



Gestión de Reputación Online



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

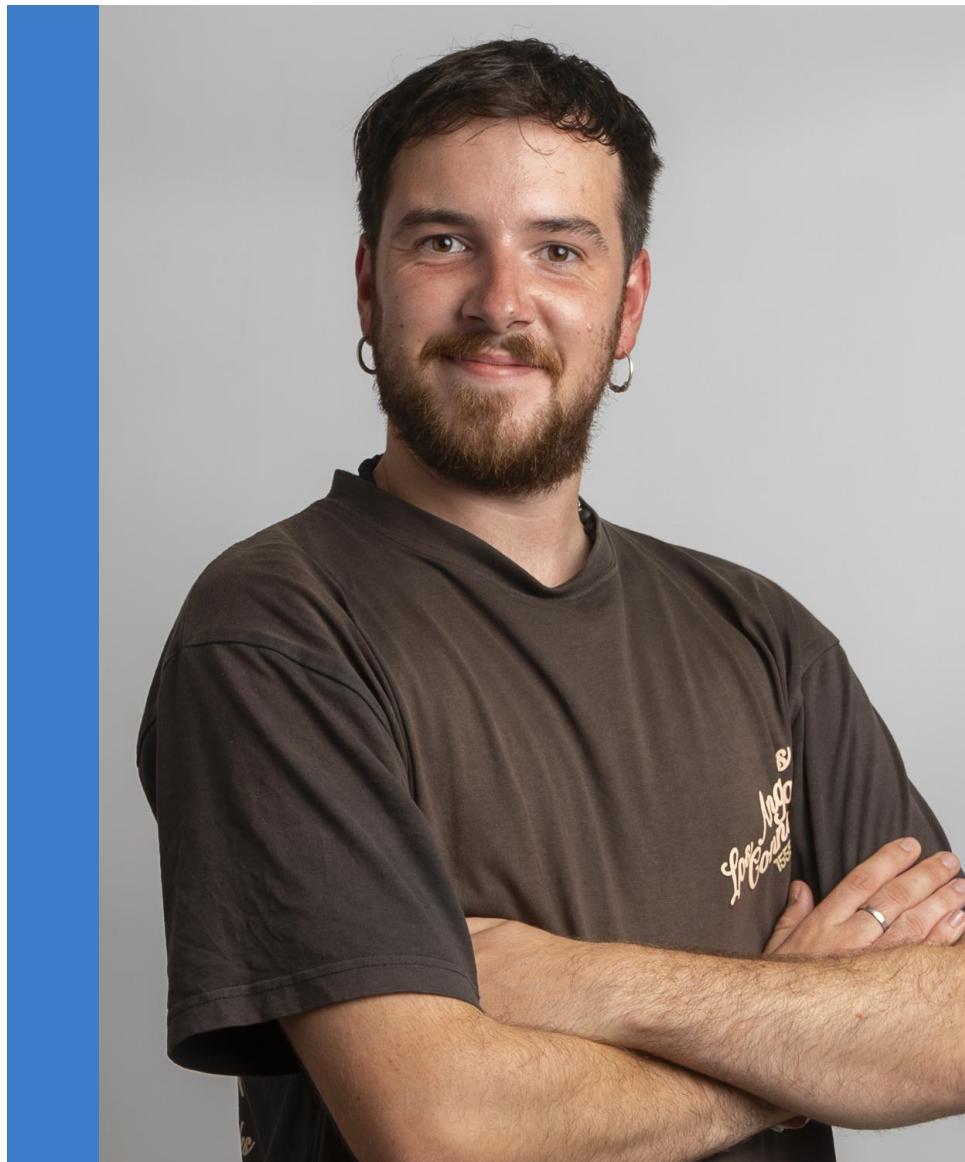


XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA

FORMADOR



Iago Piñeiro
España

Soy Iago Piñeiro, politólogo con una visión transversal de la comunicación y de la esfera pública, fruto de mi experiencia en la administración, en el sector privado y en organizaciones del tercer sector. Trabajé en políticas europeas, marketing y análisis de opinión, siempre orientado a comprender como las personas perciben y valoran a las instituciones y a las marcas. Actualmente centro mi labor en la gestión de la reputación en línea, apoyando a administraciones públicas y empresas en la monitorización del clima de opinión en plataformas digitales, con el objetivo de fortalecer su imagen e incrementar la eficacia de sus mensajes.

Conoce más



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU

 Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

 XUNTA
DE GALICIA

 Deputación
DA CORUÑA

Índice del Taller

01

Introducción

- ¿Qué dicen de tu empresa en internet?
- Por Qué Importa lo Que Se Dice Online
- Casos Cercanos: Empresas Como la Tuya

02

Entendiendo la Reputación Digital

- Qué es la reputación online
- Dos Formas de Trabajar Tu Reputación

03

Escuchar lo que Dicen de Ti

- ¿Cómo sé lo que dicen de mi empresa?
- Herramientas Gratuitas y Fáciles de Usar
- ¿Es Positivo o Negativo lo Que Dicen?

04

Responder Comentarios y Crisis

Estrategias de gestión efectiva

05

Construir una Buena Reputación

Acciones proactivas y mejores prácticas

Preguntas de Diagnóstico

¿Sabes qué dicen de tu empresa en Google? Google?

¿Has buscado recientemente tu negocio en internet para ver qué información aparece?

¿Respondes a las reseñas de tus clientes?

¿Tienes un sistema para gestionar comentarios positivos y negativos en plataformas digitales?

¿Pides activamente reseñas a clientes satisfechos?

¿Aprovechas los momentos de satisfacción para solicitar opiniones que fortalezcan tu reputación?

¿Tienes un plan de acción ante una crisis digital?

¿Sabrías cómo actuar si un comentario negativo se vuelve viral en redes sociales?

Objetivos Generales de la Formación

Comprender la Reputación Online

Entender qué es la reputación digital y por qué es crucial para tu negocio turístico.

Monitorizar tu Presencia Digital

Aprender a escuchar y analizar lo que se dice de tu empresa en internet.

Gestionar Comentarios Efectivamente

Desarrollar habilidades para responder a reseñas positivas y negativas de forma profesional.

Prevenir y Manejar Crisis

Crear un plan básico para actuar ante situaciones de crisis de reputación.

Construir Reputación Proactivamente

Implementar estrategias para generar contenido positivo y aumentar reseñas favorables.



Introducción



¿Qué Dicen de Tu Empresa en Internet? Internet?

La mayoría de los consumidores buscan información online antes de tomar decisiones de compra, especialmente en turismo. Los viajeros consultan opiniones en plataformas de reseñas y redes sociales antes de decidirse por un hotel, actividad o restaurante.

Tu reputación online ya está siendo construida por otros: reseñas en Google, menciones en redes sociales, fotos de usuarios, entradas de blogs y comentarios en foros, incluso si no publicas nada sobre tu empresa.

La Percepción Digital vs. la Realidad

Lo que Ves Desde Dentro

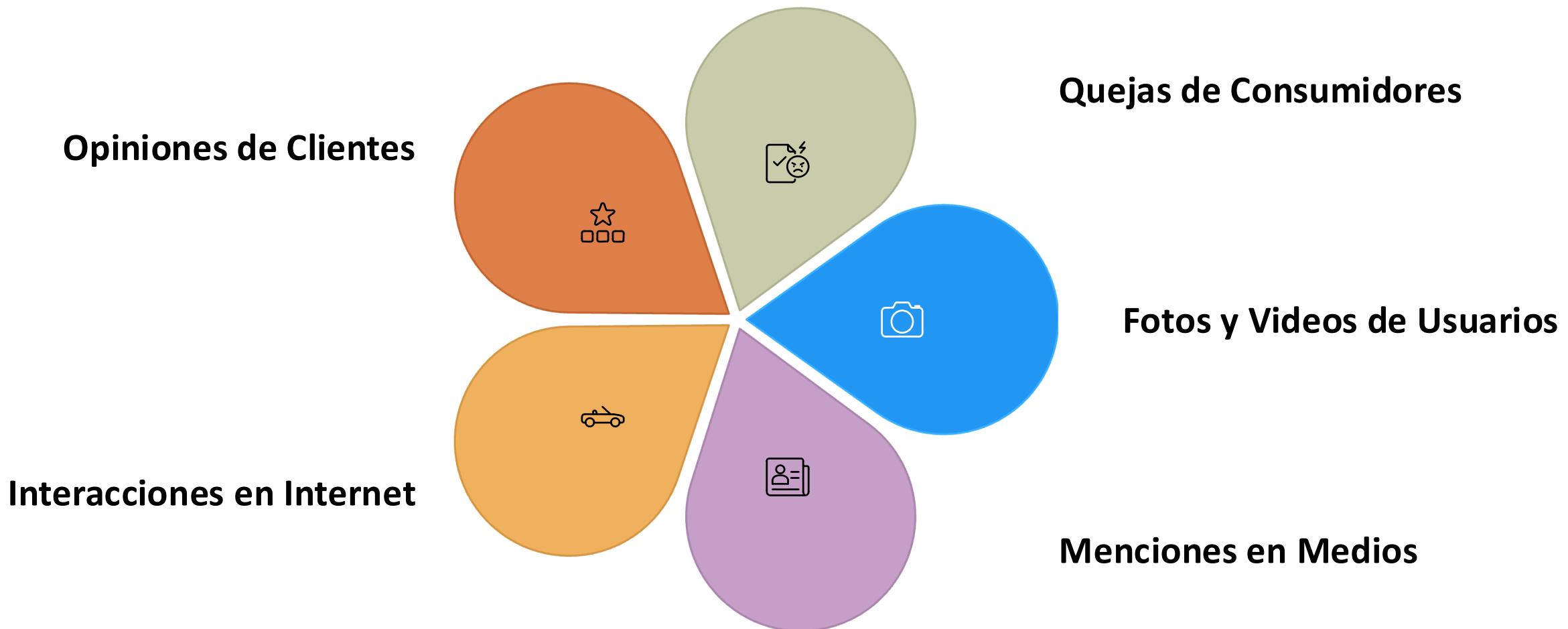
Tu negocio funciona bien, ofreces un servicio de calidad y tus instalaciones están en buen estado.

Lo que Ven los Clientes Online

Fotos antiguas en Google, reseñas desactualizadas o comentarios de clientes insatisfechos que desconoces.

La presencia online es mucho más que un reflejo pasivo. Cada búsqueda, comentario y mención construye una historia digital con impacto directo en las decisiones de compra.

Componentes de la Reputación Online

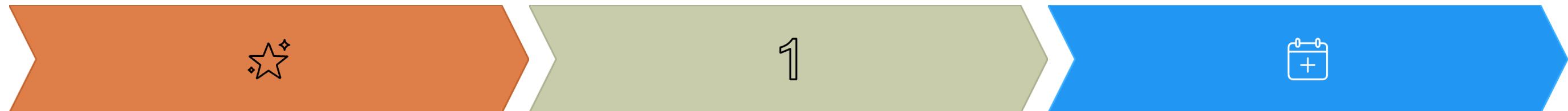




Por Qué Importa lo Que Se Dice Online

La reputación es un activo intangible crucial para diferenciarse en mercados altamente competitivos. Genera confianza, credibilidad y reconocimiento, elementos decisivos para que los clientes elijan tu negocio.

Factores Clave de la Reputación



Puntuación

Valoración media de tu negocio

Volumen

Cantidad de reseñas recibidas

Frescura

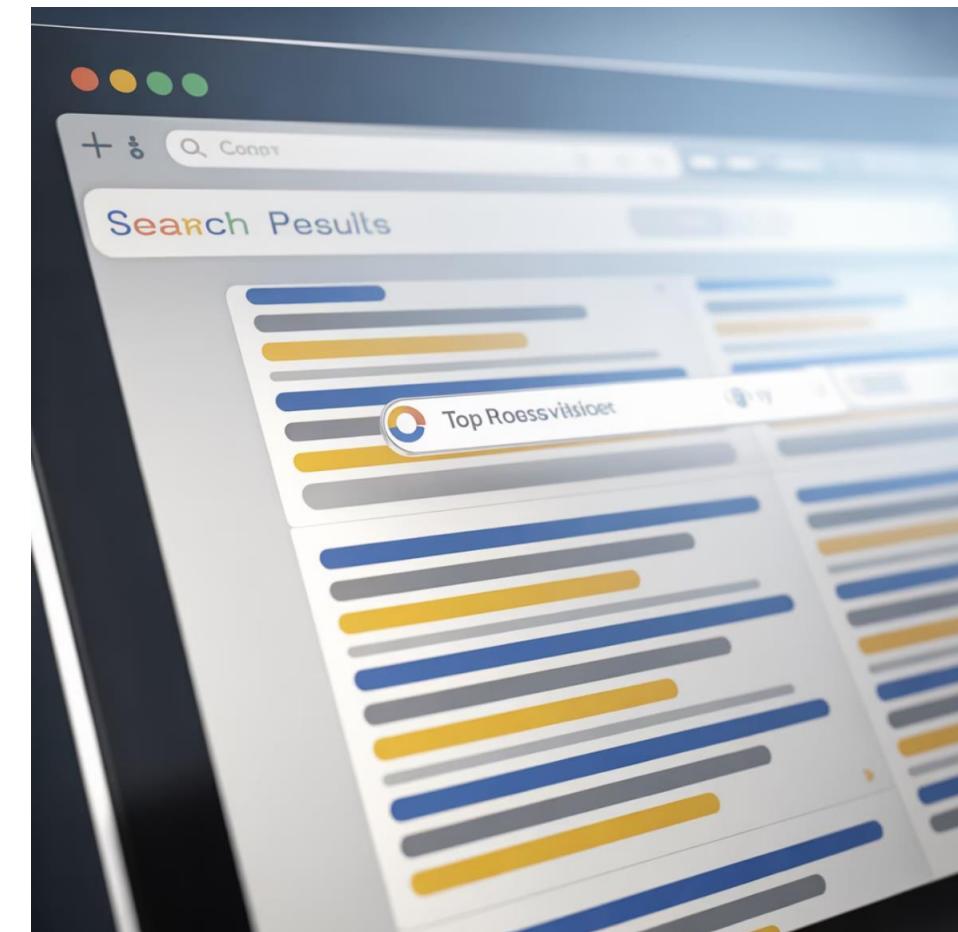
Actualidad de los comentarios

Un perfil con muchas reseñas recientes transmite que el negocio está activo y se preocupa por interactuar con clientes, generando mayor confianza.

Impacto en Visibilidad y Reservas

Ventajas de Buena Reputación

- Mejor posicionamiento en Google y plataformas de reservas
- Mayor visibilidad en listados de búsqueda
- Aumento de probabilidad de ser encontrado
- Incremento directo en reservas e ingresos



Los algoritmos de Google, TripAdvisor y Booking favorecen negocios con mejores valoraciones, colocándolos en primeras posiciones.

La Importancia de Responder



Rapidez

Responder de manera rápida demuestra atención al cliente

Respeto

Mantener un tono respetuoso en todas las interacciones

Personalización

Respuestas adaptadas a cada situación específica

Responder a comentarios, tanto positivos como negativos, demuestra que valoras a tus clientes y estás comprometido con ofrecer excelente servicio.

Casos Cercanos: Empresas Como la Tuya

Estudios muestran que hoteles y establecimientos con mejor presencia en TripAdvisor, Booking o Google tienen mayor ocupación, incluso sin ser los más baratos. Los que no responden a quejas quedan relegados en rankings.



Crisis y Oportunidades

Crisis Mal Gestionada

Un comentario negativo viralizado afecta gravemente la imagen del establecimiento

1

2

3

4

Respuesta Inadecuada

Falta de comunicación o respuestas defensivas empeoran la situación

Reputación Fortalecida

La empresa supera la adversidad y gana confianza

Ventaja Competitiva Estratégica

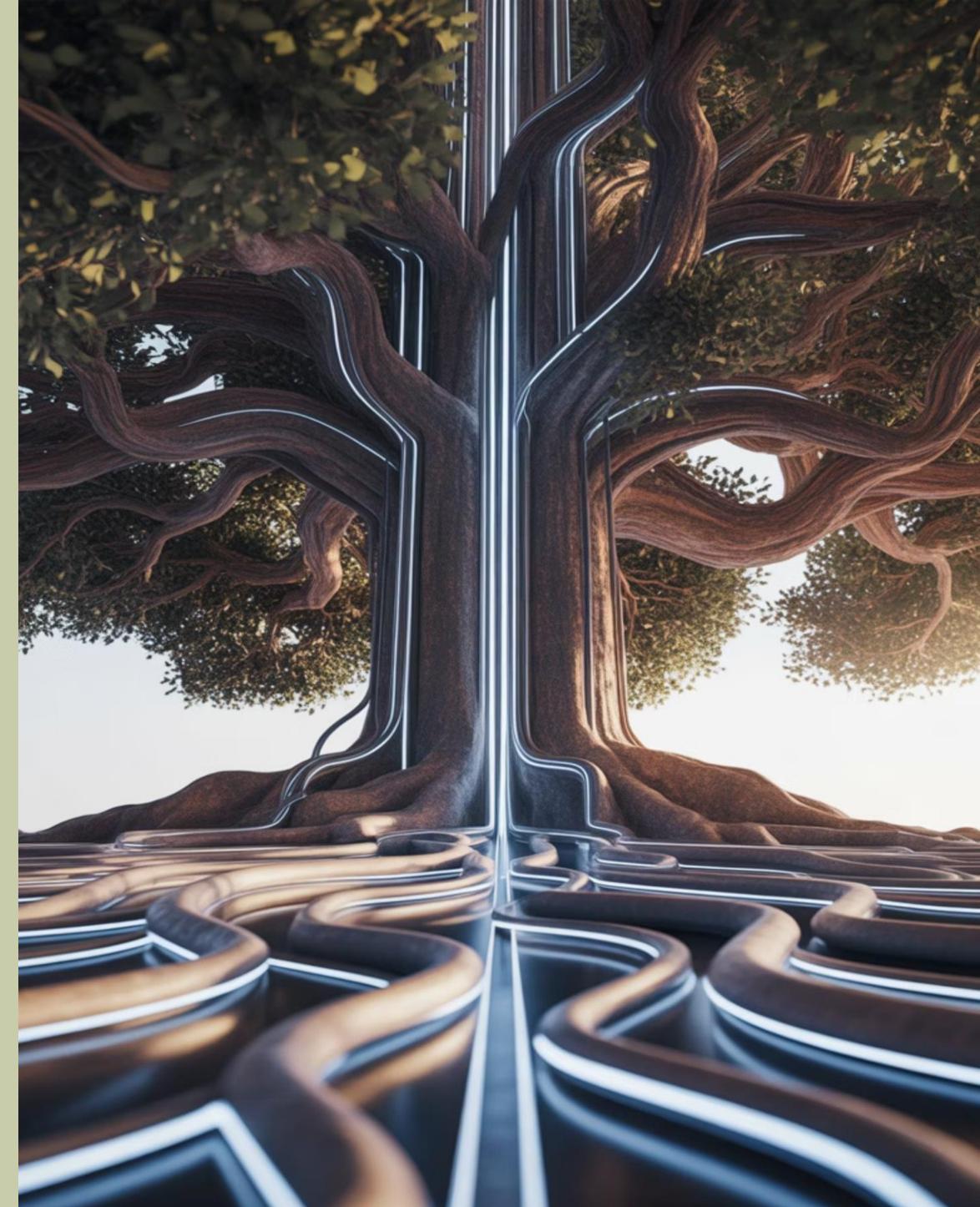
Algunos destinos turísticos han implementado sistemas de monitorización de opiniones para identificar áreas de mejora en la experiencia del visitante.

Este enfoque les ha permitido optimizar su oferta, aumentar valoraciones online y usar la reputación como activo estratégico para mejora continua.



Entendiendo la Reputación Digital

Aprende qué es la reputación online, dónde se construye y cómo gestionarla de forma proactiva y reactiva.



¿Qué es la Reputación Online?

La reputación online es la imagen que clientes y usuarios se forman de tu empresa basándose en todo lo que encuentran sobre ella en internet.

Incluye opiniones en plataformas como Google, Booking o TripAdvisor, comentarios en redes sociales, contenidos en blogs, medios digitales y cómo la empresa responde a esos mensajes.

Tu Huella Digital



Cada Reseña

Opiniones positivas y negativas que dejan los clientes



Cada Foto

Imágenes compartidas por usuarios en plataformas



Cada Video

Contenido audiovisual sobre tu negocio



Cada Mención

Referencias a tu empresa en internet

Tu reputación online actúa como tarjeta de presentación digital, creando una primera impresión antes de cualquier contacto directo.

¿Dónde Se Habla de Tu Empresa?

Google

Ficha de empresa en Google Maps con reseñas, fotos, puntuaciones y respuestas

Plataformas de Opiniones

Booking, Expedia, Airbnb, TripAdvisor, Minube y Trustpilot

Redes Sociales

Facebook, Instagram y LinkedIn con comentarios, etiquetas y fotos

Canales Privados

Foros, grupos de WhatsApp y Telegram con recomendaciones

Dos Formas de Trabajar Tu Reputación

Reputación Proactiva

Crear y cuidar una buena imagen antes de que surjan problemas

Reputación Reactiva

Responder cuando ya hay un problema o comentario negativo

Ambos enfoques son necesarios y se complementan. Muchas pequeñas empresas solo actúan de forma reactiva, pero la gestión proactiva es igualmente crucial.

Reputación Proactiva



Diseñar Buena Experiencia Real

La reputación digital refleja lo offline: calidad, limpieza, trato e información correcta



Cuidar Perfiles en Plataformas

Mantener actualizadas fotos, descripciones, horarios y respuestas



Solicitar Reseñas

Pedir a clientes satisfechos que dejen opiniones en plataformas clave



Publicar Contenido de Valor

Compartir historias de clientes, fotos y mejoras en el servicio

Ejemplo Práctico: Casa Rural

Acción Proactiva

1. Enviar mensaje de agradecimiento tras check-out
2. Incluir enlace directo a Google o TripAdvisor
3. Publicar semanalmente fotos de clientes disfrutando
4. Etiquetar el negocio y destino en redes sociales

Resultado

Cuando aparezca un comentario negativo, ya habrá un "colchón" de opiniones positivas que protegen la reputación del negocio.

Reputación Reactiva

1

Revisar Frecuentemente

Seguimiento regular de reseñas en Google y redes sociales

2

Responder Adecuadamente Adecuadamente

Contestar críticas negativas y agradecer las positivas

3

Gestionar Crisis

Activar plan de respuesta rápida ante problemas viralizados



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA



Ejemplo Práctico: Restaurante

Situación: Cliente deja reseña negativa por tiempo de espera.

Respuesta adecuada: Agradecer el comentario, pedir disculpas, explicar medidas correctivas (reforzar personal, revisar turnos) y ofrecer invitación para comprobar la mejora.

La respuesta de la empresa es crucial. Una respuesta adecuada puede convertir una mala experiencia en oportunidad para fidelizar al cliente.

Canales Principales de Mención





Escuchar lo que Dicen de Ti

Descubre cómo monitorizar tu reputación online mediante auditorías manuales y herramientas gratuitas para estar siempre informado.

¿Cómo Sé lo Que Dicen de Mi Empresa?

Para gestionar tu reputación online, es fundamental hacer una primera auditoría manual. No requiere herramientas complejas, solo una búsqueda en Google y revisión de canales clave.

1 Búsqueda Manual en Google

Escribe el nombre de tu empresa, variaciones y combinaciones con tu localidad

2 Revisar Redes Sociales

Accede a tus perfiles y revisa reseñas, comentarios y mensajes privados

3 Preguntar a Clientes

Completa con escucha directa sobre cómo conocieron tu negocio

Búsqueda Manual Básica en Google

Qué Buscar

- Nombre exacto de tu empresa
- Variaciones del nombre
- "Nombre + localidad"
- "Producto + destino"

Qué Revisar

- Primeras dos páginas de resultados
- Reseñas y comentarios
- Fotos que aparecen
- Información básica (dirección, horarios)

Una tarde dedicada a revisar estos puntos te proporcionará valiosa información sobre tu presencia digital actual.

Revisar Redes Sociales y Mensajes

01

Acceder a Perfiles

Facebook, Instagram y otras redes donde tengas presencia

02

Revisar Pestañas de Reseñas

Comentarios en publicaciones y mensajes privados

03

Búsqueda Interna

Encontrar publicaciones que mencionen tu negocio sin etiquetarte

04

Plataformas de opinión

Google Maps, TripAdvisor o Booking



Herramientas Gratis y Fáciles de Usar

Después de la auditoría manual, utiliza herramientas gratuitas para monitorear menciones y comentarios de manera regular, sin búsquedas diarias.



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

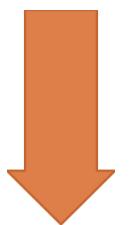


XUNTA
DE GALICIA



Deputación
da CORUÑA

Google Alerts



Inicia Sesión

Accede con tu cuenta de Google



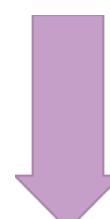
Ve a Google Alerts

Visita google.com/alerts



Configura Búsquedas

Escribe nombre exacto entre comillas y variaciones



Ajusta Opciones

Frecuencia, idioma y país



Crea Alerta

Recibe notificaciones por correo



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA

Mention y Otras Herramientas

Mention

- Monitorea redes sociales, blogs y webs
- Plan gratuito limitado disponible
- Configura proyectos con palabras clave
- Notificaciones por correo

Con estas herramientas, puedes monitorear menciones de forma sencilla y gratuita, sin invertir grandes cantidades de tiempo.

Otras Opciones

Herramientas que agregan reseñas de Google, TripAdvisor y otras plataformas en un solo sitio, con alertas de nuevas opiniones.

¿Es Positivo o Negativo lo Que Dicen?

Comentarios Positivos

Satisfacción, recomendaciones,
puntuaciones altas (4-5 estrellas)

Comentarios Negativos

Descontento, quejas, puntuaciones
bajas (1-2 estrellas)

Comentarios Neutros

Descriptivos sin carga emocional,
valoraciones medias (3 estrellas)

No basta con leer comentarios; necesitas clasificarlos para saber cómo actuar adecuadamente.

Cuándo Preocuparse y Cuándo Celebrar

💡 Preocúpate Cuando

- Mismos problemas se repiten en varias reseñas
- Comentario negativo se viraliza en redes
- Afecta significativamente la imagen

🎉 Celebra Cuando

- Aumentan reseñas positivas
- Puntuaciones medias suben
- Se reconocen cambios positivos implementados

Lista Semanal de Seguimiento

Fecha	Plataforma	Resumen	Clasificación	Tema	¿Respondido?
15/01	Google	Excelente trato del personal	Positivo	Servicio	Sí
16/01	TripAdvisor	Habitación necesita renovación	Negativo	Instalaciones	Sí
17/01	Facebook	Buena ubicación y precio	Positivo	Precio	No

Esta lista te ayudará a identificar patrones y tendencias en la percepción de los clientes sobre tu empresa.



Cómo Responder Comentarios y Crisis

Aprende estrategias efectivas para gestionar comentarios positivos y negativos, y cómo actuar ante situaciones de crisis digital.

Respondiendo Comentarios Positivos

Responder a comentarios positivos fortalece la relación con el cliente y puede animar a otros a dejar reseñas. Demuestra que valoras a tus clientes y estás comprometido con mantener una buena experiencia.

"¡Muchas gracias, [nombre]! Nos alegra saber que disfrutaste de [aspecto positivo]. Esperamos verte de nuevo pronto. ¡Hasta pronto!"

"Gracias por tus amables palabras, [nombre]. ¡Estamos felices de que hayas tenido una gran experiencia! No dudes en volver. ¡Te esperamos!"

Respondiendo Comentarios Negativos

Principios Clave

No Confrontar

Evita discusiones públicas, mantén tono calmado y profesional

Agradecer

Incluso si es negativo, agradece por expresar su opinión

Reconocer

Si la crítica es válida, acepta el error y pide disculpas

Ofrecer Solución

Explica acciones correctivas que estás tomando

Canal Privado

Ofrece continuar la conversación por email o teléfono

Responde dentro de las primeras 24-48 horas para mostrar compromiso y profesionalidad.

Ejemplo Práctico de Respuesta

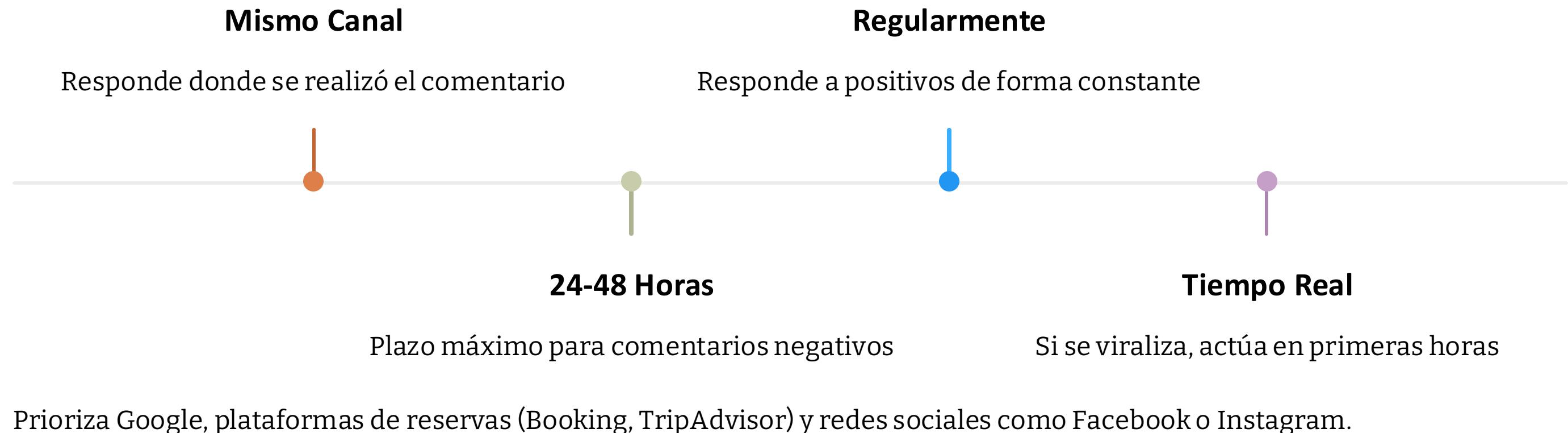
Situación

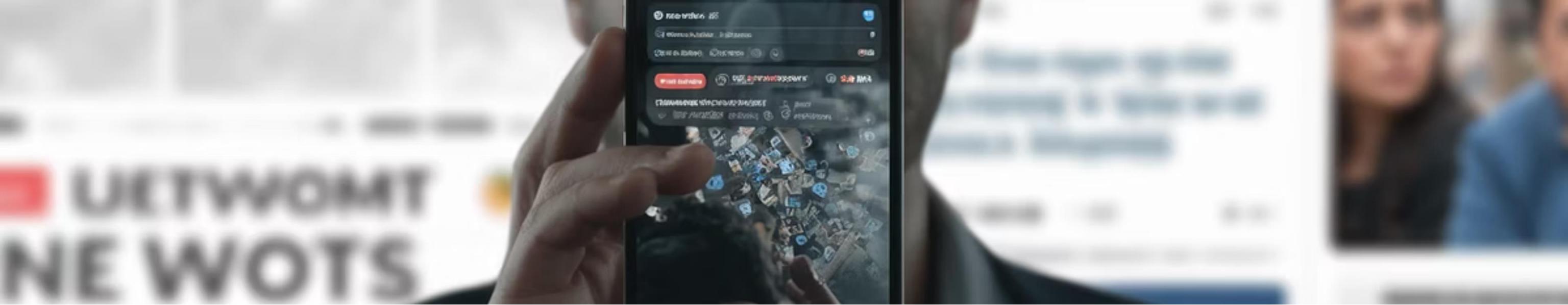
Cliente deja reseña negativa en Google por mal servicio durante la estadía.

Respuesta Adecuada

"Lamentamos mucho saber que tu experiencia no fue la esperada, [nombre]. Agradecemos que nos lo hayas comunicado. Estamos tomando medidas para mejorar [aspecto mencionado]. Nos encantaría hablar más a fondo. Por favor, escríbenos a [email] o llámanos al [teléfono]. Gracias por ayudarnos a mejorar."

Dónde y Cuándo Responder





¿Qué es una Crisis Digital?

No todos los comentarios negativos son una crisis. Una crisis digital se produce cuando un problema escala en volumen, visibilidad o gravedad, afectando significativamente la reputación del negocio.

Diferencia Entre Comentario Malo y Crisis Real

Comentario Negativo Normal

- Queja aislada sobre un error específico
- Se resuelve con respuesta adecuada
- No genera gran repercusión
- Ejemplo: Error en reserva o pequeño inconveniente

Crisis Digital

- Aumento repentino de quejas similares
- Viralización en redes sociales
- Cobertura de medios de comunicación
- Pérdida de confianza generalizada

Señales de Alerta: Cuándo Pedir Ayuda

Implicaciones Legales

Problemas de salud, seguridad o acusaciones de discriminación

Interés de Medios

Medios de comunicación publican o se interesan por el caso

Conversación Descontrolada Descontrolada

Amenazas, insultos o campañas organizadas en redes sociales

En estos casos, contacta consultores de comunicación, asesorías legales o seguros especializados para gestión profesional.

Plan Básico Si Hay una Crisis

Paso 1: No Borres, No Te Pelees

No borres comentarios ni respondas en caliente. La transparencia es clave.

Paso 2: Reconoce el Problema Rápido

Publica mensaje indicando que estás al tanto y que investigarás.

Paso 3: Da una Solución

Explica claramente las medidas correctivas tomadas.

Paso 4: Lleva a Privado

Invita a continuar la conversación por email o teléfono.

Plantilla de Respuesta de Emergencia

1

Reconocimiento

"Somos conscientes de que ha ocurrido un problema..."

2

Empatía y Disculpa

"Lamentamos sinceramente que hayas tenido esta experiencia..."

3

Compromiso

"Estamos investigando y tomando medidas para evitar que se repita..."

4

Canal Privado

"Te invitamos a contactarnos en [email] para resolver personalmente..."



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
da CORUÑA

Aprende de Casos Reales

Hotel X: Éxito en Gestión

Reseña negativa sobre limpieza. Respuesta rápida explicando medidas correctivas. Cliente volvió y dejó reseña positiva alabando profesionalidad.

Restaurante Y: Recuperación

Incidente viral sobre calidad de comida. Disculpa pública rápida y compensación. Contacto directo con cliente. Reputación restaurada con tiempo.

Qué Hicieron Bien y Errores Comunes

✓ Qué Hicieron Bien

- Actuaron rápidamente verificando hechos
- Mantuvieron una sola voz en todos los canales
- Ofrecieron soluciones concretas, no excusas

✗ Errores Comunes

- Minimizar el problema o culpar al cliente
- Demorar la respuesta permitiendo que otros "cuenten la historia"
- Responder solo en un canal cuando la conversación se expandió



Construir una Buena Reputación

Descubre cómo generar contenido positivo, conseguir más reseñas buenas y convertir a empleados y clientes en embajadores de tu marca.

Generar Contenido Positivo

Comparte Historias de Clientes Contentos

Mostrar historias reales de clientes satisfechos genera confianza y permite que futuros clientes se imaginen viviendo esas experiencias. Las historias personales humanizan la marca y crean vínculos emocionales.



Fotos con Texto

Imágenes acompañadas de breve explicación de la experiencia



Mini Entrevistas

Clientes comparten su experiencia de forma directa



Carruseles

Diferentes momentos de la experiencia en Instagram o Facebook



Videos Cortos

Contenido en TikTok o Instagram Reels



Asegúrate de obtener permiso de los clientes antes de compartir sus historias.



Publica lo Bueno Que Haces Haces

Contenido Espontáneo

- Fotos de clientes disfrutando
- Testimonios breves
- Capturas de reseñas positivas

Contenido Profesional

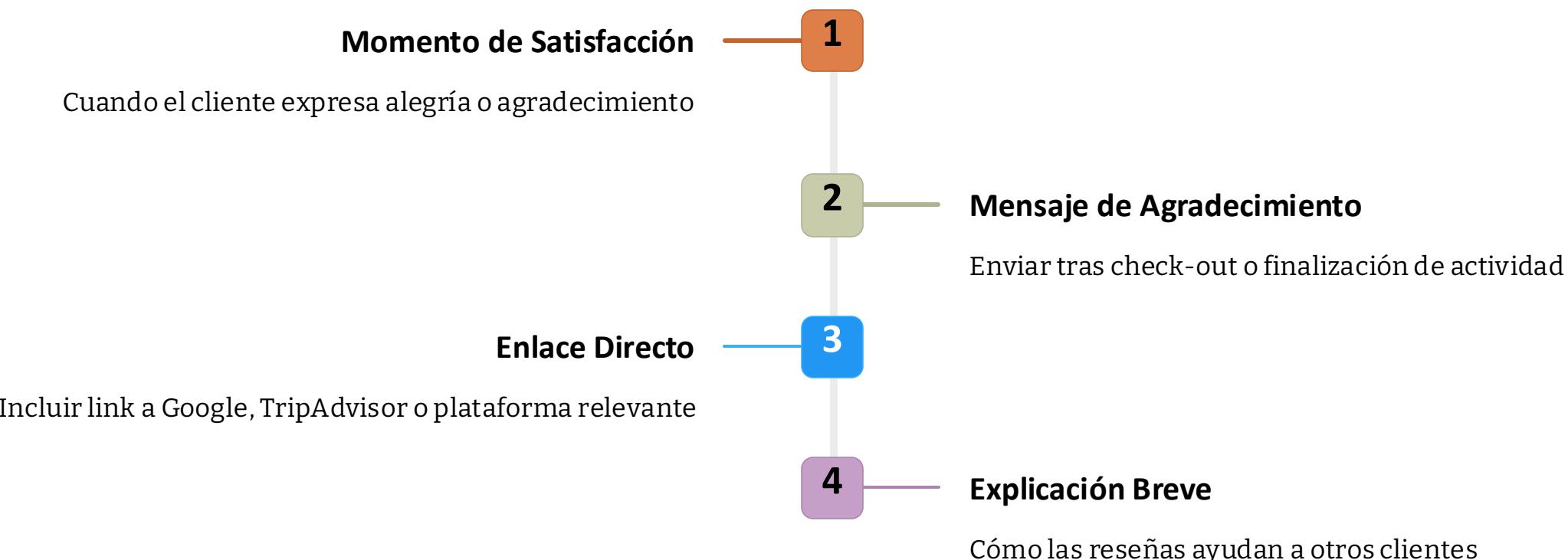
- Mejoras en instalaciones
- Iniciativas sostenibles
- Acciones que aportan valor

La constancia es más importante que la frecuencia. Publicar 1-2 veces por semana es razonable para mantener relevancia sin agobiar.

Consigue Más Reseñas Buenas

Cómo Pedir Reseñas Sin Presionar

Muchos clientes contentos no dejan reseñas simplemente porque no se les pide. Pedir una reseña debe hacerse de forma natural y no intrusiva, aprovechando momentos de satisfacción.



Momento Ideal y Facilitar el Proceso



Timing Perfecto

Justo después del check-out o al finalizar la actividad, cuando la experiencia está fresca



Enlaces Directos

Incluir en emails, WhatsApp o mensajes de agradecimiento



Códigos QR

En recepción, habitaciones o mesas que lleven a página de reseñas



Mensajes Preparados

Plantillas que el personal puede adaptar rápidamente

Reducir fricciones en el proceso aumenta el volumen de reseñas positivas mientras minimiza las negativas.

Tus Mejores Aliados

Empleados y Clientes Felices

Los empleados son excelentes embajadores de tu negocio. Sus publicaciones en redes sociales generan más alcance e interacción que las publicaciones corporativas.



Qué Pueden Compartir los Empleados



Día a Día del Negocio

Mostrando cómo disfrutan trabajando o participando en actividades especiales



Valores del Negocio

Sostenibilidad, compromiso con la comunidad o calidad del servicio



Proyectos Especiales

Colaboraciones locales, eventos de la zona o acciones solidarias

Proporciona una hoja de ruta con ejemplos de publicaciones, hashtags relevantes y reglas básicas de confidencialidad.

Clients Contentos Como Voceros

Estrategias

- Compartir fotos y etiquetar el negocio
- Usar hashtag único de tu marca
- Participar en sorteos o concursos
- Ganar algo a cambio de compartir

Beneficios

Aumenta visibilidad del negocio y proporciona contenido auténtico, más valorado por consumidores que la publicidad tradicional.

Pequeñas Acciones, Gran Impacto

Trato Cercano y Personalizado

Atención individualizada que hace sentir especial al cliente

Flexibilidad Ante Imprevistos

Adaptación a necesidades especiales del cliente

Información Útil

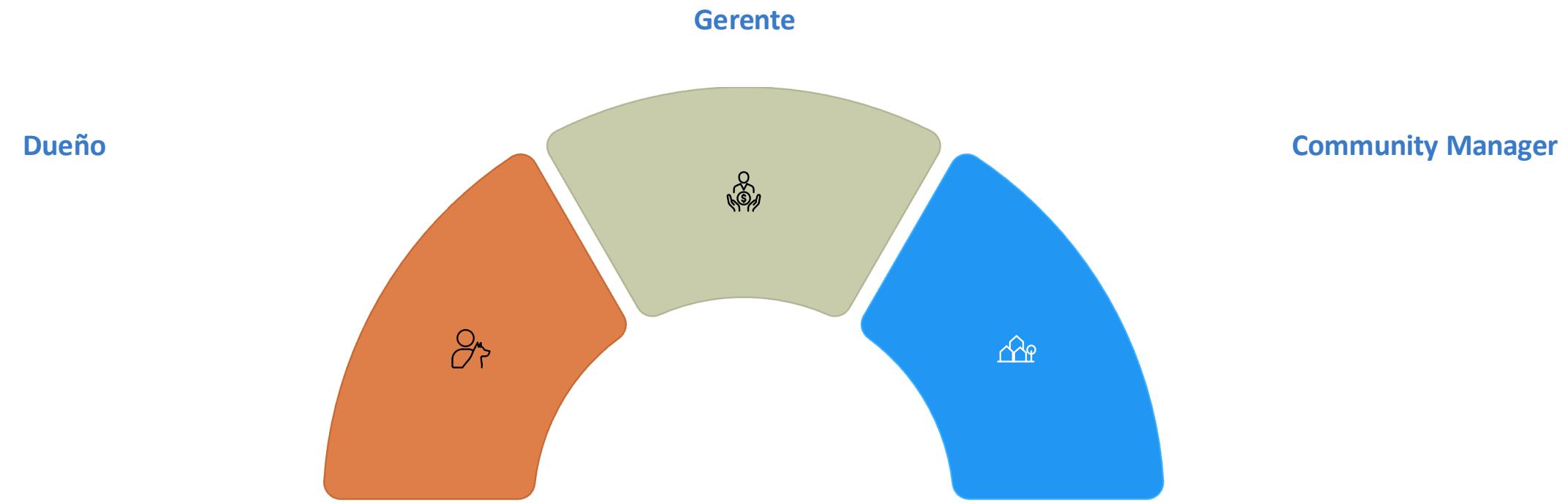
Recomendaciones locales y consejos sobre la zona

Detalles de Bienvenida

Carta de agradecimiento o pequeño obsequio

Cuando estas acciones se combinan con la petición de reseñas, la reputación online mejora considerablemente.

Alguien Debe Hablar por Tu Empresa



La reputación será más creíble con una persona reconocible como portavoz. Esta figura genera confianza y ayuda a crear una imagen coherente y cercana, crucial en crisis o comentarios públicos.

Qué Compartir

Historias de clientes (con permiso), mejoras del negocio, valores, contenido inspirador, actividades del equipo, proyectos locales.

Qué NO Compartir

Información confidencial de clientes o empleados, datos internos sensibles, problemas financieros, conflictos internos, discusiones públicas.

Reflexión y Tendencias Futuras

“La Reputación es un Activo Vivo”

Tu reputación online no es estática. Se construye día a día con cada interacción, respuesta y experiencia que ofreces.

“La Transparencia Genera Confianza”

Los clientes valoran la honestidad. Reconocer errores y mostrar mejoras continuas fortalece tu credibilidad.

“El Contenido Auténtico Gana”

Las historias reales de clientes satisfechos y empleados comprometidos son más poderosas que cualquier campaña publicitaria tradicional.

“La Prevención Supera la Reacción”

Invertir tiempo en gestión proactiva de reputación evita crisis futuras y construye un colchón de opiniones positivas que protegen tu negocio.

La inteligencia artificial y las herramientas de análisis de sentimiento permitirán a las pequeñas empresas monitorizar su reputación en tiempo real, identificar patrones de comportamiento de clientes y personalizar respuestas de manera más eficiente, democratizando el acceso a tecnologías que antes solo estaban disponibles para grandes corporaciones.

Conclusiones Clave

1. Tu Carta Digital

En el mundo actual, tu reputación en línea define tu primera impresión y abre puertas a nuevas oportunidades.

2. Mejor Prevenir

Anticipar y abordar posibles problemas antes de que escalen protege tu imagen y ahorra recursos a largo plazo.

3. Cada Interacción Importa

La manera en que respondes a comentarios y reseñas, tanto positivos como negativos, moldea la percepción pública de tu marca.

4. Embajadores de Marca

Una base de clientes contentos no solo regresa, sino que también defiende y promociona activamente tu negocio.

5. Gestión Continua

La reputación no se construye una sola vez; requiere un monitoreo constante y una adaptación estratégica a un entorno digital cambiante.



CreaciónExperiencias

Evalúa el curso y el profesor escaneando el siguiente QR:





CreaciónExperiencias



www.xeoparqueortegal.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@xeoparqueortegal.creacionexperiencias.com



Tel.: 625 54 77 48



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
da CORUÑA