

**MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO
PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS**

**MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO
MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS**

**MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO
PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS**

Índice

PRESENTACIÓN	6
2. INTRODUCCIÓN AO TURISMO CULTURAL E CREATIVO	8
2.1 Definición de turismo cultural	8
2.2 Definición de turismo creativo	8
2.3 Tendencias actuais e evolución do turismo creativo	9
2.4 Turismo cultural como ferramenta de desenvolvemento económico e social	10
3. CLAVES DO TURISMO LARANXA	12
3.1 Definición de economía laranxa	12
3.2 Que é o turismo laranxa?	12
3.3 Turismo laranxa como articulador de economía cultural e creativa	13
3.4 Diferenzas operativas entre turismo cultural, creativo e laranxa	14
4. TURISMO LARANXA EN TERRITORIOS RURAIS E FLUVIAIS	16
4.1 Vantaxes competitivas dos territorios rurais	16
4.2 Potencial específico dos territorios fluviais	17
4.3 Oportunidades de turismo laranxa en destinos transfronterizos	17
4.4 Riscos e límites na aplicación do enfoque laranxa	18
5. O MEDIO VISIT RIO MINHO PLUS	20
5.1 Misión e obxectivos do proxecto Visit Rio Minho Plus	20
5.2 Características do tecido empresarial turístico do Miño	20
5.3 Segmentos de mercado prioritarios para o destino río	22
5.4 Papel das empresas na estratexia “Un río, dous países, grandes experiencias”	22

6. IDENTIFICACIÓN E POSTA EN VALOR DO PATRIMONIO CULTURAL, INMATERIAL E CREATIVO DO RÍO MIÑO	24
6.1 Metodoloxía de inventario participativo	24
6.2 Tipoloxías de patrimonio aplicables ao Miño	25
6.3 Criterios de priorización para uso turístico responsable	26
6.4 Modelos de gobernanza colaborativa con empresas e comunidades	27
7. DESEÑO DE EXPERIENCIAS CULTURAI, CREATIVAS E LARANXAS PARA EMPRESAS DO RÍO MIÑO	29
7.1 Principios de deseño de experiencias turísticas	29
7.2 A cocreación como modelo de relación empresa–comunidade–visitante	29
7.3 Matriz de produtos: cultural, creativo e laranxa	30
7.4 Adaptación de produtos existentes ao enfoque creativo	31
8. PORTAFOLIOS TIPO PARA EMPRESAS DO MEDIO RÍO MIÑO	32
8.1 Aloxamentos: integrar o turismo laranxa en hoteis, casas rurais e cámpings	32
8.2 Restaurantes e bodegas: gastronomía fluvial e experiencias de quilómetro cero	33
8.3 Empresas de actividades: náutica, sendeirismo, cicloturismo e natureza creativa	35
8.4 Guías e axencias receptivas: deseño e empaquetado de experiencias transfronterizas	36
8.5 Produtores locais e artesáns: do produto ao relato experiencial	37
9. CASOS E MODELOS INSPIRADORES	39
9.1 Medellín e o turismo laranxa urbano-comunitario	39
9.2 Programas de Creative Tourism Network	39
9.3 Experiencias rurais creativas en Portugal e outros países	40
9.4 Boas prácticas en xestión do patrimonio e dixitalización	40
9.5 Turismo laranxa: boas prácticas e erros a evitar	41
10. COMERCIALIZACIÓN E MÁRketing PARA EMPRESAS DO RÍO MIÑO	42

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

10.1 Posicionamento de “destino laranxa fluvial transfronterizo”	42
10.2 Canles de venda e distribución	42
10.3 Estratexias de márketing dixital e <i>storytelling</i>	43
10.4 Construción de marca compartida con Visit Rio Minho Plus	44
11. MODELOS DE NEGOCIO E SOSTIBILIDADE ECONÓMICA	46
11.1 Destino laranxa e clúster creativo turístico	46
11.2 Fixación de prezos en experiencias de alto valor engadido	46
11.3 Esquemas de reparto de ingresos con portadores de cultura	47
11.4 Medición de rendibilidade económica e social	48
12. XESTIÓN DE IMPACTOS E SOSTIBILIDADE INTEGRAL	49
12.1 Indicadores económicos, socioculturais e ambientais	49
12.2 Xestión de capacidade de carga en espazos fluviaais sensibiles	49
12.3 Ética, dereitos culturais e prevención de folklorización	50
12.4 Plans de mellora continua e certificacións	50
13. FOLLA DE RUTA OPERATIVA PARA EMPRESAS DO RÍO MIÑO	52
13.1 Pasos para transformarse en actor de turismo laranxa	52
13.2 Itinerario formativo e de acompañamento	52
13.3 Plan por fases: deseño piloto, test, escalado e consolidación	53
13.4 Alianzas clave dentro do clúster Miño	53
14. ANEXOS OPERATIVOS	55
14.1 Ficha de deseño de experiencia (modelo básico)	55
14.2 <i>Checklist</i> de autenticidade, cocreación e sostibilidade	55
14.3 Guía básica de medición de impactos para PEMEs	56
14.4 Recursos bibliográficos e webs recomendadas	56
14.4.1 Lecturas sobre turismo cultural, creativo e economía laranxa	56

**MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO
PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS**

14.4.2 Guías de boas prácticas en patrimonio e turismo sostible	57
14.4.3. Plataformas e redes internacionais de turismo creativo	58
14.4.4 Recursos específicos sobre o Río Miño e o seu patrimonio	59

Presentación

Este manual nace como unha ferramenta práctica ao servizo das empresas, axentes locais e administracións que forman parte do proxecto Visit Rio Minho Plus. O seu propósito é axudar a aterrizar, no día a día da actividade turística, a visión dun destino fluvial transfronterizo sostible, creativo e de calidade.

No marco de Visit Rio Minho Plus, o río concíbese coma un eixe de unión entre Galicia e o Norte de Portugal, e como un escenario privilexiado onde cultura, natureza e vida cotiá se entrelazan. Este documento ofrece un marco conceptual claro sobre turismo cultural, creativo e economía laranxa, pero, sobre todo, propón métodos, exemplos e ferramentas para transformar esa visión en produtos concretos: experiencias, paquetes e servizos que poidan ser deseñados, operados e comercializados polas propias empresas do territorio.

O manual está pensado para cumprir varias funcións dentro do proxecto:

- Servir de **guía común** para todos os actores implicados, aliñando a linguaxe, os conceptos e os criterios de calidade e sostibilidade.
- Actuar como **catálogo de ideas e metodoloxías** para innovar na oferta turística, especialmente no deseño de experiencias baseadas no patrimonio cultural inmaterial e a creatividade local.
- Proporcionar **referencias e casos inspiradores** que faciliten a adaptación de boas prácticas internacionais ao contexto específico do Río Miño.
- Ofrecer **ferramentas operativas** (fichas de deseño de experiencias, *checklists*, indicadores) que axuden as PEMEs a planificar, calcular prezos, medir impactos e mellorar de forma continua.

Nun proxecto como Visit Rio Minho Plus, que aposta pola cooperación transfronteriza, a sostibilidade e a diferenciación do destino, contar cun manual compartido facilita que as empresas

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

non traballen de forma illada, senón como parte dun **ecosistema creativo**. Deste modo, cada aloxamento, restaurante, bodega, empresa de actividades, guía ou artesán pode atopar aquí pautas concretas para:

- Integrar elementos culturais e creativos na súa oferta.
- Conectar os seus produtos con outros servizos do territorio, xerando paquetes coherentes.
- Comunicar mellor o valor engadido das súas experiencias dentro da marca conxunta do río.

En definitiva, este manual aspira a ser un instrumento vivo de apoio ao proxecto Visit Rio Minho Plus: unha base común dende a que seguir experimentando, aprendendo e construíndo, entre todas as partes, un Río Miño / Rio Minho recoñecido como destino de referencia en turismo cultural, creativo e laranxa.

2. Introducción ao turismo cultural e creativo

2.1 Definición de turismo cultural

O turismo cultural enténdese como aquel tipo de turismo que ten como **motivación principal** aprender, descubrir e vivir experiencias vinculadas ás manifestacións culturais dun territorio, tanto materiais (monumentos, museos, paisaxes culturais) como inmateriais (saberes, tradicións, rituais, gastronomía, formas de vida).

Elementos clave do turismo cultural:

- A viaxe oriéntase a **coñecer e comprender** a cultura da comunidade anfitroia.
- O patrimonio cultural actúa como **recurso e contido** principal da experiencia.
- Inclúe tanto “alta cultura” (arte, patrimonio histórico) como cultura cotiá (mercados, festas, vida local).
- Pode manifestarse en contextos urbanos, rurais ou mixtos.

Actividades típicas de turismo cultural:

- Visitas guiadas a cascos históricos, monumentos e paisaxes culturais.
- Museos, centros de interpretación, rutas temáticas (literarias, históricas, industriais).
- Festivais, feiras, eventos culturais e relixiosos.
- Experiencias gastronómicas vinculadas á identidade local.

2.2 Definición de turismo creativo

O turismo creativo representa unha **evolución do turismo cultural** cara a formas máis activas, participativas e experienciais. En lugar de limitarse a observar, o visitante participa en procesos de **creación, aprendizaxe e codeseño**, vinculados á cultura e creatividade locais.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

Trazos distintivos:

- O turista é **cocreador** da experiencia, non só espectador.
- O foco sitúase no **patrimonio inmaterial** (saberes, técnicas, estilos de vida) e nas industrias creativas.
- A experiencia incorpora un compoñente de **aprendizaxe práctica** (taller, laboratorio, creación artística, cociña, etc.).
- Valóranse a **autorrealización e a autoexpresión** do visitante.

Exemplos:

- Talleres de cerámica, cestería, tecido ou construción de embarcacións tradicionais.
- Laboratorios gastronómicos onde o visitante cociña con produto local.
- Creación de murais, intervencións artísticas ou pezas de artesanía xunto a artistas locais.
- Rutas onde se mesturan relato histórico, práctica artística e participación comunitaria.

2.3 Tendencias actuais e evolución do turismo creativo

Algunhas tendencias que explican o auxe do turismo creativo:

1. **Posturismo e busca de autenticidade:** O turista actual rexeita cada vez máis as experiencias masificadas e estandarizadas e busca vivencias máis íntimas, auténticas e memorables. Prefire participar activamente, compartir en redes sociais procesos e resultados e diferenciarse a través de experiencias singulares.
2. **Economía da experiencia:** En moitos destinos, o valor xa non está só no “que ver”, senón no “que vivir e que facer”. A competencia entre lugares aumenta o peso da experiencia como factor de diferenciación e fidelización.

3. **Hibridación entre cultura, ocio e aprendizaxe:** As fronteiras entre turismo, educación, ocio e desenvolvemento persoal vólvense borrosas. Talleres, residencias creativas, voluntariados culturais e programas de intercambio intégranse nos catálogos turísticos.
4. **Dixitalización e novas formas de relación**
 - Reservas en liña e plataformas de experiencias.
 - Relato e difusión de experiencias a través de redes sociais.
 - Ferramentas dixitais para cocrear (comunidades *online*, contidos xerados polo usuario, realidade aumentada).
5. **Revalorización do patrimonio inmaterial:** As comunidades son cada vez máis conscientes do valor estratéxico das súas tradicións, saberes e oficios, tanto para a súa identidade como para xerar ingresos económicos e emprego cualificado.

2.4 Turismo cultural como ferramenta de desenvolvemento económico e social

O turismo cultural e creativo, ben planificado, pode converterse nunha poderosa ferramenta de desenvolvemento territorial.

Beneficios económicos:

- Diversificación da economía local, reducindo dependencia de sectores tradicionais.
- Xeración de emprego directo (guías, mediadores, artistas, artesáns, cociñeiros, técnicos culturais) e indirecto (aloxamento, restauración, transporte, comercio).
- Posta en valor do patrimonio existente, sen necesidade de grandes infraestruturas novas.
- Fomento do emprendemento cultural e creativo (pequenas empresas turísticas, talleres, estudos, cooperativas).

Beneficios socioculturais:

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Revitalización de tradicións, saberes e expresións culturais en risco de desaparición.
- Reforzamento da **identidade e autoestima comunitaria**.
- Fomento do diálogo intercultural e a apertura ao mundo dende un posicionamento de orgullo local.
- Oportunidades para mozos e mulleres en sectores creativos e de servizos.

Beneficios territoriais:

- Redistribución de fluxos de visitantes dende áreas saturadas a territorios rurais e fluviaais con menor presión.
- Recuperación de espazos degradados a través de usos culturais e creativos.
- Incentivos para conservar paisaxes culturais e arquitectura tradicional.
- Fixación de poboación en zonas rurais, ao xerar novas fontes de ingresos e proxectos de vida.

Condições para que estes beneficios se materialicen:

- Participación real das comunidades locais na toma de decisións.
- Planificación e xestión con enfoque de sostibilidade (económica, social, cultural e ambiental).
- Profesionalización da oferta e calidade dos servizos.
- Coordinación entre administracións, empresas e axentes culturais.

3. Claves do turismo laranxa

3.1 Definición de economía laranxa

A **economía laranxa** refírese ao conxunto de actividades que transforman ideas en bens e servizos culturais e creativos, cuxo valor se basea na **propiedade intelectual, o contido simbólico e a creatividade**. Inclúe, entre outros:

- **Economía cultural:** artes visuais, artes escénicas, patrimonio material e inmaterial.
- **Industrias culturais:** audiovisual, editorial, música, medios de comunicación.
- **Industrias creativas:** deseño, moda, publicidade, arquitectura, videoxogos, *software* de contidos.
- **Áreas de soporte:** educación artística e creativa, investigación e desenvolvemento, xestión cultural, marcos legais de propiedade intelectual.

A cor laranxa asóciase con:

- A **creatividade e a cultura**.
- A **transformación** (lume creativo).
- A **identidade** e expresividade.

3.2 Que é o turismo laranxa?

O **turismo laranxa** é a expresión turística da economía laranxa. Integra turismo cultural, turismo creativo e industrias creativas baixo unha lóxica de **cadea de valor** onde:

- Os **recursos** son o patrimonio cultural (material e inmaterial) e as capacidades creativas do territorio.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Os **produtos** son experiencias, servizos e contidos turísticos con alto compoñente creativo.
- O **valor** reside tanto na vivencia do visitante como no impulso ás empresas e sectores creativos locais.
- O **impacto** mídese tanto en ingresos turísticos como en desenvolvemento cultural, emprego creativo e fortalecemento do tecido empresarial.

Características do turismo laranxa:

- Enfoque na **creatividade** como motor de innovación de produtos turísticos.
- Conexión explícita entre turismo e **industrias creativas** (deseño, música, audiovisual, gastronomía creativa, artes dixitais, etc.).
- Modelos de negocio onde o turismo axuda a **soster carreiras creativas** (artistas, artesáns, deseñadores, colectivos culturais).
- Forte dimensión de **marca territorial**: a creatividade comunícase como marca de identidade do destino.

3.3 Turismo laranxa como articulador de economía cultural e creativa

O turismo laranxa funciona como unha **ponte** entre turismo e sectores creativos:

- Achega **demanda** a produtos e servizos creativos (talleres, espectáculos, artesanía, deseño, contidos dixitais, gastronomía de autor).
- Proporciona **escenarios** (rutas, festivais, eventos, espazos patrimoniais) onde a produción creativa se mostra e comercializa.
- Reforza a **marca e reputación** dos territorios como lugares innovadores, cunha vida cultural activa e identidade propia.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Contribúe a crear ecosistemas creativos (clústeres, hubs, distritos culturais) onde se entrelazan empresas turísticas e creativas.

Para que este rol articulador funcione, é clave:

- Unha **visión compartida** entre administracións, empresas turísticas, axentes culturais e creativos.
- Mecanismos de gobernanza que integren cultura, turismo, desenvolvemento económico e formación.
- Políticas que incentiven a **innovación en produto turístico** e o emprendemento laranxa.

3.4 Diferenzas operativas entre turismo cultural, creativo e laranxa

Podemos sintetizar as diferenzas operativas así:

- **Turismo cultural**
 - Produto típico: visita, ruta, festival, museo.
 - Lóxica: consumo de recursos culturais existentes.
 - Foco: comprensión e desfrute de patrimonio e cultura.
- **Turismo creativo**
 - Produto típico: taller, laboratorio, experiencia participativa.
 - Lóxica: cocreación entre turista e comunidade.
 - Foco: aprendizaxe, autoexpresión e experiencia transformadora.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- **Turismo laranxa**

- Produto típico: portfolios onde turismo, industrias creativas e marca territorial se entrelazan (festivais que impulsan escenas creativas, experiencias con deseñadores, chefs, músicos, produtores audiovisuais, etc.).
- Lóxica: encadear valor entre sectores turísticos e creativos (turismo como mercado e escaparate da produción creativa local).
- Foco: desenvolvemento económico e cultural a partir da creatividade, co turismo como un dos seus motores.

Na práctica, moitas experiencias combinarán as tres dimensións. O importante é que, ao deseñar produtos, as empresas teñan claro dende que enfoque están traballando e que obxectivos perseguen.

4. Turismo laranxa en territorios rurais e fluviais

4.1 Vantaxes competitivas dos territorios rurais

Os territorios rurais presentan condicións especialmente favorables para o turismo cultural, creativo e laranxa:

- **Autenticidade:** os modos de vida, oficios e tradicións mantéñense máis vivos e menos estandarizados.
- **Escala humana:** a relación entre visitantes e residentes pode ser máis achegada e horizontal.
- **Diversidade de recursos:** paisaxes culturais, arquitectura tradicional, saberes agrícolas e artesanais, gastronomía de proximidade.
- **Flexibilidade:** comunidades e PEMEs capaces de experimentar con formatos innovadores sen as rixideces de grandes destinos urbanos.
- **Menor saturación:** posibilidade de atraer un turismo de menor volume, pero maior valor engadido.

Retos:

- Menor capacidade instalada (aloxamentos, transporte, conectividade).
- Necesidade de apoio en formación, márketing e dixitalización.
- Risco de dependencia excesiva do turismo se non se diversifican outros sectores.

4.2 Potencial específico dos territorios fluviais

Os territorios fluviais, como a zona do Río Miño, ofrecen capas adicionais de valor:

- O río como eixe **histórico e simbólico**: fronteira e nexos de unión, vía de comercio, escenario de relatos e conflitos, soporte de oficios e tecnoloxías tradicionais (muíños, sistemas de rego, pesca).
- Paisaxe fluvial como **paisaxe cultural**: terrazas de cultivo, viñedos, aldeas ribeirás, pontes, camiños históricos.
- Prácticas e festividades vinculadas ao **ciclo do auga** e aos recursos do río (pesca, regatas, romarías, gastronomía fluvial).
- Posibilidade de combinar **natureza e cultura** nunha única narrativa (biodiversidade, xeoloxía, usos tradicionais do territorio).

O río permite deseñar produtos que:

- Cruzen fronteiras (no caso do Miño, entre España e Portugal).
- Combinen modos de vida e tradicións de ambas as beiras.
- Articulen circuitos lineais ou circulares (rutas fluviais, sendeiros, ciclovías, experiencias en embarcacións tradicionais ou modernas).

4.3 Oportunidades de turismo laranxa en destinos transfronterizos

Nun contexto como Río Miño / Río Minho, o enfoque laranxa poténciase grazas a:

- A **dobre identidade** (galega e portuguesa) como riqueza creativa: linguas, músicas, gastronomías, estilos de vida complementarios.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- A posibilidade de construír unha **marca transfronteriza** baseada en creatividade, cooperación e sostibilidade.
- Oportunidades para:
 - Produtos “binacionais” (unha experiencia, dúas culturas, un río).
 - Coproducións culturais (festival compartido, circuítos de artistas, residencias creativas en ambas as beiras).
 - Paquetes integrados de aloxamento, gastronomía, natureza e experiencias creativas.

Para as empresas, isto tradúcese en:

- Ampliación do mercado potencial (público de ambos os países e visitantes internacionais).
- Maior capacidade de diferenciación fronte a outros destinos rurais ou de río.
- Posibilidade de acceder a programas e financiamento específico polo seu carácter transfronterizo e creativo.

4.4 Riscos e límites na aplicación do enfoque laranxa

Traballar con turismo laranxa en contextos rurais e fluviais esixe cautela. Algúns riscos:

- **Folklorización**: converter as culturas locais en espectáculos superficiais, desvinculados do seu significado orixinal.
- **Sobrecarga** de espazos sensibles (ecosistemas fluviais, aldeas pequenas) se non se controla a capacidade de carga.
- **Desigualdade** na distribución de beneficios, se só unhas poucas empresas captan a maior parte dos ingresos.
- **Desprazamento** de poboacións locais ou perda de usos tradicionais do territorio ante a presión turística.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- **Dependencia** excesiva do turismo, sen reforzar outros sectores económicos nin cadeas de valor creativas máis amplas.

Para mitigar estes riscos, o manual propón:

- Procesos participativos reais na planificación.
- Límites claros aos volumes de visitantes e ao tipo de actividades permitidas en medios fráxiles.
- Modelos de negocio que aseguren **remuneración xusta e beneficios compartidos** con portadores de cultura e comunidades.
- Formación en ética, dereitos culturais e sostibilidade para empresas e xestores.
- Diversificación de actividades creativas máis alá do turismo (producción artística, contidos, venda de produtos, colaboración con outros sectores).

5. O medio Visit Rio Minho Plus

5.1 Misión e obxectivos do proxecto Visit Rio Minho Plus

Visit Rio Minho Plus nace como unha iniciativa transfronteriza hispano-lusa que busca consolidar o Río Miño / Rio Minho como un **destino fluvial sostible, creativo e de calidade**, articulando os municipios de ambas as beiras arredor dunha estratexia común de turismo responsable.

Obxectivos clave:

- Poñer en valor o **patrimonio natural e cultural** do río e as súas ribeiras.
- Impulsar experiencias turísticas **sostibles e de alto valor engadido**, afastadas do modelo masivo.
- Fortalecer o tecido empresarial turístico existente, favorecendo a **innovación de produto e a cooperación**.
- Reforzar a **identidade compartida** do Miño como territorio de encontro entre Galicia e o Norte de Portugal.
- Contribuír á **desestacionalización** e á distribución de fluxos turísticos no territorio.

Neste marco, o turismo cultural, creativo e laranxa funciona coma unha panca para:

- Diferenciar o destino fronte a outros ríos europeos.
- Xerar emprego cualificado vinculado á cultura e á creatividade.
- Diversificar os ingresos de empresas e comunidades locais.

5.2 Características do tecido empresarial turístico do Miño

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

A escala local, a zona do Miño caracterízase por un tecido empresarial formado maioritariamente por **micro e pequenas empresas**, con forte arraigamento no territorio:

Tipos de empresas predominantes:

- Aloxamentos rurais, casas de turismo de aldea, pequenos hoteis familiares.
- Restaurantes, tabernas e casas de comidas con produto local.
- Bodegas e produtores agroalimentarios (viños, licores, queixos, conservas, produtos hortícolas).
- Empresas de turismo activo (caiac, paddle surf, rutas en barco, sendeirismo, cicloturismo).
- Guías locais, axencias receptivas pequenas e asociacións de desenvolvemento.
- Artesáns e creadoras/es (cerámica, téxtil, madeira, cestería, ilustración, música, etc.).

Fortalezas:

- Coñecemento profundo do territorio e dos seus recursos.
- Relación directa coa comunidade local e as súas tradicións.
- Capacidade de ofrecer experiencias próximas, personalizadas e auténticas.
- Gran potencial para integrar elementos creativos na oferta, con investimentos relativamente baixos.

Debilidades:

- Recursos limitados para márketing, dixitalización e deseño de produto.
- Escasa estruturación en rede entre empresas de ambas as beiras.
- Dependencia de temporadas altas e fins de semana.
- Falta de tempo e ferramentas para medir impactos e innovar de forma sistemática.

5.3 Segmentos de mercado prioritarios para o destino río

Ao pensar o turismo cultural, creativo e laranxa no Miño, poden priorizarse estes segmentos:

- **Parellas e grupos de amigos** de 30–60 anos, con interese en natureza, gastronomía e cultura local, que buscan escapadas curtas e experiencias auténticas.
- **Turistas culturais** que xa coñecen Galicia/Portugal e desexan afondar en territorios menos masificados.
- **Viaxeiros creativos:** persoas que buscan talleres, residencias creativas, experiencias de aprendizaxe (fotografía, gastronomía, artesanía).
- **Turismo familiar** interesado en actividades didácticas en contacto co río e coa vida rural.
- **Nómades dixitais e teletraballadores** que poden combinar estancias máis longas en aloxamentos rurais con inmersión cultural e creativa.
- **Mercado escolar e universitario**, para programas educativos transfronterizos sobre patrimonio, creatividade e sostibilidade.

5.4 Papel das empresas na estratexia “Un río, dous países, grandes experiencias”

A marca e relato do proxecto baséase na idea de que o río é:

- Un eixe **de unión** entre dous países.
- Un **espazo de historias compartidas**.
- Un **laboratorio de experiencias** sostibles e creativas.

Neste marco, as empresas:

- Son as **tradutoras** da estratexia en produtos concretos: experiencias, paquetes e servizos.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Deben codeseñar con Visit Rio Minho Plus un **portfolio coherente** de experiencias culturais, creativas e laranxas.
- Actúan como **embaixadoras** da marca: cada aloxamento, restaurante ou guía pode transmitir o relato do río e da cooperación transfronteriza.
- Beneficianse da promoción conxunta, a formación e a posta en rede, a cambio de comprometerse con criterios de calidade e sostibilidade.

6. Identificación e posta en valor do patrimonio cultural, inmaterial e creativo do Río Miño

6.1 Metodoloxía de inventario participativo

Para desenvolver produtos turísticos creativos sólidos, as empresas necesitan partir dun coñecemento claro dos **recursos culturais e creativos** dispoñibles no seu medio. Proponse unha metodoloxía sinxela, replicable en cada municipio ou microdestino:

1. Mapeo inicial en mesa

- Reunir a representantes de empresas, asociacións culturais, maiores da vila, xuventude, técnicos municipais.
- Elaborar unha primeira lista de recursos: oficios, historias, festas, espazos, persoas clave, tradicións, pratos, cancións, etc.

2. Traballo de campo

- Visitas a aldeas, talleres, explotacións agrícolas, espazos naturais e patrimoniais.
- Entrevistas en profundidade con portadores de cultura (artesáns, pescadores, cociñeiras, músicos, etc.).
- Rexistro audiovisual básico (fotos, vídeos curtos, notas).

3. Clasificación do patrimonio

- Natureza do recurso: material / inmaterial / mixto.
- Tema: oficios, gastronomía, música, festas, historias do río, paisaxe cultural, etc.
- Estado: vivo, en risco, residual, desaparecido pero documentable.

4. Valoración turística

- Atractivo potencial para visitantes.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Accesibilidade (física, loxística, idiomática).
- Fraxilidade (risco de deterioro ou de perda de sentido).
- Dispoñibilidade de portadores para implicarse en experiencias.

5. Priorización para uso creativo-turístico

- Seleccionar recursos con alto valor cultural, boa viabilidade turística e baixa fraxilidade.
- Identificar recursos que requiren medidas de protección adicionais antes de calquera uso turístico.

6.2 Tipoloxías de patrimonio aplicables ao Miño

Algúns exemplos de tipos de patrimonio con alto potencial para turismo creativo no Río Miño:

• **Oficios e técnicas tradicionais**

- Pesca fluvial (artes, embarcacións, saberes sobre o río).
- Muíños de auga e panificación tradicional.
- Traballo da pedra, madeira, ferro e cestería.
- Viticultura en terrazas e elaboración de viños.

• **Gastronomía e produto local**

- Pratos vinculados ao río (lamprea, outros pescados, maridaxes con viños locais).
- Cociña campesiña de temporada.
- Conservas, embutidos, queixos, mel, licores.
- Receitas familiares transmitidas oralmente.

• **Festas, rituais e celebracións**

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Romarías xunto ao río, festas patronais, procesións en barca.
- Festas da lamprea, vendimas, feiras locais.
- Ritos vinculados a ciclos agrícolas e fluviais.
- **Patrimonio construído e paisaxístico**
 - Pontes históricas, antigas aduanas, fortalezas e cascos históricos ribeiráns.
 - Camiños, sendeiros e miradoiros tradicionais.
 - Paisaxes de viñedo, terrazas, cultivos e monte.
- **Relatos e historias do río**
 - Lendas locais, historias de contrabando, travesías e oficios perdidos.
 - Memorias dos maiores sobre como se vivía co río.

6.3 Criterios de priorización para uso turístico responsable

Cando unha empresa valora que recursos integrar nos seus produtos, convén aplicar tres filtros:

1. Relevancia cultural e identitaria

- Este recurso expresa algo significativo de “quen somos” como comunidade do Miño?
- Axuda a diferenciar o destino doutros ríos ou rexións?

2. Viabilidade turística e creativa

- É posible organizar actividades seguras, atractivas e loxisticamente manexables ao redor do recurso?
- Pódense propoñer formatos creativos (taller, laboratorio, ruta, espectáculo, intervención artística, etc.)?

3. Sostibilidade e ética

- O uso turístico pode deteriorar o recurso ou alterar negativamente o seu significado para a comunidade?
- Existen mecanismos para asegurar beneficios xustos para quen custodia ese patrimonio?

Os recursos que cumpran os tres criterios serán excelentes candidatos para experiencias creativas; outros requirirán enfoques máis lixeiros (interpretación, documentación, exposicións) ou incluso non serán aptos para uso turístico.

6.4 Modelos de gobernanza colaborativa con empresas e comunidades

Para evitar conflitos e asegurar lexitimidade, é recomendable que a posta en valor do patrimonio se apoie en **acordos claros** entre empresas e comunidades:

- **Mesas locais de turismo creativo**
 - Espazos de encontro regulares onde se discuten ideas, priorízanse recursos e avalíanse impactos.
- **Acordos con portadores de cultura**
 - Protocolos sobre condicións de participación, remuneración, horarios, uso de imaxe, número máximo de grupos ao ano, etc.
- **Fondos de retorno comunitario**
 - Porcentaxe dos ingresos destinado a iniciativas comunitarias (restauración de patrimonio, espazos culturais, formación de xente nova).
- **Códigos éticos**

**MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO
PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS**

- Principios compartidos sobre respecto cultural, comunicación responsable, fotografía e gravación, etc.

7. Deseño de experiencias culturais, creativas e laranxas para empresas do Río Miño

7.1 Principios de deseño de experiencias turísticas

Todo deseño de experiencia debería responder a estas preguntas:

1. **Que queremos que a persoa sinta e lembre?**
2. **Que aprende e que crea durante a experiencia?**
3. **Que impacto ten sobre a comunidade e o río?**

Principios prácticos:

- **Autenticidade:** traballar con contextos reais e persoas reais, evitando “parques temáticos” culturais.
- **Participación activa:** incorporar tarefas, decisións e momentos de creación para o visitante.
- **Narrativa coherente:** articular a experiencia arredor dun relato (por exemplo, “vivir coma un pescador do Miño por un día”).
- **Ritmo e estrutura:** combinar momentos de observación, práctica, intercambio e peche/reflexión.
- **Coidado do detalle:** materiais, tempos, acollida, despedida, recursos visuais e sonoros, seguridade.
- **Adaptabilidade:** versións “lixeriras” para públicos xeneralistas e versións máis profundas para públicos moi motivados.

7.2 A cocreación como modelo de relación empresa–comunidade–visitante

A cocreación non é só unha técnica, senón unha **relación**:

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- A empresa deixa de ofrecer “espectáculos” e pasa a facilitar **procesos compartidos**.
- A comunidade non é “obxecto” de observación, senón **suxeito** que decide que e como compartir.
- O visitante non compra só un servizo, senón que **achega tempo, atención, ideas e recoñecemento** á comunidade.

Exemplos de cocreación:

- Talleres nos que o visitante e a artesá deseñan conxuntamente a peza que van elaborar.
- Rutas onde o guía facilita que residentes e visitantes compartan historias e fotografías para un arquivo dixital da zona.
- Actividades de “adopta unha árbore/terrace/vina” onde o visitante contribúe a coidar un elemento da paisaxe.

7.3 Matriz de produtos: cultural, creativo e laranxa

Pode ser útil que as empresas clasifiquen o seu portfolio nunha matriz:

- Eixe 1: Nivel de participación (baixo – medio – alto).
- Eixe 2: Intensidade creativa / vínculo con industrias creativas (baixa – media – alta).

Así, por exemplo:

- Visita guiada a un casco histórico: cultural, participación baixa, creatividade baixa.
- Taller de cociña tradicional nunha casa rural: creativo, participación alta, creatividade media.
- Festival de arte fluvial comisariado con artistas locais e internacionais, con talleres e mercado creativo: laranxa, participación alta, creatividade alta.

Esta matriz axuda a:

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Detectar desequilibrios (moitos produtos culturais pasivos, poucos creativos/laranxas).
- Planificar un portfolio gradual para diferentes públicos e prezos.
- Comunicar mellor o valor de cada experiencia.

7.4 Adaptación de produtos existentes ao enfoque creativo

Moitas empresas xa ofrecen produtos que poden “evolucionar” cara ao turismo creativo/laranxa con axustes relativamente simples:

Exemplos:

- Un paseo en barco pode incorporar:
 - *Storytelling* sobre historias do río.
 - Degustación de produtos locais.
 - Un minitaller de fotografía ou debuxo da paisaxe.
- Unha visita a bodega pode engadir:
 - Actividade de ensamblaxe ou etiquetado creativo dunha botella.
 - Sesión cun artista local que interpreta o viño a través de música, poesía ou pintura.
- Unha casa rural pode ofrecer:
 - Taller participativo de cociña, conservas ou pan tradicional.
 - Actividade de recollida de produtos na horta e creación dun menú compartido.

8. Portafolios tipo para empresas do medio Río Miño

8.1 Aloxamentos: integrar o turismo laranxa en hoteis, casas rurais e cámpings

Os aloxamentos do Miño poden converterse en **micro-centros creativos** onde o visitante non só dorme, senón que vive e crea.

Posibles liñas de produto:

1. Estancias con taller incluído

- “Fin de semana de cociña fluvial creativa”:
 - 2 noites nunha casa rural.
 - Taller de cociña con produtos do río e horta local.
 - Cea colectiva con menú cocreado.
- “Retiro de fotografía do río”:
 - Aloxamento + sesións de fotografía de amencer/solpor.
 - Revisión de traballos e creación dunha pequena exposición no propio aloxamento.

2. Cuartos con relato e deseño local

- Cada cuarto tematizado arredor dun elemento do río (oficios, lendas, especies, pontes).
- Decoración con obra de artistas e artesáns locais (con posibilidade de compra).
- Pequenas fichas que expliquen quen creou cada peza e a súa historia.

3. Programas “Vivir coma...”

- “Vivir coma un pescador do Miño”:

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Madrugar para acompañar o pescador (na parte do proceso que sexa segura e compatible).
- Almorzo/xantar con produtos vinculados.
- Taller breve sobre artes de pesca e construción/reciclaxe de aparellos.
- “Vivir a vendima no Miño”:
 - Participación guiada en tarefas de vendima.
 - Xantar en viña.
 - Sesión de cata creativa no aloxamento.

4. Espazos comúns como laboratorios

- Cociña do aloxamento aberta a talleres programados.
- Xardín ou patio como espazo para concertos íntimos, contacontos, microteatro.
- Sala polivalente para talleres de debuxo, escritura, bordado, etc.

Claves para aloxamentos:

- Non é necesario ter “todo o ano” programación creativa: pódese empezar por **fins de semana temáticos** ou “micro-residencias” de artistas.
- É fundamental coordinar horarios, capacidades e prezos para que a experiencia sexa viable e rendible.
- A narrativa do aloxamento (web, redes, recepción) debe comunicar claramente a súa condición de espazo creativo vinculado ao río.

8.2 Restaurantes e bodegas: gastronomía fluvial e experiencias de quilómetro cero

A gastronomía e o viño son eixes evidentes do turismo laranxa no Miño.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

Liñas de produto:

1. Menús con relato

- Deseño de menús degustación onde cada prato se presenta cunha historia breve relacionada con:
 - O río (especies, tradicións culinarias).
 - O produtor (familias, cooperativas).
 - A técnica (afumados, conservas, fermentados).
- Incorporar pequenos elementos creativos: vaixela artesanal local, maridaxes con música ou imaxes do territorio.

2. Talleres e *showcooking*s

- “Cociña de lamprea (o pescado do río) do pasado ao presente”: versión tradicional + reinterpretación contemporánea.
- “Da horta ao prato”: visita á horta próxima, recolección e cociñado conxunto.
- Talleres de conservas ou licores tradicionais con posibilidade de que cada participante etiquete e decore o seu propio produto.

3. Catas creativas

- Catas de viños do Miño maridadas con:
 - Música en directo.
 - Poesía ou relato oral.
 - Ilustración en vivo (un artista debuxa mentres se cata).
- Xogos sensoriais: catas a cegas, identificación de aromas, crea “a túa mestura” (sempre con límites técnicos claros).

4. Ruta de produtores

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Bodegas, queixarías, mel, embutidos, horticultura: crear circuítos onde o restaurante actúa como “curador”, conectando pequenos produtores e ofrecendo ao final unha comida que integre todos os produtos.

Claves para restauración e bodegas:

- Pensar a cociña non só como **servizo**, senón como **linguaxe creativa** que conta a identidade do Miño.
- Integrar tempos de explicación e diálogo con clientes interesados.
- Ofrecer prazas limitadas para certos formatos, permitindo maior interacción.

8.3 Empresas de actividades: náutica, sendeirismo, cicloturismo e natureza creativa

As empresas de turismo activo poden incorporar capas creativas e culturais:

1. Rutas interpretativas creativas

- Paseos en caiac con paradas para escoitar historias do río (gravadas ou narradas en vivo).
- Sendeiros onde se propoñen microexercicios:
 - Debuxo rápido da paisaxe.
 - Escritura dun haiku ou breve texto.
 - Fotografía con retos (cores, texturas, reflexos).

2. Actividade “Land art fluvial”

- En puntos autorizados e sen deixar residuos: creación de pequenas esculturas con pedras, ramas, follas.
- Documentación fotográfica da obra efémera.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Compartir logo nunha galería *online* do proxecto.

3. Rutas temáticas

- “Pontes e fronteiras”: percorrido en bici ou a pé visitando pontes, antigos pasos, historias de contrabando.
- “Muíños e pan”: ruta polos muíños con demostración de moenda e taller de pan sobre pedra.

4. Experiencias nocturnas

- Camiñatas nocturnas con interpretación do ceo, sons do río e relatos tradicionais.
- Paseos en barco ao solpor/noite con música en vivo de artistas locais.

Claves para empresas de actividades:

- Priorizar sempre seguridade e respecto ambiental.
- Incorporar pequenos elementos creativos sen **forzar**: trátase de sumar, non de converter a actividade nunha clase.
- Colaborar con guías culturais, artistas, educadores ambientais.

8.4 Guías e axencias receptoras: deseño e empaquetado de experiencias transfronterizas

Guías e axencias poden ser as grandes articuladoras do turismo laranxa no Miño:

1. Curaduría de experiencias

- Diseñar itinerarios que combinen:
 - Un elemento de natureza.
 - Un elemento creativo (taller, laboratorio, visita a artista).
 - Un elemento gastronómico.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Exemplo: “Un día, dous países, un río”: paseo por ambas as beiras, comida conxunta, taller dun lado e concerto do outro.

2. Programas temáticos

- “Semana creativa no Miño”: paquete para pequenos grupos creativos (fotografía, escritura, ilustración) con base nun aloxamento e actividades a medida.
- “Río Miño con niños”: actividades educativas e lúdicas que combinan descubrimento do río e talleres sinxelos.

3. Produtos para mercados nicho

- Turismo accesible: experiencias adaptadas para persoas con diversidade funcional, con creatividade como ferramenta de inclusión.
- Turismo LGBTI+, *senior*, estudantes, etc., con énfase na cultura, hospitalidade local e seguridade.

4. Acompañamento a empresas

- Axudar a pequenas empresas a empaquetar as súas experiencias en produtos vendibles: definición de tempos, prezos, capacidades, condicións.

Claves para guías/axencias:

- Coñecer moi ben o tecido local e crear relacións de confianza.
- Ser transparentes nos esquemas de reparto de ingresos.
- Comunicar claramente o valor creativo e cultural dos itinerarios.

8.5 Produtores locais e artesáns: do produto ao relato experiencial

Os produtores e artesáns son actores fundamentais do turismo laranxa:

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

1. Talleres abertos

- Días ou horarios específicos nos que o taller se abre a visitantes (con reserva) para observar e participar.
- Experiencias breves: “fai a túa peza”, “intervén unha prenda”, “pinta a túa etiqueta”.

2. Produtos “cocreados”

- Edicións especiais de produtos codeseñados con visitantes, artistas invitados ou colectivos.
- Por exemplo, unha liña de cerámica “Río Miño” onde cada visitante intervén un pequeno detalle.

3. Mercados creativos

- Participación en feiras creativas vinculadas a eventos do río.
- Demostracións en vivo, non só venda.

4. Canles de venda vinculados á experiencia

- Packs experiencia + produto (taller de queixo + queixos para levar).
- Venda en aloxamentos, restaurantes e puntos de información do proxecto.

9. Casos e modelos inspiradores

9.1 Medellín e o turismo laranxa urbano-comunitario

Aínda que Medellín é un contexto urbano, ilustra ben:

- Como un territorio con unha **historia complexa** pode transformarse utilizando arte, cultura e creatividade.
- A importancia de **colectivos comunitarios** (música, graffiti, danza) integrados en rutas guiadas, talleres e festivais.
- A creación dun relato de cidade **resiliente e creativa** que se proxecta internacionalmente.

Leccións aplicables ao Miño:

- O relato importa: como contamos o pasado e o presente do río inflúe en como se percibe.
- Traballar con colectivos locais (asociacións, grupos de xente nova, escolas de música/arte) é clave para xerar pertenza.
- O turismo non pode ir por libre: debe aliñarse con políticas culturais, educativas e sociais.

9.2 Programas de Creative Tourism Network

En diversas cidades e rexións, a Rede Mundial de Turismo Creativo impulsou:

- Catálogos de experiencias creativas estruturados: talleres, residencias, rutas.
- Selos de recoñecemento para destinos que cumpran criterios de creatividade e sostibilidade.
- Formación específica para empresas e xestores.

Ideas útiles:

- Crear unha **marca interna** (“Miño Creativo”) baixo a paraugas de Visit Rio Minho Plus.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Diseñar un catálogo de experiencias creativas do río, con criterios de calidade compartidos.
- Aspirar a recoñecementos externos cando a oferta estea consolidada.

9.3 Experiencias rurais creativas en Portugal e outros países

En Portugal, programas como CREATOUR demostraron que:

- Pequenas localidades poden crear portfolios de turismo creativo viables.
- Talleres con artesáns, rutas artísticas e festivais poden revitalizar comunidades.
- O traballo en rede entre proxectos mellora visibilidade e aprendizaxe mutua.

Noutros países:

- En Bulgaria, comunidades rurais desenvolveron talleres vinculados a artesanías e tecnoloxías tradicionais.
- En Tailandia, escolas de cociña converteron receitas locais en experiencias moi demandadas.

Leccións para o Miño:

- Non é necesario copiar modelos; hai que **adaptar principios**.
- É preferible empezar con poucos proxectos ben acompañados que con moitos sen soporte.
- A combinación de **formación, acompañamento e promoción conxunta** é esencial.

9.4 Boas prácticas en xestión do patrimonio e dixitalización

Diversas cidades españolas ofrecen referencias interesantes:

- Uso de tecnoloxía (realidade aumentada, QR, plataformas de reserva) para mellorar interpretación e xestión.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Eventos híbridos (presencial + *streaming*) para ampliar o alcance de propostas culturais.
- Xestión do aforo e datos para protexer patrimonio e mellorar a experiencia.

Para o Miño, isto suxire:

- Integrar ferramentas sinxelas (reservas online, QR con relatos, mapas interactivos).
- Documentar ben as experiencias para difundilas e avalialas.
- Pensar eventos ou momentos “faro” que posicionen o río como destino creativo.

9.5 Turismo laranxa: boas prácticas e erros a evitar

Boas prácticas:

- Implicar a comunidade dende o principio.
- Remunerar adecuadamente a portadores de cultura.
- Coidar a calidade e coherencia estética e narrativa das experiencias.
- Buscar alianzas con escolas, universidades, centros culturais.
- Medir impactos, incluso con ferramentas sinxelas.

Erros frecuentes:

- Converter a creatividade en mera “decoración” sen cambiar o modelo de relación coa comunidade.
- Aumentar a carga sobre espazos fráxiles sen mecanismos de protección.
- Diseñar experiencias “para Instagram” sen profundidade nin respecto.
- Copiar modelos de grandes cidades sen atender a escala e realidade rural/fluvial.
- Non coordinar prezos e expectativas entre empresas, xerando competencia desleal ou confusión.

10. Comercialización e márketing para empresas do Río Miño

10.1 Posicionamento de “destino laranxa fluvial transfronterizo”

O Río Miño pode posicionarse como:

Un territorio fluvial transfronterizo onde o visitante **crea, aprende e se vincula** con comunidades de Galicia e Portugal a través de experiencias culturais, creativas e sostibles.

Ideas clave de posicionamento:

- **Río:** natureza, paisaxe, mobilidade lenta, conexión entre vilas.
- **Transfronterizo:** dous países, dúas linguas, culturas complementarias.
- **Laranxa:** creatividade, gastronomía, artesanía, música, deseño.
- **Sostible:** baixa masificación, respecto ambiental, beneficio local.

Mensaxes para empresas:

- “Non vendemos só camas ou comidas; vendemos **historias e procesos creativos** á beira dun gran río ibérico.”
- “Cada experiencia axuda a **soster oficios, tradicións e proxectos creativos** do Miño.”

10.2 Canles de venda e distribución

As empresas poden combinar:

1. Venda directa
 - Web propia clara e actualizada, con:
 - Descrición detallada de experiencias creativas.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Fotos que mostren procesos (persoas facendo, creando).
- Calendario e prezos visibles.
- Contacto fácil (WhatsApp, e-mail, teléfono) e resposta rápida.

2. Plataformas e *marketplaces*

- Plataformas xeneralistas de experiencias.
- Plataformas especializadas en turismo creativo/cultural.
- Web e canles do propio destino e de socios rexionais.

3. Intermediación

- Axencias receptoras e turoperadores especializados en cultura, gastronomía ou natureza.
- Colaboración con axencias de grupos (escolas, universidades, colectivos creativos).

4. Venda cruzada local

- Paquetes combinados entre aloxamento + actividades + gastronomía.
- Venda de experiencias dende restaurantes, bodegas, oficinas de turismo.

Claves:

- Definir comisións claras para intermediarios.
- Asegurar coherencia de prezos (non máis barato en terceiros que en venda directa).
- Manter cotas de prazas para cada canle en tempada alta.

10.3 Estratexias de márketing dixital e *storytelling*

Elementos básicos:

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

1. Relato de marca

- Cada empresa debe explicitar o seu vínculo con:
 - O río (paisaxe, historia, prácticas).
 - A creatividade (que se crea nas súas experiencias).
 - A comunidade (quen participa, a quen beneficia).

2. Contidos

- Fotos centradas en persoas e procesos (mans, ferramentas, xestos).
- Vídeos breves mostrando fragmentos de experiencias.
- Historias de portadores de cultura (artesáns, cociñeiras/os, pescadores, artistas).
- Blogs ou notas sobre tradicións, receitas, rutas e anécdotas.

3. Redes sociais

- Elixir 1–2 canles principais (por exemplo, Instagram + Facebook).
- Publicar de forma constante, aínda que sexa con baixa frecuencia (ex. 2 veces/semana).
- Utilizar *hashtags* relacionados co río, o territorio e a creatividade.
- Repostear contido xerado polos propios visitantes (con permiso).

4. E-mail márketing

- Crear unha lista de contactos (con consentimento) de clientes anteriores.
- Enviar boletíns periódicos con novidades, experiencias de temporada, ofertas limitadas.
- Propoñer a antigos clientes que volvan con novas experiencias creativas.

10.4 Construción de marca compartida con Visit Rio Minho Plus

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

Para aproveitar a estratexia global:

- Usar elementos de identidade visual do proxecto (logos, cores, mensaxes clave) en webs, folletos e espazos físicos.
- Mencionar a pertenza ao territorio Miño / Minho en descrições de servizos.
- Coordinar lanzamentos de experiencias con campañas do destino (por exemplo, “tempada de lamprea creativa”, “outono de vendimas creativas”).
- Participar activamente en accións de promoción conxunta (feiras, *fam trips*, viaxes de prensa).

11. Modelos de negocio e sostibilidade económica

11.1 Destino laranxa e clúster creativo turístico

Un **clúster** agrupa empresas e institucións que colaboran arredor dunha temática; aquí, turismo e creatividade:

- Empresas turísticas: aloxamentos, restaurantes, actividades, guías.
- Axentes culturais: artistas, artesáns, colectivos, centros culturais.
- Institucións: concellos, entidades de desenvolvemento, centros educativos.

Beneficios do clúster:

- Desenvolvemento de produtos conxuntos (rutas, festivais, temporadas temáticas).
- Aforro en promoción (campañas compartidas).
- Intercambio de coñecemento e formación entre pares.
- Maior capacidade para optar a axudas e proxectos.

11.2 Fixación de prezos en experiencias de alto valor engadido

Principios:

- Non fixar prezos só “por comparación” con visitas masivas ou produtos de baixo custo.
- Valorar:
 - Tempo do persoal implicado (guías, facilitadores, portadores de cultura).
 - Materiais consumidos.
 - Custos indirectos (preparación, limpeza, seguros, xestión).

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Valor creativo e carácter exclusivo (grupos reducidos, espazos singulares).

Estratexias:

- Ofrecer **poucas prazas** a prezo xusto, mellor que moitas a prezo moi baixo.
- Crear chanzos de prezos:
 - Experiencias introdutorias máis accesibles (1–2 h).
 - Experiencias inmersivas de prezo superior (medio día, día completo, fin de semana).
- Incluír no prezo contribucións á comunidade ou á conservación (explicándoo ao cliente).

11.3 Esquemas de reparto de ingresos con portadores de cultura

Modelos posibles:

1. Pago por sesión
 - Tarifa fixa por taller ou participación (acordada previamente).
2. Porcentaxe do ingreso
 - Acordo para destinar unha porcentaxe de cada praza vendida ao portador de cultura (por exemplo, 40–50 %).
3. Híbridos
 - Tarifa mínima garantida + variable en función do número de participantes.

Recomendacións:

- Transparencia: deixar claro o esquema dende o principio.
- Revisión periódica de condicións, adaptándoas á evolución da demanda.
- Garantir que os portadores de cultura perciben **un beneficio claro e digno**.

11.4 Medición de rendibilidade económica e social

Non basta con ver “se se vende”; convén medir:

- Número de reservas por experiencia, temporada e canle.
- Ingreso medio por cliente e por experiencia.
- Custo por praza e marxe real.
- Empregos xerados (incluíndo horas e condicións de portadores de cultura).
- Retorno para a comunidade (proxectos financiados, patrimonio restaurado, espazos activados).

Ferramentas simples:

- Follas de cálculo por experiencia.
- Cuestionarios de satisfacción.
- Reunións periódicas para analizar resultados e axustar.

12. Xestión de impactos e sostibilidade integral

12.1 Indicadores económicos, socioculturais e ambientais

Tres familias de indicadores:

1. Económicos

- Facturación por liña de negocio (aloxamento, experiencias, restauración, venda de produto).
- Porcentaxe de clientes que participan en experiencias creativas.
- Gasto medio por cliente.

2. Socioculturais

- Nivel de satisfacción de visitantes.
- Nivel de satisfacción e percepción de residentes.
- Número de portadores de cultura implicados, idade e xénero (para ver inclusión).
- Número de tradicións/oficios revitalizados ou documentados.

3. Ambientais

- Número de actividades realizadas en espazos sensibles.
- Medidas de redución de residuos (*plastic-free*, reutilización, etc.).
- Uso de transporte de baixo impacto (bicicleta, andaina, transporte público).
- Observación de posibles efectos negativos (erosión, ruído, fauna alterada).

12.2 Xestión de capacidade de carga en espazos fluviais sensibles

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

Principios:

- Establecer **límites de aforo** (por día, por franxa horaria, por época do ano).
- Evitar actividades en zonas moi fráxiles ou durante períodos críticos (nidificación, reprodución de especies).
- Rotar lugares de visita e uso para repartir a presión.
- Sinalizar ben sendeiros para evitar trepar a vexetación, atallos e erosión.

Para empresas:

- Incluír na información ao cliente as razóns de certos límites (“para que o río e os seus habitantes poidan seguir recibíndonos”).
- Coordinarse con outros operadores do medio para evitar solapamentos excesivos.

12.3 Ética, dereitos culturais e prevención de folklorización

Aspectos clave:

- Respetar que **non todos os elementos culturais son “mostrables”** nin convertibles en produto turístico.
- Consultar coa comunidade que se quere compartir e como.
- Evitar representacións simplificadas ou estereotipadas das culturas locais.
- Asegurar o uso respectuoso da imaxe e a voz das persoas (consentimento para fotos e vídeos, anonimato cando se solicite).
- Non “inventar tradicións” que desvirtúen a memoria e o sentido do lugar.

12.4 Plans de mellora continua e certificacións

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

A sostibilidade non é un estado, senón un proceso. Recomendacións:

- Establecer metas anuais de mellora (por exemplo, redución de residuos, aumento de provedores locais, formación en diversidade e inclusión).
- Revisar anualmente experiencias e axustar o que non funcione ben.
- Considerar certificacións ou selos relacionados con sostibilidade e turismo creativo, cando teñan sentido e acheguen valor.

13. Folla de ruta operativa para empresas do Río Miño

13.1 Pasos para transformarse en actor de turismo laranxa

1. Diagnóstico rápido
 - Que recursos culturais/creativos teño preto?
 - Con quen podo traballar (persoas, colectivos)?
 - Que produtos actuais poderían evolucionar?
2. Visión e obxectivos
 - Que papel quero xogar no destino laranxa do Miño?
 - Que porcentaxe do meu negocio quero que veña de experiencias creativas en 3 anos?
3. Deseño de 1–2 experiencias piloto
 - Mellor empezar pequeno e sólido.
 - Definir claramente: público obxectivo, relato, estrutura, prezo, capacidades.
4. Proba e axuste
 - Testear con grupos pequenos (clientes habituais, amizades, prescritores).
 - Recoller *feedback* e adaptar.
5. Integración no sistema de destino
 - Coordinar con Visit Rio Minho Plus e con outras empresas.
 - Incorporarse ao catálogo e canles conxuntas.

13.2 Itinerario formativo e de acompañamento

A transición ao turismo laranxa pode apoiarse en:

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Talleres e formacións sobre:
 - Deseño de experiencias.
 - *Storytelling* e márketing dixital.
 - Xestión de impactos e sostibilidade.
- Mentorías ou acompañamento individualizado para empresas piloto.
- Intercambios con outros destinos que avanzaron neste campo.

13.3 Plan por fases: deseño piloto, test, escalado e consolidación

Exemplo de fases para unha empresa:

- Ano 1:
 - Deseñar e probar 1–2 experiencias.
 - Axustar prezos e operación.
- Ano 2:
 - Ampliar o portfolio a 3–4 experiencias.
 - Estabilizar vendas en tempada alta e empezar a activar tempada media/baixa.
- Ano 3:
 - Integrarse plenamente na marca creativa do destino.
 - Alcanzar unha proporción significativa de ingresos derivados de experiencias creativas.

13.4 Alianzas clave dentro do clúster Miño

Aliados potenciais:

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Empresas complementarias (aloxamentos + actividades + gastronomía).
- Artesáns, artistas, centros culturais, escolas.
- Entidades de desenvolvemento local e municipios.
- Universidades e centros de investigación (para avaliar impactos e colaborar en innovación).

14. Anexos operativos

14.1 Ficha de deseño de experiencia (modelo básico)

- Nome da experiencia
- Empresa responsable
- Colaboradores (portadores de cultura, artistas, etc.)
- Descrición breve (máx. 150 palabras)
- Relato/narrativa central
- Público obxectivo
- Duración e estrutura por fases (acolida – actividade 1 – actividade 2 – peche)
- Capacidade mínima/máxima
- Necesidades loxísticas (espazos, materiais, transporte)
- Prezo por persoa e estrutura de custos
- Esquema de reparto de ingresos
- Riscos e medidas de mitigación (seguridade, ambientais, culturais)
- Indicadores básicos que se deben medir (por exemplo, n.º de participantes, satisfacción, impacto en comunidade)

14.2 *Checklist* de autenticidade, cocreación e sostibilidade

Preguntas rápidas:

- Participan persoas locais con rol activo?
- Respéctase o significado cultural do que se mostra/practica?
- O visitante crea algo (material ou inmaterial) durante a experiencia?

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- A actividade pode repetirse sen deteriorar o recurso?
- Hai beneficios claros para a comunidade (económicos, simbólicos, sociais)?

14.3 Guía básica de medición de impactos para PEMEs

- Rexistrar fecha, n.º de participantes, tipo de público, ingresos e comentarios ao final de cada experiencia.
- Unha vez ao mes, revisar eses datos e tomar decisións:
 - Que experiencias funcionan mellor e por que?
 - Cales requiren axustes ou deixar de ofrecerse?
- Unha vez ao ano, compartir resultados na rede de empresas do Miño para aprendizaxe conxunta.

14.4 Recursos bibliográficos e webs recomendadas

A continuación propónse unha selección de referencias para ampliar e afondar nos contidos do manual, así como para inspirar empresas e xestores do Río Miño.

14.4.1 Lecturas sobre turismo cultural, creativo e economía laranxa

- Alberca Sialer, F. “El turismo creativo. Conceptualización y características”. Texto base para comprender o turismo creativo como derivación do turismo cultural, centrado en patrimonio inmaterial e cocreación.
- Mansilla, M. N. *et al.* “Turismo creativo: fundamentos, fortalezas y debilidades como modalidad de turismo cultural diferencial”. Achega unha análise sistemática de vantaxes e límites do turismo creativo como alternativa ao turismo cultural convencional.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Richards, G.
 - “Cultural tourism: A review of recent research and trends”.
 - “A model of ‘Creative experience’ in creative tourism” (con Tan, Kung e Luh). Referencias clave para entender a evolución do turismo cultural cara ao creativo, e o papel da experiencia.
- Buitrago, F. e Duque, I. “La Economía Naranja, una oportunidad infinita”. Banco Interamericano de Desenvolvemento. Obra de referencia sobre economía laranxa; permite conectar turismo, cultura e industrias creativas.
- “Turismo cultural e creativo #TurismoNaranja. Un estado da cuestión”. Documento que explica o turismo laranxa como articulador da economía cultural e creativa e sistematiza o seu marco conceptual.
- Artigos sobre turismo laranxa e desenvolvemento:
 - “El turismo naranja: el color del turismo cultural y creativo. Rumbo a una alianza estratégica entre cultura y turismo”.
 - “Turismo naranja como oportunidad de desarrollo sostenible en zonas rurales”.

Estas lecturas son útiles para fundamentar estratexias, argumentarios e proxectos de empresa ou de destino.

14.4.2 Guías de boas prácticas en patrimonio e turismo sostible

- “Guía de buenas prácticas en patrimonio cultural para destinos turísticos inteligentes”, SEGITTUR. Recompila casos de xestión do patrimonio mediante tecnoloxías, sinalética accesible, dixitalización, control de fluxos, etc., moi aliñados con territorios coma o Miño.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- “Guía SOSTURMAC de buenas prácticas, recursos útiles e iniciativas”. Proposta orientada á cooperación interrexional que integra patrimonio natural e arquitectónico, con recomendacións aplicables á xestión sostible en medios insulares e rurais.
- “Guía práctica para la gestión sostenible del patrimonio”. Plataforma Patrimonio 2030. Ofrece un marco sinxelo baseado nos ODS e a metodoloxía SDG Compass para integrar sostibilidade na xestión de patrimonio cultural, patrimonio verde urbano e vivendas tradicionais.

Estas guías son especialmente útiles para deseñar protocolos de sostibilidade, indicadores e políticas internas de empresa arredor do patrimonio e turismo.

14.4.3. Plataformas e redes internacionais de turismo creativo

- Creative Tourism Network®.

Rede mundial dedicada especificamente ao turismo creativo e laranxa. Ofrece:

- Casos de destinos recoñecidos pola súa oferta creativa.
- Programas de formación e acompañamento.
- Selo **CreativeFriendlyDestination**, útil como referencia de estándares de calidade e sostibilidade.
- Publicacións e premios vinculados a Creative Tourism Network® e UNESCO. Permiten ver exemplos de destinos creativos (ciudades, illas, rexións) e as tendencias globais en turismo creativo.

Estas plataformas poden servir ao Río Miño para:

- Identificar modelos adaptables.
- Explorar unha futura candidatura como destino creativo.

MANUAL PRÁCTICO PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO CREATIVO E CULTURAL NO MEDIO DO PROXECTO VISIT RIO MINHO PLUS

- Conectar empresas e proxectos locais con redes internacionais.

14.4.4 Recursos específicos sobre o Río Miño e o seu patrimonio

- Web oficial do proxecto Visit Rio Minho Plus.
 - Información sobre obxectivos, socios e liñas de traballo.
 - Orientacións sobre produtos turísticos en desenvolvemento (gastronomía – lamprea e viño –, natureza, río navegable e patrimonio cultural).
- Comunicacions institucionais sobre Visit Minho Plus (Xunta de Galicia, AECT Río Minho).
Achegan contexto estratéxico: encaixe do proxecto na Estratexia de Turismo de Galicia 2030, énfase en sostibilidade, dixitalización e dinamización empresarial.
- Webs turísticas locais e rexionais (Galicia, Norte de Portugal, municipios ribeiráns).
Útiles para:
 - Identificar recursos patrimoniais concretos (fortalezas, camiños históricos, festas).
 - Conectar con eventos existentes onde inserir compoñentes creativos.
- Estudos e documentos locais sobre patrimonio e actividade turística no espazo Miño–Minho (plans estratéxicos, inventarios patrimoniais, publicacións do AECT Río Minho).
Son a base para:
 - Afondar en recursos pouco visibles.
 - Axustar experiencias ás prioridades de conservación.