

Turismo Creativo: Conceptos e Deseño

Unha exploración profunda sobre como o turismo evoluciona cara a experiencias participativas, auténticas e 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 proxectos na oficina de Santiago de Compostela, especializada en consultoría turística e xestión de iniciativas en distintos destinos. Con experiencia na creación de experiencias turísticas, traballou en proxectos a nivel nacional e internacional.

Entre os seus principais traballos destacan o deseño de experiencias enoturísticas sostibles con ACEVIN, a dixitalización da oficina de turismo de Covaleda e o desenvolvemento de propostas turísticas en Cartaxena vinculadas ao turismo laranxa. Liderou proxectos gastronómicos en Ávila Auténtica, a integración de produtos KM0 en Cazorla e a promoción da marca “Cocina de Paisaje” en Asturias.

En sostibilidade, participou no proxecto Oleoturismo España en Granada e Sevilla, e na creación de experiencias en Ponferrada. Tamén traballou na Ribeira Sacra e no Xeoparque Montañas do Courel, impulsando turismo de natureza e cultura.



Escanea o código para acceder á lista de asistencia

Introducción

Do observar ao participar

Durante anos, o turismo cultural centrouse en visitar monumentos, museos e paisaxes históricas. O visitante era un espectador pasivo.

Un novo modelo

O turismo evolucionou cara a un modelo onde o visitante busca participar activamente na cultura do lugar: aprender, experimentar e crear durante a súa viaxe.



Contidos da Sesión

01

Definición de Turismo Creativo

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

02

Tendencias do Turismo Creativo

Autenticidade, economía da experiencia, aprendizaxe e redes sociais.

03

Claves do Turismo Laranxa

Economía creativa, industrias culturais e a súa conexión co turismo.

04

Deseño de Experiencias

Principios, co-creación, narrativa e adaptación de produtos existentes.

05

Aplicación en Empresas

Como aloxamentos, restaurantes, produtores e empresas de actividades poden incorporar o turismo creativo.



Preguntas de Diagnóstico

Antes de comenzar, reflexionemos juntos sobre o que xa sabemos e vivimos no noso territorio.

Que Imaxinades cando Falamos de Turismo Creativo?

Pregunta 1

Cando escoitades o concepto turismo creativo, que tipo de actividades ou experiencias vos veñen primeiro á cabeza?

Pregunta 2

Pensades que os visitantes actuais prefiren participar activamente nunha experiencia ou simplemente observar un lugar? Por que?



O Territorio como Recurso Creativo

Pregunta 3

Pensando no territorio do Río Miño, que tradicións, oficios ou elementos culturais poderían converterse en experiencias creativas para visitantes?

Pregunta 4

No voso negocio actual existe algunha actividade na que o visitante poida aprender algo novo, participar ou crear algo durante a experiencia?

Referentes e Ideas para o Futuro

Pregunta 5

Coñecedes algún exemplo de destino turístico onde a creatividade, a arte, a gastronomía ou a artesanía formen parte central da experiencia turística?

Pregunta 6

Se tivésedes que deseñar unha experiencia creativa de 2-3 horas no voso negocio ou municipio, que actividade cultural do territorio utilizariades como base?



BLOQUE 1

Definición de Turismo Creativo



Turismo Creativo, Turismo Naranja Valparaíso

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



¿ Qué entendemos por turismo creativo ?

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

Que é o Turismo Creativo?

Turismo Cultural Tradicional

Céntrase en visitar e observar elementos culturais: monumentos, museos, paisaxes históricas. O visitante é receptor pasivo da cultura.

Turismo Creativo

Propón unha relación activa entre o visitante e a cultura do territorio. O visitante participa en procesos creativos ou de aprendizaxe vinculados á 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-laranja-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 creativo, o visitante deixa de ser un espectador e convértese en protagonista da experiencia. Non só recibe información, senón que participa activamente na actividade.

- Por exemplo, en lugar de observar un artesán traballar, o visitante aprende a realizar unha pequena peza coas súas propias mans.

A Importancia da Aprendizaxe

Unha característica fundamental do turismo creativo é a aprendizaxe. O visitante participa en actividades onde adquire novos coñecementos e habilidades.



Técnicas Tradicionais

Oficios e saberes artesanais do territorio.



Receitas Locais

Gastronomía auténtica e elaboración participativa.



Habilidades Artísticas

Expresión creativa vinculada á cultura local.



Coñecementos Culturais

Historia, tradicións e identidade do lugar.

Esta aprendizaxe xera unha conexión máis profunda co destino.

O Patrimonio Cultural Inmaterial

O turismo creativo céntrase especialmente no patrimonio cultural inmaterial, que permite experiencias participativas difíciles de replicar noutros destinos.



Saberes e Técnicas Artesanais

Coñecementos transmitidos de xeración en xeración que definen a identidade do territorio.



Tradicións Culinarias

Receitas, ingredientes e procesos gastronómicos únicos de cada lugar.



Música e Danza Local

Expresións artísticas vivas que conectan o visitante coa comunidade.



Exemplo: Taller de Elaboración de Queixo

Un visitante participa nun taller de elaboración de queixo cun produtor local. Durante a actividade aprende sobre o proceso de produción, a historia da receita e a relación entre o produto e o territorio.

- ☐ A experiencia convértese en algo moito máis memorable que unha simple degustación.



BLOQUE 2

Tendencias do Turismo Creativo

Busca de Autenticidade

O viaxeiro contemporáneo

Moitos viaxeiros están cansos de experiencias demasiado estandarizadas e buscan destinos onde poidan vivir experiencias xenuínas e únicas.

A resposta creativa

O turismo creativo responde a esta demanda porque permite que o visitante participe na cultura local de forma directa, conectando con persoas reais e tradicións auténticas.



Economía da Experiencia

O turismo forma parte do que se coñece como economía da experiencia. Neste modelo, o valor non está só no produto ou servizo, senón na experiencia que vive o visitante.

- 📄 Aprender a cociñar unha receita tradicional pode ser máis memorable que simplemente comer ese prato nun restaurante.

Turismo como Aprendizaxe

Cada vez máis persoas viaxan para aprender algo novo. Isto impulsou o crecemento de actividades que combinan turismo, ocio e aprendizaxe.

Talleres de Fotografía

Capturar a paisaxe e a cultura con técnica profesional.

Cursos de Cociña

Aprender receitas locais de mans de cociñeiros do territorio.

Talleres Artesanais

Cerámica, tecer, madeira e outros oficios tradicionais.

Experiencias Creativas

Arte, música, danza e outras formas de expresión cultural.

Influencia das Redes Sociais

Contido xerado polo visitante

Os visitantes adoitan compartir fotos e vídeos das actividades nas que participan, xerando visibilidade orgánica para o destino e as empresas.

As experiencias creativas son especialmente fotoxénicas e compartibles, o que amplifica o alcance da promoción turística.

Impacto na promoción

Isto axuda a promocionar o destino de forma natural e xera visibilidade para as empresas sen coste adicional de publicidade.



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

O turismo creativo pode contribuír a revitalizar tradicións e oficios que estaban desaparecendo. Cando estas actividades se integran en experiencias turísticas, poden xerar ingresos adicionais para as persoas que manteñen esas tradicións.

Isto contribúe directamente á preservación do patrimonio cultural do territorio.



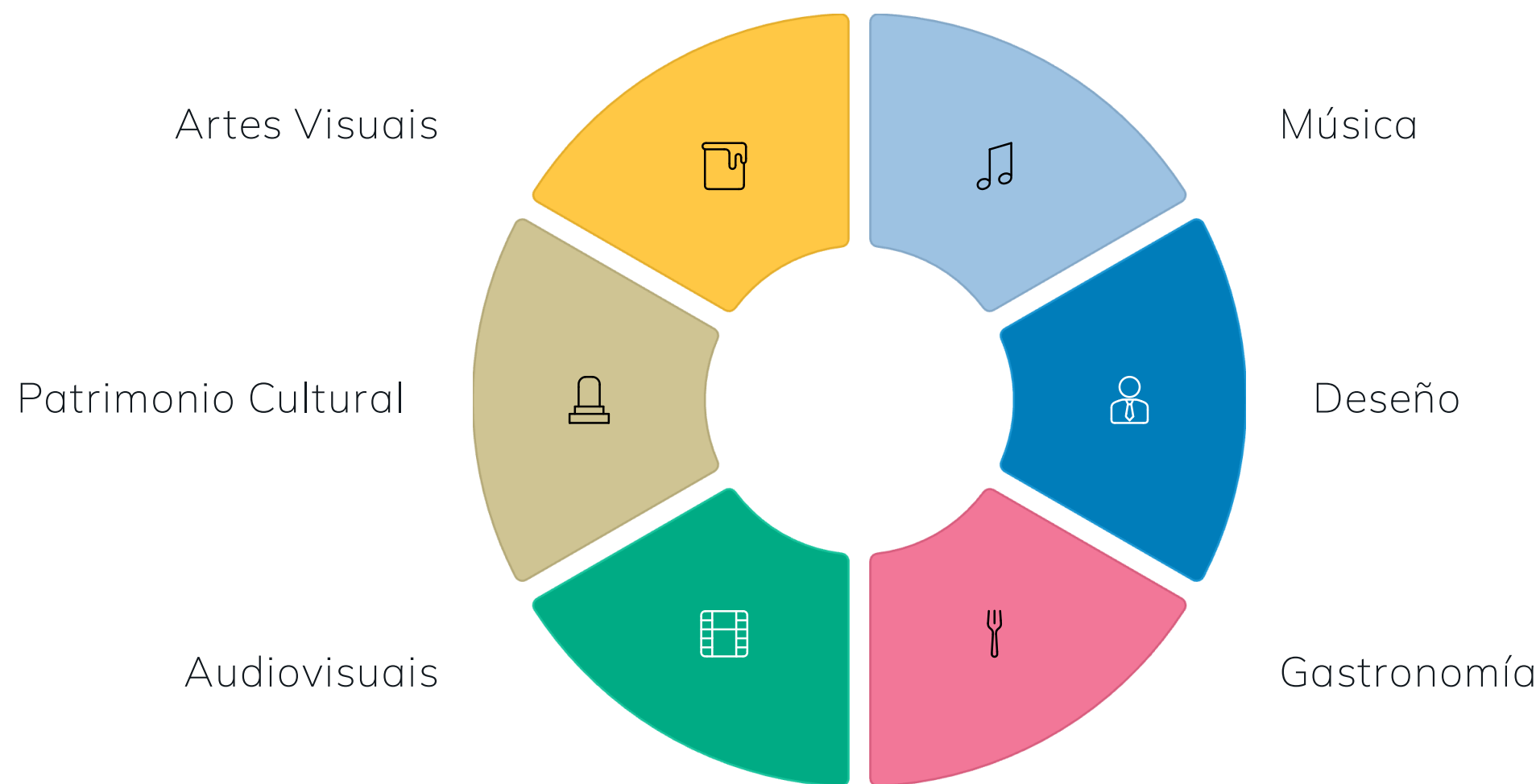


BLOQUE 3

Claves do Turismo Laranxa

Que é a Economía Laranxa?

A economía laranxa é o conxunto de actividades económicas baseadas na creatividade e na cultura. Neste modelo, a creatividade convértese nun recurso económico de primeira orde.



Cultura como Motor Económico

A economía laranxa recoñece que a cultura non só ten valor simbólico ou identitario, tamén pode xerar desenvolvemento económico real e sostible.

Emprego en Sectores Creativos

Artistas, deseñadores, músicos, artesáns e outros profesionais culturais xeran postos de traballo de calidade.

Novas Empresas Culturais

A creatividade impulsa a creación de novos negocios e modelos empresariais innovadores.

Turismo Cultural

Os visitantes atraídos pola cultura xeran ingresos que se distribúen no territorio.

Que é o Turismo Laranxa?

Definición

O turismo laranxa é a aplicación da economía creativa ao turismo. Consiste en desenvolver experiencias turísticas onde a creatividade e as industrias culturais formen parte central da oferta.

Exemplos

- Festivais culturais con participación activa
- Experiencias gastronómicas creativas
- Talleres artísticos con artistas locais

Conexión con Industrias Creativas

O turismo laranxa conecta o turismo con profesionais de sectores creativos, xerando novas oportunidades económicas para todos.



Artistas e Diseñadores

Abren os seus talleres e procesos creativos aos visitantes.



Músicos

Ofrecen concertos e talleres de música tradicional.



Chefs e Artesáns

Comparten técnicas e receitas en experiencias participativas.

Exemplo: Festival Cultural

Un destino pode organizar un festival cultural onde os visitantes participen en talleres de arte, concertos e actividades creativas. Este tipo de eventos atrae visitantes e, ao mesmo tempo, impulsa a economía cultural local.



Tres Modelos de Turismo: Diferenzas Clave

1

Turismo Cultural

Centrado en visitar e coñecer o patrimonio.
O visitante observa e recibe información.

2

Turismo Creativo

Centrado en participar e aprender. O
visitante é protagonista activo da
experiencia.

3

Turismo Laranxa

Conecta turismo con industrias creativas e
xera desenvolvemento económico cultural.



BLOQUE 4

Diseño de Experiencias Culturais e Creativas

Que Significa Diseñar unha Experiencia?

Diseñar unha experiencia turística significa organizar unha actividade de forma que o visitante viva algo memorable. Para iso é necesario pensar en tres dimensións fundamentais.

O Relato

A historia que conecta a actividade co territorio e lle dá significado cultural.

As Actividades

Que fará o visitante durante a experiencia e como participará activamente.

As Emocións

Que sentirá e lembrará o visitante despois de vivir a experiencia.

Principios do Deseño de Experiencias

O deseño de experiencias estrutúrase arredor de tres preguntas fundamentais que axudan a definir e articular calquera actividade turística creativa.

1 Que fará o visitante?

Define as actividades concretas e o nivel de participación activa durante a experiencia.

2 Que aprenderá?

Identifica os coñecementos, técnicas ou habilidades que o visitante adquirirá.

3 Que recordará?

Determina o impacto emocional e a lembranza duradeira que deixará a experiencia.



Autenticidade como Base

Por que a autenticidade?

As experiencias deben basearse en elementos auténticos do territorio para diferenciarse doutras actividades turísticas e conectar xenuinamente co visitante.

Elementos auténticos

- Produtos locais e de tempada
- Tradicións reais do territorio
- Historias e lendas do lugar

Participación Activa

O visitante debe ter un papel activo na experiencia. A participación xera maior implicación emocional e fai que a experiencia sexa máis memorable e significativa.



Talleres Prácticos

O visitante aprende facendo coas súas propias mans e baixo a guía dun experto local.



Procesos Creativos

O visitante participa na creación de algo único: unha peza, unha receita, unha obra.



Actividades Prácticas

Experiencias no medio natural ou cultural que implican movemento e acción.



A Narrativa: A Alma da Experiencia

Toda experiencia precisa unha historia que a conecte co territorio. A narrativa axuda o visitante a comprender o significado cultural da actividade e crea un vínculo emocional co lugar.

- 📄 Exemplos de narrativas do territorio: a historia do río Miño, as tradicións pesqueiras ou as relacións históricas entre Galicia e Portugal.

BLOQUE 5

Cocreación



Que é a Cocreación?

A cocreación implica que as experiencias turísticas se deseñan coa participación de múltiples actores, non só polas empresas turísticas de forma unilateral.

Empresas Turísticas

Achegan a estrutura, a loxística e a capacidade de comercialización da experiencia.

Comunidade Local

Achega o coñecemento, as tradicións e a autenticidade que dan valor á experiencia.

Visitantes

Participan activamente e contribúen coa súa perspectiva e creatividade durante a experiencia.

A Comunidade como Protagonista

Máis ca un obxecto de observación

No turismo creativo, a comunidade local non debe ser só observada. Debe participar activamente nas experiencias e converterse en parte esencial do valor ofrecido.

Actores clave da comunidade

- Artesáns e mestres de oficios
- Produtores locais
- Artistas e músicos do territorio



Exemplo: Taller de Cociña Comunitario

Un taller de cociña onde unha persoa local ensina a preparar unha receita tradicional. O visitante participa na actividade e aprende directamente da comunidade, establecendo unha conexión humana auténtica.

Este modelo de cocreación beneficia tanto o visitante como a persoa local que comparte 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" ○○	"beutuni" ⊗
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

As experiencias turísticas poden clasificarse segundo dúas dimensións clave que determinan o seu valor creativo e o seu potencial de diferenciación.



Exemplo de Matriz de Produtos

1

Visita Guiada

Participación baixa. O visitante observa e escoita.

2

Taller Artesanal

Participación alta. O visitante aprende e crea.

3

Festival Creativo

Participación alta + creatividade alta. Máximo valor experiencial.



BLOQUE 7

Adaptación de Productos Existentes

Transformar Produtos Turísticos Existentes

Moitas empresas xa ofrecen produtos turísticos que poden evolucionar cara a experiencias creativas con pequenos axustes que engaden valor cultural e participativo.

→ Paseo en Barco →
Experiencia Cultural

Un paseo en barco pode incluír interpretación cultural do río e degustación gastronómica de produtos locais.

→ Visita a Bodega → Taller
Sensorial

Unha visita a unha bodega pode incluír un taller onde os visitantes identifican aromas ou crean o seu propio *coupage*.

→ Aloxamento Rural → Espazo
Creativo

Un aloxamento rural pode organizar talleres culturais ou encontros con produtores locais do territorio.

Exemplo: Taller Sensorial en Bodega



Da visita ao taller

Unha visita a unha bodega pode incluír un taller sensorial onde os visitantes identifican aromas, aprenden sobre o proceso de elaboración e crean o seu propio *coupage*.

O visitante pasa de ser espectador a ser creador, levando unha experiencia única e irreplicable.

Exemplo: Aloxamento Rural como Espazo Creativo

Un aloxamento rural pode organizar talleres culturais ou encontros con produtores locais, transformando a estancia nunha experiencia de inmersión cultural completa.

O aloxamento deixa de ser só un lugar para durmir e convértese nun espazo de encontro e aprendizaxe entre visitantes e comunidade local.





BLOQUE 8

Aplicación en Empresas

Aloxamentos: Espazos Creativos

O aloxamento como experiencia

Os aloxamentos poden converterse en espazos creativos onde ocorren experiencias culturais que van máis alá do simple repouso.

Posibilidades

- Talleres culturais para hóspedes
- Encontros con artesáns locais
- Actividades de inmersión na cultura do territorio
- Espazos de cocreación artística



Restaurantes: Gastronomía como Relato

Os restaurantes poden contar historias a través da gastronomía, conectando cada prato co territorio, os seus produtores e as súas tradicións. Ademais, poden ofrecer talleres culinarios onde os visitantes aprenden a preparar receitas locais.



Empresas de Actividades: Cultura na Natureza

Integración cultural

As empresas de actividades poden integrar cultura en rutas de natureza ou experiencias interpretativas, engadindo valor cultural ás actividades ao aire libre.

Exemplos prácticos

- Rutas con interpretación do patrimonio
- Actividades fluviais con historia do río
- Sendeirismo con etnobotánica local

Produtores: Do Campo á Experiencia

Os produtores poden ofrecer talleres e experiencias participativas relacionadas cos seus produtos, permitindo que os visitantes coñezan de primeira man os procesos de produción, a historia do produto e a súa relación co territorio.

- Un produtor de mel, un viticultor ou un pescador poden transformar o seu traballo cotián nunha experiencia turística única e auténtica.



CONCLUSIÓN

Turismo Creativo como Oportunidade



Unha Oportunidade de Diferenciación

O turismo creativo permite diferenciar a oferta turística e atraer visitantes interesados en experiencias auténticas que buscan algo máis que a visita convencional.

3x

Maior Fidelización

As experiencias participativas xeran maior lealdade ao destino.



Maior Gasto

Os turistas creativos tenden a gastar máis no territorio.

100 %

Diferenciación

Experiencias únicas que non poden replicarse noutros destinos.

Cultura como Motor de Innovación

Creatividade + Cultura = Innovación

A creatividade pode transformar recursos culturais en experiencias únicas. Os elementos do patrimonio que parecen ordinarios para os locais poden ser extraordinarios para os visitantes.

O potencial do territorio

Cada territorio ten recursos culturais únicos que, traballados con creatividade, poden converterse en experiencias turísticas diferenciadoras e sostibles.

O Papel Fundamental das Empresas

As empresas son fundamentais para deseñar e ofrecer estas experiencias. Son a ponte entre o patrimonio cultural do territorio e os visitantes que buscan experiencias auténticas.



Deseñar

Crear experiencias estruturadas con narrativa, participación e valor cultural.



Conectar

Vincular os visitantes coa comunidade local e os seus saberes.

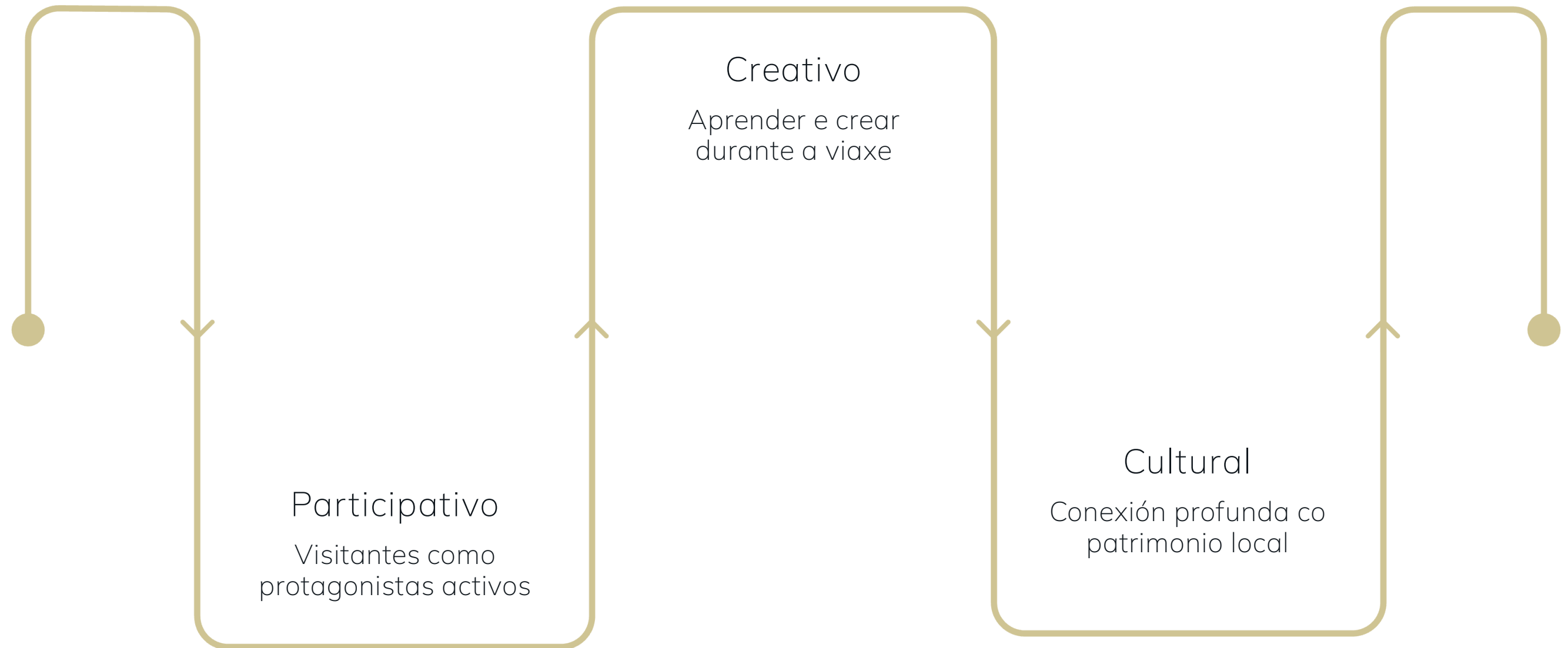


Comunicar

Transmitir o valor e a autenticidade da experiencia ao mercado.

O Futuro do Turismo

O turismo do futuro será cada vez máis participativo, creativo e cultural. Os destinos que saiban adaptarse a esta tendencia terán unha vantaxe competitiva sostible.



Esta evolución non é unha moda pasaxeira, senón unha transformación estrutural do sector turístico global.



Mensaxe Final

O patrimonio cultural do territorio pode converterse nunha fonte de innovación turística se se traballa con creatividade e colaboración.

O Río Miño, as súas tradicións, os seus oficios, a súa gastronomía e a súa historia son recursos únicos. A oportunidade está en transformalos en experiencias que os visitantes lembren para sempre.

Resumo da Sesi3n

01

Turismo Creativo

O visitante pasa de observador a protagonista activo, aprendendo e creando durante a súa viaxe.

02

Tendencias

Autenticidade, economía da experiencia, aprendizaxe e visibilidade en redes sociais impulsan o turismo creativo.

03

Turismo Laranxa

Conecta turismo con industrias creativas para xerar desenvolvemento econ3mico e cultural.

04

Deseño de Experiencias

Baseado en autenticidade, participaci3n activa, narrativa e cocreaci3n coa comunidade.

05

Aplicaci3n Empresarial

Aloxamentos, restaurantes, produtores e empresas de actividades poden incorporar o turismo creativo.

Próximos Pasos

Despois desta sesión, animámosvos a reflexionar sobre como podedes incorporar o turismo creativo nos vosos negocios.

1

Identificar Recursos

Que elementos culturais únicos ten o voso negocio ou territorio que poidan converterse en experiencias?

2

Deseñar unha Experiencia

Aplicade os principios aprendidos: narrativa, participación activa e autenticidade.

3

Conectar coa Comunidade

Identificade artesáns, produtores ou artistas locais con quen poidades cocrear experiencias.

4

Probar e Mellorar

Lanzade unha primeira versión da experiencia, recollede *feedback* e mellorádea continuamente.

Recursos e Referencias

Conceptos Clave

- Turismo creativo: participación activa na cultura local
- Economía laranxa: creatividade como recurso económico
- Cocreación: deseño participativo de experiencias
- Patrimonio inmaterial: saberes, técnicas e tradicións vivas

Para Afondar

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

Actividade Práctica

En grupos pequenos, deseñade unha experiencia creativa de 2-3 horas para o voso negocio ou municipio. Empregade os principios aprendidos na sesión.

Que recurso cultural usaredes?

Que fará o visitante?

Que aprenderá?

Que lembrará?



Preguntas e Debate

Reflexión Final

Que experiencia creativa poderíades implementar no voso negocio nos próximos 6 meses? Cal sería o maior reto e como o superariades?

Compartide co grupo

- Unha idea de experiencia creativa para o voso negocio
- Un recurso cultural do territorio que queirades valorizar
- Unha colaboración posible con outro actor do territorio

Grazas pola vosa participación!

O turismo creativo é unha oportunidade real para o territorio do Río Miño. Con creatividade, colaboración e autenticidade podemos construír unha oferta turística única que beneficie a visitantes, empresas e comunidade local.

TURISMO CREATIVO

RÍO MIÑO

ECONOMÍA LARANXA





Creación Experiencias



www.riominho.creacionexperiencias.com



gestionproxectos@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
DEPARTAMENTO
& CULTURAL

 **TURISMO
DE
GALICIA** *galicia*

 **ADRIMINHO**

 **AXENCIA GALEGA
DA CALIDADE
ALIMENTARIA**

 **ipvc**

Universidade de Vigo

 **CONCELLO
SALVATERRA DE MIÑO**

 **CONCELLO DE TUI**