



Tui (Pontevedra) · Lunes 20 Abril 2026

Sesión formativa presencial (I de II) para
empresas turísticas del territorio del Río Miño

MÓDULO I · TURISMO CULTURAL: FUNDAMENTOS Y CONTEXTO

“Cómo pasar de ofrecer servicios... a diseñar experiencias”

Formadora: Maite Vence · Directora de Observer



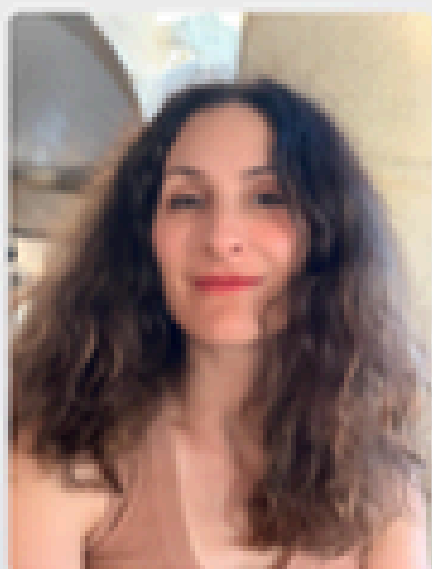
España - Portugal

VISIT_RIO_MINHO_PLUS



Universidade de Vigo





Maite Vence

Directora de ObserverScienceTourism.com

Consultora, divulgadora y editora de guías de viaje con más de quince años de experiencia en turismo científico, sostenible e interpretación del patrimonio.



- Fundadora y directora de **ObserverScienceTourism.com**, una certificación de calidad y **plataforma especializada en turismo científico**, dedicada a la creación de experiencias, contenidos y destinos que integran ciencia, cultura y territorio.

Consultora en **proyectos internacionales** en Brasil, Cabo Verde, Italia, Argentina.

Formación Académica

Licenciada en Economía por la **Universidad de Santiago de Compostela** y la **Università di Pisa**, cuenta con posgrados en **Comunicación Audiovisual** y **Economía de la Innovación** por la **Universidad de Santiago de Compostela**. Inició su etapa investigadora en el grupo ICEDE de la USC, centrándose en economía de la cultura y desarrollo territorial.



Gestión de Proyectos

Desde **FAZ Cultura e Desenvolvemento S.L.**, consultora que también dirijo, coordino proyectos para diversas administraciones públicas como la **Deputación da Coruña**, **Deputación de Lugo**, **Xunta de Galicia**, **Diputación de Zaragoza**, etc.



Turismo Sostenible y Divulgación

Dirección de proyectos vinculados al **turismo sostenible** y a la **divulgación científica y ambiental**, incluyendo el **Plan de Rutas Sostenibles en la Comarca del Eume**, programas de formación de **Guías-Intérpretes del Geoparque Cabo Ortegal**, y el proyecto **"A Mariña Lucense de Ornitoloxía"**. También coordino un **programa de investigación escolar sobre cambio climático** en Institutos de secundaria.



Publicaciones y Medios

Publicación y coordinación de más de veinte **guías de naturaleza y divulgación científica**. Colaboración con medios de comunicación como **La Voz de Galicia**, **GCiencia**, **Quo** o **Diario de León**. Autora del libro juvenil **"Estrelas Galegas da Ciencia"** de **Hercules Ediciones**.



Innovación y Mentorship

Desarrollo de **planes estratégicos de turismo sostenible y vitivinícola**. Mentora en programas de innovación turística como **TurisLab Galicia** (Xunta de Galicia).



Escanea el código para acceder
a la lista de asistencia

Contenidos de la Sesión

01

Introducción

El turismo cultural como motor de desarrollo local en territorios rurales y fluviales.

03

¿Por qué hablar de turismo cultural?

El cambio en el comportamiento del turista y la búsqueda de experiencias auténticas.

02

Preguntas de diagnóstico

Reflexión inicial sobre el conocimiento y experiencia de las empresas participantes.

04

Qué es el turismo cultural

Definición, tipos de patrimonio, actividades y ejemplos aplicados al Río Miño.

Introducción / contexto de la sesión de hoy

En esta sesión trabajamos el papel del **turismo cultural como motor de desarrollo local**, especialmente en territorios rurales y fluviales como el Río Miño.

El objetivo no es solo comprender qué es el turismo cultural desde un punto de vista teórico, sino entender cómo se puede aplicar en las empresas turísticas del territorio: alojamientos, restaurantes, bodegas, guías o empresas de actividades.

El mensaje clave: el patrimonio cultural no solo se preserva, también impulsa experiencias, ingresos y nuevas oportunidades para las comunidades locales.



**El turismo está cambiando.
El visitante ya no busca solo ver...
busca vivir, aprender y participar.**



Objetivos de la Sesión I de II

1

Comprender el turismo cultural

Qué significa realmente y cómo ha evolucionado: hoy no se trata solo de visitar monumentos, sino de vivir experiencias vinculadas con la cultura local.

2

Contexto del Río Miño

Entender las características particulares del destino: territorio transfronterizo, rural, fluvial y con una identidad cultural muy fuerte.

3

Identificar recursos culturales

Aprender a reconocer los recursos del territorio que puedan convertirse en experiencias turísticas.

4

Crear productos diferenciados

Reflexionar sobre cómo cada empresa puede aprovechar estos recursos para crear productos turísticos auténticos.

BLOQUE 1

Diagnóstico inicial: 6 preguntas

DURACIÓN: 45 minutos

PREGUNTAS DE DIAGNÓSTICO

Estas preguntas sirven para tener información sobre el nivel de conocimiento y experiencia de las empresas participantes, e iniciar el debate colectivo.

PREGUNTA 1

¿Qué es el turismo cultural para vosotros?

Cuando pensáis en turismo cultural, ¿qué tipo de actividades o experiencias os vienen primero a la cabeza?





PREGUNTA 2

Recursos sin aprovechar

¿Creéis que en vuestro territorio existen recursos culturales que todavía no se están aprovechando turísticamente? ¿Cuáles?

PREGUNTA 3

Vuestra experiencia actual

¿Alguna de vuestras empresas ofrece actualmente alguna actividad o experiencia relacionada con la cultura local: historia, gastronomía, tradiciones, artesanía?



PREGUNTA 4

¿Qué buscan los turistas?

¿Qué creéis que buscan realmente los turistas cuando visitan destinos rurales como el Río Miño: paisaje, cultura, gastronomía, actividades o una combinación de todo?





PREGUNTA 5

Dificultades y barreras

¿Qué dificultades encontraréis para transformar los recursos culturales del territorio en experiencias turísticas atractivas?

PREGUNTA 6

Lo que hace único al Río Miño

Si tuvierais que explicar a un visitante qué hace único al territorio del Río Miño desde el punto de vista cultural, ¿qué tres cosas destacaríais?



BLOQUE 2

¿POR QUÉ HABLAR DE TURISMO CULTURAL?



...porque el Turismo ha cambiado



Antes

El turismo se basaba en visitar lugares famosos: monumentos, ciudades históricas o paisajes conocidos. Era un turismo centrado en **ver cosas**.

Ahora

El turista actual quiere **vivir experiencias**, aprender algo nuevo y conectar con la cultura del lugar que visita. Busca autenticidad y participación.


Por esta razón, los destinos que proporcionan experiencias auténticas están logrando un éxito creciente. Esto incluye actividades como talleres, rutas culturales, gastronomía local y contacto directo con las comunidades.

Ejemplo de Cambio Turístico

La visita tradicional

Visitar un castillo o monumento durante unos minutos mientras el guía explica su historia. El visitante observa y escucha.



 La diferencia fundamental radica en que el visitante no solo realiza la visita, sino que también se involucra y retiene la experiencia.

La Principal Fortaleza de Este Tipo de Turismo

Cuando combinamos el patrimonio arquitectónico y monumental con relatos históricos, gastronomía y actividades participativas, transformamos una visita en una experiencia cultural completa e inolvidable.



La experiencia actual

Una fortaleza del Miño puede incluir un relato histórico sobre la frontera, una degustación gastronómica con productos locales y una actividad participativa sobre navegación o comercio fluvial.

El turista actual (*el ahora llamado viajero*) busca “experiencias”

Hoy en día, los viajeros **no solo buscan visitar un destino; desean experimentarlo y vivirlo plenamente.** Un visitante que llega al Miño no se conforma con admirar el río o pasear por un encantador pueblo. Anhela conocer cómo es la vida de las personas en la zona, qué se come, qué tradiciones se celebran y qué historias enriquecen ese territorio.



Talleres de cocina

Aprender recetas tradicionales de la mano de cocineros locales.



Visitas a bodegas

Degustaciones con explicación del proceso de elaboración del vino.



Rutas narradas

Recorridos guiados por personas locales que conocen el territorio.



Experiencias artesanales

Contacto directo con artesanos y sus técnicas tradicionales.

WOW



Desean Sentirse Parte del Lugar

El Turista (viajero) Cultural: Perfil

Curioso e informado

Llega al destino habiendo investigado su historia y cultura. Quiere profundizar, no solo ver.

Dispuesto a gastar

Valora la calidad y la autenticidad por encima del precio. Invierte en experiencias memorables.

Prescriptor activo

Comparte sus experiencias en redes sociales y recomienda el destino a su entorno.

Respetuoso

Aprecia y respeta la cultura local. Es el tipo de turista que más beneficia a las comunidades.





El Mejor Embajador del Territorio

Un turista cultural satisfecho no solo vuelve: **recomienda el destino** a su entorno y lo comparte en redes sociales, convirtiéndose en el mejor embajador del territorio sin coste alguno para las empresas.

Pausa — 15 minutos

BLOQUE 3

¿QUÉ ES EL TURISMO CULTURAL?



Definición de Turismo Cultural



El turismo cultural es el tipo de turismo cuya motivación principal es conocer, descubrir y experimentar la cultura de un territorio.

Elementos tangibles

Monumentos, arquitectura, paisajes construidos, objetos históricos.

Elementos intangibles

Tradiciones, gastronomía, saberes locales, formas de vida, historias.

En otras palabras, el turismo cultural se centra en la **identidad del lugar** y en cómo esa identidad se transmite a los visitantes.



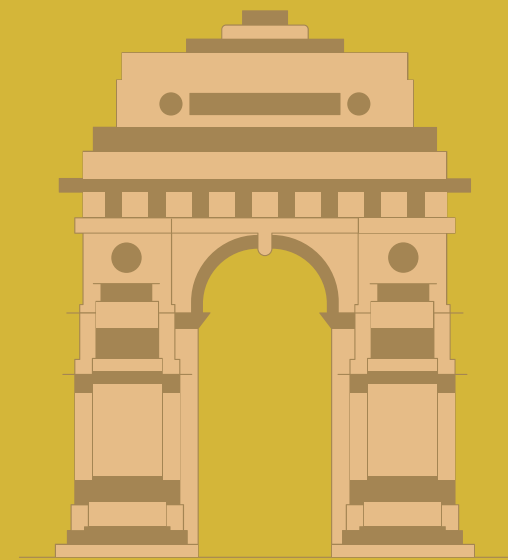
¿Qué Incluye el Turismo Cultural?

El turismo cultural abarca historia, tradiciones, arquitectura, gastronomía, fiestas y manifestaciones artísticas. Pero también incluye aspectos más cotidianos: la vida en los pueblos, los mercados locales o las actividades tradicionales vinculadas al paisaje. En un territorio fluvial como el Miño, la pesca, la navegación o las historias del río también forman parte del **patrimonio cultural**.

Dos Tipos de Patrimonio



Ambos tipos de patrimonio son igualmente valiosos y se complementan para crear experiencias turísticas ricas y auténticas.



Patrimonio Material

El patrimonio material es el que podemos ver y tocar físicamente. Suele ser el más visible y, por tanto, el primero que se utiliza para atraer turistas.



Castillos y fortalezas



Iglesias y templos



Puentes históricos




Centros históricos




Paisajes culturales

El Patrimonio que Podemos Ver



Los elementos del patrimonio material son los **puntos de partida** más reconocibles para diseñar experiencias turísticas. Son el gancho visual que atrae al visitante y el escenario donde se desarrolla la experiencia cultural.





*El patrimonio inmaterial es especialmente valioso porque **no puede replicarse en otro lugar**. Es el elemento más auténtico y diferenciador de cualquier destino cultural.*



Patrimonio Inmaterial

El patrimonio inmaterial es **igual o incluso más importante** que el material. Se refiere a las tradiciones, conocimientos y prácticas culturales que se transmiten de generación en generación.

Recetas tradicionales

Saberes culinarios transmitidos de generación en generación, vinculados al territorio y sus productos.

Oficios antiguos

Técnicas artesanales y formas de trabajar la tierra o el río que definen la identidad local.

Historias y leyendas

Relatos orales que dan vida al territorio y conectan emocionalmente con los visitantes.

Fiestas populares

Celebraciones que expresan la identidad colectiva y ofrecen experiencias únicas e irrepetibles.

Ejemplo Práctico: El Puente del Miño

*Un puente es una estructura de piedra. Pero cuando añadimos las historias de quienes lo cruzaron, los miedos, los sueños y las aventuras de generaciones pasadas, ese puente se convierte en un **portal hacia la historia viva del territorio**.*

Patrimonio material

Un puente medieval en el Río Miño: su arquitectura, su antigüedad, su presencia física en el paisaje.

Patrimonio inmaterial

Historias de contrabandistas que cruzaban el río, relatos de antiguos comerciantes, tradiciones vinculadas al paso entre España y Portugal.



Las Historias Dan Vida al Patrimonio

Cuando combinamos ambos elementos, el resultado es una **experiencia cultural mucho más rica** que supera con creces la simple visita al monumento.



Actividades Típicas del Turismo Cultural

El turismo cultural puede adoptar muchas formas. Lo importante es que todas tienen un elemento común: permiten al visitante **comprender mejor la cultura local**.



Visitas guiadas

Recorridos por cascos históricos con interpretación cultural.



Rutas temáticas

Itinerarios basados en acontecimientos históricos o elementos culturales específicos.



Festivales culturales

Ferias tradicionales y eventos que expresan la identidad del territorio.



Experiencias gastronómicas

Degustaciones y talleres vinculados a la identidad culinaria del lugar.



Museos y Centros de Interpretación

Los museos y centros de interpretación son espacios clave del turismo cultural. Cuando están bien diseñados, no solo muestran objetos: **cuentan historias** y conectan al visitante con la identidad del territorio de forma profunda y memorable.



**BLOQUE 4:
APLICACIÓN AL RÍO MIÑO**

TURISMO CULTURAL EN EL RÍO MIÑO

El Río Miño: Territorio Transfronterizo

El Río Miño tiene una característica única: es un **territorio transfronterizo** que une y separa a la vez dos países, dos culturas y dos identidades. Esta dualidad es en sí misma un recurso cultural extraordinario que puede aprovecharse para crear experiencias turísticas únicas en el mundo.



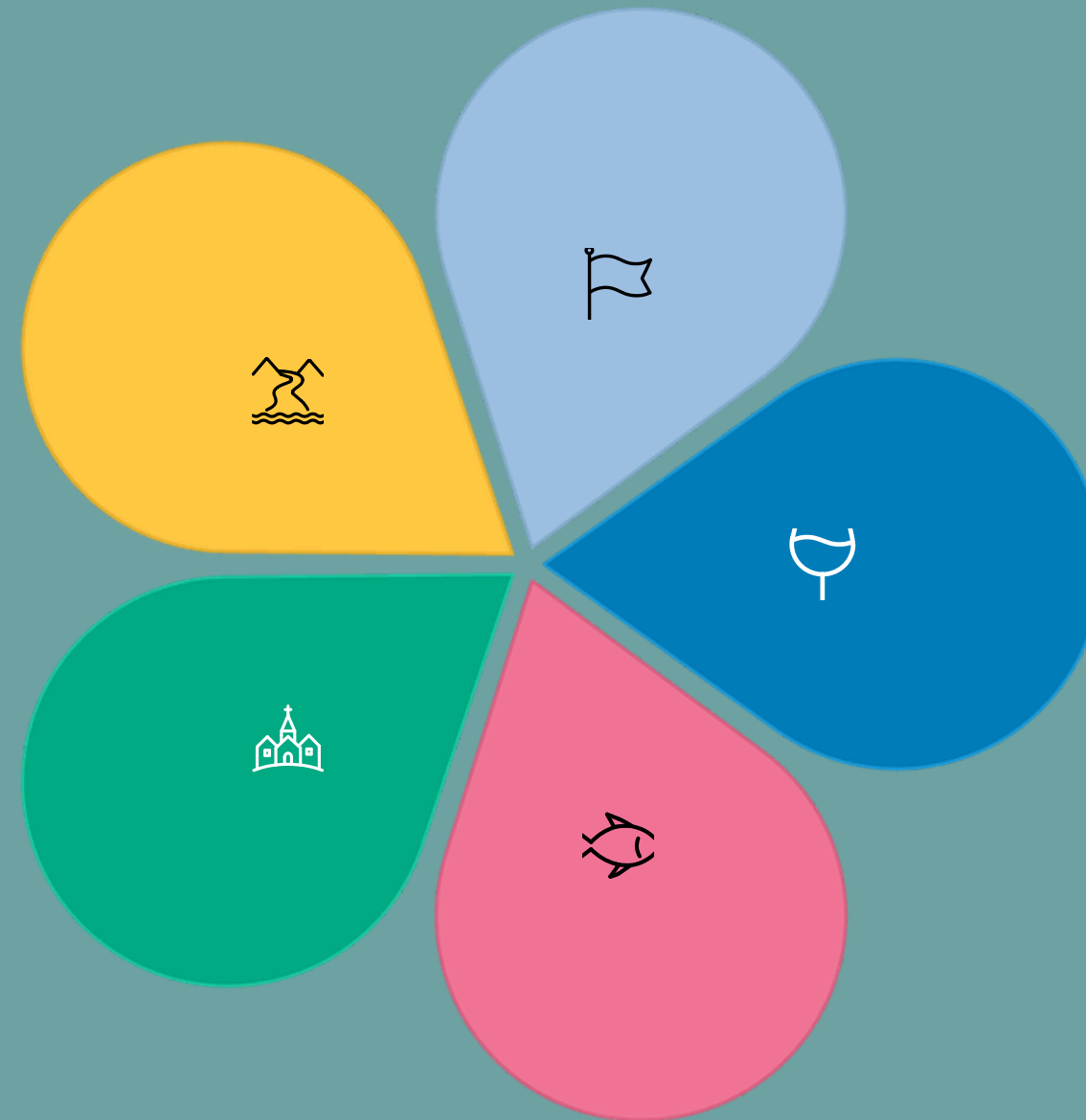
Identidad Cultural del Miño

Territorio fluvial

El río como eje vertebrador de la vida, la economía y la cultura local.

Vida rural

Comunidades que mantienen vivas tradiciones y formas de vida auténticas.



Frontera viva

Historia de intercambios, conflictos y convivencia entre dos naciones.

Cultura del vino

Bodegas y viñedos que producen vinos únicos vinculados al paisaje del río.

Tradicición pesquera

Técnicas ancestrales de pesca fluvial que forman parte del patrimonio inmaterial.

El patrimonio cultural como recurso económico

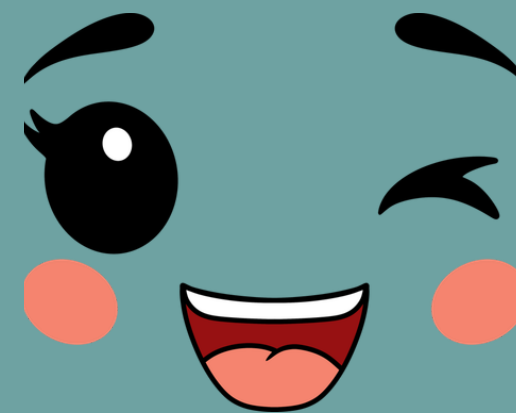
Visión tradicional

El patrimonio cultural como algo que se conserva, se protege y se mantiene alejado de la actividad económica.

Visión actual

El patrimonio cultural como un **recurso que genera experiencias turísticas, ingresos y oportunidades económicas** para las comunidades locales, siempre desde el respeto y la sostenibilidad.

La clave está en una buena gestión.





Desarrollo Local a través del Turismo Cultural

Cuando el turismo cultural se gestiona bien, **beneficia a toda la comunidad**: genera empleo, mantiene vivas las tradiciones, pone en valor el territorio y crea un modelo de desarrollo sostenible que respeta la identidad local.

¿Qué podeis hacer las empresas del territorio?



Alojamientos

Incorporar elementos culturales en la decoración, ofrecer información sobre el territorio y organizar actividades para los huéspedes.



Restaurantes

Crear menús basados en recetas tradicionales, explicar el origen de los productos y conectar la gastronomía con la historia local.



Bodegas

Diseñar visitas que combinen la elaboración del vino con la historia del territorio y sus tradiciones.

Guías y Empresas de Actividades

Los guías y las empresas de actividades son los **principales transmisores de la cultura local**. Su capacidad para contar historias, conectar con el territorio y crear experiencias participativas es el corazón del turismo cultural en cualquier destino.





RECORDAD: La clave en el turismo cultural es ver el paisaje y también comprender su significado

- De esta forma el visitante no solo ve el paisaje, sino que **comprende su significado cultural**. Esa comprensión es lo que transforma una excursión en una experiencia memorable.

BLOQUE 5:
CREACIÓN DE
EXPERIENCIAS

¿CÓMO HACERLO?:

**CREANDO
EXPERIENCIAS
CULTURALES
MEMORABLES**



Consejo: usar la autenticidad como valor diferencial

El turismo cultural en territorios como el Río Miño no compite con los grandes destinos de masas. Ofrece algo diferente: **experiencias únicas, auténticas y sostenibles** que respetan el territorio y benefician a quienes viven en él.

En un mundo donde todo se puede copiar, la autenticidad cultural es el único recurso verdaderamente irrepetible.





Para muchos turistas, lo cotidiano suele ser lo más memorable

Recuerda: Lo cotidiano también es cultura

Muchas veces pensamos que el turismo cultural se limita a museos o monumentos. Sin embargo, una gran parte del interés cultural de un destino se encuentra en la **vida cotidiana de las comunidades**.

Mercados locales

Espacios vivos donde se concentran los productos, sabores y relaciones sociales del territorio.

Fiestas populares

Celebraciones que muestran la identidad colectiva de forma auténtica y participativa.

Cocina tradicional

Aprender a cocinar un plato local es una de las experiencias más memorables para cualquier viajero.

Ejemplo de lo cotidiano: El mercado como experiencia cultural...

1 El guía explica los productos

Habla sobre los productos de temporada y las tradiciones culinarias del territorio, dando contexto cultural a cada alimento.

2 Pequeñas degustaciones

Los visitantes prueban productos locales y conocen a los productores, estableciendo una conexión directa con el territorio.

3 Taller de cocina

Los visitantes compran ingredientes en el mercado y participan en un taller donde aprenden a preparar un plato tradicional.

De esta forma se crea una experiencia cultural completa que conecta **gastronomía, territorio y comunidad**.



Otro ejemplo de lo cotidiano

Taller Gastronómico:

Gastronomía, Territorio y Comunidad

Un taller de cocina que comienza en el mercado local y termina en la mesa es mucho más que una actividad gastronómica: es una **inmersión cultural completa** que conecta al visitante con la esencia del territorio.

Un ejemplo completo: Una ruta histórica por el río

En el caso del Río Miño, el turismo cultural puede desarrollarse a través de diferentes tipos de experiencias. Por ejemplo, se puede diseñar una **ruta histórica del río** que explique su papel como frontera y como vía de comunicación entre Galicia y Portugal.

1

Fortalezas

Visitas a las defensas históricas que controlaban el paso fronterizo.

2

Contrabando

Historias sobre el comercio clandestino que cruzaba el río durante siglos.

3

Gastronomía

Degustaciones con productos locales de ambos lados de la frontera.

4

Memoria viva

Encuentros con personas que cuentan cómo se vivía en la zona hace décadas.

Claves para Crear Experiencias Culturales



Identificar el recurso

¿Qué elemento cultural del territorio puede ser el punto de partida de la experiencia?



Construir el relato

¿Qué historia podemos contar alrededor de ese recurso para darle vida y significado?



Añadir participación

¿Cómo podemos hacer que el visitante no solo observe, sino que participe activamente?



Conectar con la comunidad

¿Qué personas locales pueden enriquecer la experiencia con su conocimiento y su presencia?

De Recurso a Experiencia: El Proceso



Recurso cultural

Interpretación

Actividad turística

Experiencia memorable

Este proceso es el corazón del turismo cultural: transformar lo que existe en el territorio en algo que el visitante pueda vivir, sentir y recordar.

Ejemplos de Transformación



Pesca tradicional

De actividad económica ancestral a experiencia turística participativa que enseña técnicas y tradiciones del río.



Elaboración del vino

De proceso productivo a experiencia cultural que conecta al visitante con el paisaje, la historia y la identidad del territorio.



Pan tradicional

De alimento cotidiano a experiencia gastronómica y cultural que transmite saberes ancestrales de forma participativa.



La Colaboración como Clave del Éxito

Trabajo en red

Las mejores experiencias culturales no las crea una sola empresa: nacen de la **colaboración entre alojamientos, restaurantes, guías, artesanos y comunidad local.**

Beneficio compartido

Cuando las empresas trabajan juntas para crear una oferta cultural coherente, todos ganan: más visitantes, mayor gasto y mejor imagen del destino.

Juntos Somos el Destino

Ninguna empresa puede crear sola un destino cultural de referencia. La **suma de experiencias auténticas** ofrecidas por diferentes actores del territorio es lo que convierte al Río Miño en un destino cultural memorable y diferenciado.



BLOQUE 6: SOSTENIBILIDAD

LA SOSTENIBILIDAD

Sostenibilidad cultural

El turismo cultural, cuando se gestiona bien, ayuda a **preservar y transmitir** las tradiciones y el patrimonio local a las nuevas generaciones.

Sostenibilidad económica

Genera ingresos para las comunidades locales sin depender de grandes infraestructuras, apostando por un modelo de desarrollo a escala humana.



El Turismo Cultural en Cifras

40%

Motivación cultural

De los viajeros internacionales incluye la cultura como motivación principal de su viaje.

2x

Mayor gasto

Los turistas culturales gastan hasta el doble que el turista medio en el destino.

3x

Mayor estancia

Los destinos con oferta cultural rica retienen al visitante hasta tres veces más tiempo.



Retos del Turismo Cultural en Territorios Rurales

→ **Visibilidad y comunicación**

Dar a conocer la oferta cultural en un mercado saturado de información requiere estrategias de comunicación específicas y bien diseñadas.

→ **Coordinación entre actores**

El turismo cultural requiere la colaboración entre empresas, instituciones y comunidad local para crear una oferta coherente y atractiva.

→ **Profesionalización**

Transformar el patrimonio en experiencias turísticas de calidad requiere formación, creatividad y capacidad de gestión.

→ **Estacionalidad**

El turismo cultural puede ayudar a desestacionalizar la demanda, pero requiere una oferta activa durante todo el año.



Oportunidades para el Río Miño

A pesar de los retos, el Río Miño tiene un **potencial cultural extraordinario**: su historia transfronteriza, su gastronomía, sus tradiciones fluviales y su paisaje único lo convierten en un destino con una propuesta de valor diferencial difícil de igualar.



Resumen: Conceptos Clave

Turismo cultural

Turismo motivado por conocer, descubrir y experimentar la cultura de un territorio, tanto en sus elementos tangibles como intangibles.

Patrimonio material e inmaterial

Dos tipos de recursos complementarios que, combinados, crean experiencias culturales ricas y auténticas.

Experiencia vs. visita

El turista actual busca participar y sentir, no solo observar. La participación activa es lo que hace memorable una experiencia.

Identidad como recurso

La identidad cultural del Río Miño —transfronteriza, fluvial, rural— es su mayor activo diferencial en el mercado turístico.

Lo que hemos aprendido hoy



Estos tres aprendizajes son la base sobre la que construiremos el resto de la formación.

Reflexión final

El patrimonio cultural no es solo lo que heredamos del pasado. Es también lo que decidimos transmitir al futuro, y la forma en que elegimos compartirlo con quienes nos visitan hoy.



Próximos Pasos

01

Identificar vuestros recursos

Hacer un inventario de los recursos culturales del territorio que cada empresa puede aprovechar.

03

Diseñar la experiencia

Transformar el recurso y el relato en una actividad turística participativa y memorable.

02

Construir el relato

Desarrollar las historias y narrativas que darán vida a esos recursos culturales.

04

Conectar con otros actores

Identificar con qué otras empresas o personas del territorio podemos colaborar para enriquecer la experiencia.

El Río Miño: Un destino cultural con futuro

El territorio del Río Miño tiene todos los ingredientes para convertirse en un **referente del turismo cultural en el noroeste peninsular**: historia, identidad, gastronomía, paisaje y, sobre todo, comunidades que conocen y aman su territorio.

📄 La oportunidad está aquí. El momento es ahora. **¡Gracias por vuestra participación!**



¡Gracias y hasta el miércoles!



Creación Experiencias



www.riominho.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com



Tel: +34 625 54 77 48