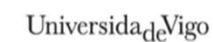


Turismo Criativo: Conceitos e Design

Uma exploração profunda sobre como o turismo evolui para experiências participativas, autênticas e culturalmente enriquecedoras.

FORMAÇÃO TURÍSTICA





PAULA MILLER

Coordenadora de projetos no escritório de Santiago de Compostela, especializada em consultoria turística e gestão de iniciativas em diferentes destinos. Com experiência na criação de experiências turísticas, trabalhou em projetos a nível nacional e internacional.

Entre os seus principais trabalhos destacam-se a conceção de experiências enoturísticas sustentáveis com ACEVIN, a digitalização do posto de turismo de Covaleda e o desenvolvimento de propostas turísticas em Cartagena vinculadas ao turismo laranja. Liderou projetos gastronómicos em Ávila Auténtica, a integração de productos KMO em Cazorla e a promoção da marca “Cocina de Paisaje” nas Astúrias.

Em sustentabilidade, participou no projeto Oleoturismo España em Granada e Sevilha, bem como na criação de experiências em Ponferrada. Também trabalhou na Ribeira Sacra e no Xeoparque Montañas do Courel, impulsionando o turismo de natureza e cultura.



Scanea o código para acceder à lista de
presença

Introdução

Do observar ao participar

Durante anos, o turismo cultural se centrou em visitar monumentos, museus e paisagens históricas. O visitante era um espectador passivo.

Um novo modelo

O turismo evoluiu para um modelo onde o visitante busca participar ativamente na cultura do lugar: aprender, experimentar e criar durante a sua viagem.



Conteúdos da Sessão

01

Definição de Turismo Criativo

O que é, como se diferencia do turismo cultural tradicional e o papel do visitante.

02

Tendências do Turismo Criativo

Autenticidade, economia da experiência, aprendizagens e redes sociais.

03

Chaves do Turismo Laranja

Economia criativa, indústrias culturais e sua conexão com o turismo.

04

Conceção de Experiências

Princípios, co-criação, narrativa e adaptação de produtos existentes.

05

Aplicação em Empresas

Como alojamentos, restaurantes, produtores e empresas de atividades podem incorporar o turismo criativo.



Perguntas de Diagnóstico

Antes de começar, refletamos juntos sobre o que já sabemos e vivemos no nosso território.

O que Imaginam quando Falamos de Turismo Criativo?

Pergunta 1

Quando escutam o conceito **turismo criativo**, que tipo de atividades ou experiências vêm primeiro à cabeça?

Pergunta 2

Acreditam que os visitantes atuais preferem **participar ativamente** numa experiência ou simplesmente observar um lugar? Por que?



O Território como Recurso Criativo

Pergunta 3

Pensando no **território do Rio Minho**, quais tradições, ofícios ou elementos culturais poderiam ser convertidos em experiências criativas para visitantes?

Pergunta 4

No vosso negócio atual existe alguma atividade na qual o visitante possa **aprender algo novo**, participar ou criar algo durante a experiência?

Referências e Ideias para o Futuro

Pergunta 5

Conhece algum exemplo de destino turístico onde **a criatividade, a arte, a gastronomia ou o artesanato** são parte central da experiência turística?

Pergunta 6

Se tivesse que conceber uma **experiência criativa de 2-3 horas** em vosso negócio ou município, qual atividade cultural do território utilizaria como base?



BLOCO 1

Definição de Turismo Criativo



Turismo Creativo, Turismo Naranja Valparaíso

<https://youtu.be/H2EvT-iw5Co?si=fkWWTUexi4K6h1ku>



¿ Qué entendemos por turismo creativo ?

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

O que é o Turismo Criativo?

Turismo Cultural Tradicional

Está centrado em **visitar e observar** elementos culturais: monumentos, museus, paisagens históricas. O visitante é recetor passivo da cultura.

Turismo Criativo

Propõe uma relação **ativa** entre o visitante e a cultura do território. O visitante participa em processos criativos ou de aprendizagem vinculados à cultura local: oficinas, laboratórios criativos, experiências 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



O Visitante como Protagonista

No turismo criativo, o visitante **deixa de ser um espectador** e é convertido no protagonista da experiência. Não apenas recebe informação, mas também participa ativamente na atividade.

- Por exemplo, ao invés de observar um artesão trabalhar, o visitante aprende a realizar uma pequena peça com suas próprias mãos.

A Importância da Aprendizagem

Uma característica fundamental do turismo criativo é a **aprendizagem**. O visitante participa em atividades onde adquire novos conhecimentos e habilidades.



Técnicas Tradicionais

Ofícios e saberes artesanais do território.



Receitas Locais

Gastronomia autêntica e elaboração participativa.



Habilidades Artísticas

Expressão criativa vinculada à cultura local.



Conhecimentos Culturais

História, tradições e identidade do lugar.

Esta aprendizagem gera uma **conexão mais profunda** com o destino.

O Património Cultural Imaterial

O turismo criativo está centrado especialmente no **património cultural imaterial**, que permite experiências participativas difíceis de replicar em outros destinos.



Saberes e Técnicas Artesanais

Conhecimentos transmitidos de geração em geração que definem a identidade do território.



Tradições Culinárias

Receitas, ingredientes e processos gastronómicos únicos de cada lugar.



Música e Dança Local

Expressões artísticas vivas que conectam o visitante com a comunidade.



Exemplo: Oficina de Elaboração de Queijo

Um visitante participa numa oficina de elaboração de queijo com um produtor local. Durante a atividade aprende sobre o processo de produção, a história da receita e a relação entre o produto e o território.

- ❏ A experiência é convertida em algo muito mais memorável que uma simples degustação.



BLOCO 2

Tendências do Turismo Criativo

Busca de Autenticidade

O viajante contemporâneo

Muitos viajantes estão cansados de experiências excessivamente **padronizadas** e buscam destinos onde possam viver experiências genuínas e únicas.

A resposta criativa

O turismo criativo responde a esta demanda porque permite ao visitante **participar na cultura local de forma direta**, conectando com pessoais reais e tradições autênticas.



Economia da Experiência

O turismo faz parte do que se conhece como **economia da experiência**. Neste modelo, o valor não está apenas no produto ou no serviço, mas também na experiência que o visitante vive.

- 📄 Aprender a cozinhar uma receita tradicional pode ser mais memorável que simplesmente comer este prato num restaurante.

Turismo como Aprendizagem

Cada vez mais pessoas viajam para **aprender algo novo**. Isto impulsionou o crescimento de atividades que combinam turismo, ócio e aprendizagem.

Oficinas de Fotografia

Capturar a paisagem e a cultura com técnica profissional.

Cursos de Cozinha

Aprender receitas locais das mãos de cozinheiros do território.

Oficinas Artesanais

Cerâmica, tecido, madeira e outros ofícios tradicionais.

Experiências Criativas

Arte, música, dança e outras formas de expressão cultural.

Influência das Redes Sociais

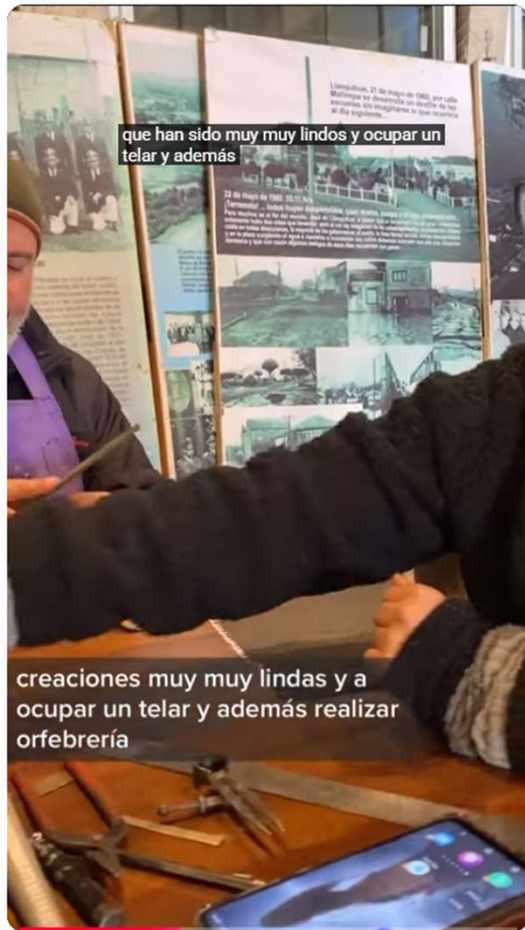
Conteúdo gerado pelo visitante

Os visitantes costumam partilhar fotos e vídeos das atividades nas que participam, gerando **visibilidade orgânica** para o destino e para as empresas.

As experiências criativas são especialmente fotogénicas e partilháveis, o que amplifica o alcance da promoção turística.

Impacto na promoção

Isto ajuda a **promover o destino de forma natural** e gera visibilidade para as empresas sem custo adicional de publicidade.



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



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

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

Revalorização de Tradições

O turismo criativo pode contribuir a **revitalizar tradições e ofícios que estavam desaparecendo**. Quando estas atividades são integradas em experiências turísticas, podem gerar rendimentos adicionais para as pessoas que mantêm essas tradições.

Isto contribui diretamente à **preservação do património cultural** do território.



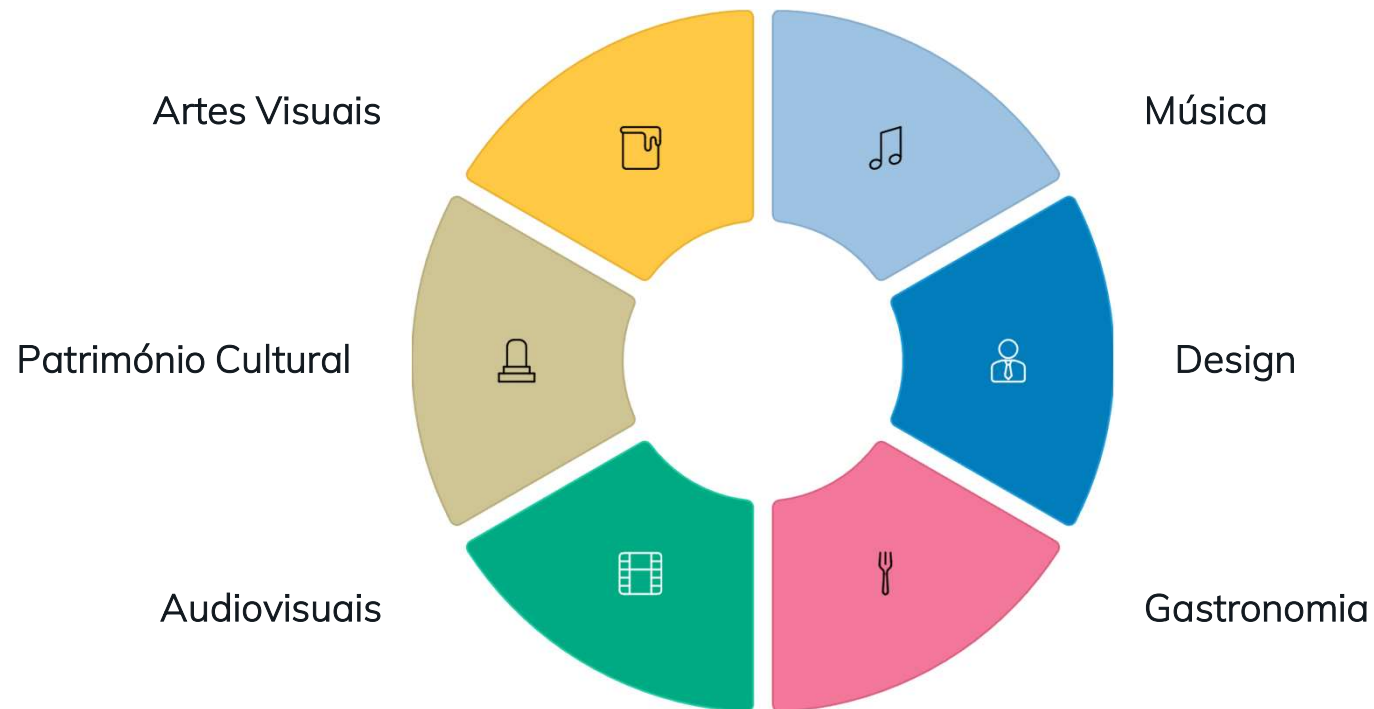


BLOCO 3

Chaves do Turismo Laranja

O que é a Economia Laranja?

A **economia laranja** é o conjunto de atividades económicas baseadas na criatividade e na cultura. Neste modelo, a criatividade é convertida num recurso económico de primeira ordem.



Cultura como Motor Económico

A economia laranja reconhece que a cultura não tem apenas **valor simbólico ou identitário**. Também pode gerar desenvolvimento económico real e sustentável.

Emprego em Setores Criativos

Artistas, designers, músicos, artesãos e outros profissionais culturais geram postos de trabalho de qualidade.

Novas Empresas Culturais

A criatividade impulsiona a criação de novos negócios e modelos empresariais inovadores.

Turismo Cultural

Os visitantes atraídos pela cultura geram rendimentos que são distribuídos no território.

O que é o Turismo Laranja?

Definição

O turismo laranja é a **aplicação da economia criativa ao turismo**. Consiste em desenvolver experiências turísticas onde a criatividade e as indústrias culturais fazem parte central da oferta.

Exemplos

- Festivais culturais com participação ativa
- Experiências gastronómicas criativas
- Oficinas artísticas com artistas locais

Conexão com Indústrias Criativas

O turismo laranja conecta o turismo com profissionais de setores criativos, gerando novas oportunidades económicas para todos.



Artistas e Designers

Abrem as suas oficinas e processos criativos aos visitantes.



Músicos

Oferecem concertos e oficinas de música tradicional.



Chefs e Artesãos

Partilham técnicas e receitas em experiências participativas.

Exemplo: Festival Cultural

Um destino pode organizar um **festival cultural** onde os visitantes participam em oficinas de arte, concertos e atividades criativas. Este tipo de eventos atrai visitantes e ao mesmo tempo **impulsiona a economia cultural local**.



Três Modelos de Turismo: Diferenças-Chave

1

Turismo Cultural

Centrado em **visitar e conhecer** o património. O visitante observa e recebe informação.

2

Turismo Criativo

Centrado em **participar e aprender**. O visitante é protagonista ativo da experiência.

3

Turismo Laranja

Conecta turismo com **indústrias criativas** e gera desenvolvimento económico cultural.



BLOCO 4

Conceção de Experiências Culturais e Criativas

O que Significa Conceber uma Experiência?

Conceber uma experiência turística significa **organizar uma atividade de forma que o visitante viva algo memorável**. Para isso, é necessário pensar em três dimensões fundamentais.

O Relato

A história que conecta a atividade com o território e dá significado cultural.

As Atividades

O que o visitante fará durante a experiência e como participará ativamente.

As Emoções

O que o visitante sentirá e recordará depois de viver a experiência.

Princípios da Conceção de Experiências

A conceção de experiências estrutura-se em torno de **três perguntas fundamentais** que ajudam a definir e articular qualquer atividade turística criativa.

1 O que o visitante fará?

Defina as atividades concretas e o nível de participação ativa durante a experiência.

2 O que aprenderá?

Identifique os conhecimentos, as técnicas ou as habilidades que o visitante adquirirá.

3 O que recordará?

Determine o impacto emocional e a lembrança duradoura que deixará a experiência.



Autenticidade como Base

Por que a autenticidade?

As experiências devem basear-se em **elementos autênticos do território** para diferenciar-se de outras atividades turísticas e conectar genuinamente com o visitante.

Elementos autênticos

- Produtos locais e de temporada
- Tradições reais do território
- Histórias e lendas do lugar

Participação Ativa

O visitante deve ter um **papel ativo** na experiência. A participação gera maior implicação emocional e torna a experiência mais memorável e significativa.



Oficinas Práticas

O visitante aprende fazendo, com suas próprias mãos e sob a orientação de um experto local.



Processos Criativos

O visitante participa na criação de algo único: uma peça, uma receita, uma obra.



Atividades Práticas

Experiências no entorno natural ou cultural que implicam movimento e ação.



A Narrativa: A Alma da Experiência

Toda experiência necessita de uma **história que a conecte com o território**. A narrativa ajuda o visitante a compreender o significado cultural da atividade e cria um vínculo emocional com o lugar.

- 📄 Exemplos de narrativas do território: a história do rio Minho, as tradições pesqueiras ou as relações históricas entre Galiza e Portugal.

BLOCO 5

Co-criação



O que é a Co-criação?

A co-criação implica que as experiências turísticas são concebidas **com a participação de múltiplos atores**, não apenas pelas empresas turísticas de forma unilateral.

Empresas Turísticas

Aportam a estrutura, a logística e a capacidade de comercialização da experiência.

Comunidade Local

Aporta o conhecimento, as tradições e a autenticidade que dão valor à experiência.

Visitantes

Participam ativamente e contribuem com a sua perspetiva e criatividade durante a experiência.

A Comunidade como Protagonista

Mais que um objeto de observação

No turismo criativo, a comunidade local **não deve ser apenas observada**. Deve participar ativamente nas experiências, sendo parte essencial do valor oferecido.

Atores-chave da comunidade

- Artesãos e mestres de ofícios
- Produtores locais
- Artistas e músicos do território



Exemplo: Oficina de Cozinha Comunitária

Uma oficina de cozinha onde uma pessoa local ensina a preparar uma **receita tradicional**. O visitante participa na atividade e aprende diretamente da comunidade, estabelecendo uma conexão humana autêntica.

Este modelo de co-criação beneficia tanto ao visitante como à pessoa local que partilha o seu 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" ○○	"beutumi" ✗
Immersive	"safari homestay" ○○○	"local excursion" ○○	"safari excursion" ○○○○○○	"Safari & Wildlife"
Luxury & Comfort	"boutique resort" ✓	"safari resort experience" ○○	"Safari excursion" ○○	"Boutique resort experience" ○○

Tourism Experience Categories

BLOCO 6

Matriz de Produtos

Classificação de Experiências Turísticas

As experiências turísticas podem ser classificadas segundo duas dimensões-chave que determinam o seu valor criativo e o seu potencial de diferenciação.



Exemplo de Matriz de Produtos

1

Visita Guiada

Participação baixa. O visitante observa e escuta.

2

Oficina Artesanal

Participação alta. O visitante aprende e cria.

3

Festival Criativo

Participação alta + criatividade alta. Máximo valor experiencial.



BLOCO 7

Adaptação de Produtos Existentes

Transformar Produtos Turísticos Existentes

Muitas empresas já oferecem produtos turísticos que podem **evoluir para experiências criativas** com pequenos ajustes que adicionam valor cultural e participativo.

→ Passeio de Barco → Experiência Cultural

Um passeio de barco pode incluir interpretação cultural do rio e degustação gastronómica de produtos locais.

→ Visita a Adega → Oficina Sensorial

Uma visita a uma adega pode incluir uma oficina onde os visitantes identificam aromas ou criam o seu próprio coupage.

→ Alojamento Rural → Espaço Criativo

Um alojamento rural pode organizar oficinas culturais ou encontros com produtores locais do território.

Exemplo: Oficina Sensorial em Adega



Da visita à oficina

Uma visita a uma adega pode incluir uma **oficina sensorial** onde os visitantes identificam aromas, aprendem sobre o processo de elaboração e criam o seu próprio coupage.

O visitante passa de ser espectador a ser **criador**, levando consigo uma experiência única e irrepetível.

Exemplo: Alojamento Rural como Espaço Criativo

Um **alojamento rural** pode organizar oficinas culturais ou encontros com produtores locais, transformando a estadia numa experiência de imersão cultural completa.

O alojamento deixa de ser apenas um lugar para dormir e converte-se num **espaço de encontro e aprendizagem** entre visitantes e comunidade local.





BLOCO 8

Aplicação em Empresas

Alojamentos: Espaços Criativos

O alojamento como experiência

Os alojamentos podem ser convertidos em **espaços criativos** onde ocorrem experiências culturais que vão além do simples descanso.

Possibilidades

- Oficinas culturais para hóspedes
- Encontros com artesãos locais
- Atividades de imersão na cultura do território
- Espaços de co-criação artística



Restaurantes: Gastronomia como Relato

Os restaurantes podem **contar histórias através da gastronomia**, conectando cada prato com o território, seus produtores e suas tradições. Além disso, podem oferecer **oficinas culinárias** onde os visitantes aprendem a preparar receitas locais.



Empresas de Atividades: Cultura na Natureza

Integração cultural

As empresas de atividades podem **integrar cultura em percursos de natureza** ou experiências interpretativas, adicionando valor cultural às atividades ao ar livre.

Exemplos práticos

- Percursos com interpretação do património
- Atividades fluviais com história do rio
- Trilhos com etnobotânica local

Produtores: Do Campo à Experiência

Os produtores podem oferecer **oficinas e experiências participativas** relacionadas com seus produtos, permitindo aos visitantes conhecer em primeira mão os processos de produção, a história do produto e a sua relação com o território.

- Um produtor de mel, um viticultor ou um pescador podem converter o seu trabalho cotidiano numa experiência turística única e autêntica.



CONCLUSÃO

Turismo Criativo como Oportunidade



Uma Oportunidade de Diferenciação

O turismo criativo permite **diferenciar a oferta turística** e atrair visitantes interessados em experiências autênticas, que buscam algo mais que a visita convencional.

3x

Maior Fidelização

As experiências participativas geram maior lealdade ao destino.



Maior Gasto

Os turistas criativos tendem a gastar mais no território.

100%

Diferenciação

Experiências únicas que não podem ser replicadas em outros destinos.

Cultura como Motor de Inovação

Criatividade + Cultura = Inovação

A criatividade pode **transformar recursos culturais em experiências únicas**. Os elementos do património que parecem ordinários para os locais podem ser extraordinários para os visitantes.

O potencial do território

Cada território tem recursos culturais únicos que, trabalhados com criatividade, podem ser convertidos em experiências turísticas diferenciadoras e sustentáveis.

O Papel Fundamental das Empresas

As empresas são **fundamentais para conceber e oferecer** estas experiências. São a ponte entre o património cultural do território e os visitantes que buscam experiências autênticas.



Conceber

Criar experiências estruturadas com narrativa, participação e valor cultural.



Conectar

Vincular os visitantes com a comunidade local e seus saberes.

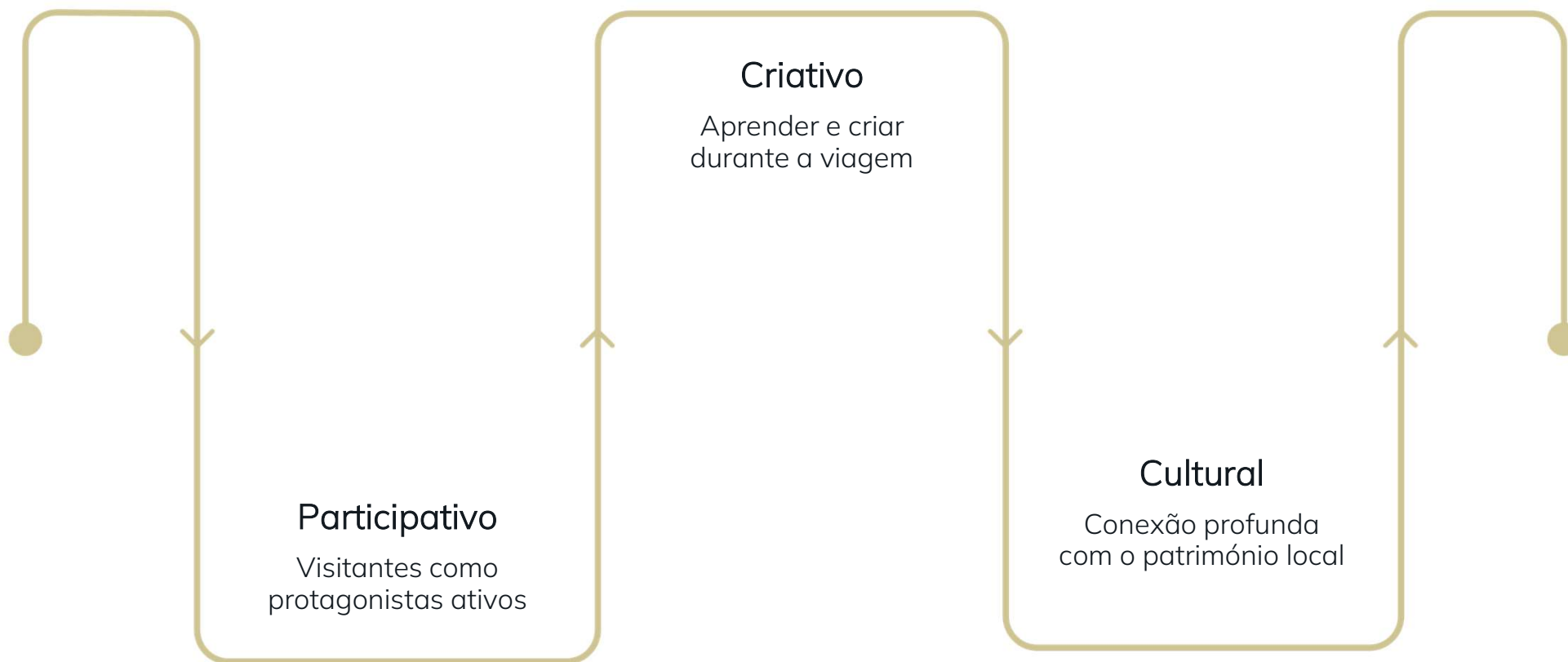


Comunicar

Transmitir o valor e a autenticidade da experiência ao mercado.

O Futuro do Turismo

O turismo do futuro será cada vez mais participativo, criativo e cultural. Os destinos que souberem adaptar-se a esta tendência terão uma vantagem competitiva sustentável.



Esta evolução não é uma moda passageira, mas sim uma transformação estrutural do setor turístico global.



Mensagem Final

O património cultural do território pode ser convertido numa fonte de inovação turística se for trabalhado com **criatividade e colaboração**.

O Rio Minho, suas tradições, seus ofícios, sua gastronomia e sua história são recursos únicos. A oportunidade está em transformá-los em experiências que os visitantes recordem para sempre.

Resumo da Sessão

01

Turismo Criativo

O visitante passa de observador a protagonista ativo, aprendendo e criando durante a sua viagem.

02

Tendências

Autenticidade, economia da experiência, aprendizagem e visibilidade nas redes sociais impulsionam o turismo criativo.

03

Turismo Laranja

Conecta turismo com indústrias criativas para gerar desenvolvimento económico e cultural.

04

Conceção de Experiências

Baseado em autenticidade, participação ativa, narrativa e co-criação com a comunidade.

05

Aplicação Empresarial

Alojamentos, restaurantes, produtores e empresas de atividades podem incorporar o turismo criativo.

Próximos Passos

Depois desta sessão, os incentivamos a refletir sobre como podem incorporar o turismo criativo nos vossos negócios.

1

Identificar Recursos

Quais elementos culturais únicos tem o vosso negócio ou território que podem ser convertidos em experiências?

2

Conceber uma Experiência

Apliquem os princípios aprendidos: narrativa, participação ativa e autenticidade.

3

Conectar com a Comunidade

Identifiquem artesãos, produtores ou artistas locais com quem possam co-criar experiências.

4

Provar e Melhorar

Lancem uma primeira versão da experiência, recolham feedback e melhorem-na continuamente.

Recursos e Referências

Conceitos-Chave

- **Turismo criativo:** participação ativa na cultura local
- **Economia laranja:** criatividade como recurso económico
- **Co-criação:** design participativo de experiências
- **Património imaterial:** saberes, técnicas e tradições vivas

Para Aprofundar

- Creative Tourism Network (creativetourismnetwork.org)
- Economia Laranja — BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento)
- UNESCO — Património Cultural Imaterial
- Turespaña — Turismo Cultural e Criativo na Espanha

Atividade Prática

Em grupos pequenos, concebam uma **experiência criativa de 2-3 horas** para vosso negócio ou município. Utilizem os princípios aprendidos na sessão.

Qual recurso cultural usarão?

O que o visitante fará?

O que aprenderá?

O que recordará?



Perguntas e Debate

Reflexão Final

Qual experiência criativa poderia implementar no vosso negócio nos próximos 6 meses? Qual seria o maior desafio e como o superaria?

Partilhe com o grupo

- Uma ideia de experiência criativa para o vosso negócio
- Um recurso cultural do território que queira valorizar
- Uma colaboração possível com outro ator do território

Obrigada pela vossa participação!

O turismo criativo é uma oportunidade real para o território do Rio Minho. Com criatividade, colaboração e autenticidade, podemos construir uma oferta turística única que beneficie a visitantes, empresas e comunidade local.

TURISMO CRIATIVO

RIO MINHO

ECONOMIA LARANJA





Creación Experiencias



www.riominho.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com



Telephone: +34 692 43 95 19

Interreg  Cofinanciado por la Unión Europea
Cofinanciado pela União Europeia

España - Portugal

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

AECT **RIO MINHO**

 cim alto minho
consórcio intermunicipal do noroeste

 Deputación
Pontevedra

TURISMO
NORTE
REGIONAL
PÚBLICA

 TURISMO
DE GALICIA *galicia*

 ADRIMINHO

 AXENCIA GALEGA
DA CALIDADE
ALIMENTARIA

ipvc

Universidade de Vigo

 CONCELLO
SALVATERRA DE MIÑO

 CONCELLO DE TUI