
2. Preparação das tintas
3. Tingimento de uma peça que o visitante leva

35€/pessoa, grupos de 6 máximo. Cobre custos, gera rendimentos e oferece a possibilidade de conhecer o seu trabalho a um público novo.

Percursos de memória e património imaterial

As histórias de fronteira, as festas, as tradições orais e a música são ativos únicos:



Percursos guiados por pessoas mais velhas

Pessoas mais velhas que contam relatos vividos. Memória viva do território.



Lugares de memória

Contrabando, migrações, mercados históricos. Visitas a espaços carregados de história.



Arquivo de relatos orais

Gravação e arquivo de histórias como parte da experiência. Património que é preservado.



Exemplo: «Roteiro de Memória da Fronteira»

Associação cultural que organiza um **passeio de 2 horas** por aldeias de ambas as margens com **3 pessoas mais velhas** que contam histórias de contrabando, casamentos mistos e mercados.

Um áudio é gravado, com permissão, e arquivado. Visitantes pagam **15€**, parte é destinada para a associação e parte para os narradores. Património imaterial que é convertido numa experiência viva.

Modelos de reparto justo de rendimentos

O turismo comunitário implica que a comunidade **participa** e **se beneficia** de forma equitativa:



Cooperativas de guias locais

Guias do território organizados coletivamente, com reparto equitativo de trabalho e rendimentos.



Fundos comuns

Parte do rendimento se destina a projetos da aldeia: restauração de caminhos, sinalização, limpeza de margens.



Contratos claros

Acordos de colaboração transparentes com artesãos, produtores e narradores.

Exemplo: fundo comum para o território

O modelo

Rede de experiências Miño que destina **2€ de cada reserva** a um fundo comum para projetos de melhoria do território.

Decisão participativa anual sobre o uso do fundo.

Projetos financiados

- Restauração de caminhos históricos
- Sinalização de percursos
- Limpeza de margens
- Melhoria de infraestruturas comunitárias

Um modelo onde cada visitante contribui diretamente ao bem-estar do território que visita.

Recapitulação: Parte 2 do Manual

Nesta segunda entrega percorremos a **metodologia completa em 5 passos** para conceber experiências regenerativas e as **boas práticas concretas** para cinco tipos de empresa do Miño–Minho.

Metodologia

Olhar, escutar, definir, conceber, prototipar.

Boas práticas

Alojamentos, restauração, natureza, agroexperiências, turismo criativo.

Próxima entrega

Parte 3: continuamos construindo um turismo que regenera o território.





CreaciónExperiencias

Avaliação Curso e Professor



www.riominho.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com



Telefone: +34 625 54 77 48