



*I'm a local!*  
Beta

Ponle  
**cara** al **turismo**<sup>®</sup>

TURISMO COMUNITARIO, CREATIVO E INDUSTRIAL



Compromiso  
de Calidad Turística



XUNTA DE GALICIA  
CONSELLERÍA DE TRABALLO  
E BENESTAR



Ponle **cara** al turismo®  
TURISMO COMUNITARIO, CREATIVO E INDUSTRIAL



Ponle **cara** al turismo®  
TURISMO COMUNITARIO CREATIVO E INDUSTRIAL

Ponle  
**cara**<sup>al</sup>**turismo**<sup>®</sup>  
TURISMO COMUNITARIO, CREATIVO E INDUSTRIAL

DESDE 2010

**Generamos  
valor**

en el TERRITORIO



Trabajamos con los Recursos Humanos,  
**les damos valor y los convertimos en atractivo turístico.**





**Impulsamos la responsabilidad social, empoderando a las mujeres en el desarrollo turístico.**



**Potenciamos la creación de empleo a través de formación destinada a la población local, dando relevancia al papel de la mujer como protagonista.**

Está comprobado científicamente  
que recordamos el 20 % de lo que  
escuchamos, el 30% de lo que vemos y el 50 %  
de lo que hacemos.



**FOMENTAMOS UN Turismo a través de la experimentación, del aprendizaje o representación.**



A man in a plaid shirt and yellow overalls is working with fishing nets and floats on a boat deck. The scene is filled with white floats and dark fishing nets. Other people are visible in the background, also working with the nets. The text is overlaid on the image in a large, white, sans-serif font.

**Como  
diseñamos  
las visitas en  
cofradías, lonjas, puertos.**

# Fábrica

VISITABLE



*I'm a local!*  
Beta



[www.ponlecaraalturismo.com](http://www.ponlecaraalturismo.com)



# TURISMO MARINERO

A photograph of two women in conversation. On the left, an older woman with grey hair wears a light-colored headscarf with dark polka dots and a light green short-sleeved shirt. She is gesturing with her hands as if speaking. On the right, a younger woman with dark hair pulled back is seen in profile, wearing a white tank top and a dark headband. They are standing in front of a bright green building with a window. The scene is brightly lit, suggesting daytime.

# AGRO TURISMO



**EL TURISMO   
NO SE  
PUEDE  
MECANIZAR**

Es un proceso de servucción no industrializado

A man wearing a white short-sleeved shirt, a yellow apron, a dark cap, and glasses is standing on a boat. He is holding a cluster of dark mussels in his hands. The background shows a body of water, a forested shoreline, and a clear blue sky. The text is overlaid in large white font.

**El turismo es emoción  
sino hay emoción  
no hay turista**



Ponle  
**cara** al turismo®

# 5 PUNTOS BÁSICOS PARA CONSTRUIR UN NUEVO MODELO DE TURISMO.

**1° Cada lugar es único, por tanto precisa de una planificación específica acorde a sus necesidades e identidad territorial.**



Ponle  
**cara** al turismo



**LOS PUEBLOS QUE  
OLVIDAN SUS  
TRADICIONES  
PIERDEN LA  
MEMORIA DE SUS  
DESTINOS.**

**2º Analizar y comprender los impactos negativos y positivos, así como, los costes de la actividad siendo imprescindible garantizar el beneficio SOCIAL, ECONÓMICO, CULTURAL PARA LAS COMUNIDADES LOCALES.**





Ponle  
**cara** al  
turismo

**3º Debemos desarrollar el turismo bajo una visión más holística (psicológica, sociológica). El turismo no es una actividad aislada del resto del territorio, y debe integrar la estrategia en el ecosistema territorial.**



**4°El desarrollo sostenible es un proceso transversal e integrador que debe implicar a todos los agentes del ecosistema territorial reforzando la colaboración y el compromiso.**





**5° Involucrando a las comunidades locales como un agente más en la cadena de valor, y situandolo en el lugar apropiado, en el centro de la PLANIFICACIÓN.**



**POR TANTO UNA  
PLANIFICACIÓN DE  
TURISMO  
REGENERATIVO,  
deberia considerar la  
esencia de los lugares,  
y potencialmente  
crear MAPAS  
respecto al SENTIR DE  
LOS LOCALES.**

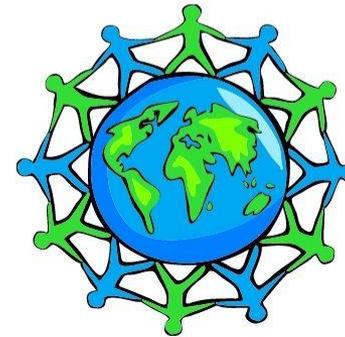
# REGENERACIÓN

## 3 Relaciones de la Regeneración.



El cambio es dejar de ver todo como objetos separados, sino como relaciones vivas en constante interacción.

como un **TODO**



# LAS TRES RELACIONES



Uno mismo

Se centra en la capacidad para desarrollar y mostrar la esencia de cada uno en el mundo, a través de un proceso de realización personal.

El individuo



Los otros

Se centra en la capacidad para PARTICIPAR en la vida social.



La naturaleza

Se centra en la capacidad de EVOLUCIONAR en armonía con los sistemas vivos de los que somos parte.





**¿CÓMO TRASLADAMOS  
ESTO A LAS EXPERIENCIAS  
PARA VIAJEROS?**

**"La gente no quiere**

**comprar PRODUCTOS**

quiere consumir  
**EXPERIENCIAS"**



# LA ECONOMÍA DE LA EXPERIENCIA



# **CÓMO AUMENTAR EL VALOR DE UN PRODUCTO**



MAYOR PRECIO



EXPERIENCIA: CENA EN UN VIÑEDO CON CONCIERTO

4



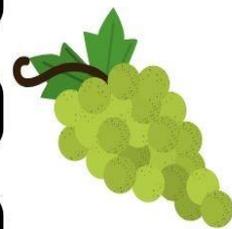
SERVICIO: Venta de botellas de vino

3



PRODUCTO: Turismo gastronómico VISITA + DEGUSTACIÓN

2



RECURSO: BODEGA DE VINOS

1



MAYOR DIFERENCIACIÓN

5 DE JUNIO

# NOCHE DE GLÁMPING Y OBSERVACIÓN DE ESTRELLAS

CENA Y NOCHE DE HAIMAS BAJO LAS ESTRELLAS

DESAYUNO CON VISTAS PANORÁMICAS

VISITA Y CATA COMENTADA

## ENTRE VIÑAS

OBSERVACIÓN ASTRONÓMICA

# LLOPART

[www.llopart.com](http://www.llopart.com)

**EJEMPLOS QUE INSPIRAN**



lugares  
 personas  
 profesiones  
 empresas  
 productos  
 museos  
 mares  
 rías  
 barcos  
 faros  
 playas  
 ecología  
 imaginación  
 historias  
 anécdotas

# La Ruta Conservera®



La industria conservera es uno de los sectores más pujantes de la economía gallega. En nuestra comunidad se asientan el 50% de las empresas españolas de este sector. Su importancia, atendiendo al tamaño de las empresas, todavía es mayor: el 60% de los trabajadores se encuentra en nuestro territorio.

La calidad del producto es decisiva en este campo y nuestros mares ofrecen una materia prima excepcional.

La provincia coruñesa cuenta con un espantoso catálogo de empresas conserveras, varias de ellas con un bagaje de más de un siglo de experiencia, pero también cuenta con otras de reciente creación, dedicadas a abrir camino con productos innovadores, como las algas o la oreja de mar.

Visitar estas empresas, descubrir los vestigios de esta historia, sorprenderse con los museos que son la memoria de una tradición, acercarse a espacios naturales extraordinarios y pasear en lanchas es todo lo que este proyecto pondrá en vuestras manos en fechas muy próximas.



Un proyecto de Turismo Industrial de



La Ruta Conservera®

Visitas guiadas a empresas:  
 1 Ferrol, Tel: 986 531 070  
 2 Por Santiago  
 3 Por el Camino, Tel: 982 907 952

Más información:  
 promocion@laurutaconservera.es  
 www.laurutaconservera.es

La Ruta  
Consenera®

**VISITAS  
GRUPOS**

CONSERVERAS  
ASTILLEROS  
PAISAJES  
PASEOS EN LANCHAS  
CETÁREAS  
LONJAS  
RESTAURANTES  
MUSEOS...

INFORMACIÓN SOBRE VISITAS GUIADAS  
info@ponlecaraaalturismo.com  
( 0034 ) 652 90 79 52



La Ruta  
Consenera®

**VISITA  
ABIERTA**



ZONA BARBANZA. Miércoles. 11 de junio. 10 h.  
INSCRÍBETE: 652 907 952 - 16 € PERSONA

INSCRÍBETE: 652 907 952 - 16 € PERSONA  
ZONA BARBANZA. Miércoles. 11 de junio. 10 h.

[www.larutaconsenera.es](http://www.larutaconsenera.es)

ZONA 7.1  
CIERRE

LA CALIDAD  
LA LIMPIEZA  
Y EL ORDEN  
ES COSA DE  
TODOS

MICALSA





La Ruta  
Conserva

Ponle **cara** al turismo  
INDUSTRIAS CONSERVAS CREA Y FESTIVAL



La Ruta  
Conserved

Ponle  
**caro** al  
turismo®  
TURISMO COMUNITARIO, CREATIVO E INDUSTRIAL





NAVE DE  
REDEIRAS









# SIÉNTETE MARISCADOR POR UN DÍA

*Información y reservas:*

652907952

[info@pontecaraaturismo.com](mailto:info@pontecaraaturismo.com)

La Ruta  
Conservera®









# "MariCarme, Muller atlántica"

Unha historia de  
valentía,

superación e territorio.

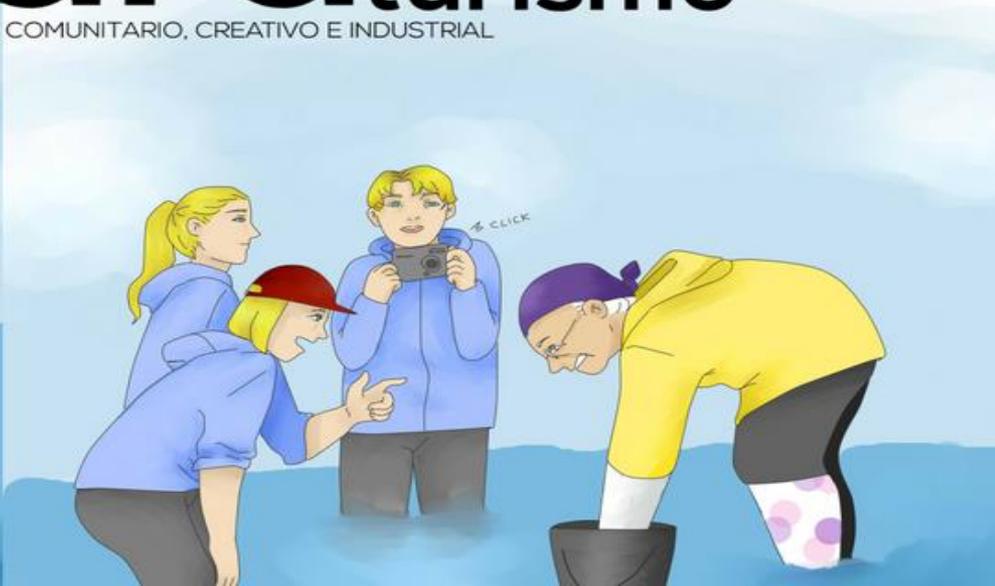


## TURISMO e MAR EN FEMININO

Este libro trata temas como el turismo Marineró , el esfuerzo, la autenticidad, el empoderamiento Femenino, la identidad de un destino, la Sostenibilidad en el territorio, pero sobretodo trata de IGUALDAD!



**carra**<sup>al</sup>**turismo**<sup>®</sup>  
TURISMO COMUNITARIO, CREATIVO E INDUSTRIAL



La igualdad es una cuestión que va más allá de los sistemas educativos y hay que fomentarlo desde toda la sociedad (turismo, economía, educación, sector de la pesca, etc.)



e o mar  
a e os  
algas  
onela.

urso que  
mentos a  
én era a



A miúdo, sentábase nas rochas  
mentres o mar batía con forza e  
respiraba o seu aroma salgado.

Facía que réinase a calma nun  
mundo onde todo son  
ilicciós.

para MariCarme sempre  
amigo ao que se lle ten  
garino. Onde o son das  
he envolve ata levarte  
ido perfecto.

## "MariCarme, Muller atlántica"



# TURISMO e MAR EN FEMININO

Unha historia de valentía, superación e territorio

ne, Muller atlántica"



MO e MAR EN FEMININO  
historia de valentia, superación e territorio



"Somos as mulleres as que loitan pola eco...  
as que coidan dos seus tan ben"

Eu son  
MariCarme,  
Muller  
Atlántica.

Ponle  
**cara** al  
turismo



# "MariCarme, Muller atlántica"



## TURISMO e MAR EN FEMININO

Unha historia de valentía, superación e territorio



*¿Sabéis cómo  
podéis ser*

**+**

**CREATIVOS?**



**ABURRIMIENTO**

A silhouette of a person with long, dark hair tied up, sitting on a sandy beach. They are facing away from the camera, looking out at the ocean. The sun is low on the horizon, creating a bright, golden glow that reflects on the water and the sand. The sky is a clear, pale blue. The word "SOLEDAD" is written in large, bold, white, sans-serif capital letters across the bottom half of the image, partially overlapping the person's shadow and the sand.

**SOLEDAD**



**NECESIDAD**



*visit us!*

*I'm a local!*  
Beta

[www.imalocal.es](http://www.imalocal.es)

*Im a local!*  
Beta

Publica tu anuncio

Ayuda

Iniciar sesión

**ABRIMOS LAS PUERTAS DE LAS EMPRESAS  
A LOS VIAJEROS EN TODO EL MUNDO**

¿QUÉ QUIERES DESCUBRIR?

### Comienza el viaje de la curiosidad

Descubre viajando la concienciación de lo auténtico



1



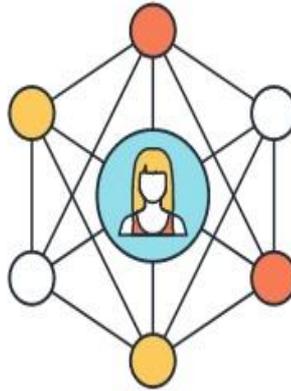
2



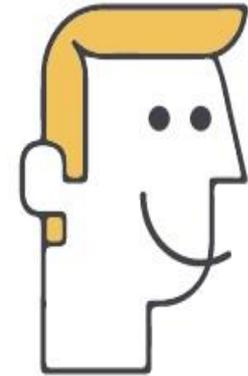
3



Regístrate



Publica tu experiencia  
inCompany



Conoce a clientes potenciales  
de todo el mundo

**I´m a local**, allows travellers to know the most human side of this kind of caringly-made products, and the effort and dedication of those people who made them.

Tourists may discover the experience of the “know-how” and get to know, first hand, the products of those companies.

# PUBLICA TU ANUNCIO

I'm a local te permite ganar dinero abriendo tu iniciativa local a los viajeros

1

TIPO DE INICIATIVA

2

REGISTRO

3

DESCRIPCIÓN

4

FOTOS

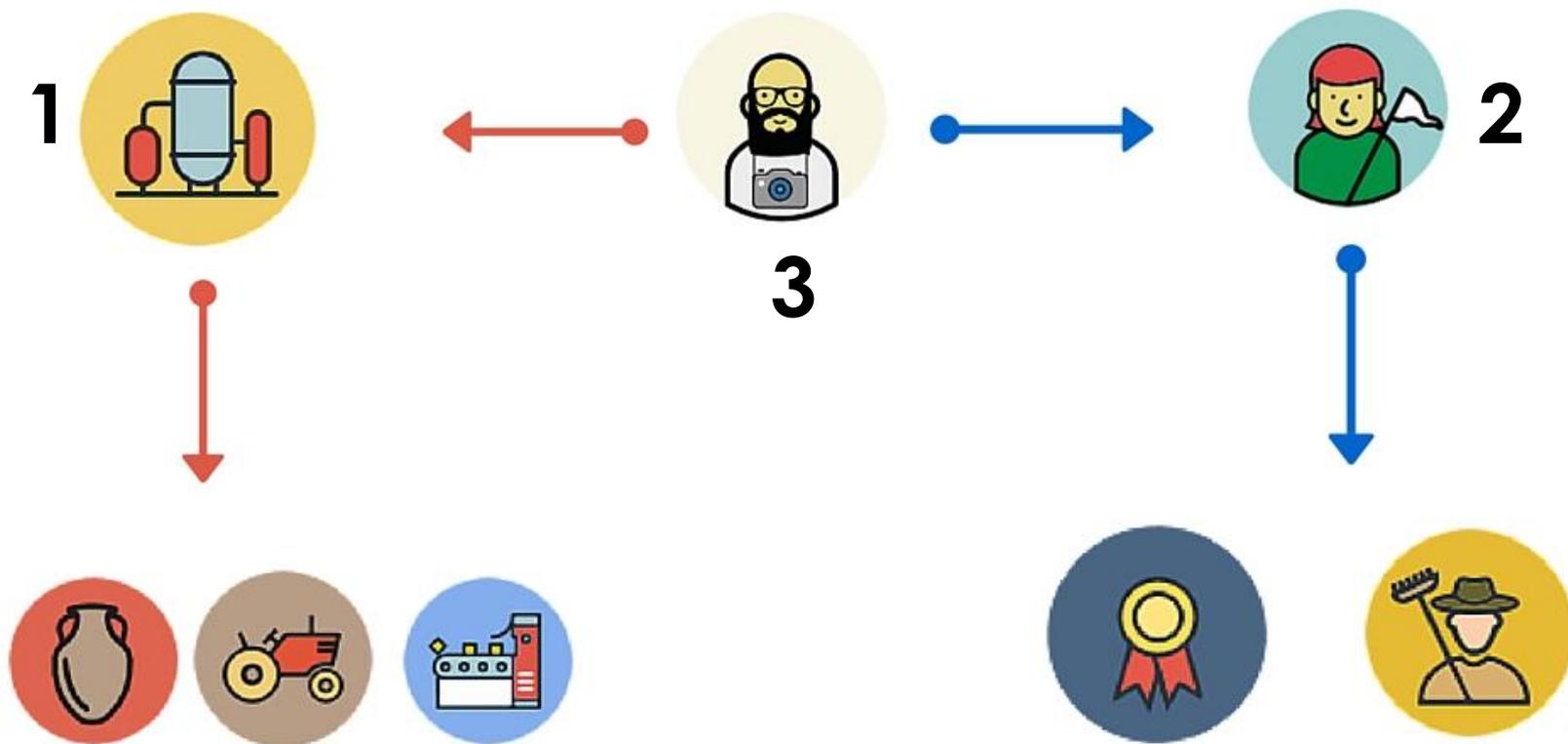
¿Qué iniciativa quieres anunciar?

---

# PUBLICA TU ANUNCIO!!

I'm a local te permite ganar dinero abriendo tu iniciativa local a los viajeros

## ¿Qué iniciativa quieres anunciar?



Publica tu anuncio

Ayuda

Iniciar sesión

# EL GRELO GALLEGO

O Rosal ( Pontevedra)

♥ Hacer reserva

Tipo de visita



FABRICA

Capacidad



10 personas

Idiomas



Horario



11:30  
13:00

Precio

11 €

por persona.  
niños gratis



**La Cerveza Artesana Ourensana**  
Ourense



**Industria Viva en Portugal**  
Aveiro (Portugal)



**" Reino Unido e Irlanda  
manos**  
Londres



**El taller de la Ropa Éticamente Bella**  
VIGO

# Hola!

*¡m a local!*  
Beta



**soy un turista curioso  
y consciente**



[www.imalocal.es](http://www.imalocal.es)

*I'm a local!*  
Beta



Feel like a local with [www.imalocal.es](http://www.imalocal.es)

# Hola!

*¡m a local!*  
Beta



**soy un fábrica local  
y visitable**



[www.imalocal.es](http://www.imalocal.es)

*I'm a local!*  
Beta



# Hola!

*Im a local!*  
Beta



**soy un guía creativo  
y cercano**



[www.imalocal.es](http://www.imalocal.es)

*I'm a local!*  
Beta



# Hola!

*¡m a local!*  
Beta



**soy un productor local  
eco y responsable**



[www.imalocal.es](http://www.imalocal.es)



*I'm a local!*  
Beta

visitus!

Sábado 25 de MARZO DE 11:30 a 13 h.

# visita guiada



17 euros persona

¿Quieres conocer un taller de ropa éticamente bello?



Lugar:  
VIGO

Información y Reservas:  
info@imalocal.es  
T.652907952

Lugar:  
VIGO

Información y Reservas:  
info@imalocal.es  
T.652907952

visitus!

Sábado 25 de MARZO DE 11:30 a 13 h.

# visita guiada



11 euros persona

Conoce los secretos del auténtico grelo Gallego!



Lugar:  
O Rosal

+Información y Reservas:  
info@imalocal.es  
T.652907952

Lugar:  
O Rosal

+Información y Reservas:  
info@imalocal.es  
T.652907952



# Cuál es la tuya?



*I'm a local!*  
Beta



+info: [info@imalocal.es](mailto:info@imalocal.es)





Ponle  
**cara** al turismo®  
TURISMO COMUNITARIO, CREATIVO E INDUSTRIAL

[www.ponlecaraalturismo.com](http://www.ponlecaraalturismo.com)



*I'm a local!*  
Beta

[www.imalocales.es](http://www.imalocales.es)

LIVE, TRAVEL, FEEL AND SHARE ❤️



# GRACIAS

[WWW.PONLECARAALTURISMO.COM](http://WWW.PONLECARAALTURISMO.COM)  
[WWW.PONLECARAALTURISMO.BLOGSPOT.COM/](http://WWW.PONLECARAALTURISMO.BLOGSPOT.COM/) [WWW.IMALOCAL.ES/](http://WWW.IMALOCAL.ES/)

