



Tui (Pontevedra) · Luns 20 Abril 2026

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

MÓDULO I · TURISMO CULTURAL: FUNDAMENTOS E CONTEXTO

👉 “Como pasar de ofrecer servizos... a deseñar experiencias”

Formadora: Maite Vence · Directora de Observer



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 Ornitología"**. 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 o código para acceder á lista de asistencia

Contidos da Sesión

01

Introdución

O turismo cultural como motor de desenvolvemento local en territorios rurais e fluviais.

03

Por que falar de turismo cultural?

O cambio no comportamento do turista e a busca de experiencias auténticas.

02

Preguntas de diagnóstico

Reflexión inicial sobre o coñecemento e experiencia das empresas participantes.

04

Que é o turismo cultural

Definición, tipos de patrimonio, actividades e exemplos aplicados ao Río Miño.

Introducción / contexto da sesión de hoxe

Nesta sesión traballamos o papel do **turismo cultural como motor de desenvolvemento local**, especialmente en territorios rurais e fluviais coma o Río Miño.

O obxectivo non é só comprender que é o turismo cultural dende un punto de vista teórico, senón entender como se pode aplicar nas empresas turísticas do territorio: aloxamentos, restaurantes, bodegas, guías ou empresas de actividades.

A mensaxe clave: o patrimonio cultural non só se preserva, tamén impulsa experiencias, ingresos e novas oportunidades para as comunidades locais.



**👉 O turismo está cambiando.
O visitante xa non busca só ver...
busca vivir, aprender e participar.**



Obxectivos da Sesión I de II

1

Comprender o turismo cultural

Que significa realmente e como evolucionou: hoxe non se trata só de visitar monumentos, senón de vivir experiencias vinculadas á cultura local.

2

Contexto do Río Miño

Entender as características particulares do destino: territorio transfronterizo, rural, fluvial e cunha identidade cultural moi forte.

3

Identificar recursos culturais

Aprender a recoñecer os recursos do territorio que poidan converterse en experiencias turísticas.

4

Crear produtos diferenciados

Reflexionar sobre como cada empresa pode aproveitar estes recursos para crear produtos turísticos auténticos.

BLOQUE 1

Diagnóstico inicial: 6 preguntas

DURACIÓN: 45 minutos

PREGUNTAS DE DIAGNÓSTICO

Estas preguntas sirven para ter información sobre o nivel de coñecemento e experiencia das empresas participantes e iniciar o debate colectivo.

PREGUNTA 1

Que é o turismo cultural para vós?

Cando pensades en turismo cultural, que tipo de actividades ou experiencias vos veñen primeiro á cabeza?





PREGUNTA 2

Recursos sen aproveitar

Credes que no voso territorio existen recursos culturais que aínda non se están aproveitando turisticamente? Cales?

PREGUNTA 3

A vosa experiencia actual

Algunha das vosas empresas ofrece actualmente algunha actividade ou experiencia relacionada coa cultura local: historia, gastronomía, tradicións, artesanía?



PREGUNTA 4

Que buscan os turistas?

Que credes que buscan realmente os turistas cando visitan destinos rurais coma o Río Miño: paisaxe, cultura, gastronomía, actividades ou unha combinación de todo?





PREGUNTA 5

Dificultades e barreiras

Que dificultades atopades para transformar os recursos culturais do territorio en experiencias turísticas atractivas?

PREGUNTA 6

O que fai único o Río Miño

Se tivésedes que explicarlle a un visitante que fai único o territorio do Río Miño dende o punto de vista cultural, que tres cousas destacaríades?



BLOQUE 2

POR QUE FALAR DE TURISMO CULTURAL?



...porque o Turismo cambiou



Antes

O turismo baseábase en visitar lugares famosos: monumentos, cidades históricas ou paisaxes coñecidas. Era un turismo centrado en **ver cousas**.

Agora

O turista actual quere **vivir experiencias**, aprender algo novo e conectar coa cultura do lugar que visita. Busca autenticidade e participación.




Por esta razón, os destinos que proporcionan experiencias auténticas están acadando un éxito crecente. Isto inclúe actividades como talleres, rutas culturais, gastronomía local e contacto directo coas comunidades.

Exemplo de Cambio Turístico

A visita tradicional

Visitar un castelo ou monumento durante uns minutos mentres o guía explica a súa historia. O visitante observa e escoita.



 A diferenza fundamental radica en que o visitante non só realiza a visita, senón que tamén se involucra e retén a experiencia.

A Principal Fortaleza deste Tipo de Turismo

Cando combinamos o patrimonio arquitectónico e monumental con relatos históricos, gastronomía e actividades participativas, transformamos unha visita nunha experiencia cultural completa e inesquecible.



A experiencia actual

Unha fortaleza do Miño pode incluír un relato histórico sobre a fronteira, unha degustación gastronómica con produtos locais e unha actividade participativa sobre navegación ou comercio fluvial.

O turista actual (o agora chamado viaxeiro) busca “experiencias”

Na actualidade, os viaxeiros non só **buscan visitar un destino; desexan experimentalo e vivilo plenamente**. Un visitante que chega ao Miño non se conforma con admirar o río ou pasear por unha vila encantadora. Anhela coñecer como é a vida das persoas na zona, que se come, que tradicións se celebran e que historias enriquecen ese territorio.



Talleres de cociña

Aprender receitas tradicionais da man de cociñeiros locais.



Visitas a bodegas

Degustacións con explicación do proceso de elaboración do viño.



Rutas narradas

Percorridos guiados por persoas locais que coñecen o territorio.



Experiencias artesanais

Contacto directo con artesáns e coas súas técnicas tradicionais.

WOW



Desexan Sentirse Parte do Lugar

O Turista (viaxeiro) Cultural: Perfil

Curioso e informado

Chega ao destino unha vez investigou a súa historia e cultura. Quere afondar, non só ver.

Disposto a gastar

Valora a calidade e a autenticidade por encima do prezo. Inverte en experiencias memorables.

Prescritor activo

Comparte as súas experiencias en redes sociais e recomenda o destino aos seus achegados.

Respectuoso

Aprecia e respecta a cultura local. É o tipo de turista que máis beneficia as comunidades.





O Mellor Embaixador do Territorio

Un turista cultural satisfeito non só volve: **recomenda o destino** aos seus achegados e compárteo en redes sociais, converténdose no mellor embaixador do territorio sen custo ningún para as empresas.



Pausa — 15 minutos

BLOQUE 3

QUE É O TURISMO CULTURAL?



Definición de Turismo Cultural

O turismo cultural é o tipo de turismo que ten como principal motivación coñecer, descubrir e experimentar a cultura de un territorio.



Elementos construídos

Monumentos, arquitectura, paisaxes construídas, obxectos históricos.

Elementos intanxibles

Tradicións, gastronomía, saberes locais, formas de vida, historias.

Noutras palabras, o turismo cultural céntrase na identidade **do lugar** e en como esa identidade se transmite aos visitantes.



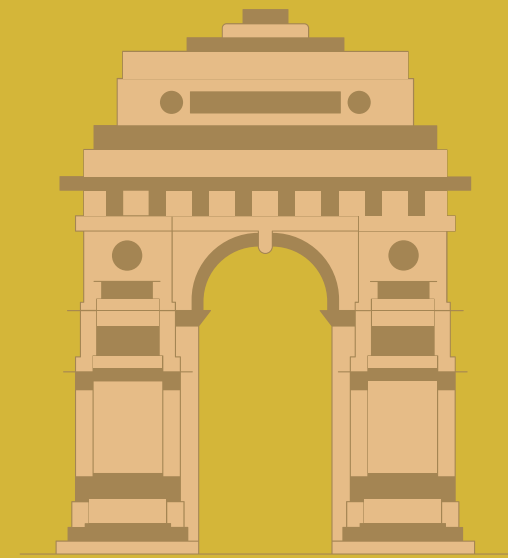
Que Inclúe o Turismo Cultural?

O turismo cultural abarca historia, tradicións, arquitectura, gastronomía, festas e manifestacións artísticas, pero tamén inclúe aspectos máis cotiáns: a vida nas vilas, os mercados locais ou as actividades tradicionais vinculadas á paisaxe. Nun territorio fluvial como o Miño, a pesca, a navegación ou as historias do río tamén forman parte do **patrimonio cultural**.

Dous Tipos de Patrimonio



Ambos tipos de patrimonio son igualmente valiosos e complementáanse para crear experiencias turísticas ricas e auténticas.



Patrimonio Material

O patrimonio material é o que podemos ver e tocar fisicamente. Adoita ser o máis visible e, polo tanto, o primeiro que se utiliza para atraer turistas.



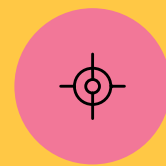
Castelos e fortalezas



Igrexas e templos



Pontes históricas




Centros históricos



Paisaxes culturais

O Patrimonio que Podemos Ver



Os elementos do patrimonio material son os **puntos de partida** máis recoñecibles para deseñar experiencias turísticas. Son o gancho visual que atrae o visitante e o escenario onde se desenvolve a experiencia cultural.



Patrimonio Inmaterial

O patrimonio inmaterial é especialmente valioso porque non pode **replicarse noutro lugar**. É o elemento máis auténtico e diferenciador de calquera destino cultural.



O patrimonio inmaterial é **igual ou incluso máis importante** ca o material. Refírese ás tradicións, coñecementos e prácticas culturais que se transmiten de xeración en xeración.

Recetas tradicionais

Saberes culinarios transmitidos de xeración en xeración, vinculados ao territorio e aos seus produtos.

Oficios antigos

Técnicas artesanais e formas de traballar a terra ou o río que definen a identidade local.

Historias e lendas

Relatos orais que dan vida ao territorio e conectan emocionalmente cos visitantes.

Festas populares

Celebracións que expresan a identidade colectiva e ofrecen experiencias únicas e irrepetibles.

Exemplo Práctico: A Ponte do Miño

*Unha ponte é unha estrutura de pedra, pero cando engadimos as historias de quen o cruzaron, os medos, os sonhos e as aventuras de xeracións pasadas, esa ponte convértese nun **portal cara á historia viva do territorio**.*

Patrimonio material

Unha ponte medieval no Río Miño: a súa arquitectura, a súa antigüidade, a súa presenza física na paisaxe.

Patrimonio inmaterial

Historias de contrabandistas que cruzaban o río, relatos de antigos comerciantes, tradicións vinculadas ao paso entre España e Portugal.

As Historias Dan Vida ao Patrimonio

Cando combinamos ambos elementos, o resultado é unha **experiencia cultural moito máis rica** que supera con creces a simple visita o monumento.



Actividades Típicas do Turismo Cultural

O turismo cultural pode adoptar muchas formas. O importante é que todas teñen un elemento común: permiten ao visitante **comprender mellor a cultura local**.



Visitas guiadas

Percorridos por cascos históricos con interpretación cultural.



Rutas temáticas

Itinerarios baseados en acontecementos históricos ou elementos culturais específicos.



Festivais culturais

Feiras tradicionais e eventos que expresan a identidade do territorio.



Experiencias gastronómicas

Degustacións e talleres vinculados á identidade culinaria do lugar.



Museos e Centros de Interpretación

Os museos e centros de interpretación son espazos clave do turismo cultural. Cando están ben deseñados, non só mostran obxectos: **contan historias** e conectan o visitante coa identidade do territorio de forma profunda e memorable.

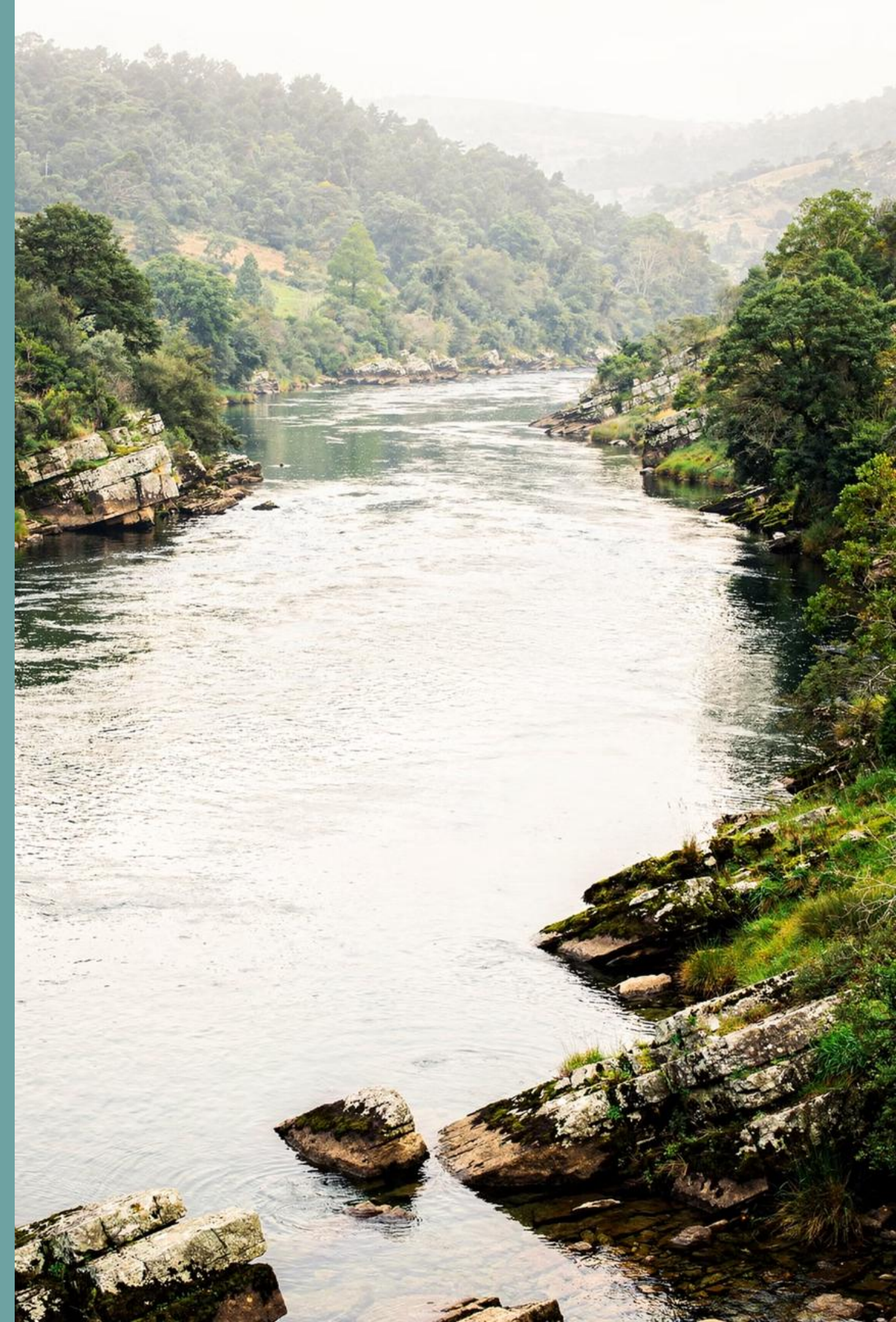


**BLOQUE 4:
APLICACIÓN AO RÍO MIÑO**

TURISMO CULTURAL NO RÍO MIÑO

O Río Miño: Territorio Transfronterizo

O Río Miño ten unha característica única: é un **territorio transfronterizo** que une e separa á vez dous países, dúas culturas e dúas identidades. Esta dualidade é en si mesma un recurso cultural extraordinario que pode aproveitarse para crear experiencias turísticas únicas no mundo.



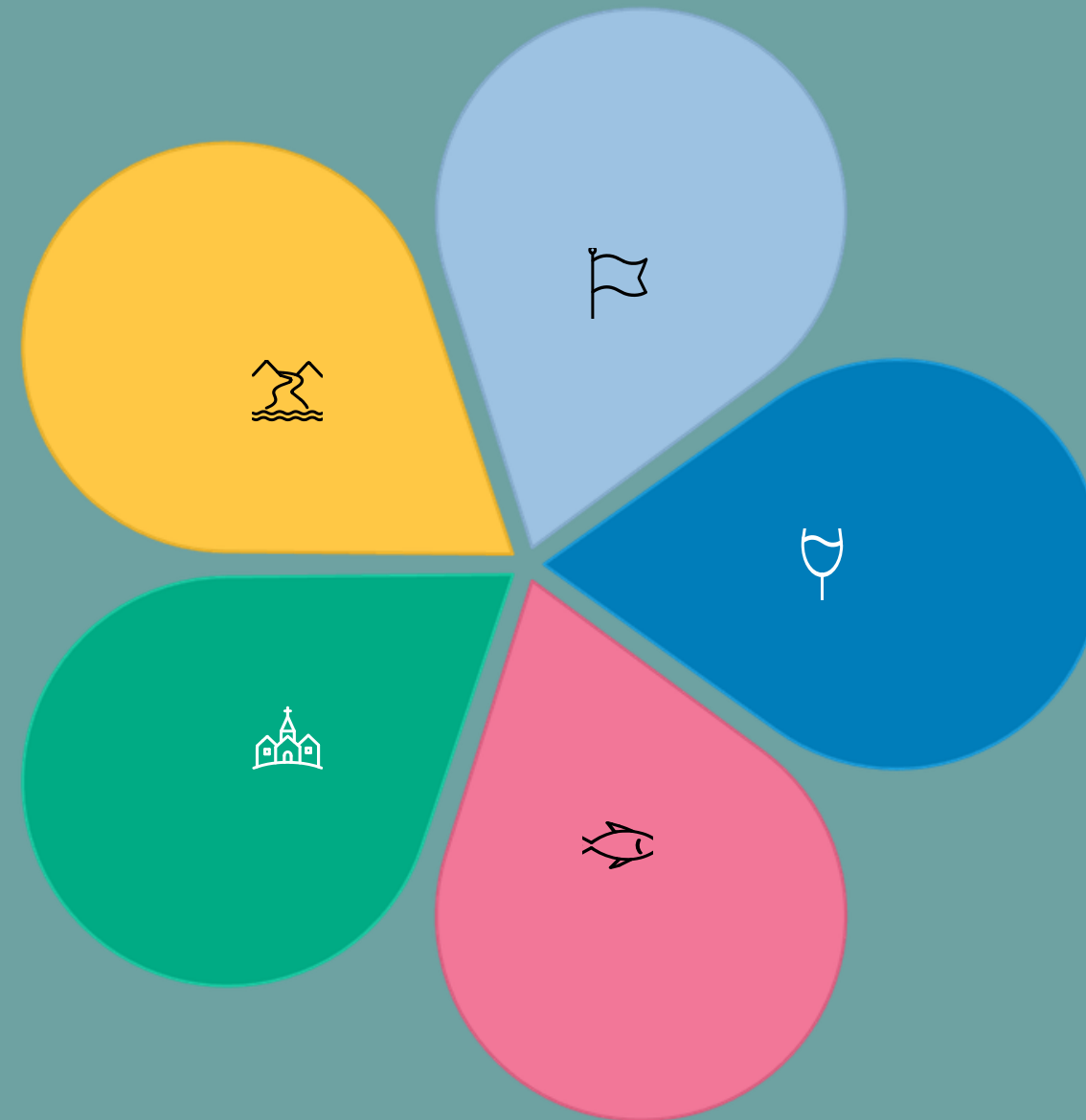
Identidade Cultural do Miño

Territorio fluvial

O río como eixe vertebrador da vida, a economía e a cultura local.

Vida rural

Comunidades que manteñen vivas tradicións e formas de vida auténticas.



Fronteira viva

Historia de intercambios, conflitos e convivencia entre dúas nacións.

Cultura do viño

Bodegas e viñedos que producen viños únicos vinculados á paisaxe do río.

Tradición pesqueira

Técnicas ancestrais de pesca fluvial que forman parte do patrimonio inmaterial.

O patrimonio cultural como recurso económico

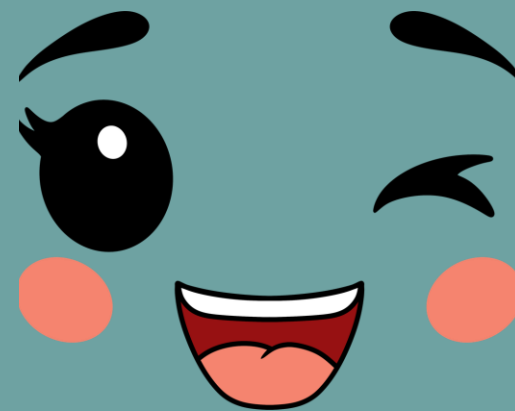
Visión tradicional

O patrimonio cultural como algo que se conserva, se protexe e se mantén afastado da actividade económica.

Visión actual

O patrimonio cultural como un **recurso que xera experiencias turísticas, ingresos e oportunidades económicas** para as comunidades locais, sempre dende o respecto e a sostibilidade.

A clave está nunha boa xestión.





Desenvolvemento Local a través do Turismo Cultural

Cando o turismo cultural se xestiona ben, **beneficia a toda a comunidade**: xera emprego, mantén vivas as tradicións, pon en valor o territorio e crea un modelo de desenvolvemento sostible que respecta a identidade local.

Que podedes facer as empresas do territorio?



Aloxamentos

Incorporar elementos culturais na decoración, ofrecer información sobre o territorio e organizar actividades para os hóspedes.



Restaurantes

Crear menús baseados en receitas tradicionais, explicar a orixe dos produtos e conectar a gastronomía coa historia local.



Bodegas

Deseñar visitas que combinen a elaboración do viño coa historia do territorio e coas súas tradicións.

Guías e Empresas de Actividades

Os guías e as empresas de actividades son os **principais transmisores da cultura local**. A súa capacidade para contar historias, conectar co territorio e crear experiencias participativas é o corazón do turismo cultural en calquera destino.





LEMBRADE: A clave no turismo cultural é ver a paisaxe e tamén comprender o seu significado

- Desta forma o visitante non só ve a paisaxe, senón que **comprende o seu significado cultural**. Esa comprensión é o que transforma unha excursión nunha experiencia memorable.

BLOQUE 5:
CREACIÓN DE
EXPERIENCIAS

CÓMO FACELO?:

**CREANDO
EXPERIENCIAS
CULTURAS
MEMORABLES**



Consello: usar a autenticidade como valor diferencial

O turismo cultural en territorios coma o Río Miño non compite cos grandes destinos de masas. Ofrece algo diferente: **experiencias únicas, auténticas e sostibles** que respectan o territorio e benefician a quen vive nel.

Nun mundo onde todo se pode copiar, a autenticidade cultural é o único recurso verdadeiramente irrepetible.





Para moitos turistas, o cotián adoita ser o máis memorable

Lembra: O cotián tamén é cultura

Moitas veces pensamos que o turismo cultural se limita a museos ou monumentos. Con todo, unha gran parte do interese cultural dun destino atópase na **vida cotiá das comunidades**.

Mercados locais

Espazos vivos onde se concentran os produtos, sabores e relacións sociais do territorio.

Festas populares

Celebracións que mostran a identidade colectiva de forma auténtica e participativa.

Cociña tradicional

Aprender a cociñar un prato local é unha das experiencias máis memorables para calquera viaxeiro.

Exemplo do cotián: O mercado como experiencia cultural...

1 O guía explica os produtos

Fala sobre os produtos de tempada e as tradicións culinarias do territorio, dando contexto cultural a cada alimento.

2 Pequenas degustacións

Os visitantes proban produtos locais e coñecen os produtores, establecendo unha conexión directa co territorio.

3 Taller de cociña

Os visitantes compran ingredientes no mercado e participan nun taller onde aprenden a preparar un prato tradicional.

📄 Desta forma créase unha experiencia cultural completa que conecta **gastronomía, territorio e comunidade**.



Outro exemplo do cotián

Taller Gastronómico: Gastronomía, Territorio e Comunidade

Un taller de cociña que comeza no mercado local e remata na mesa é moito máis ca unha actividade gastronómica: é unha **inmersión cultural completa** que conecta o visitante coa esencia do territorio.

Un exemplo completo: Unha ruta histórica polo río

No caso do Río Miño, o turismo cultural pode desenvolverse a través de diferentes tipos de experiencias. Por exemplo, pódese deseñar unha **ruta histórica do río** que explique o seu papel como fronteira e como vía de comunicación entre Galicia e Portugal.

1

Fortalezas

Visitas ás defensas históricas que controlaban o paso fronteirizo.

2

Contrabando

Historias sobre o comercio clandestino que cruzaba o río durante séculos.

3

Gastronomía

Degustacións con produtos locais de ambos os lados da fronteira.

4

Memoria viva

Encontros con persoas que contan como se vivía na zona hai décadas.

Claves para Crear Experiencias Culturais



Identificar o recurso

Que elemento cultural do territorio pode ser o punto de partida da experiencia?



Construír o relato

Que historia podemos contar arredor dese recurso para darlle vida e significado?



Engadir participación

Como podemos facer que o visitante non só observe, senón que participe activamente?



Conectar coa comunidade

Que persoas locais poden enriquecer a experiencia co seu coñecemento e a súa presenza?

Do Recurso á Experiencia: O Proceso



Recurso cultural



Interpretación



Actividade turística



Experiencia memorable

Este proceso é o corazón do turismo cultural: transformar o que existe no territorio en algo que o visitante poida vivir, sentir e lembrar.

Exemplos de Transformación



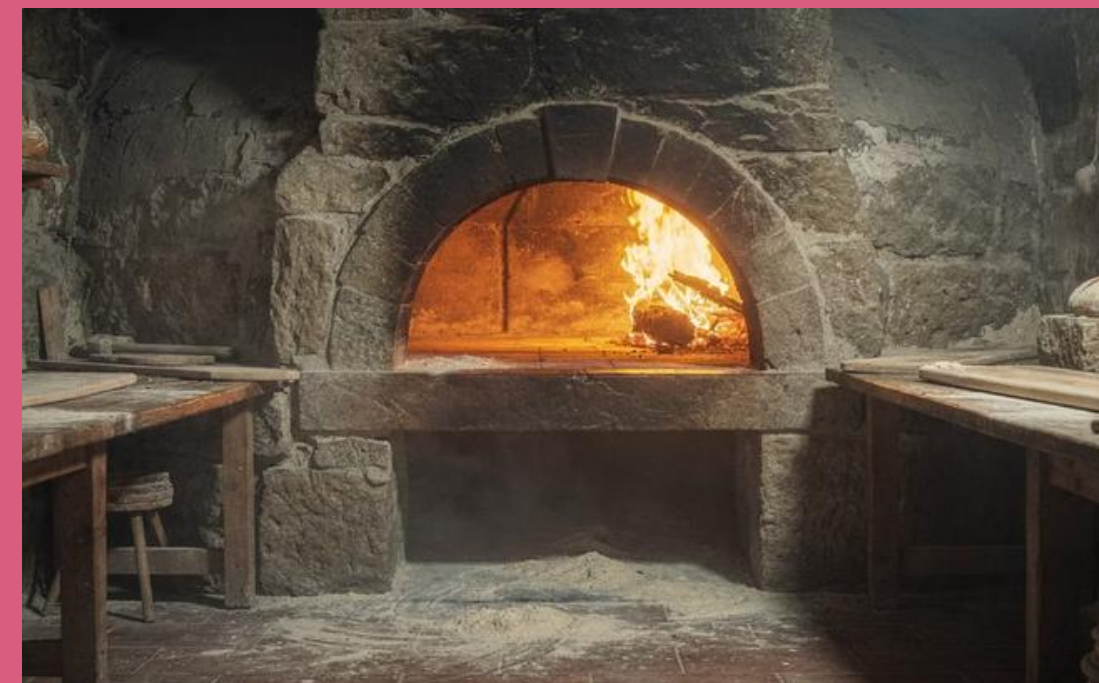
Pesca tradicional

De actividade económica ancestral a experiencia turística participativa que ensina técnicas e tradicións do río.



Elaboración do viño

De proceso produtivo a experiencia cultural que conecta ao visitante co paisaxe, a historia e a identidade do territorio.



Pan tradicional

De alimento cotián a experiencia gastronómica e cultural que transmite saberes ancestrais de forma participativa.



A Colaboración como Clave do Éxito

Traballo en rede

As mellores experiencias culturais non as crea unha soa empresa: nacen da **colaboración entre aloxamentos, restaurantes, guías, artesáns e comunidade local.**

Beneficio compartido

Cando as empresas traballan xuntas para crear unha oferta cultural coherente, todos ganan: máis visitantes, maior gasto e mellor imaxe do destino.

Xuntos Somos o Destino

Ningunha empresa pode crear soa un destino cultural de referencia. A **suma de experiencias auténticas** ofrecidas por diferentes actores do territorio é o que converte o Río Miño nun destino cultural memorable e diferenciado.



BLOQUE 6:
SOSTIBILIDADE

A SOSTIBILIDADE

Sostibilidade cultural

O turismo cultural, cando se xestiona ben, axuda a **preservar e transmitir** as tradicións e o patrimonio local a as novas xeracións.

Sostibilidade económica

Xera ingresos para as comunidades locais sen depender de grandes infraestruturas, apostando por un modelo de desenvolvemento a escala humana.



O Turismo Cultural en Cifras

40 %

Motivación cultural

Dos viaxeiros internacionais inclúe a cultura como motivación principal da súa viaxe.

2x

Maior gasto

Os turistas culturais gastan ata o dobre que o turista medio no destino.



3x

Maior estancia

Os destinos con oferta cultural rica reteñen o visitante ata tres veces máis tempo.

Retos do Turismo Cultural en Territorios Rurais

→ **Visibilidade e comunicación**

Dar a coñecer a oferta cultural nun mercado saturado de información require estratexias de comunicación específicas e ben deseñadas.

→ **Coordinación entre actores**

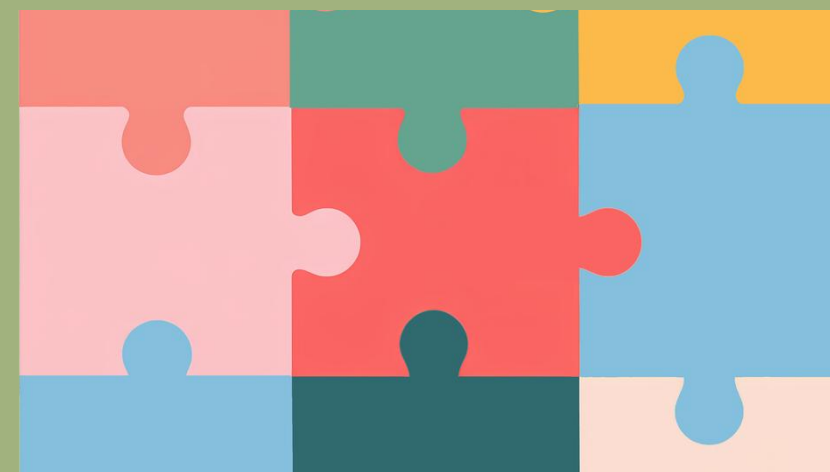
O turismo cultural require a colaboración entre empresas, institucións e comunidade local para crear unha oferta coherente e atractiva.

→ **Profesionalización**

Transformar o patrimonio en experiencias turísticas de calidade require formación, creatividade e capacidade de xestión.

→ **Estacionalidade**

O turismo cultural pode axudar a desestacionalizar a demanda, pero require unha oferta activa durante todo o ano.



Oportunidades para o Río Miño

A pesar dos retos, o Río Miño ten un **potencial cultural extraordinario**: a súa historia transfronteriza, a súa gastronomía, as súas tradicións fluviais e a súa paisaxe única convérteno nun destino cunha proposta de valor diferencial difícil de igualar.



Resumo: Conceptos Clave

Turismo cultural

Turismo motivado por coñecer, descubrir e experimentar a cultura dun territorio, tanto nos seus elementos tanxibles como intanxibles.

Patrimonio material e inmaterial

Dous tipos de recursos complementarios que, combinados, crean experiencias culturais ricas e auténticas.

Experiencia vs. visita

O turista actual busca participar e sentir, non só observar. A participación activa é o que fai memorable unha experiencia.

Identidade como recurso

A identidade cultural do Río Miño —transfronteriza, fluvial, rural— é o seu maior activo diferencial no mercado turístico.

O que aprendemos hoxe



Estas tres aprendizaxes son a base sobre a que construiremos o resto da formación.

Reflexión final

O patrimonio cultural non é só o que herdamos do pasado. É tamén o que decidimos transmitir ao futuro, e a forma na que escollemos compartilo con quen nos visita hoxe.



Próximos Pasos

01

Identificar os vosos recursos

Facer un inventario dos recursos culturais do territorio que cada empresa pode aproveitar.

03

Deseñar a experiencia

Transformar o recurso e o relato nunha actividade turística participativa e memorable.

02

Construír o relato

Desenvolver as historias e narrativas que darán vida a eses recursos culturais.

04

Conectar con outros actores

Identificar con que outras empresas ou persoas do territorio podemos colaborar para enriquecer a experiencia.

O Río Miño: Un destino cultural con futuro

O territorio do Río Miño ten todos os ingredientes para converterse nun **referente do turismo cultural no noroeste peninsular**: historia, identidade, gastronomía, paisaxe e, sobre todo, comunidades que coñecen e aman o seu territorio.

📄 A oportunidade está aquí. O momento é agora. **Grazas pola vosa participación!**



Grazas e ata o mércores!



Creación Experiencias



www.riominho.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com



Tel: +34 625 54 77 48