

Turismo Creativo: Conceptos y Diseño

Una exploración profunda sobre cómo el turismo evoluciona hacia experiencias participativas, auténticas y culturalmente enriquecedoras.

FORMACIÓN TURÍSTICA



Cofinanciado por la Unión Europea
Cofinanciado pela União Europeia

España - Portugal

VISIT_RIO_MINHO_PLUS



Universidade de Vigo





PAULA MILLER

Coordinadora de proyectos en la oficina de Santiago de Compostela, especializada en consultoría turística y gestión de iniciativas en distintos destinos. Con experiencia en la creación de experiencias turísticas, ha trabajado en proyectos a nivel nacional e internacional.

Entre sus principales trabajos destacan el diseño de experiencias enoturísticas sostenibles con ACEVIN, la digitalización de la oficina de turismo de Coaleda y el desarrollo de propuestas turísticas en Cartagena vinculadas al turismo naranja. Ha liderado proyectos gastronómicos en Ávila Auténtica, la integración de productos KMO en Cazorla y la promoción de la marca “Cocina de Paisaje” en Asturias.

En sostenibilidad, ha participado en el proyecto Oleoturismo España en Granada y Sevilla, y en la creación de experiencias en Ponferrada. También ha trabajado en la Ribeira Sacra y el Xeoparque Montañas do Courel, impulsando turismo de naturaleza y cultura.



Escanea el código para acceder la lista de asistencia

Introducción

Del observar al participar

Durante años, el turismo cultural se centró en visitar monumentos, museos y paisajes históricos. El visitante era un espectador pasivo.

Un nuevo modelo

El turismo ha evolucionado hacia un modelo donde el visitante busca participar activamente en la cultura del lugar: aprender, experimentar y crear durante su viaje.



Contenidos de la Sesión

01

Definición de Turismo Creativo

Qué es, cómo se diferencia del turismo cultural tradicional y el papel del visitante.

02

Tendencias del Turismo Creativo

Autenticidad, economía de la experiencia, aprendizaje y redes sociales.

03

Claves del Turismo Naranja

Economía creativa, industrias culturales y su conexión con el turismo.

04

Diseño de Experiencias

Principios, co-creación, narrativa y adaptación de productos existentes.

05

Aplicación en Empresas

Cómo alojamientos, restaurantes, productores y empresas de actividades pueden incorporar el turismo creativo.



Preguntas de Diagnóstico

Antes de comenzar, reflexionemos juntos sobre lo que ya sabemos y vivimos en nuestro territorio.

¿Qué Imagináis cuando Hablamos de Turismo Creativo?

Pregunta 1

Cuando escucháis el concepto **turismo creativo**, ¿qué tipo de actividades o experiencias os vienen primero a la cabeza?

Pregunta 2

¿Creéis que los visitantes actuales prefieren **participar activamente** en una experiencia o simplemente observar un lugar? ¿Por qué?



El Territorio como Recurso Creativo

Pregunta 3

Pensando en el **territorio del Río Miño**, ¿qué tradiciones, oficios o elementos culturales podrían convertirse en experiencias creativas para visitantes?

Pregunta 4

¿En vuestro negocio actual existe alguna actividad en la que el visitante pueda aprender algo nuevo, participar o crear algo durante la experiencia?

Referentes e Ideas para el Futuro

Pregunta 5

¿Conocéis algún ejemplo de destino turístico donde la **creatividad**, **el arte**, **la gastronomía** o **la artesanía** formen parte central de la experiencia turística?

Pregunta 6

Si tuvierais que diseñar una **experiencia creativa de 2-3 horas** en vuestro negocio o municipio, ¿qué actividad cultural del territorio utilizaríais como base?



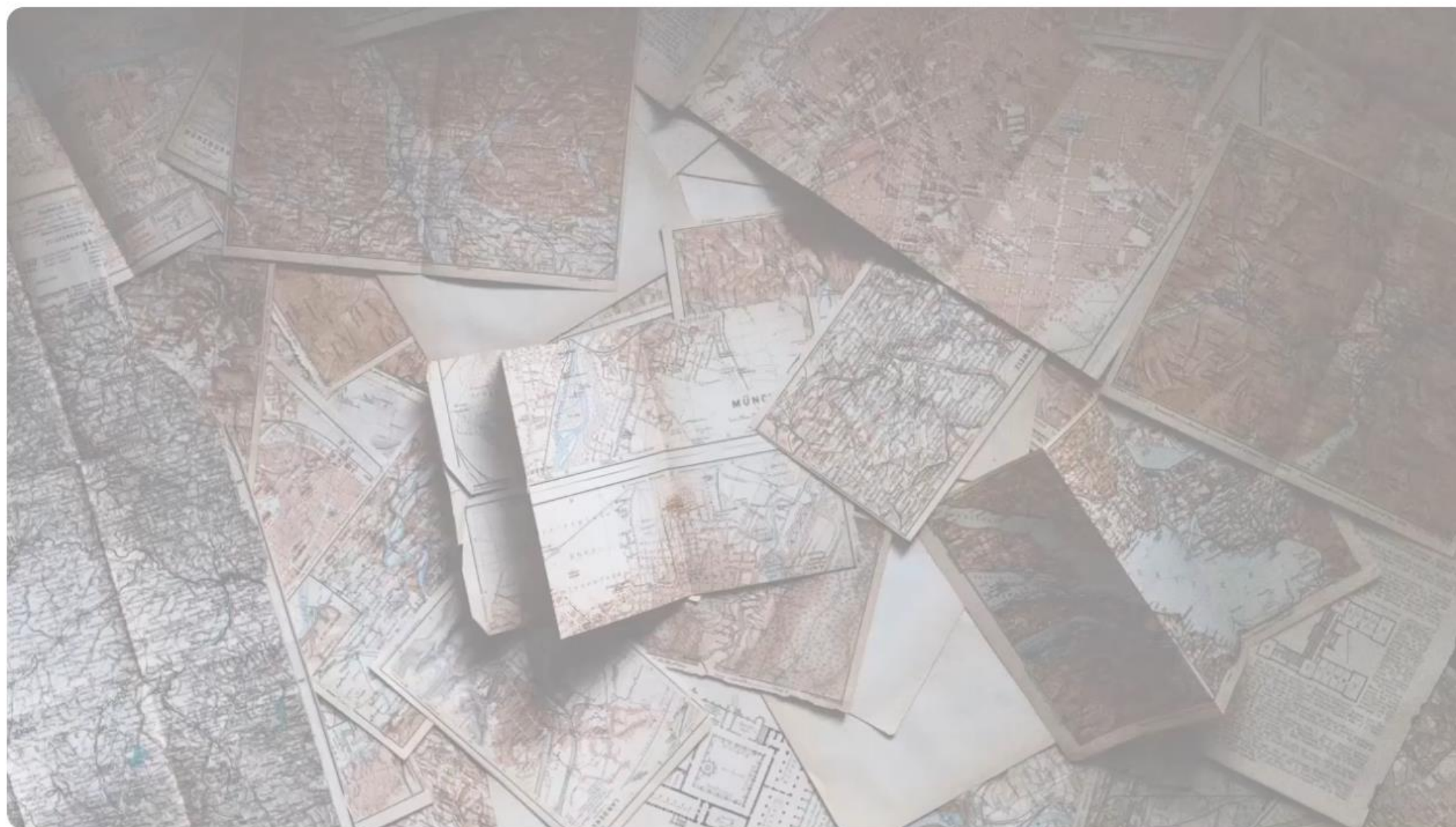
BLOQUE 1

Definición de Turismo Creativo



Turismo Creativo, Turismo Naranja Valparaíso

<https://youtu.be/H2EvT-iw5Co?si=fkVWWTUexi4K6h1ku>



¿ Qué entendemos por turismo creativo ?

<https://youtu.be/FfSJmp-aV1E?si=B2rygQs0J5lQQfRj>

¿Qué es el Turismo Creativo?

Turismo Cultural Tradicional

Se centra en **visitar y observar** elementos culturales: monumentos, museos, paisajes históricos. El visitante es receptor pasivo de la cultura.

Turismo Creativo

Propone una relación **activa** entre el visitante y la cultura del territorio. El visitante participa en procesos creativos o de aprendizaje vinculados a la cultura local: talleres, laboratorios creativos, experiencias gastronómicas participativas.




LIFESTYLE


Diez ciudades españolas que están en la red de ‘Creative Cities’ de la Unesco y por qué


La Red de Ciudades Creativas de la UNESCO se creó en 2004 para promover la cooperación hacia y entre las ciudades que identifiquen la creatividad como factor estratégico de desarrollo urbano sostenible.

<https://forbes.es/lifestyle/133890/diez-ciudades-espanolas-que-estan-en-la-red-de-creative-cities-de-la-unesco-y-por-que/>


¿POR QUÉ SE HA PRODUCIDO LA DESIGNACIÓN?


-  Demuestra un compromiso claro con la cultura y la creatividad como ejes de su planificación urbana y de sus políticas públicas, algo que la propia prensa local recoge como motivo del reconocimiento.


-  Integra la gastronomía en estrategias más amplias de sostenibilidad, comercio de proximidad y desarrollo económico, no solo como atractivo turístico, sino como política de ciudad (planes de comercio, mercados agroecológicos, apoyo al sector HORECA, etc.).

-  Presenta un plan de acción sólido y creíble para los próximos años: festivales internacionales, ferias, rutas temáticas y proyectos de cooperación que encajan perfectamente con la filosofía de la Red de Ciudades Creativas.

¿POR QUÉ SE HA PRODUCIDO LA DESIGNACIÓN?

-  Demuestra un compromiso claro con la cultura y la creatividad como ejes de su planificación urbana y de sus políticas públicas, algo que la propia prensa local recoge como motivo del reconocimiento.

-  Integra la gastronomía en estrategias más amplias de sostenibilidad, comercio de proximidad y desarrollo económico, no solo como atractivo turístico, sino como política de ciudad (planes de comercio, mercados agroecológicos, apoyo al sector HORECA, etc.).

-  Presenta un plan de acción sólido y creíble para los próximos años: festivales internacionales, ferias, rutas temáticas y proyectos de cooperación que encajan perfectamente con la filosofía de la Red de Ciudades Creativas.



https://www.unesco.org/es/creative-cities/list?sort=sort_country_asc&hub=80094



<https://www.exteriores.gob.es/RepresentacionesPermanentes/unesco/es/UNESCO%20en%20Espana/Paginas/Inscripciones%20UNESCO/Ciudades-creativas.aspx>




<https://www.espanacreativa.es/red-espana-creativa.html>




Sun News | Conoce lo mejor del turismo naranja

<https://youtu.be/az7Nsfz7xes?si=jVxZivvUYCWBE48T>

https://www.hosteltur.com/comunidad/004289_el-turismo-naranja-el-color-del-turismo-cultural-y-creativo-rumbo-a-una-alianza-estrategica-entre-los-sectores-cultural-y-turistico.html

 Tarifas



 ACADEMY

Última hora noticias Hoteles y Alojamientos Distribución Economía Transportes Destinos

10 agosto, 2015 (10:15:22) | Por Jordi Tresserras Juan, en Economía

El turismo naranja: el color del turismo cultural y creativo. Rumbo a una alianza estratégica entre los sectores cultural y turístico



Jordi Tresserras Juan
LABPATC-Laboratorio de
Patrimonio y Turismo Cultural
- UB - IBERTUR

Más sobre **Economía**

Bancos

experiencias

networking

Responsabilidad social corporativa

Responsabilidad Social Empresarial

segmentación de la oferta

Turismo cultural

Turismo gastronómico



El Visitante como Protagonista

En el turismo creativo, el visitante **deja de ser un espectador** y se convierte en protagonista de la experiencia. No solo recibe información, sino que participa activamente en la actividad.

- Por ejemplo, en lugar de observar a un artesano trabajar, el visitante aprende a realizar una pequeña pieza con sus propias manos.

La Importancia del Aprendizaje

Una característica fundamental del turismo creativo es el **aprendizaje**. El visitante participa en actividades donde adquiere nuevos conocimientos y habilidades.



Técnicas Tradicionales

Oficios y saberes artesanales del territorio.



Recetas Locales

Gastronomía auténtica y elaboración participativa.



Habilidades Artísticas

Expresión creativa vinculada a la cultura local.



Conocimientos Culturales

Historia, tradiciones e identidad del lugar.

Este aprendizaje genera una **conexión más profunda** con el destino.

El Patrimonio Cultural Inmaterial

El turismo creativo se centra especialmente en el **patrimonio cultural inmaterial**, que permite experiencias participativas difíciles de replicar en otros destinos.



Saberes y Técnicas Artesanales

Conocimientos transmitidos de generación en generación que definen la identidad del territorio.



Tradiciones Culinarias

Recetas, ingredientes y procesos gastronómicos únicos de cada lugar.



Música y Danza Local

Expresiones artísticas vivas que conectan al visitante con la comunidad.



Ejemplo: Taller de Elaboración de Queso

Un visitante participa en un taller de elaboración de queso con un productor local. Durante la actividad aprende sobre el proceso de producción, la historia de la receta y la relación entre el producto y el territorio.

- ☐ La experiencia se convierte en algo mucho más memorable que una simple degustación.



BLOQUE 2

Tendencias del Turismo Creativo

Búsqueda de Autenticidad

El viajero contemporáneo

Muchos viajeros están cansados de experiencias demasiado **estandarizadas** y buscan destinos donde puedan vivir experiencias genuinas y únicas.

La respuesta creativa

El turismo creativo responde a esta demanda porque permite al visitante **participar en la cultura local de forma directa**, conectando con personas reales y tradiciones auténticas.



Economía de la Experiencia

El turismo forma parte de lo que se conoce como **economía de la experiencia**. En este modelo, el valor no está solo en el producto o servicio, sino en la experiencia que vive el visitante.

- 📄 Aprender a cocinar una receta tradicional puede ser más memorable que simplemente comer ese plato en un restaurante.

Turismo como Aprendizaje

Cada vez más personas viajan para **aprender algo nuevo**. Esto ha impulsado el crecimiento de actividades que combinan turismo, ocio y aprendizaje.

Talleres de Fotografía

Capturar el paisaje y la cultura con técnica profesional.

Cursos de Cocina

Aprender recetas locales de manos de cocineros del territorio.

Talleres Artesanales

Cerámica, tejido, madera y otros oficios tradicionales.

Experiencias Creativas

Arte, música, danza y otras formas de expresión cultural.

Influencia de las Redes Sociales

Contenido generado por el visitante

Los visitantes suelen compartir fotos y vídeos de las actividades en las que participan, generando **visibilidad orgánica** para el destino y las empresas.

Las experiencias creativas son especialmente fotogénicas y compartibles, lo que amplifica el alcance de la promoción turística.

Impacto en la promoción

Esto ayuda a **promocionar el destino de forma natural** y genera visibilidad para las empresas sin coste adicional de publicidad.



que han sido muy muy lindos y ocupar un telar y además

creaciones muy muy lindas y a ocupar un telar y además realizar orfebrería



Primera Red de Turismo Creativo en Medellín / Álvaro Narváez, secretario de Cultura

https://youtu.be/26Cro_Sn8JM?si=3SkCIYUGO_KsH6Zo

<https://youtube.com/shorts/Llo9YooHKDM?si=9Wtw4lem7C--blqU>

Revalorización de Tradiciones

El turismo creativo puede contribuir a **revitalizar tradiciones y oficios que estaban desapareciendo**. Cuando estas actividades se integran en experiencias turísticas, pueden generar ingresos adicionales para las personas que mantienen esas tradiciones.

Esto contribuye directamente a la **preservación del patrimonio cultural del territorio**.



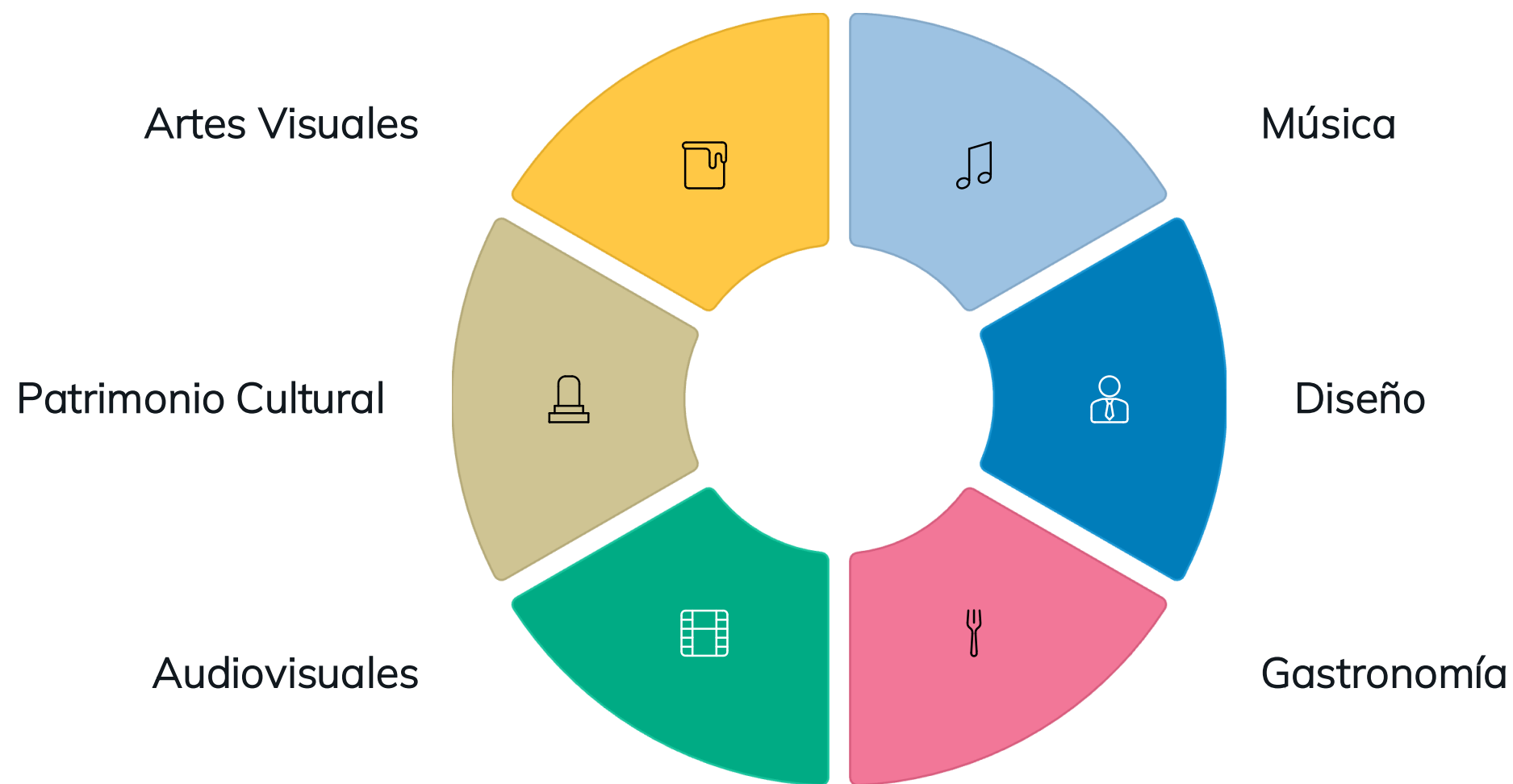


BLOQUE 3

Claves del Turismo Naranja

¿Qué es la Economía Naranja?

La **economía naranja** es el conjunto de actividades económicas basadas en la creatividad y la cultura. En este modelo, la creatividad se convierte en un recurso económico de primer orden.



Cultura como Motor Económico

La economía naranja reconoce que la cultura no solo tiene **valor simbólico o identitario**. También puede generar desarrollo económico real y sostenible.

Empleo en Sectores Creativos

Artistas, diseñadores, músicos, artesanos y otros profesionales culturales generan puestos de trabajo de calidad.

Nuevas Empresas Culturales

La creatividad impulsa la creación de nuevos negocios y modelos empresariales innovadores.

Turismo Cultural

Los visitantes atraídos por la cultura generan ingresos que se distribuyen en el territorio.

¿Qué es el Turismo Naranja?

Definición

El turismo naranja es la **aplicación de la economía creativa al turismo**. Consiste en desarrollar experiencias turísticas donde la creatividad y las industrias culturales forman parte central de la oferta.

Ejemplos

- Festivales culturales con participación activa
- Experiencias gastronómicas creativas
- Talleres artísticos con artistas locales

Conexión con Industrias Creativas

El turismo naranja conecta el turismo con profesionales de sectores creativos, generando nuevas oportunidades económicas para todos.



Artistas y Diseñadores

Abren sus talleres y procesos creativos a los visitantes.



Músicos

Ofrecen conciertos y talleres de música tradicional.



Chefs y Artesanos

Comparten técnicas y recetas en experiencias participativas.

Ejemplo: Festival Cultural

Un destino puede organizar un **festival cultural** donde los visitantes participen en talleres de arte, conciertos y actividades creativas. Este tipo de eventos atrae visitantes y al mismo tiempo **impulsa la economía cultural local**.



Tres Modelos de Turismo: Diferencias Clave

1

Turismo Cultural

Centrado en **visitar y conocer** el patrimonio.
El visitante observa y recibe información.

2

Turismo Creativo

Centrado en **participar y aprender**. El
visitante es protagonista activo de la
experiencia.

3

Turismo Naranja

Conecta turismo con **industrias creativas** y
genera desarrollo económico cultural.



BLOQUE 4

Diseño de Experiencias Culturales y Creativas

¿Qué Significa Diseñar una Experiencia?

Diseñar una experiencia turística significa **organizar una actividad de forma que el visitante viva algo memorable**. Para ello es necesario pensar en tres dimensiones fundamentales.

El Relato

La historia que conecta la actividad con el territorio y le da significado cultural.

Las Actividades

Qué hará el visitante durante la experiencia y cómo participará activamente.

Las Emociones

Qué sentirá y recordará el visitante después de vivir la experiencia.

Principios del Diseño de Experiencias

El diseño de experiencias se estructura en torno a **tres preguntas fundamentales** que ayudan a definir y articular cualquier actividad turística creativa.

1 ¿Qué hará el visitante?

Define las actividades concretas y el nivel de participación activa durante la experiencia.

2 ¿Qué aprenderá?

Identifica los conocimientos, técnicas o habilidades que el visitante adquirirá.

3 ¿Qué recordará?

Determina el impacto emocional y el recuerdo duradero que dejará la experiencia.



Autenticidad como Base

¿Por qué la autenticidad?

Las experiencias deben basarse en **elementos auténticos del territorio** para diferenciarse de otras actividades turísticas y conectar genuinamente con el visitante.

Elementos auténticos

- Productos locales y de temporada
- Tradiciones reales del territorio
- Historias y leyendas del lugar

Participación Activa

El visitante debe tener un **papel activo** en la experiencia. La participación genera mayor implicación emocional y hace que la experiencia sea más memorable y significativa.



Talleres Prácticos

El visitante aprende haciendo, con sus propias manos y bajo la guía de un experto local.



Procesos Creativos

El visitante participa en la creación de algo único: una pieza, una receta, una obra.



Actividades Prácticas

Experiencias en el entorno natural o cultural que implican movimiento y acción.



La Narrativa: El Alma de la Experiencia

Toda experiencia necesita una **historia que la conecte con el territorio**. La narrativa ayuda al visitante a comprender el significado cultural de la actividad y crea un vínculo emocional con el lugar.

- 📄 Ejemplos de narrativas del territorio: la historia del río Miño, las tradiciones pesqueras o las relaciones históricas entre Galicia y Portugal.

BLOQUE 5

Co-creación



¿Qué es la Co-creación?

La co-creación implica que las experiencias turísticas se diseñan **con la participación de múltiples actores**, no solo por las empresas turísticas de forma unilateral.

Empresas Turísticas

Aportan la estructura, la logística y la capacidad de comercialización de la experiencia.

Comunidad Local

Aporta el conocimiento, las tradiciones y la autenticidad que dan valor a la experiencia.

Visitantes

Participan activamente y contribuyen con su perspectiva y creatividad durante la experiencia.

La Comunidad como Protagonista

Más que un objeto de observación

En el turismo creativo, la comunidad local **no debe ser solo observada**. Debe participar activamente en las experiencias, siendo parte esencial del valor ofrecido.

Actores clave de la comunidad

- Artesanos y maestros de oficios
- Productores locales
- Artistas y músicos del territorio



Ejemplo: Taller de Cocina Comunitario

Un taller de cocina donde una persona local enseña a preparar una **receta tradicional**. El visitante participa en la actividad y aprende directamente de la comunidad, estableciendo una conexión humana auténtica.

Este modelo de co-creación beneficia tanto al visitante como a la persona local que comparte su saber.

	Adventure	Relaxation	Cultural Immersion	Nature & Wildlife
Passive Active	"guided city tour" ○○	"guided city tour" ○○	"spa retreat" (✓)	"safari riding experience"
Active	"spa retreat" ○○	"spa retreat" ○○	"local homestay" ○○	"beuturi" (✗)
Immersive	"safari homestay" ○○○	"local excursion" ○○	"safari excursion" ○○○○○○	"Safari & Wildlife"
Luxury & Comfort	"boutique resort" (✓)	"safari resort experience" ○○	"Safari excursion" ○○○	"Boutique resort experience" ○○

Tourism Experience Categories

BLOQUE 6

Matriz de Productos

Clasificación de Experiencias Turísticas

Las experiencias turísticas pueden clasificarse según dos dimensiones clave que determinan su valor creativo y su potencial de diferenciación.



Ejemplo de Matriz de Productos

1

Visita Guiada

Participación baja. El visitante observa y escucha.

2

Taller Artesanal

Participación alta. El visitante aprende y crea.

3

Festival Creativo

Participación alta + creatividad alta. Máximo valor experiencial.



BLOQUE 7

Adaptación de Productos Existentes

Transformar Productos Turísticos Existentes

Muchas empresas ya ofrecen productos turísticos que pueden **evolucionar hacia experiencias creativas** con pequeños ajustes que añaden valor cultural y participativo.

→ Paseo en Barco → Experiencia Cultural

Un paseo en barco puede incluir interpretación cultural del río y degustación gastronómica de productos locales.

→ Visita a Bodega → Taller Sensorial

Una visita a una bodega puede incluir un taller donde los visitantes identifican aromas o crean su propio coupage.

→ Alojamiento Rural → Espacio Creativo

Un alojamiento rural puede organizar talleres culturales o encuentros con productores locales del territorio.

Ejemplo: Taller Sensorial en Bodega



De la visita al taller

Una visita a una bodega puede incluir un **taller sensorial** donde los visitantes identifican aromas, aprenden sobre el proceso de elaboración y crean su propio coupage.

El visitante pasa de ser espectador a ser **creador**, llevándose una experiencia única e irrepetible.

Ejemplo: Alojamiento Rural como Espacio Creativo

Un alojamiento rural puede organizar talleres culturales o encuentros con productores locales, transformando la estancia en una experiencia de inmersión cultural completa.

El alojamiento deja de ser solo un lugar para dormir y se convierte en un **espacio de encuentro y aprendizaje** entre visitantes y comunidad local.





BLOQUE 8

Aplicación en Empresas

Alojamientos: Espacios Creativos

El alojamiento como experiencia

Los alojamientos pueden convertirse en **espacios creativos** donde ocurren experiencias culturales que van más allá del simple descanso.

Posibilidades

- Talleres culturales para huéspedes
- Encuentros con artesanos locales
- Actividades de inmersión en la cultura del territorio
- Espacios de co-creación artística



Restaurantes: Gastronomía como Relato

Los restaurantes pueden contar historias a través de la gastronomía, conectando cada plato con el territorio, sus productores y sus tradiciones. Además, pueden ofrecer talleres culinarios donde los visitantes aprenden a preparar recetas locales.



Empresas de Actividades: Cultura en la Naturaleza

Integración cultural

Las empresas de actividades pueden **integrar cultura en rutas de naturaleza** o experiencias interpretativas, añadiendo valor cultural a las actividades al aire libre.

Ejemplos prácticos

- Rutas con interpretación del patrimonio
- Actividades fluviales con historia del río
- Senderismo con etnobotánica local

Productores: Del Campo a la Experiencia

Los productores pueden ofrecer **talleres y experiencias participativas** relacionadas con sus productos, permitiendo a los visitantes conocer de primera mano los procesos de producción, la historia del producto y su relación con el territorio.

- ❏ Un productor de miel, un viticultor o un pescador pueden convertir su trabajo cotidiano en una experiencia turística única y auténtica.



CONCLUSIÓN

Turismo Creativo como Oportunidad



Una Oportunidad de Diferenciación

El turismo creativo permite **diferenciar la oferta turística** y atraer visitantes interesados en experiencias auténticas, que buscan algo más que la visita convencional.

3x

Mayor Fidelización

Las experiencias participativas generan mayor lealtad al destino.



Mayor Gasto

Los turistas creativos tienden a gastar más en el territorio.

100%

Diferenciación

Experiencias únicas que no pueden replicarse en otros destinos.

Cultura como Motor de Innovación

Creatividad + Cultura = Innovación

La creatividad puede **transformar recursos culturales en experiencias únicas**. Los elementos del patrimonio que parecen ordinarios para los locales pueden ser extraordinarios para los visitantes.

El potencial del territorio

Cada territorio tiene recursos culturales únicos que, trabajados con creatividad, pueden convertirse en experiencias turísticas diferenciadoras y sostenibles.

El Papel Fundamental de las Empresas

Las empresas son **fundamentales para diseñar y ofrecer** estas experiencias. Son el puente entre el patrimonio cultural del territorio y los visitantes que buscan experiencias auténticas.



Diseñar

Crear experiencias estructuradas con narrativa, participación y valor cultural.



Conectar

Vincular a los visitantes con la comunidad local y sus saberes.

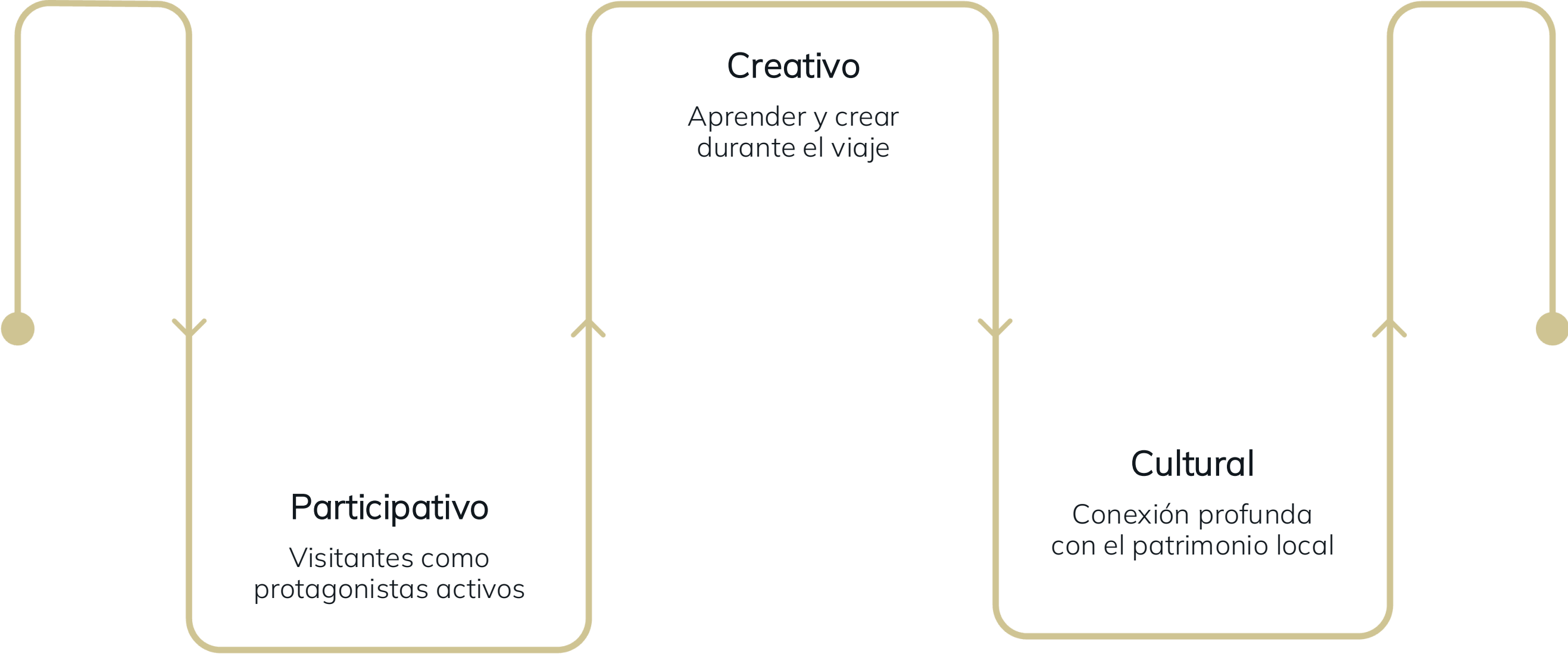


Comunicar

Transmitir el valor y la autenticidad de la experiencia al mercado.

El Futuro del Turismo

El turismo del futuro será cada vez más participativo, creativo y cultural. Los destinos que sepan adaptarse a esta tendencia tendrán una ventaja competitiva sostenible.



Esta evolución no es una moda pasajera, sino una transformación estructural del sector turístico global.



Mensaje Final

El patrimonio cultural del territorio puede convertirse en una fuente de innovación turística si se trabaja con **creatividad y colaboración**.

El Río Miño, sus tradiciones, sus oficios, su gastronomía y su historia son recursos únicos. La oportunidad está en transformarlos en experiencias que los visitantes recuerden para siempre.

Resumen de la Sesión

01

Turismo Creativo

El visitante pasa de observador a protagonista activo, aprendiendo y creando durante su viaje.

02

Tendencias

Autenticidad, economía de la experiencia, aprendizaje y visibilidad en redes sociales impulsan el turismo creativo.

03

Turismo Naranja

Conecta turismo con industrias creativas para generar desarrollo económico y cultural.

04

Diseño de Experiencias

Basado en autenticidad, participación activa, narrativa y co-creación con la comunidad.

05

Aplicación Empresarial

Alojamientos, restaurantes, productores y empresas de actividades pueden incorporar el turismo creativo.

Próximos Pasos

Tras esta sesión, os animamos a reflexionar sobre cómo podéis incorporar el turismo creativo en vuestros negocios.

1

Identificar Recursos

¿Qué elementos culturales únicos tiene vuestro negocio o territorio que puedan convertirse en experiencias?

2

Diseñar una Experiencia

Aplicad los principios aprendidos: narrativa, participación activa y autenticidad.

3

Conectar con la Comunidad

Identificad artesanos, productores o artistas locales con quienes podáis co-crear experiencias.

4

Probar y Mejorar

Lanzad una primera versión de la experiencia, recoged feedback y mejoradla continuamente.

Recursos y Referencias

Conceptos Clave

- **Turismo creativo:** participación activa en la cultura local
- **Economía naranja:** creatividad como recurso económico
- **Co-creación:** diseño participativo de experiencias
- **Patrimonio inmaterial:** saberes, técnicas y tradiciones vivas

Para Profundizar

- Creative Tourism Network (creativetourismnetwork.org)
- Economía Naranja — BID (Banco Interamericano de Desarrollo)
- UNESCO — Patrimonio Cultural Inmaterial
- Turespaña — Turismo Cultural y Creativo en España

Actividad Práctica

En grupos pequeños, diseñad una experiencia creativa de 2-3 horas para vuestro negocio o municipio. Utilizad los principios aprendidos en la sesión.

¿Qué recurso cultural usaréis?

¿Qué hará el visitante?

¿Qué aprenderá?

¿Qué recordará?



Preguntas y Debate

Reflexión Final

¿Qué experiencia creativa podríais implementar en vuestro negocio en los próximos 6 meses? ¿Cuál sería el mayor reto y cómo lo superaríais?

Compartid con el grupo

- Una idea de experiencia creativa para vuestro negocio
- Un recurso cultural del territorio que queráis valorizar
- Una colaboración posible con otro actor del territorio

¡Gracias por vuestra participación!

El turismo creativo es una oportunidad real para el territorio del Río Miño. Con creatividad, colaboración y autenticidad, podemos construir una oferta turística única que beneficie a visitantes, empresas y comunidad local.

TURISMO CREATIVO

RÍO MIÑO

ECONOMÍA NARANJA





Creación Experiencias



www.riominho.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com



Teléfono: +34 692 43 95 19

Interreg  Cofinanciado por la Unión Europea
Cofinanciado pela União Europeia

España - Portugal

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

 **RÍO
MINHO**

 **cim alto minho**
comunidade intermunicipal do minho-lima

 **Deputación
Pontevedra**

 **TURISMO
NORTE**
NORTIUM
PATRIMONIO
& CULTURAL

 **TURISMO
DE GALICIA** *galicia*

 **ADRIMINHO**

 **AXENCIA GALEGA
DA CALIDADE
ALIMENTARIA**

 **ipvc**

Universidade de Vigo

 **CONCELLO
SALVATERRA DE MIÑO**

 **CONCELLO DE TUI**