

DIAGNOSE E PLAN DE DIXITALIZACIÓN DO DESTINO TURÍSTICO RÍO MINHO

**Acción que se enmarca no proxecto
0249_Visit_Rio_Minho_Plus_1_P, consolidación da marca Río
Minho e creación de novos produtos turísticos transfronterizos,
aprobado no marco do Interreg VI POCTEP 2021-2027 e
financiado nun 75% con fondos FEDER**

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

INTRODUCCIÓN	5
FASE 1: Consolidación do Liderado Dixital.....	11
Eixo 1: Consolidación da Marca e Comunicación Estratéxica.....	11
Medida 1: Consolidación da Marca e Narrativa do Destino.....	11
Medida 2: Contratación dun Equipo Profesional de Contidos	12
Medida 3: Estratexia Agressiva en Redes Sociais	12
Eixo 2: Colaboración Estratéxica cos Concellos	13
Medida 4: Programa de Difusión Compartida cos Concellos	13
Medida 5: Creación de Foros e Mesas de Coordinación	14
Medida 6: Programa de Apoio á Presenza Dixital Municipal	14
Eixo 3: Xeración de impacto medible	15
Medida 7: Sistema de Analítica e Seguimento en Tempo Real	15
Medida 8: Campañas de Alto Impacto	16
Eixo 4: Capacitación e Enpoeramento	17
Medida 9: Formación Dixital para Concellos e Operadores	17
FASE 2: Infraestrutura Dixital Centralizada	26
Eixo 5: Plataforma Dixital Centralizada.....	26
Medida 10: Desenvolvemento e Integración da Plataforma Web	27
Eixo 6: Sistema de Comunicación y Xestión Integral	29
Medida 11: Plataforma de Comunicación Centralizada Multifuncional	29
Medida 12: Sello de Calidade Dixital	31
Eixo 7: Infraestrutura Física e Señalética Turística Unificada.....	32
Medida 13: Programa de Señalética Turística Unificada	32
Medida 14: Instalación de Quioscos Dixitais Interactivos	34
Medida 15: Puntos de Acceso Wi-Fi Gratuitos de Alta Velocidade	35
Medida 16: Paneis Dixitais de Información en Tempo Real	35
Medida 17: Auditoría e Mellora da Cobertura de Conectividade no Destino.....	35

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Estructura y Flexibilidad del Plan de Implementación	38
ITINERARIOS FORMATIVOS	41
ENTES XESTORES	42
1. Uso de Formatos Estandarizados para Suministro de Datos Turísticos	42
2. Protocolo de Actualización de Calendarios de Eventos e Recursos Municipais ..	44
3. Xestión Básica de Redes Sociais Institucionais	45
4. Estratexias de Difusión Compartida e Cross-Posting	47
5. Creación de Contido Local Complementario	49
6. Atención Dixital ao Turista: Protocolos de Resposta	50
7. Xestión de Incidencias e Feedback de Visitantes	52
8. Interpretación Básica de Métricas e Informes de Impacto	54
OPERADORES TURÍSTICOS	56
1. Introducción á Intelixencia Artificial para Negocios Turísticos	56
2. Introducción a Sistemas CRM para Negocios Turísticos de Tamaño Reducido	58
3. Xestión de Reservas Online e Calendarios Dixitais	60
4. Marketing por Corréu Básico para Fidelización de Clientes	63
5. Automatización con IA: Chatbots e Atención ao Cliente 24/7	65
6. Optimización de Google My Business para Negocios Turísticos	68
7. Actualización e Mantemento Básico de Páxinas Web	71
8. Xestión de Reseñas Online: TripAdvisor, Google, Booking	74
9. Atención ao Cliente Dixital Multicanle	76
10. Análise de Datos e Tendencias con Intelixencia Artificial	79
11. Uso da Plataforma de Comunicación Centralizada do Destino	82
12. Xestión Profesional de Redes Sociais para Turismo (Instagram y Facebook) ...	84
13. ChatGPT e Asistentes de IA para Comunicación e Marketing Turístico	87
14. Xeración de Contido Visual con Intelixencia Artificial	90
15. Creación de Contido Básico con Smartphone	93
16. Accesibilidade Dixital Básica: Como Facer o Teu Servizo máis Inclusivo Online	96
CRONOGRAMA DE ACTUACIÓNS	99

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA DO PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	112
COSTES DE PERSOAL INTERNO	112
FASE 1: CONSOLIDACIÓN DO LIDERADO DIXITAL	118
EIXO 1: POSICIONAMENTO COMO CENTRO NEURÁLXICO PROMOCIONAL.....	118
EIXO 2: COLABORACIÓN ESTRATÉXICA COS CONCELLOS.....	122
EIXO 3: XERACIÓN DE IMPACTO MEDIBLE	124
EIXO 4: CAPACITACIÓN E EMPODERAMENTO.....	125
ACCÍONS PREPARATORIAS FASE 2 (executadas durante Fase 1).....	129
RESUMEN COSTES FASE 1 (24 meses estimados)	130
EIXO 5: DESENVOLVEMENTO DA PLATAFORMA WEB ÚNICA	131
EIXO 6: SISTEMA DE COMUNICACIÓN E XESTIÓN INTEGRAL	139
Medida 11: Plataforma de Comunicación Centralizada Multifuncional (CRM + Mensaxería + Portal).....	139
EIXO 7: INFRAESTRUTURA FÍSICA E SEÑALÉTICA TURÍSTICA UNIFICADA	144
RESUMEN TOTAL FASE 2	152
RESUMEN GLOBAL PLAN DE IMPLEMENTACIÓN COMPLETO (FASE 1 + FASE 2)	154
DESENVOLVEMENTO DE SOLUCÍONS INTERMEDIAS POR ÁREAS FUNCIONAIS ...	156
1. Mapas e Rutas Turísticas Interactivas	156
2. Comunicación e Xestión de Stakeholders.....	157
3. Compartición de Recursos e Archivos	158
4. Xestión de Datos Turísticos	158
5. Web Informativa Básica	159
6. Analítica e Reporting.....	160
7. Gestión de Eventos y Coordinación	161
8. Señalética Dixital Provisional con Códigos QR.....	162
COMPARATIVA ACTUALIZADA: SOLUCÍONS INTERMEDIAS vs FASE 2.....	188

INTRODUCCIÓN

O Plan de Diagnóstico realizado no territorio transfronteirizo do Río Minho evidenciou a complexidade inherente á xestión da oferta turística nunha rexión que, se ben comparte un legado histórico, cultural e gastronómico común, presenta diferenzas significativas na súa organización administrativa, na calidade e actualización dos seus recursos dixitais e nas estratexias de promoción dos seus atractivos turísticos. A coordinación entre os concellos galegos e as cámaras municipais portuguesas, xunto coa articulación das diferentes administracións implicadas, constitúe un dos principais riscos reputacionais identificados, o cal, de non xestionarse adecuadamente, podería traducirse nunha percepción fragmentada do destino, diluindo a marca conxunta e comprometendo a súa competitividade no mercado turístico.

Entre os riscos máis relevantes detectados atópanse a posibilidade de que o destino sexa percibido como dous lugares separados en lugar dunha experiencia integrada, a existencia de diferenzas notables na calidade dos recursos e na atención ao cliente entre ambos os dous lados da fronteira, o desequilibrio nas inversións que podería xerar resentimento e descontento social, e a falta de sensibilidade na comunicación que podería afectar a percepción de respecto cara á identidade cultural de cada territorio. Estas circunstancias, se non se abordan mediante unha estratexia coherente e unificada, teñen o potencial de contaminar a reputación do destino no seu conxunto e dificultar o seu posicionamento como referente turístico transfronteirizo.

Para mitigar estes riscos, o diagnóstico conclúe que a solución óptima reside na creación dunha institución de dirección e xestión conxunta, composta polas diferentes entidades implicadas, que centralice a estratexia dixital de promoción turística. A centralización permitiría establecer un único punto de referencia que potencie a cohesión e a visibilidade do destino, facilitando o desenvolvemento dunha plataforma web moderna, a operación coordinada en redes sociais e a adaptación de mensaxes aos diversos sectores demográficos e mercados emisores. Da mesma maneira, esta estratexia unificada simplificaría a coordinación entre os distintos entes xestores, fortalecería a imaxe do destino como un produto turístico integrado e dixitalmente avanzado, e reduciría as inconsistencias derivadas da utilización de criterios propios en cada administración.

Ademais, o diagnóstico puxo de manifesto a existencia de significativas disparidades na capacidade económica e na dispoñibilidade de recursos entre os distintos concellos e cámaras. Mentres algunhas localidades dispoñen de medios para investir en plataformas dixitais modernas e equipos de marketing profesional, outras presentan unha

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

capacidade presupostaria limitada e falta de soporte tecnolóxico, xerando unha brecha evidente na calidade dos recursos dispoñibles. Esta comunicación fragmentada e de calidade desigual representa un risco reputacional adicional que unha estratexia centralizada axudaría a mitigar, equilibrando a investimento e garantindo que todos os entes se beneficien de solucións competitivas e coherentes.

A operación centralizada tamén favorecería a implementación dunha estratexia unificada en redes sociais, permitindo a segmentación e personalización de mensaxes segundo cada mercado emisor, o uso de contido audiovisual de alta calidade, a colaboración con influencers e o desenvolvemento de campañas que impulsen a interacción e o engagement. Deste xeito, as administracións locais poderían actuar como canles estratéxicas que amplifiquen a mensaxe unificada, mantendo e enriquecendo as súas propias plataformas con contido centralizado, o que contribuíría á eficiencia en custos e optimizaría o impacto nos diferentes mercados.

En canto aos operadores turísticos, o diagnóstico identificou unha serie de necesidades críticas ao nivel de dixitalización, entre as que destacan a adopción de sistemas CRM e software especializado para a xestión de clientes, a modernización e optimización da súa presenza web, o acceso a plataformas de promoción turística integrada, a integración de ferramentas de automatización e análise de datos, o desenvolvemento de solucións dixitais inclusivas, a formación en competencias dixitais específicas e a implementación dunha plataforma centralizada de reservas e promoción. Estas necesidades, ao seren abordadas de forma coordinada e mediante o respaldo dunha institución centralizada, permitirán elevar a competitividade do sector e mellorar a experiencia do usuario, consolidando a oferta turística do destino.

Finalmente, o diagnóstico subliña a importancia de converter as enquisas de valoración do nivel de madurez dixital nunha ferramenta recorrente de seguimento. Ao repetir as avaliacións utilizando os mesmos KPIs e cuestionarios, conseguírase non só consolidar a información obtida, senón tamén establecer liñas de base sólidas que permitan comparar a evolución ao longo do tempo e calibrar de maneira precisa as intervencións estratéxicas, asegurando unha mellora continua e unha maior coherencia na transformación dixital do destino.

Sobre a base destas conclusións, o presente Plan de Implementación estrúcturase en fases progresivas que priorizan a consolidación do liderado dixital do organismo xestor, a xeración de confianza e demanda orgánica de colaboración por parte dos concellos, e a posterior implementación de infraestruturas tecnolóxicas centralizadas que optimicen a xestión, a comunicación e a promoción do destino turístico transfronteirizo do Río Minho. Este enfoque estratéxico garante que as accións se fundamenten en resultados

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

tanxibles e na adhesión voluntaria dos actores implicados, maximizando así as posibilidades de éxito e sustentabilidade a longo prazo.

Á luz do observado, é fundamental deter e recoñecer que a marca do destino turístico, se ben existe, non está consolidada nin goza do recoñecemento adecuado no mercado. As campañas realizadas en 2021, aínda que no seu momento achegaron visibilidade, non foron continuadas nin actualizadas, o que deixou o destino cunha imaxe estancada e pouco dinámica no entorno dixital. Esta situación impacta negativamente na percepción do público ou directamente existe un desconecemento absoluto por parte do cliente potencial da existencia do Destino Turístico Río Minho, xa que a falta de presenza activa dificulta a consolidación dunha identidade de marca forte e competitiva. Por iso, é imperativo redefinir e revitalizar a estratexia de comunicación e promoción da marca do destino. Isto implica non só a actualización dos recursos dixitais, senón tamén un replantexamento dos mensaxes, o ton e a narrativa que se quere transmitir. Deberase traballar na creación de contido novidoso e atractivo, aproveitar as novas tendencias do marketing dixital e establecer unha presenza constante nas plataformas clave, para que a marca avance cara a unha consolidación que xere confianza e interese en potenciais visitantes. Esta renovación estratéxica debe ser a pedra angular sobre a cal se edifiquen todas as accións e proxectos futuros, garantindo que o destino turístico logre posicionarse de maneira coherente e diferenciada no mercado actual.

Ademais, a magnitude do patrimonio e a diversidade de recursos cos que conta o destino subliña un potencial de marketing inmenso. O espazo Interreg abrangue 26 concellos, dos cales 21 conforman o núcleo do destino turístico, integrando unha ampla gama de atractivos. Desde propostas gastronómicas e experiencias enoturísticas ata paisaxes naturais, actividades deportivas e manifestacións históricas e culturais. Cada concello achega un valor único. Aínda que actualmente a información se distribúe de maneira fragmentada, esta riqueza de recursos constitúe unha base estratéxica para desenvolver unha planificación de marketing e comunicación centralizada. Unha campaña coordinada, que articule e potencie estes elementos, pode transformar a diversidade dispersa nun mensaxe unificado e atractivo, incrementando a visibilidade da zona e posicionando o destino como un referente competitivo no mercado tanto nacional como internacional.

Con todo, para lograr que, en primeiro lugar, os stakeholders e operadores turísticos acepten e se comprometan a utilizar unha plataforma desenvolvida por unha administración pública, é fundamental abordar varias áreas clave:

- **Participación y Co-Creación:**

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Involucrar aos potenciais usuarios desde o inicio do proceso, mediante talleres, grupos de foco e probas piloto. Isto permite que a solución se deseñe en función das súas necesidades reais e fomente un sentido de pertencenza e confianza no proxecto.
- Realizar sesións de co-creación onde os stakeholders poidan achegar ideas, suxestións e validar prototipos, asegurando que a plataforma se adapte aos seus procesos e expectativas.
- **Demostración de Beneficios Concretos:**
 - Comunicar de maneira clara e transparente os beneficios directos da plataforma, como a axilización da comunicación, a centralización de información e a mellora no seguimento das interaccións.
 - Mostrar casos de éxito e resultados esperados (como reducións en tempos de resposta e melloras no contacto con clientes) que reflictan un incremento na eficiencia e competitividade do negocio.
- **Interfaz Intuitiva e Adaptada ao Usuario:**
 - Garantir que a plataforma teña un deseño sinxelo e amigable, adaptable a dispositivos móbiles e con procesos automatizados mínimos, o que reducirá a curva de aprendizaxe e a resistencia ao cambio.
 - Capacitar aos usuarios a través de tutoriais, demostracións en vivo e soporte técnico continuo para asegurar unha transición suave.
- **Credibilidade e Transparencia Institucional:**
 - Aproveitar a reputación e o respaldo da administración pública para xerar confianza. Ao tratarse dun produto xestionado de maneira centralizada e profesional, poderase transmitir a idea de seguridade e seriedade ante os operadores e stakeholders.
 - Estabelecer canles de retroalimentación constante para que os usuarios poidan informar de incidencias ou suxestións, demostrando un compromiso real coa mellora continua.
- **Incentivos e Condicións de Uso:**
 - Considerar a posibilidade de ofrecer incentivos, tales como recoñecemento público, informes personalizados ou asesoramento gratuíto durante un período inicial, que faciliten a adopción da plataforma.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Asegurarse de que a plataforma se integre de maneira fluida aos procesos existentes, sen impoñer cargas excesivas ou cambios radicais no modo de operar de cada entidade.

Por outra banda, para conseguir que os entes xestores —maioritariamente administracións públicas locais— se sumen de maneira voluntaria ao plan de implementación, resulta imprescindible desenvolver unha estratexia que contemple a sensibilidade inherente á posible cesión de competencias e á adhesión a directrices emanadas de instancias supramunicipais. A continuación, detallanse as liñas de actuación fundamentais:

1. **Demostración de Resultados Tanxibles e Retorno Visible.** Antes de solicitar calquera tipo de compromiso, é crucial presentar evidencias concretas do valor que achegará a colaboración: incremento na visibilidade turística, maior afluencia de visitantes, acceso a contido profesional sen investimento adicional e melloras na percepción externa do territorio. Utilizar métricas, proxeccións realistas e comparativas que mostren como as accións coordinadas multiplican o impacto fronte ás iniciativas illadas. Esta demostración práctica permite a cada concello xustificar ante os seus cidadáns a conveniencia de sumarse ao proxecto, facilitando a adhesión voluntaria.
2. **Co-Construción e Participación desde o Primeiro Momento.** Integrar aos representantes municipais no desenvolvemento do plan mediante mesas de traballo, talleres colaborativos e sesións onde poidan plantexar necesidades territoriais específicas, validar propostas e sentirse parte activa do proceso. Este modelo de gobernanza compartida asegura que as solucións se axusten ás realidades locais e xera un sentimento de copropiedade do proxecto, eliminando a percepción de imposición vertical.
3. **Garantía de Autonomía e Participación Flexible.** Deixar claro que a colaboración é completamente voluntaria e que ningún ente xestor perderá control sobre as súas competencias ou recursos. Cada concello poderá seguir operando as súas propias plataformas e canles, beneficiándose do contido centralizado de alta calidade que enriquecerá a súa comunicación sen substituír a súa identidade local. Trátase dunha alianza estratéxica horizontal, non dunha subordinación xérica, onde cada actor mantén a súa autonomía mentres se beneficia das sinerxias colectivas.
4. **Recoñecemento Público e Visibilidade Institucional.** Comprometerse a que cada concello participante obteña recoñecemento explícito en todas as campañas e accións promocionais a través de mencións destacadas en redes sociais, inclusión en materiais de difusión, participación en eventos estratéxicos e certificacións.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

que acrediten a súa implicación na transformación dixital e a cooperación transfronteiriza.

- 5. Soporte Técnico e Recursos sen Custos Adicionais.** Proporcionar formación gratuita en competencias dixitais, acceso sen custo a ferramentas e plataformas avanzadas, asesoramento técnico personalizado e apoio continuo para mellorar os seus propios canles de comunicación. Asegurar que a participación non implique cargas económicas nin administrativas adicionais, senón que, polo contrario, represente un aforro de recursos e unha optimización de esforzos. A centralización debe percibirse como unha vantaxe operativa que facilita a labor promocional de cada concello.
- 6. Transparencia Total e Canles de Retroalimentación Activos.** Implementar mecanismos de comunicación clara e constante, con informes periódicos detallados sobre o rendemento das accións conxuntas, métricas alcanzadas e retorno de investimento en termos de visibilidade e atracción turística. Crear espazos formais onde os entes xestores poidan expresar inquedanzas, achegar propostas e participar activamente na toma de decisións estratéxicas. Esta transparencia reforza a confianza institucional e mitiga as reticencias iniciais.

Mediante a aplicación coordinada destas estratexias, os entes xestores percibirán a colaboración non como unha ameaza á súa autonomía, senón como unha oportunidade estratéxica para ampliar o seu alcance, compartir recursos de alto valor profesional, acceder a mercados máis competitivos e consolidar a imaxe dos seus territorios. A clave reside en evidenciar, mediante feitos e resultados medibles —crecemento de seguidores, incremento de interaccións, aumento de visitantes—, que a coordinación supera amplamente os beneficios das accións individuais, transformando así a reticencia inicial nunha demanda activa e voluntaria de participación no proxecto común.

FASE 1: Consolidación do Liderado Dixital

O obxectivo central desta fase é converter ao organismo xestor do Destino Turístico no referente dixital incuestionable da zona, xerando un impacto e seguimento tan significativo en redes sociais que os concellos desexen voluntariamente unirse e colaborar.

Eixo 1: Consolidación da Marca e Comunicación Estratéxica

O obxectivo central deste primeiro eixe do plan de implementación consiste en converter ao organismo xestor do Destino Turístico no referente dixital incuestionable da zona, xerando un impacto e seguimento tan significativo en redes sociais que os concellos desexen voluntariamente unirse e colaborar. Esta estratexia responde á necesidade de construír confianza e demostrar valor tanxible antes de solicitar compromisos administrativos ou unha posible cesión de competencias, permitindo que a demanda de colaboración xurda de forma orgánica ao evidenciar resultados concretos en termos de visibilidade, engagement e atracción de visitantes.

Este eixo estrúcturase en tres medidas fundamentais que, implementadas de forma coordinada, permitirán consolidar o liderado dixital do destino.

Medida 1: Consolidación da Marca e Narrativa do Destino

Aínda que a marca do destino sexa de recente creación, a súa consolidación e actualización son craveis para garantir que evolucione en consonancia coas tendencias dixitais e as expectativas dun público cada vez máis esixente. A identidade de marca é a base sobre a que se construírán e unificarán todas as iniciativas de dixitalización e comunicación. Unha marca nova, en constante evolución, debe adaptarse rapidamente para transmitir profesionalidade, modernidade e relevancia, elementos esenciais nun entorno dixital en continuo cambio. Ademais, actualizar o logo, o eslogan, a paleta de cores e o ton comunicativo —e consolidalos nun manual de identidade— asegura que todos os canles dixitais (desde a plataforma centralizada ata as redes sociais e a sinalética física) mostren unha mensaxe coherente e unificada. Isto, á súa vez, facilita a integración de novas tecnoloxías, mellora a experiencia do usuario e posiciona o destino de maneira competitiva tanto a nivel nacional como internacional, fortalecendo a dixitalización do sector turístico e potenciando a súa visibilidade e atractivo.

Con esta medida búscase a consolidación da marca e narrativa do destino. Para iso, actualizarase a identidade visual e narrativa existente, aliñándoa coas tendencias dixitais actuais e asegurando que reflicta a diversidade e riqueza dos 21 concellos que conforman o núcleo turístico. Desenvolverase un manual de identidade que servirá

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

como referencia para todas as comunicacións futuras, garantindo coherencia e profesionalismo en cada punto de contacto co público. Da mesma maneira, construírase unha narrativa central potente que destaque de forma equilibrada os recursos turísticos da zona —desde o enoturismo e o patrimonio histórico ata as experiencias en natureza e a gastronomía local—, posicionando ao destino como un referente integrado e atractivo tanto a nivel nacional como internacional.

Medida 2: Contratación dun Equipo Profesional de Contidos

Neste punto búscase contratar un equipo especializado para producir contido de alta calidade. Este equipo estará conformado por community managers, creadores de contido audiovisual, fotógrafos e deseñadores gráficos, cuxa labor será xerar contido que capte a atención e fomente a interacción coa audiencia. Estabelecerase un calendario editorial semanal con campañas temáticas que poñan en valor diferentes concellos e recursos, alternando entre o enoturismo, o patrimonio, a natureza e a gastronomía, entre outros. A produción incluírá vídeos testemuñais, reportaxes fotográficos, stories interactivas e contido inmersivo que non só informe, senón que emocione e motive ao usuario a explorar o destino, xerando un engagement sostido e medible.

Medida 3: Estratexia Agressiva en Redes Sociais

A terceira medida céntrase en desenvolver unha estratexia agresiva e efectiva en redes sociais. Para iso, crearanse e optimizaranse perfís oficiais do Destino Turístico en todas as plataformas relevantes —Instagram, Facebook, TikTok, YouTube e LinkedIn—, asegurando unha presenza activa e coherente. Implementaranse campañas de publicidade dixital segmentadas, dirixidas tanto a mercados nacionais como internacionais, cunha investimento sostida que garanta visibilidade constante e crecemento da audiencia. Ademais, estableceranse colaboracións estratéxicas con influencers locais e de mercados clave, ampliando o alcance orgánico e potenciando a credibilidade da mensaxe. Finalmente, xerarase contido viral deseñado para posicionar hashtags oficiais do destino, creando unha comunidade dixital activa que reflicta a identidade de marca e facilite o recoñecemento do destino no ecosistema turístico dixital.

Paralelamente, resulta imprescindible implementar un sistema rigoroso de análise de datos para todas as campañas lanzadas. Isto permitirá crear un histórico detallado que recolla información sobre o rendemento de cada publicación, identificando patróns de comportamento da audiencia, horarios óptimos de publicación, formatos de contido máis efectivos e segmentos de público con maior engagement. Esta análise continua facilitará a corrección e mellora da segmentación en futuras campañas, optimizando a investimento publicitaria e maximizando o retorno. Da mesma maneira, a recompilación

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

sistemática de métricas —alcance, impresiões, interaccións, conversiões e crecemento de seguidores— proporcionará evidencia tanxible do impacto xerado, información clave para demostrar aos concellos o valor da estratexia conxunta e fomentar a súa adhesión voluntaria ao proxecto.

En conxunto, estas tres medidas do Eixe 1 sentan as bases para que o organismo xestor se consolide como o motor promocional incuestionable da zona, demostrando mediante resultados tanxibles o valor da colaboración e creando as condicións para que, en fases posteriores, se poida avanzar cara á implementación de infraestruturas dixitais centralizadas co respaldo e a participación activa de todos os concellos.

Eixo 2: Colaboración Estratéxica cos Concellos

Unha vez establecidas as bases para consolidar ao organismo xestor como referente dixital incuestionable, resulta imprescindible desenvolver unha estratexia de colaboración que involucre activamente aos concellos desde o principio, sen esixir cesión de competencias nin impoñer modelos ríxidos de participación. O Eixe 2 fúndase na premisa de que a adhesión voluntaria só se conseguirá demostrando valor tanxible e xerando confianza mediante accións concretas que beneficien directamente a cada ente xestor. Por iso, seleccionáronse tres medidas complementarias que, implementadas de forma coordinada, constrúen un ecosistema de colaboración horizontal onde cada concello percibe vantaxes inmediatas e se sente parte activa do proxecto común.

Medida 4: Programa de Difusión Compartida cos Concellos

Esta primeira medida responde a unha necesidade crítica detectada durante o diagnóstico: a maioría dos entes xestores carecen de recursos suficientes para producir contido de alta calidade de forma constante. Esta medida selecciónase porque ofrece unha solución práctica e inmediata a esta carencia, proporcionando aos concellos materiais profesionais —vídeos, fotografías, textos optimizados— que poden utilizar libremente nas súas propias redes sociais e plataformas. Ao facilitar este banco de recursos, conséguese un dobre obxectivo. Por unha banda, os concellos enriquecen a súa comunicación sen investimento adicional, mellorando a súa visibilidade e profesionalismo; por outra, cada vez que utilizan este contido, están difundindo indirectamente a marca do destino e reforzando a narrativa unificada. Esta estratexia de contido compartido elimina a percepción de competencia entre administracións e a transforma en colaboración sinérxica, onde o éxito dun contribúe ao éxito do conxunto. Ademais, establecer acordos formais de difusión compartida e mencións mutuas

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

amplifica exponencialmente o alcance de cada publicación, convertendo aos concellos en aliados estratéxicos en lugar de meros receptores pasivos de directrices.

Medida 5: Creación de Foros e Mesas de Coordinación

Esta medida xustifícase pola necesidade de xerar espazos formais de diálogo, transparencia e toma de decisións compartida. A diferenza de modelos verticais onde as directrices se impoñen desde instancias superiores, esta medida establece unha gobernanza horizontal onde os representantes municipais poden expresar inquedanzas, achegar propostas, validar estratexias e participar activamente na definición de prioridades. Organizar encontros trimestrais con presentación de métricas e impacto non só reforza a transparencia institucional, senón que tamén permite que cada concello visualice de forma concreta o retorno da colaboración: incremento de seguidores, alcance das campañas, mencións en medios, afluencia turística. Esta rendición de contas constante xera confianza e legitima o proxecto, demostrando que non se trata dunha iniciativa illada do organismo xestor, senón dun esforzo colectivo onde cada actor ten voz e capacidade de influencia. Ademais, estes espazos facilitan a identificación temprana de desafíos, a resolución colaborativa de problemas e o intercambio de boas prácticas entre concellos, creando un entorno de aprendizaxe mutuo que fortalece a cohesión territorial.

Medida 6: Programa de Apoio á Presenza Dixital Municipal

Esta medida tamén recoñece que moitos concellos carecen dos coñecementos técnicos, os recursos humanos ou o orzamento necesario para desenvolver e manter unha presenza dixital competitiva. Ao ofrecer asesoramento técnico personalizado, formación gratuíta en xestión de redes sociais, optimización SEO das súas páxinas web e acceso a ferramentas profesionais sen custo adicional, o organismo xestor demuestra de forma tanxible o seu compromiso co desenvolvemento dixital de cada territorio. Esta medida é especialmente relevante porque xera beneficios inmediatos e visibles: os concellos melloran as súas métricas, modernizan as súas plataformas, aumentan o seu alcance e profesionalizan a súa comunicación, todo iso sen investimento propio. Este apoio directo non só reforza a imaxe do organismo xestor como facilitador e non como controlador, senón que tamén crea unha relación de reciprocidade onde os concellos, agradecidos polo soporte recibido, móstranse máis predispostos a colaborar activamente nas iniciativas conxuntas. Ademais, ao elevar o nivel dixital de todos os actores, redúcese a brecha de calidade entre territorios, homoxenéase a imaxe do destino e minimízase o risco reputacional derivado de comunicacións fragmentadas ou de baixa calidade.

En conxunto, estas tres medidas do Eixe 2 constrúen unha estratexia de colaboración baseada na xeración de valor compartido, a transparencia institucional e o apoio mutuo.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Non se trata de impoñer un modelo único nin de centralizar competencias de forma forzada, senón de demostrar mediante accións concretas que traballar de forma coordinada multiplica os resultados individuais. Ao proporcionar recursos, crear espazos de diálogo e ofrecer soporte técnico, o organismo xestor se posiciona como un aliado indispensable que facilita o éxito de cada concello, xerando así unha demanda orgánica de colaboración que transforma a reticencia inicial en adhesión voluntaria e comprometida. Este enfoque garante que, cando chegue o momento de propoñer infraestruturas dixitais centralizadas ou estratexias máis integradas, os concellos non só estean dispostos a participar, senón que o soliciten activamente ao ter experimentado de primeira man os beneficios da cooperación.

Eixo 3: Xeración de impacto medible

Unha vez consolidada a capacidade de produción de contido de calidade e establecidos os mecanismos de colaboración cos concellos, resulta fundamental demostrar de maneira obxectiva e cuantificábel o valor da estratexia dixital implementada. O Eixe 3 fúndase na premisa de que, nun contexto onde se solicita a adhesión voluntaria de administracións públicas e a confianza dos operadores turísticos, non basta con afirmar que as accións funcionan: é imprescindible probalo mediante datos concretos, métricas verificábeis e resultados tanxibles que poidan comunicarse tanto interna como externamente. Por iso, seleccionáronse dúas medidas complementarias que, implementadas de forma coordinada, xeran un círculo virtuoso onde a medición constante alimenta a mellora continua e os resultados visibles reforzan a credibilidade do proxecto.

Medida 7: Sistema de Analítica e Seguimento en Tempo Real

É necesario contar con datos precisos que permitan avaliar de forma obxectiva o rendemento de cada acción comunicativa e o retorno da investimento realizada. Configurar dashboards centralizados mediante ferramentas como Google Analytics, combinadas con plataformas especializadas en análise de redes sociais, permite monitorizar en tempo real os KPIs fundamentais: alcance das publicacións, número de impresións, taxa de interacción, crecemento de seguidores, tráfico xerado cara á plataforma web, conversións efectivas e procedencia xeográfica da audiencia. Esta capacidade de medición non só facilita a toma de decisións estratéxicas baseadas en evidencias —identificando que tipos de contido funcionan mellor, en que horarios, para que segmentos de público—, senón que tamén permite axustar as campañas de forma inmediata cando os resultados non alcanzan o esperado. Ademais, elaborar informes

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

mensuais detallados que se compartan con todos os concellos participantes cumpre unha función dobre: por unha banda, demuestra transparencia e rendición de contas, reforzando a confianza institucional; por outra, proporciona a cada concello argumentos sólidos e datos verificábeis para xustificar ante os seus cidadáns e os seus órganos de goberno a conveniencia da colaboración. Cando un concello pode mostrar que, grazas á estratexia conxunta, o seu alcance en redes se multiplicou por cinco ou que as visitas á súa páxina web aumentaron un determinado porcentaxe, a adhesión voluntaria deixa de ser unha cuestión de confianza para converterse nunha decisión racional fundamentada en resultados comprobábeis.

Medida 8: Campañas de Alto Impacto

A segunda medida selecciónase porque resulta esencial xerar hitos visibles que trasciendan o traballo diario e posicionen ao destino na axenda mediática e na conversa pública. Lanzar entre dúas e tres campañas anuais de gran envergadura —por exemplo, "Descubre o Río Minho", "Experiencia Dual Transfronteiriza" ou "Enoturismo sen Fronteiras"— permite concentrar recursos, creatividade e esforzos promocionais en momentos estratéxicos que xeran cobertura mediática, viralidade en redes sociais e recoñecemento de marca. Estas campañas deben deseñarse con obxectivos específicos e medíbeis, segmentarse adecuadamente segundo mercados emisores clave e utilizar contido audiovisual profesional de alto impacto emocional que conecte coas aspiracións e motivacións dos potenciais visitantes. A importancia destas campañas non reside unicamente na súa capacidade de atraer turistas, senón tamén na súa función como demostración pública do potencial do destino e da eficacia da estratexia coordinada. Medir e comunicar públicamente os resultados alcanzados xera credibilidade externa ante operadores turísticos, inversores potenciais e outros stakeholders, ao tempo que reforza internamente a lexitimidade do organismo xestor ante os concellos participantes. Cando unha campaña consegue, por exemplo, millóns de impresións, cobertura en medios nacionais e internacionais e un incremento verificábel na afluencia de visitantes, convértese nun caso de éxito tanxible que alimenta a demanda orgánica de colaboración por parte daqueles concellos que aínda non participan activamente.

En conxunto, estas dúas medidas do Eixe 3 transforman a estratexia dixital dunha iniciativa baseada na intuición e na boa vontade nun proxecto fundamentado en datos, resultados verificábeis e mellora continua. O sistema de analítica proporciona a evidencia necesaria para xustificar as decisións, optimizar recursos e demostrar retorno de investimento, mentres que as campañas de alto impacto xeran os hitos visibles que consolidan a reputación do destino e a credibilidade do organismo xestor. Esta combinación de medición rigorosa e accións de gran visibilidade crea un círculo virtuoso

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

onde os datos informan a estratexia, a estratexia xera resultados, os resultados se comunican de forma transparente e esta comunicación reforza a confianza e a adhesión voluntaria de novos actores. Ademais, este sistema de seguimento permanente permite avaliar de maneira obxectiva o desempeño dos equipos profesionais contratados para a produción de contidos, a xestión de redes sociais e a difusión da marca, proporcionando ao ente xestor a certeza de que os recursos invertidos en persoal especializado están xerando o impacto esperado e contribuíndo efectivamente ao cumprimento dos obxectivos estratéxicos. Así, o Eixe 3 non só mide o éxito das accións implementadas, senón que converte esa medición nunha ferramenta de lexitimación, transparencia e crecemento do proxecto, asegurando que cada investimento realizado poida ser xustificado mediante evidencias concretas e que cada logro obtido se traduza en maior credibilidade e capacidade de convocatoria para futuras iniciativas.

Eixo 4: Capacitación e Empoeramento

Medida 9: Formación Dixital para Concellos e Operadores

Tras consolidar a capacidade de produción de contidos, establecer mecanismos de colaboración cos concellos e demostrar o impacto mediante métricas verificábeis, resulta fundamental abordar unha carencia crítica detectada no diagnóstico: a falta de competencias dixitais entre operadores turísticos e persoal dos entes xestores. Con todo, en coherencia coa filosofía da Fase 1 —que prioriza a consolidación do liderado dixital do organismo xestor e a optimización de recursos antes que a creación de infraestruturas custosas—, este eixe plácese de forma estratéxica para cumprir un dobre obxectivo: proporcionar formación útil e accesíbel mentres se reforza simultaneamente a visibilidade e o seguimento nas redes sociais do destino.

A medida central deste eixe fúndase nun principio de eficiencia estratéxica: en lugar de destinar investimentos significativos ao desenvolvemento dunha plataforma formativa independente —que requiriría deseño, desenvolvemento técnico, mantemento e promoción específica—, aproveítanse os canles xa establecidos para distribuír contido formativo de alto valor en formatos breves, accesíbeis e viralizábeis. Esta decisión xustifícase por múltiples razóns que se reforzan mutuamente.

En primeiro lugar, desde a perspectiva do usuario, os operadores turísticos e o persoal municipal carecen habitualmente do tempo necesario para realizar cursos extensos ou plataformas de e-learning que requiran dedicación sostida. A creación de píldoras formativas en formato de vídeos curtos (60-90 segundos), infografías descargábeis, carruseles explicativos e stories educativas permite que estes profesionais accedan a

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

coñecemento práctico en momentos de dispoñibilidade reducida: durante desprazamentos, pausas laborais ou consultas puntuais ante necesidades concretas. Temáticas como "Como optimizar unha publicación en Instagram para aumentar o alcance", "Cinco claves para mellorar o SEO local do teu negocio turístico", "Como interpretar as métricas da túa páxina de Facebook" ou "Erros comúns na atención dixital ao cliente e como evitalos" poden transmitirse de forma clara, visual e práctica en formatos breves que maximizan a retención e facilitan a aplicación inmediata do aprendido.

En segundo lugar, desde a perspectiva estratéxica do organismo xestor, este modelo transforma cada acción formativa nunha acción de visibilidade e crecemento. Cada vídeo tutorial, cada infografía, cada consello práctico publicado nas redes oficiais do destino xera impresións, interaccións, compartidos e, potencialmente, novos seguidores. Os operadores e entes xestores que atopan valor neste contido non só aprenden, senón que se converten en prescriptores activos: gardan as publicacións, compártenas nos seus propios perfís, etiquetan a colegas e, con cada unha destas accións, amplifican o alcance do organismo xestor. Así, a formación deixa de ser un custo independente para converterse nunha investimento que simultaneamente educa, fideliza audiencias e reforza o posicionamento do destino como referente non só turístico, senón tamén como fonte de coñecemento especializado no sector.

En terceiro lugar, este enfoque permite xerar un histórico de contido formativo de alto valor que permanece accesíbel de forma permanente nos perfís sociais, sen necesidade de manter infraestruturas técnicas complexas. As seccións de "Destacados" en Instagram, as listas de reprodución en YouTube ou os álbumes temáticos en Facebook permiten organizar e archivar este contido de forma que calquera usuario poida acceder a el no momento que o precise, convertendo os perfís do destino nunha biblioteca dinámica de recursos formativos.

Ademais, a interacción directa que permiten as redes sociais —comentarios, preguntas, mensaxes directas— facilita a detección de necesidades formativas emerxentes e a personalización de contidos futuros. Se unha publicación sobre xestión de recensións online xera numerosas consultas, o equipo pode producir contido adicional máis específico, creando así un círculo de retroalimentación que asegura que a formación ofrecida responda a demandas reais e non a supostos teóricos. Desde o punto de vista económico, esta medida resulta extraordinariamente eficiente. A produción de contido formativo breve pode integrarse no fluxo de traballo do equipo de creación de contidos xa contratado, sen necesidade de investimentos adicionais en plataformas LMS, servidores, certificacións ou persoal especializado en xestión de formación online. Os mesmos profesionais que producen contido promocional poden

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

dedicar unha fraxe de tempo para xerar contido educativo, aproveitando o seu coñecemento do sector e a súa capacidade técnica.

Complementariamente, mantensease a organización de talleres presenciais ou webinars específicos de forma trimestral para abordar temáticas que requiran maior profundidade ou interacción directa, pero estes encontros promóciense, documentanse e difúndense precisamente a través das redes sociais, xerando contido adicional antes, durante e despois do evento. Os testemuños de participantes, as gravacións resumidas, os materiais descargábeis e as conclusións principais convírtense en novas pezas de contido que seguirán alimentando a presenza dixital do organismo xestor.

Adicionalmente, resulta estratéxicamente eficiente establecer que, nos contratos coas persoas ou empresas especializadas que se contraten para impartir os talleres presenciais e webinars, se inclúa expresamente a obriga de desenvolver materiais dixitais formativos derivados das súas sesións. Estes materiais —píldoras formativas en vídeo de 60 a 90 segundos, tutoriais básicos paso a paso, infografías explicativas ou carruseles educativos— constituirán entregas complementarias ao servizo formativo principal, aproveitando que os expertos contratados xa dispoñen do coñecemento especializado, a capacidade didáctica e, frecuentemente, os recursos técnicos necesarios para producilos sen que iso suponga unha carga desproporcionada. Da mesma maneira, deberá especificarse contractualmente que estes contidos formativos se produzan nas linguas vehiculares do destino turístico Río Minho —español, galego e portugués—, asegurando que a formación resulte plenamente accesíbel para todos os operadores e entes xestores do territorio transfronteirizo sen que o idioma constitúa unha barreira que limite a adopción de competencias dixitais, reforzando así o carácter verdadeiramente integrado e colaborativo do destino que trasciende as fronteiras administrativas e lingüísticas. Esta cláusula contractual garante que cada investimento en formación xere un dobre retorno: por unha banda, a capacitación directa dos participantes nas sesións síncronas; por outra, a creación de activos dixitais permanentes multilingües que alimentarán continuamente as redes sociais do destino e a súa biblioteca formativa online, multiplicando exponencialmente o alcance e a vida útil de cada euro investido. Así, un taller presencial de tres horas sobre xestión de CRM non só forma a quince operadores ese día concreto, senón que xera ademais cinco píldoras en vídeo, tres infografías descargábeis e un tutorial completo dispoñíbeis nos tres idiomas que, publicados progresivamente en redes sociais e aloxados permanentemente na web, formarán potencialmente a centos de persoas adicionais durante meses ou anos, consolidando a percepción do organismo xestor como fonte autorizada e accesíbel de coñecemento especializado en transformación dixital turística que respecta e valora a diversidade lingüística do territorio transfronteirizo Río Minho.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

A estructuración dos itinerarios formativos en niveis de prioridade responde a criterios pedagóxicos e estratéxicos que buscan maximizar o impacto da capacitación axustándose ás necesidades reais detectadas no plan de diagnóstico e ás posibilidades de asimilación progresiva de coñecementos por parte de profesionais que dispoñen de tempo limitado. A orde de prioridades fúndase en tres criterios complementarios. Primeiro, a urxencia detectada no diagnóstico, priorizando aquelas carencias que actualmente xeran maior impacto negativo na competitividade dos negocios. Segundo, a secuencia lóxica de aprendizaxe, onde certas competencias constitúen prerequisites naturais para o aproveitamento óptimo de formacións posteriores. Terceiro, a coherencia co desenvolvemento temporal do plan de implementación, situando en prioridades finais aquelas formacións que requiran infraestruturas aínda non dispoñíbeis. Adicionalmente, estableceuse unha **“Prioridade 0”** que agrupa contidos de sensibilización e alfabetización dixital básica, especificamente centrados na introdución á intelixencia artificial aplicada ao sector turístico (“Introdución á Intelixencia Artificial para Negocios Turísticos”). Conscientes de que os profesionais dificilmente dedicarán tempo presencial a módulos puramente introductorios, estes contidos desenvolveranse mediante vídeos breves e accesíbeis publicados no canal de YouTube do destino e difundidos progresivamente a través das redes sociais oficiais e a web, permitindo que cada operador os consuma ao seu ritmo, no momento que considere oportuno, sen requirir inscricións nin desprazamentos. Esta modalidade asincrónica e de baixo compromiso facilita a exposición inicial a conceptos tecnolóxicos que poden xerar resistencia se se presentan directamente en formatos formais, actuando como porta de entrada suave que desmitifica a tecnoloxía, xera curiosidade e prepara o terreo motivacional para que posteriormente os profesionais si se comprometan con formacións máis específicas e esixentes sabendo que abordan ferramentas comprensíbeis, accesíbeis e directamente aplicábeis á súa realidade empresarial cotidiana.

Os cursos que consideramos esenciais, dados os resultados do plan Diagnóstico, para a Transformación Dixital do Sector Turístico son os seguintes:

- **OPERADORES TURÍSTICOS**

- Prioridade 1 - Xestión de Clientes e Automatización.
 - Introducción a Sistemas CRM para Pequeños Negocios Turísticos. O diagnóstico detectou dependencia de Excel e corréu. Precisan coñecer solucións CRM gratuítas ou de baixo custo (HubSpot Free, Zoho) que automaticen o seguimento de clientes e reservas.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Xestión de Reservas Online e Calendarios Dixitais. Moitos operadores xestionan reservas manualmente. Precisan coñecer ferramentas básicas de calendario compartido e sistemas sinxelos de reservas.
- Marketing por Corréu Básico para Fidelización de Clientes. Carecen de estratexias de comunicación recorrente con clientes. Formación en Mailchimp ou similar para boletíns e promocións.
- Automatización con IA: Chatbots e Atención ao Cliente 24/7. Esta formación complementa a automatización da xestión, permitindo a atención 24/7 sen custos de persoal adicional.
- Prioridade 2 - Presenza Dixital Propia.
 - Optimización de Google My Business para Negocios Turísticos, ferramenta gratuíta esencial que moitos non utilizan ou teñen desactualizada e que é crítica para SEO local.
 - Xestión Profesional de Redes Sociais para Negocios Turísticos (Instagram e Facebook). Precisan aprender a publicar contido atractivo, interactuar con clientes e difundir o contido que o ente director proporciona.
 - ChatGPT e Asistentes de IA para Comunicación e Marketing Turístico, potenciando radicalmente a capacidade de xerar contido para redes, web e comunicación xeral.
 - Xeneración de Contido Visual con Intelixencia Artificial, complementando a creación de contido e suplantando carencias cando non hai fotografías profesionais.
 - Creación de Contido Básico con Smartphone. Fotografía e vídeo sinxelo con móbil para que poidan xerar contido propio de calidade aceptábel sen investimento.
 - Actualización e Mantemento Básico de Páxinas Web. O diagnóstico detectou webs anticuadas, polo que se plantea formación básica en WordPress ou plataformas sinxelas para manter información actualizada.
- Prioridade 3 - Atención ao Cliente Dixital.
 - Xestión de Reseñas Online: TripAdvisor, Google, Booking. Moitos non saben responder profesionalmente ou xestionar a súa reputación online.
 - Análise de Datos e Tendencias con Intelixencia Artificial, o que permitirá analizar reseñas masivamente, extraer insights e mellorar o servizo baseándose en feedback real.
 - Atención ao Cliente Dixital Multicanle. Precisan protocolos para responder por WhatsApp, redes sociais, corréu de forma profesional e áxil.
- Prioridade 4 - Accesibilidade e Inclusión.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Accesibilidade Dixital Básica: Como Facer o Teu Negocio máis Inclusivo Online. O diagnóstico detectou escasa adaptación para persoas con discapacidade. Formación en linguaxe claro, alternativas textuais a imaxes, contraste visual.
- Prioridade 5 - Uso de Plataforma Centralizada.
 - Uso da Plataforma de Comunicación Centralizada do Destino. Cando se lance a plataforma CRM/comunicación, necesitarán formación específica sobre como actualizar datos, recibir recursos e comunicarse eficientemente.

- ENTES XESTORES

Es importante sinalar que, se ben certas formacións previas designáronse especificamente para operadores turísticos atendendo ás súas necesidades particulares, o persoal dos entes xestores poderase incorporar voluntariamente a estas sesións se consideran que os contidos resultan aplicábeis ao seu ámbito de traballo. Isto é especialmente relevante en formacións como a optimización de Google My Business, actualización de páxinas web ou xestión de reseñas online, xa que moitos concellos xestionan as súas propias oficinas de turismo, centros de interpretación ou equipamentos municipais que requiren competencias similares ás dos operadores privados. Esta flexibilidade non só optimiza o aproveitamento dos recursos formativos dispoñíbeis, senón que tamén fomenta o intercambio de experiencias e o networking entre o sector público e privado, fortalecendo a cohesión do ecosistema turístico do destino.

- Prioridade 1 - Colaboración y Difusión.
 - Xestión Básica de Redes Sociais Institucionais. Precisan saber difundir eficazmente o contido proporcionado polo ente director do destino nos seus propios canles municipais.
 - Estratexias de Difusión Compartida e Cross-Posting. Aprender a republicar contido do ente director mantendo coherencia e maximizando o alcance.
 - Creación de Contido Local Complementario. Contido sinxelo sobre eventos locais, noticias municipais que complementen (sen contradicir) a estratexia central.
- Prioridade 2 - Actualización de Información
 - Uso de Formatos Estandarizados para Suministro de Datos Turísticos. Formación específica en cómo completar las plantillas (CSV, Excel) para alimentar la plataforma centralizada con información actualizada.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Protocolo de Actualización de Calendarios de Eventos e Recursos Municipais. Establecer rutinas de actualización periódica para evitar información obsoleta.
- Prioridade 3 - Uso de Ferramentas Centralizadas.
 - Uso da Plataforma de Comunicación Centralizada do Destino. Formación no CRM/plataforma para comunicación eficiente co ente director e outros concellos.
 - Interpretación Básica de Métricas e Informes de Impacto. Precisan entender os informes que recibirán sobre alcance, impacto e resultados para xustificar a colaboración ante os seus órganos de goberno.
- Prioridade 4 - Atención ao Visitante:
 - Atención Dixital ao Turista: Protocolos de Resposta. Moitas consultas chegan a concellos e precisa saber derivar adecuadamente ou responder de forma coordinada co ente director.
 - Xestión de Incidencias e Feedback de Visitantes, canalizando queixas, suxestións ou problemas reportados por turistas cara ao sistema centralizado.

Para maximizar o alcance, a accesibilidade e a efectividade do programa formativo, mantendo coherencia coa estratexia bifásica do plan de implementación, propónse unha distribución de formatos diferenciada segundo a fase de execución, aproveitando os canles e recursos dispoñíbeis en cada momento.

Durante a Fase 1, cando a prioridade estratéxica se centra en consolidar o liderado dixital do organismo xestor mediante redes sociais, o formato formativo principal serán as píldoras formativas breves integradas directamente nestes canles. Producirase vídeos de 60 a 90 segundos para Instagram, TikTok e Facebook que aborden de forma concisa e visual conceptos clave: como optimizar unha publicación, erros comúns na atención dixital ao cliente, trucos para mellorar fotografías con smartphone ou pasos básicos para actualizar Google My Business. Estes contidos complementaranse con infografías descargábeis que os usuarios poidan gardar como referencia rápida, carruseles explicativos que desglosen procesos paso a paso de forma visual e intuitiva, e stories con consellos rápidos que xerem engagement inmediato. Este formato cumpre un dobre obxectivo estratéxico: por unha banda, proporciona formación útil e accesíbel que responde a necesidades reais detectadas; por outra, xera contido de valor que incrementa o seguimento, a interacción e o posicionamento das redes sociais do destino, reforzando así o obxectivo central da Fase 1.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Paralelamente, organizaranse talleres presenciais ou webinars con periodicidade trimestral para abordar temáticas que requiran maior profundidade, práctica directa con ferramentas ou interacción en tempo real para resolución de dudas. Estas sesións, de 2 a 3 horas de duración, centraranse en temas como a implementación de sistemas CRM, a configuración completa de Google My Business, o uso da plataforma de comunicación centralizada ou a interpretación de métricas e informes de impacto. O formato presencial ou por videoconferencia permite que os participantes practiquen activamente, plantexen consultas específicas aos seus contextos particulares e reciban feedback personalizado, maximizando a transferencia de coñecemento. Estes encontros, ademais, cumpren unha función social e de networking, fortalecendo as relacións entre operadores, entre concellos e entre ambos os colectivos, o que contribúe indirectamente á cohesión do ecosistema turístico.

Coa chegada da Fase 2 e o desenvolvemento da plataforma web centralizada, habilitaranse unha sección formativa permanente e estruturada dentro desta infraestrutura dixital, alimentada por todos os contidos xa existentes, o que reducirá tanto a carga de traballo como a investimento económica a realizar. Neste espazo concentraranse tutoriais en vídeo organizados por temáticas e niveis de dificultade, permitindo que cada usuario acceza aos contidos que precisa no momento que os require, sen depender de calendarios predefinidos. Desenvolveranse guías descargábeis paso a paso en formato PDF que os usuarios poidan consultar offline mentres implementan os procesos aprendidos, seccións de preguntas frecuentes (FAQs) que respondan ás dudas máis habituais detectadas durante a Fase 1, e casos prácticos reais que ilustren aplicacións concretas dos coñecementos en contextos similares aos dos usuarios. Esta biblioteca formativa permanente asegura que o coñecemento xerado non se perda, que novos operadores ou persoal municipal incorporado posteriormente poidan formarse de forma autónoma, e que a investimento en produción de materiais formativos xere valor a longo prazo. Ademais, ao integrarse na plataforma centralizada, o acceso a estes recursos reforza a utilización da infraestrutura e consolida a súa posición como hub integral do ecosistema turístico do destino.

En definitiva, o Eixe 4 resolve unha necesidade crítica do sector —a capacitación dixital— mediante unha solución que, lonxe de restar recursos á consolidación do liderado dixital, a potencia activamente. Cada acción formativa convértese nunha oportunidade de visibilidade, cada operador capacitado transfórmase nun embaixador potencial da marca, e cada contido educativo publicado reforza a percepción do organismo xestor como entidade de referencia que non só promove o destino, senón que tamén empodera a quen o fan posíbel. Esta estratexia asegura que, ao final da Fase 1, o organismo xestor non só consolidará o seu liderado en promoción turística, senón tamén

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

en liderado formativo, xerando unha dependencia positiva onde os actores do sector recorren naturalmente aos seus canles para obter información, formación e recursos, reforzando así a súa posición como centro neurálxico incuestionable do ecosistema turístico transfronteirizo.

FASE 2: Infraestrutura Dixital Centralizada

Unha vez consolidado o liderado dixital do organismo xestor, xerado un impacto medible en redes sociais, establecidos mecanismos de colaboración efectiva cos concellos e demostrado mediante resultados tanxibles o valor da estratexia coordinada, ábrese a fiestra de oportunidade para abordar investimento de maior envergadura que requiran non só recursos económicos significativos, senón tamén a adhesión activa e o compromiso sostido de todos os actores implicados. A Fase 2 fúndase na premisa de que a infraestrutura tecnolóxica centralizada só resulta viable e eficaz cando existe unha comunidade dixital consolidada, unha confianza institucional establecida e unha demanda orgánica de ferramentas que faciliten a coordinación e optimicen a xestión do destino.

Eixo 5: Plataforma Dixital Centralizada

O obxectivo é desenvolver unha plataforma web única que actúe como “hub” central, integrando e actualizando toda a información turística (calendarios de eventos, itinerarios, directorios de operadores) e ofrecendo módulos interactivos (mapas dixitais, itinerarios personalizados) para mellorar a experiencia do usuario.

En primeiro lugar, desde a perspectiva estratéxica, desenvolver unha plataforma web ambiciosa antes de ter consolidado unha comunidade dixital activa e comprometida tería suposto un risco significativo de investimento sen retorno. Unha web, por moderna e funcional que sexa, require tráfico constante para xustificar o seu custo de desenvolvemento e mantemento. Ao ter dedicado a Fase 1 a construír unha audiencia fiel en redes sociais —medida mediante o crecemento de seguidores, a taxa de interacción e o alcance das publicacións—, garátese que, cando a plataforma web se lance, existirá unha masa crítica de usuarios potenciais aos que dirixir tráfico de forma inmediata. Cada publicación en redes sociais, cada campaña de alto impacto, cada contido formativo publicado durante a Fase 1 terá incluído chamadas á acción que, chegado este momento, redirixirán aos usuarios cara á nova plataforma centralizada, asegurando un volume de visitas suficiente para rentabilizar a investimento desde o primeiro momento.

En segundo lugar, desde a perspectiva operativa, a Fase 1 terá permitido identificar con precisión as necesidades reais de información dos usuarios, os contidos máis demandados, os formatos que xeran maior interacción e as funcionalidades que realmente achegan valor. A análise de datos acumulada durante os primeiros anos — que publicacións xeraron máis consultas, que temas despertaron maior interese, que concellos ou recursos turísticos atraíron máis atención — proporcionará a base empírica

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

necesaria para deseñar unha plataforma web que responda a demandas verificadas e non a suposicións teóricas. Esta información resulta inestimable para priorizar o desenvolvemento de módulos, optimizar a arquitectura da información e garantir que cada funcionalidade implementada teña un propósito claro fundamentado no comportamento real dos usuarios.

Medida 10: Desenvolvemento e Integración da Plataforma Web

Esta medida implica o desenvolvemento dunha plataforma web moderna, escalable e accesíbel que integre de forma coherente toda a información turística relevante do destino. Esta plataforma deberá construírse utilizando tecnoloxías actuais —frameworks como React ou Angular, ou un CMS personalizado que permita flexibilidade e escalabilidade— garantindo un deseño responsive que ofrezca unha experiencia óptima en calquera dispositivo, desde ordenadores de escritorio ata smartphones. O cumprimento das normativas de accesibilidade (WCAG) non só responde a unha obriga legal, senón que reflicte o compromiso do destino coa inclusión e a calidade de servizo, asegurando que todas as persoas, independentemente das súas capacidades, poidan acceder á información turística.

A optimización para motores de busca (SEO) constitúe outro elemento fundamental desta plataforma. Non basta con dispoñer de información completa e actualizada; é imprescindible que esta información sexa fácilmente localizábel cando os potenciais visitantes realicen buscas en Google ou outros buscadores. Unha estrutura de contido ben xerarquizada, o uso estratéxico de palabras clave relevantes, a optimización de tempos de carga e a implementación de marcado semántico permitirán que a plataforma se posicione favorablemente nos resultados de busca, captando tráfico orgánico e reducindo a dependencia da publicidade de pago.

A integración de módulos interactivos representa o valor engadido diferencial desta plataforma fronte a solucións estáticas tradicionais. Mapas dixitais que permitan localizar visualmente os recursos turísticos, itinerarios interactivos que os usuarios poidan personalizar segundo as súas preferencias e dispoñibilidade temporal, e directorios dinámicos de operadores que faciliten buscas filtradas por categoría, localización ou tipo de servizo transforman a consulta pasiva de información nunha experiencia activa e personalizada que incrementa a probabilidade de conversión de visitante dixital en visitante físico.

Crucialmente, a plataforma desenvolverase seguindo unha estratexia API-first, é dicir, deseñando desde o principio interfaces de programación que permitan a actualización automática de datos mediante a integración con sistemas externos. Esta decisión técnica responde directamente á necesidade identificada de evitar a dependencia exclusiva dos

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

entes xestores para a actualización manual de información. Os concellos e operadores poderán suministrar datos mediante formatos estandarizados (CSV, Excel, JSON) ou mediante conexións directas aos seus propios sistemas, e estes datos integráranse automaticamente na plataforma centralizada tras pasar por procesos de validación que garantan a súa calidade e coherencia.

Para mitigar o risco de información desactualizada —un dos principais perigos reputacionais identificados—, implementárase un sistema de validación automática e alertas que funcione en varios niveis. En primeiro lugar, recordatorios automáticos programados enviarán notificacións periódicas aos responsables municipais cando determinados datos non se teñan actualizado nun período establecido. En segundo lugar, algoritmos de detección de anomalías identificarán información potencialmente obsoleta (por exemplo, eventos cuxa data pasou pero que sigan publicados como futuros) e xerarán alertas para revisión humana. En terceiro lugar, un equipo de soporte centralizado realizará auditorías periódicas, contactará proactivamente cos entes xestores ante inconsistencias detectadas e, cando sexa necesario, realizará correccións directas para asegurar que a información dispoñíbel sexa sempre precisa e actualizada.

Ademais, estableceranse KPIs específicos sobre a calidade e actualización dos datos que se vincularán cos sistemas de incentivos previamente definidos. Os concellos que manteñan os seus datos actualizados de forma proactiva recibirán recoñecemento público, maior visibilidade nas campañas promocionais e acceso prioritario a novas funcionalidades ou recursos. Este enfoque transforma a actualización de datos dunha obriga administrativa nunha oportunidade de visibilidade e recoñecemento, incentivando comportamentos positivos sen necesidade de imposicións coercitivas.

A plataforma tamén integrará ferramentas analíticas desde a súa concepción, permitindo monitorizar en tempo real o comportamento dos usuarios: que seccións visitan máis, canto tempo permanecen en cada páxina, que buscas realizan, que contidos descargan, desde que localizacións xeográficas acceden. Esta información, ademais de alimentar a mellora continua da plataforma, proporcionará datos valiosos sobre as preferencias e comportamentos dos visitantes potenciais que poderanse utilizar para afinar as estratexias promocionais e as campañas de marketing dixital.

En definitiva, o Eixo 5 materializa a consolidación do liderado dixital conseguido na Fase 1 nunha infraestrutura tecnolóxica robusta, escalable e centrada no usuario que centraliza a información, facilita o acceso, mellora a experiencia do visitante e optimiza a xestión do destino. Ao desenvolverse no momento adecuado —cando existe unha comunidade consolidada, unha confianza establecida e datos empíricos sobre necesidades reais—, esta plataforma non constitúe unha aposta especulativa, senón

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

unha resposta fundamentada a unha demanda verificada, maximizando así as probabilidades de éxito e asegurando que a investimento realizada xere o retorno esperado en termos de visibilidade, posicionamento e capacidade de atracción turística do destino transfronteirizo.

Eixo 6: Sistema de Comunicación y Xestión Integral

Unha vez establecida a plataforma web centralizada que actúa como hub informativo do destino, resulta imprescindible abordar unha das deficiencias máis críticas identificadas no diagnóstico: a falta de ferramentas eficaces de comunicación e coordinación entre o organismo xestor, os entes municipais e os operadores turísticos. Durante anos, a comunicación baseouse case exclusivamente en correo e chamadas telefónicas, métodos que, se ben cumpren funcións básicas, resultan ineficientes para a xestión dun destino turístico moderno que require coordinación constante, actualización áxil de información e seguimento sistematizado de interaccións. Este eixe sitúase na Fase 2 porque só ten sentido implementar unha infraestrutura de comunicación avanzada cando existe unha comunidade consolidada que a utilizará activamente, cando se demostrou o valor da colaboración coordinada e cando os actores implicados experimentaron persoalmente as limitacións dos métodos tradicionais e demandan solucións máis eficaces.

Medida 11: Plataforma de Comunicación Centralizada Multifuncional

Esta medida responde directamente á necesidade do desenvolvemento dunha solución integral que combine tres funcionalidades esenciais nun único sistema: xestión de contactos e relacións (CRM), mensaxería en tempo real (incluíndo chat e notificacións push) e un portal central de actualizacións e comunicacións institucionais. Esta decisión de integrar múltiples funcións nunha única plataforma, en lugar de implementar solucións separadas, fúndase en principios tanto de eficiencia operativa como de experiencia de usuario.

Desde a perspectiva da xestión de relacións, o módulo CRM permitirá centralizar toda a información sobre os operadores turísticos e os contactos municipais: datos de contacto actualizados, historial de interaccións previas, nivel de participación en iniciativas conxuntas, necesidades específicas manifestadas, incidencias reportadas e o seu estado de resolución. Esta centralización elimina a dispersión actual de información en correos electrónicos individuais, follas de cálculo descoordinadas ou, peor aínda, na memoria institucional de persoas concretas que, cando cambian de posto, lévanse consigo ese coñecemento acumulado. Cun CRM adecuadamente implementado, calquera membro

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

do equipo do organismo xestor pode acceder instantaneamente ao historial completo de relación con calquera entidade, garantindo continuidade, coherencia e profesionalismo en todas as interaccións.

Ademais, o CRM facilitará a automatización de tarefas rutineiras que actualmente consumen tempo valioso: envío de recordatorios para a actualización de datos, confirmacións de recepción de información, notificacións sobre novas campañas ou recursos dispoñíbeis, seguimento de solicitudes de asesoramento. Esta automatización non só libera recursos humanos para tarefas de maior valor engadido, senón que tamén garante que ningunha comunicación importante se perda por descoido ou sobrecarga de traballo, mellorando significativamente a calidade do servizo proporcionado. O módulo de mensaxería en tempo real responde a unha demanda específica detectada: a necesidade de resolver consultas ou coordinacións de forma inmediata, especialmente en contextos onde a rapidez de resposta pode marcar a diferenza. Un sistema de chat integrado na plataforma permite que operadores e responsables municipais plantexen dúbidas, reporten incidencias ou soliciten información sen necesidade de agardar respostas por correo que poden demorar horas ou días. As notificacións push aseguran que estas comunicacións cheguen instantaneamente aos destinatarios adecuados, mesmo cando non estean activamente consultando a plataforma, acelerando os tempos de resposta e mellorando a percepción de eficacia e compromiso do organismo xestor. O portal central de actualizacións e comunicacións institucionais complementa estas funcionalidades proporcionando un espazo onde o organismo xestor pode publicar novidades relevantes —lanzamento de novas campañas, dispoñibilidade de recursos formativos, cambios normativos que afecten ao sector, convocatorias de encontros ou eventos— coa certeza de que todos os actores rexistrados terán acceso a esta información de forma inmediata e centralizada. Isto elimina a actual fragmentación onde información crítica se difunde mediante canles diversos (correos, chamadas, publicacións en redes sociais) co risco de que algúns destinatarios non a reciban ou a pasen por alto.

Crucialmente, esta plataforma deseñarase tendo en conta a diversidade de perfís de usuario e os seus diferentes niveis de competencia dixital. A interface será intuitiva, visual e accesíbel, minimizando a curva de aprendizaxe e reducindo as barreiras de adopción. Proporcionaranse tutoriais integrados, demostracións en vídeo e, especialmente durante os primeiros meses tras o lanzamento, soporte técnico intensivo para asegurar que todos os usuarios, independentemente da súa familiaridade previa con ferramentas dixitais, poidan utilizala eficazmente.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Para garantir a adopción efectiva desta plataforma —evitando que se converta nunha infraestrutura infrautilizada—, implementárase estratexias de incentivación e integración gradual. En primeiro lugar, certas funcións clave ofreceranse exclusivamente a través da plataforma: por exemplo, o acceso ao banco de recursos visuais para campañas, a descarga de materiais formativos ou a inscrición en eventos e talleres. Isto crea unha motivación práctica para rexistrarse e familiarizarse co sistema. En segundo lugar, manteranse os canles tradicionais durante un período de transición, pero priorízanse as respostas e o soporte proporcionado a través da plataforma, incentivando progresivamente o seu uso preferente sen forzar cambios abruptos que xerem resistencia.

Medida 12: Sello de Calidade Dixital

Esta segunda medida cumpre unha función complementaria pero estratéxicamente diferenciada. Este distintivo, outorgado mediante un protocolo de certificación transparente e verificábel, recoñece públicamente áquelas PMEs, operadores turísticos e entes xestores que alcanzan estándares mínimos de madurez dixital en áreas clave: calidade e actualización da súa presenza web, actividade e profesionalismo en redes sociais, adopción de ferramentas de xestión dixital, cumprimento de normativas de accesibilidade e participación activa nas iniciativas coordinadas do destino. Este selo xustifícase pola súa capacidade de xerar un ciclo virtuoso de mellora continua. Por unha banda, para os consumidores e visitantes potenciais, o selo actúa como garantía de calidade, facilitando a identificación de operadores confiábeis e profesionais, o que pode influír positivamente nas súas decisións de reserva. Por outra banda, para os propios operadores, obter o selo representa un recoñecemento público que pode utilizarse na súa propia comunicación comercial, xerando vantaxes competitivas tanxibles. Este dobre beneficio —credibilidade ante o mercado e recoñecemento institucional— incentiva ás empresas a investir na súa transformación dixital non por imposición externa, senón por convicción de que lles reportará beneficios directos. O protocolo de certificación deseñárase de forma que resulte esixente pero alcanzábel, establecendo niveis progresivos (bronce, prata, ouro, por exemplo) que permitan recoñecer tanto a quen iniciaron o camiño como a quen alcanzaron a excelencia dixital. Auditorías periódicas asegurarán que o selo non se converta nun logro estático, senón nun compromiso de mellora continua que debe renovarse demostrando mantemento ou superación dos estándares.

En conxunto, as dúas medidas do Eixe 6 transforman a xestión do destino dun modelo baseado en comunicacións reactivas e dispersas a un sistema proactivo, integrado e

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

profesional. A plataforma de comunicación centralizada elimina ineficiencias, mellora a coordinación e reforza a percepción do organismo xestor como entidade moderna e comprometida co servizo de calidade. O selo dixital, pola súa banda, crea incentivos positivos para a mellora continua, recoñece os esforzos realizados e xera confianza no mercado. Ambas medidas, ao implementarse na Fase 2 cando xa existe unha base consolidada de relacións, confianza e compromiso, maximizan as súas probabilidades de éxito e aseguran que a investimento realizada xere o impacto esperado en termos de eficiencia operativa, cohesión institucional e competitividade do destino turístico transfronteirizo.

Eixo 7: Infraestrutura Física e Señalética Turística Unificada

Tendo consolidado a presenza dixital do destino mediante redes sociais activas, unha plataforma web centralizada e sistemas de comunicación eficaces, resulta imprescindible materializar esta coherencia dixital no entorno físico que os visitantes experimentarán directamente durante a súa estancia. Este eixe sitúase estratéxicamente na Fase 2 porque a infraestrutura física —especialmente a señalética turística— só resulta plenamente eficaz cando existe unha plataforma dixital consolidada á que dirixir aos usuarios, cando se estableceu unha identidade visual unificada que debe reflectirse coherentemente en todos os soportes, e cando os concellos experimentaron os beneficios da colaboración e están dispostos a aceptar estándares comúns no seu territorio.

Implementar señalética unificada antes de ter consolidado o liderado dixital tería suposto varios riscos: por unha banda, a posible resistencia de algúns concellos a aceptar elementos físicos que percibisen como imposicións externas sobre a súa autonomía territorial; por outra, a ineficiencia de instalar sinais con códigos QR que redirixisen a plataformas dixitais fragmentadas, desactualizadas ou inexistentes, xerando frustración nos usuarios e danando a credibilidade do destino. Ao abordar este eixe na Fase 2, garántese que cada elemento físico instalado forme parte dun ecosistema dixital coherente e funcional que multiplique a súa utilidade e xustifique plenamente a investimento realizada.

Medida 13: Programa de Señalética Turística Unificada

A medida central deste eixe implica o deseño, produción e instalación dun sistema completo de sinalización que, mantendo un deseño único e coherente coa identidade visual do destino, oriente e facilite a experiencia dos visitantes nos 21 concellos que conforman o núcleo turístico. Esta unificación non pretende eliminar as particularidades

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

locais —cada concello pode e debe seguir destacando os seus atractivos específicos—, senón proporcionar unha capa superior de coherencia que reflicta a percepción do territorio como destino integrado e profesionalmente xestionado. O deseño desta sinalética seguirá estrictamente o manual de identidade visual desenvolvido durante a Fase 1, garantindo que as cores corporativas, a tipografía, o logotipo do destino e o ton comunicativo se manteñan consistentes en todos os soportes físicos. Esta coherencia visual entre a comunicación dixital (redes sociais, plataforma web) e a comunicación física (sinais, paneis informativos) reforza o recoñecemento de marca e xera unha experiencia de usuario fluida onde a transición entre o dixital e o físico resulta natural e intuitiva.

Crucialmente, esta sinalética deberá cumprir rigorosamente cos normativos de accesibilidade para persoas con discapacidade, incorporando características táctiles que permitan a lectura mediante o tacto, alto contraste visual para facilitar a lexibilidade a persoas con visión reducida, altura e localización adecuadas para usuarios de cadeiras de rodas, e, cando sexa pertinente, información en braille e pictogramas universais. Este compromiso coa accesibilidade non só responde a obrigas legais, senón que reflicte os valores do destino e amplía significativamente o mercado potencial ao garantir que todas as persoas, independentemente das súas capacidades, poidan gozar plenamente da experiencia turística.

A incorporación de códigos QR dinámicos na sinalética representa o elemento de conexión fundamental entre a experiencia física e o ecosistema dixital. Cada sinal estratéxicamente ubicada —en puntos de interese turístico, miradoiros, centros históricos, zonas naturais protexidas— incluírá un código QR que, ao ser escaneado cun smartphone, redirixirá ao usuario directamente á sección correspondente da plataforma web centralizada. Isto permite proporcionar información ampliada sen saturar visualmente a sinal física: historias detalladas do patrimonio, recomendacións de itinerarios próximos, horarios actualizados de servizos, contactos de operadores turísticos relevantes, incluso contido multimedia como vídeos ou reconstrucións virtuais. Esta capacidade de ampliar dixitalmente a información física multiplica exponencialmente a utilidade de cada sinal instalada.

A elección dos códigos QR como tecnoloxía principal para conectar a sinalética física co ecosistema dixital fúndase na súa extraordinaria penetración no mercado e a súa adopción masiva entre case todos os segmentos de poboación. A diferenza doutras alternativas tecnolóxicas como NFC, que require que o dispositivo móbil conte con hardware específico e que o usuario coñeza o procedemento de achegamento, os códigos QR converteronse nun estándar universal amplamente recoñecido por usuarios

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

de todas as idades, especialmente tras o seu uso intensivo durante a pandemia de COVID-19 en contextos tan diversos como restauración, eventos ou control sanitario. A integración nativa de lectores de códigos QR nas aplicacións de cámara da práctica totalidade de smartphones actuais —tanto iOS como Android— elimina barreiras técnicas e simplifica o proceso a un xesto intuitivo: abrir a cámara e enfocar. Esta sinxeleza operativa resulta crucial nun contexto turístico onde os visitantes poden proceder de mercados diversos con diferentes graos de familiaridade tecnolóxica, garantindo que tanto un turista senior como un viaxeiro novo poidan acceder sen dificultade á información ampliada. Ademais, o custo de implementación de códigos QR é significativamente inferior ao de tecnoloxías alternativas, o que permite unha implantación masiva e uniforme en todo o territorio sen comprometer a sustentabilidade económica do proxecto. Con todo, conscientes de que a tecnoloxía dos códigos QR, se ben amplamente adoptada actualmente, podería quedar obsoleta ou presentar limitacións no futuro, avalíase e implementárase alternativas complementarias como a tecnoloxía NFC (Near Field Communication) que permite a interacción simplemente achegando o dispositivo móbil, ou códigos de barras dinámicos que poden actualizarse remotamente sen necesidade de modificar fisicamente a sinal. Este tipo de tecnoloxía tamén se pode utilizar como opcións complementarias para fases futuras ou localizacións específicas onde aporten un valor diferencial verificado (centros de interpretación ou museos, rutas temáticas premium, puntos principais de información turística ou elementos patrimoniais sensíbles nos que a cartelería QR podería resultar invasiva).

Esta previsión tecnolóxica garante que a investimento en sinalética física manteña a súa utilidade a longo prazo, adaptándose á evolución dos comportamentos e as tecnoloxías dos usuarios sen requirir reinstalacións custosas.

Medida 14: Instalación de Quioscos Dixitais Interactivos

Esta medida establécense de forma complementaria en puntos estratéxicos de alta afluencia: estacións de autobús, prazas principais, centros de información turística e miradoiros destacados. Estes dispositivos táctiles de pantalla grande ofrecerán información turística completa en múltiples idiomas, mapas interactivos onde os usuarios poidan planificar rutas personalizadas, acceso directo á plataforma web e, potencialmente, funcionalidades avanzadas como o envío de itinerarios ao correo ou dispositivo móbil do usuario. Estes quioscos resultan especialmente valiosos para visitantes que non dispoñan de conectividade móbil ou que prefiran dispositivos de pantalla grande para planificar os seus percorridos.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Medida 15: Puntos de Acceso Wi-Fi Gratuitos de Alta Velocidade

A implementación deste tipo de recursos en zonas turísticas clave cumpre unha dobre función: por unha banda, mellora directamente a experiencia do visitante facilitando a conectividade necesaria para consultar información, compartir a súa experiencia en redes sociais ou utilizar aplicacións de navegación. Por outra, ao configurar estes puntos de acceso para que redirixan automaticamente aos usuarios á plataforma web do destino ao conectarse (mediante portais cautivos), canalízase tráfico cualificado cara ao ecosistema dixital centralizado, incrementando as oportunidades de conversión e *engagement*.

Medida 16: Paneis Dixitais de Información en Tempo Real

Finalmente, a instalación deste tipo de recursos en terminais de transporte, centros comerciais e outros espazos de alta visibilidade permitirá comunicar información actualizada dinamicamente: horarios de eventos próximos, condicións meteorolóxicas, recomendacións estacionais, testemuños de visitantes ou incluso campañas promocionais específicas. A diferenza da sinalética estática, estes paneis poden actualizarse remotamente desde a plataforma de xestión centralizada, asegurando que a información mostrada sexa sempre pertinente e actual sen requirir intervencións físicas custosas.

Medida 17: Auditoría e Mellora da Cobertura de Conectividade no Destino

Esta medida resulta absolutamente crítica porque constitúe o fundamento infraestrutural sobre o que se sostén todo o ecosistema dixital desenvolvido nas fases anteriores. A estratexia do destino fúndase na promoción dunha diversidade ampla de tipoloxías turísticas —enoturismo, patrimonio histórico, gastronomía e, especialmente, experiencias en natureza—, moitas das cales desenvólvese precisamente en zonas rurais ou espazos naturais onde historicamente a cobertura de telecomunicacións foi deficiente ou inexistente. Se un visitante que segue unha ruta dixital de senderismo promocionada na plataforma web chega a un punto de interese sinalizado con código QR ou NFC e descobre que non dispón de conectividade para acceder á información ampliada, a frustración xerada non só anula a investimento realizada en sinalética e infraestrutura dixital, senón que danifica activamente a reputación do destino ao xerar unha experiencia negativa que probablemente será compartida en redes sociais ou plataformas de opinión.

Do mesmo xeito, as funcionalidades avanzadas planificadas —mapas interactivos en tempo real, itinerarios personalizados, notificacións sobre eventos próximos, acceso a información meteorolóxica actualizada ou contacto directo con operadores turísticos—

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

só resultan útiles se o usuario dispón de conectividade no momento e lugar onde a precisa. Promocionar un destino como dixitalmente avanzado mentres se ofrecen experiencias que requiran conectividade en zonas onde esta non existe constitúe unha contradición que mina a credibilidade de todo o proxecto.

Por iso, realizarase unha auditoría técnica completa que mapee os niveis de cobertura en todos os puntos de interese turístico identificados, prestando especial atención a rutas de senderismo, miradoiros panorámicos, cascadas, zonas de observación de fauna, áreas de picnic e outros espazos naturais onde se concentra a oferta de turismo activo e de natureza. Esta auditoría permitirá priorizar as intervencións segundo criterios de impacto turístico, identificando aquelas localizacións onde a mellora de conectividade xerará maior retorno en termos de experiencia do visitante.

As solucións técnicas a implementar dependerán das características específicas de cada zona. Nalgúns casos, bastará con negociar con operadoras de telecomunicacións a instalación de antenas ou repetidores que amplíen a cobertura existente; noutros, especialmente en zonas protexidas onde a instalación de infraestrutura visible está restrinxida, será necesario avaliar tecnoloxías menos intrusivas como repetidores de baixo impacto visual ou sistemas satelitais. En todos os casos, priorizaranse solucións sustentables que minimicen o impacto ambiental e respecten os normativos de protección do entorno natural.

Esta investimento en conectividade non só beneficia directamente aos visitantes, senón que tamén resulta estratéxica para os operadores turísticos locais que desenvolven a súa actividade nestas zonas, permitíndolles ofrecer servizos dixitalizados (reservas online, pagos electrónicos, comunicación con clientes) que actualmente se ven limitados por deficiencias infraestruturais alleas ao seu control. Así, a mellora da conectividade convértese nun elemento habilitador que multiplica o valor de todas as inversións dixitais realizadas previamente, asegurando que o destino poida cumprir efectivamente a promesa de experiencia turística moderna, dixitalizada e de alta calidade en todos os seus segmentos de oferta.

En conxunto, as medidas do Eixe 7 pechan o círculo entre a estratexia dixital desenvolvida nas fases anteriores e a experiencia física que os visitantes experimentarán no territorio. A sinalética unificada, os dispositivos interactivos, a conectividade gratuíta e os paneis dinámicos transforman o destino nun entorno onde o físico e o dixital se complementan armonicamente, onde cada punto de contacto reforza a identidade común, onde a información é accesíbel universal e permanentemente, e onde a experiencia do visitante se optimiza mediante a integración intelixente de tecnoloxía. Ao implementarse na Fase 2, cando existe unha infraestrutura dixital sólida que respalda

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

cada elemento físico instalado, garántese a coherencia do sistema, maximízase o retorno da investimento e consolídase definitivamente a percepción do destino transfronteirizo do Río Minho como referente de xestión turística moderna, profesional e integrada.

Estructura y Flexibilidad del Plan de Implementación

O Plan de Implementación estruturouse conscientemente en dúas fases diferenciadas non porque as accións deban executarse de forma estritamente secuencial e estanca, senón porque esta división responde a unha lóxica estratéxica de priorización de inversións, xestión de riscos e construción progresiva de confianza institucional. A distinción fundamental entre ambas fases radica na natureza das inversións e o nivel de compromiso institucional requerido, máis que nunha barreira temporal ríxida que impida calquera solapamento.

A **Fase 1** caracterízase por inversións de menor complexidade técnica, maior visibilidade inmediata e menor dependencia da adhesión formal de todos os actores. O seu obxectivo central é demostrar valor tanxible mediante resultados medíbeis — crecemento de audiencia, engagement, visibilidade mediática— que xerem demanda orgánica de colaboración por parte de concellos e operadores. Priorízase a acción sobre a infraestrutura, a visibilidade sobre a tecnoloxía complexa, e a xeración de confianza sobre a existencia de compromisos. Esta fase pode iniciarse de forma inmediata con recursos relativamente limitados e escala progresivamente segundo os resultados obtidos validen as decisións tomadas.

A **Fase 2**, pola súa banda, concentra inversións de maior envergadura económica e complexidade técnica —desenvolvemento de plataformas web robustas, sistemas CRM integrados, infraestrutura física de sinalética— que só resultan eficaces e xustificábeis cando existe unha comunidade dixital consolidada que as utilizará activamente, cando se demostrou empíricamente que funcionalidades achegan valor real, e cando os actores institucionais experimentaron persoalmente os beneficios da colaboración e están xenuinamente dispostos a comprometerse con estándares comúns. Lanzar estas infraestruturas prematuramente suporía riscos significativos de investimento sen retorno, resistencia institucional ou, peor aínda, implementación de solucións técnicas sofisticadas que despois resulten infrautilizadas por falta de adopción.

Con todo, esta división estratéxica non implica que certas accións preparatorias da Fase 2 non poidan —e deban— iniciarse durante a execución da Fase 1, aproveitando sinerxías, optimizando tempos e xerando materiais que posteriormente se integrarán nas infraestruturas definitivas. Esta aproximación incremental e paralela presenta múltiples vantaxes: reduce significativamente os tempos totais de implementación, permite validar conceptos con inversións mínimas antes de comprometer recursos importantes, xera contido útil desde o primeiro momento que despois se reutilizará, e transmite sensación de progreso continuo que reforza a confianza dos actores

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

implicados.

Entre as accións da Fase 2 que poden adiantarse e iniciarse durante a Fase 1 destacan:

1. Creación de Rutas e Itinerarios Turísticos Dixitais. Utilizando ferramentas gratuítas como Google My Maps, Wikiloc ou plataformas similares, poden deseñarse, mapearse e publicarse itinerarios turísticos temáticos (rutas de senderismo, circuitos enoturísticos, percorridos patrimoniais) que posteriormente se integrarán na plataforma web definitiva. Estas rutas poden promocionarse inmediatamente a través de redes sociais, xerando contido útil, interaccións e tráfico, ao mesmo tempo que se recada feedback de usuarios reais sobre a súa utilidade, claridade e posibles melloras. Cando chegue o momento de desenvolver o módulo de itinerarios interactivos da plataforma centralizada, estes mapas xa estarán creados, validados e só requirirán migración técnica.

2. Recopilación e Estandarización de Datos. O proceso de establecer formatos estándar para que os entes xestores suministren información (calendarios de eventos, directorios de operadores, descrições de recursos turísticos) pode iniciarse inmediatamente mediante follas de cálculo compartidas ou formularios online sinxelos. Esta recopilación temprana non só facilita a produción de contido para redes sociais e campañas, senón que xera o corpus de datos que posteriormente poblará a base de datos da plataforma web, reducindo drasticamente os tempos de posta en marcha cando esta se desenvolva.

3. Deseño de Prototipos e Validación de Conceptos. Mediante ferramentas de prototipado (Figma, Adobe XD) poden deseñarse mockups da futura plataforma web e preséntalos nas mesas de coordinación con concellos e operadores para recadar feedback temprano. Esta validación conceptual permite axustar expectativas, identificar funcionalidades realmente demandadas fronte ás que só parecían útiles teoricamente, e xerar sentimento de co-creación que facilita a adopción posterior. Estes prototipos, ademais, poden utilizarse en presentacións institucionais para xustificar a investimento futura ante órganos de goberno.

4. Auditoría de Conectividade e Negociacións Iniciais. O mapeo de cobertura de rede no territorio pode realizarse en paralelo ás campañas da Fase 1, identificando puntos críticos e establecendo contactos preliminares con operadoras de telecomunicacións. Estas negociacións adoitan requirir prazos longos, polo que inialas tempranamente asegura que, cando se lance a infraestrutura física de sinalética, a conectividade necesaria esté garantida.

5. Desenvolvemento Incremental do Banco de Recursos Visuais. As fotografías profesionais, vídeos e materiais audiovisuais producidos durante a Fase 1 para campañas

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

en redes sociais almacenaranse sistemáticamente en repositorios organizados que, posteriormente, se integrarán no módulo de recursos da plataforma de comunicación centralizada. Así, cando esta plataforma se lance, disporá desde o primeiro día dunha biblioteca ampla e categorizada de materiais de calidade.

6. Pilotaxe de Sistemas CRM Simplificados. Utilizando versións básicas ou gratuítas de software CRM (como HubSpot Free, Zoho CRM ou similares), pode comezarse a centralizar a xestión de contactos e comunicacións durante a Fase 1. Esta experiencia práctica permitirá identificar necesidades específicas, formar ao equipo en metodoloxías de traballo e, cando chegue o momento de implementar a solución definitiva integrada, a transición será moito máis fluida porque os procesos xa estarán establecidos.

7. Establecemento de Protocolos de Certificación. O deseño dos criterios do Sello de Calidade Dixital e os protocolos de avaliación poden desenvolverse durante a Fase 1, incluso realizando certificacións piloto voluntarias con operadores especialmente motivados. Isto permite detectar problemas nos criterios, axustar esixencias a niveis realistas e xerar casos de éxito tempranos que incentiven a participación cando o selo se lance formalmente.

Esta aproximación de **implementación progresiva con accións paralelas** optimiza significativamente os recursos dispoñíbeis, reduce os riscos asociados a grandes inversións únicas, permite aprendizaxe continuo e axuste de estratexias baseado en evidencias reais, e asegura que, cando se aborde a implementación completa das infraestruturas da Fase 2, estas se fundamenten en coñecemento empírico, contidos xa xerados, procesos validados e unha comunidade activamente comprometida que garante a súa utilización efectiva. Así, a división en fases non representa compartimentos estancos, senón unha estratexia intelixente de priorización que, mediante traballo incremental e solapado, maximiza o impacto de cada euro invertido e cada hora dedicada ao proxecto de transformación dixital do destino turístico transfronteirizo do Río Minho.

ITINERARIOS FORMATIVOS

O deseño dos itinerarios formativos fíxose baseado en criterios pedagóxicos específicos que garantizan a máxima efectividade do aprendizaxe tendo en conta as peculiaridades do público destinatario e as limitacións de tempo inherentes a profesionais que combinan múltiples responsabilidades laborais. En primeiro lugar, priorizouse a duración axustada de cada formación, establecendo sesións que oscilan entre 1,5 e 2,5 horas para formatos síncronos (talleres presenciais e webinars), evitando así a fatiga cognitiva que xeran xornadas extensas e facilitando a integración da formación en axendas profesionais densas sen requirir dedicacións completas de día. En segundo lugar, determinouse o formato máis apropiado para cada contido segundo a súa natureza: os talleres presenciais resérvanse para aquelas formacións que requiran práctica directa con ferramentas, interacción física con dispositivos ou beneficio significativo do networking presencial; os webinars destínanse a contidos teórico-prácticos onde a demostración en pantalla resulte suficiente e se valore a flexibilidade de participación remota; e as píldoras formativas en redes sociais empéganse para coñecementos puntuais que poden transmitirse de forma visual e breve, maximizando a accesibilidade e permitindo consultas recorrentes. En terceiro lugar, cada itinerario estruturouse equilibrando teoría e práctica, asegurando que ningunha formación sexa exclusivamente conceptual, senón que integre sempre exercicios aplicados, casos reais ou simulacións que faciliten a transferencia inmediata do coñecemento ao contexto laboral cotidiano. Finalmente, garantiu o entrega de materiais descargábeis en todas as formacións —guías paso a paso, plantillas, listas de verificación, exemplos— que actúen como recursos de consulta permanente tras a sesión formativa, compensando a brevidade temporal coa dispoñibilidade continuada de documentación de referencia que permita consolidar e ampliar o aprendido de forma autónoma.

É fundamental subliñar que todos estes itinerarios formativos non constitúen accións illadas, senón que forman parte do ecosistema de contidos que o ente director do destino desenvolverá de forma continua a longo de ambas fases do plan de implementación. Durante a Fase 1, as redes sociais oficiais do destino publicarán regularmente píldoras formativas breves en formato de vídeo, infografías descargábeis, carruseles explicativos e stories educativas que complementarán os talleres e webinars, permitindo que os participantes reforcen o aprendido mediante consultas rápidas e visuais accesíbeis en calquera momento desde os seus dispositivos móbiles. Posteriormente, na Fase 2, a plataforma web centralizada integrará unha sección formativa permanente onde se concentrarán titoriais organizados por temáticas, guías descargábeis paso a paso, preguntas frecuentes e casos prácticos, configurando unha

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

biblioteca dinámica de coñecemento que non só servirá como material de apoio para quen teñan participado nas formacións síncronas, senón tamén como recurso de autoaprendizaxe para novos operadores, persoal municipal incorporado posteriormente ou calquera actor do ecosistema turístico que desexe actualizar ou ampliar as súas competencias dixitais de forma autónoma. Esta integración entre formación estruturada e recursos permanentemente accesíbeis asegura que o coñecemento xerado transcenda os momentos puntuais de formación e se converta nun activo estratéxico do destino que evoluciona, se actualiza e permanece dispoñíbel como soporte continuo á transformación dixital do sector.

ENTES XESTORES

1. Uso de Formatos Estandarizados para Suministro de Datos Turísticos

Desenvolverase en formato de taller presencial ou webinar cunha duración de 2 horas, deseñado como sesión práctica onde cada participante deberá dispoñer de ordenador para realizar exercicios aplicados directamente sobre as ferramentas e plantillas que utilizarán posteriormente no seu traballo diario. Os obxectivos fundamentais desta formación son tres: en primeiro lugar, que os participantes comprendan a importancia estratéxica da estandarización de datos para garantir o correcto funcionamento da plataforma centralizada e a coherencia informativa do destino; en segundo lugar, que dominen o uso práctico das plantillas facilitadas polo ente director, coñecendo os campos obrigatórios, os formatos correctos e os erros máis comúns a evitar; e en terceiro lugar, que coñezan con precisión os prazos e protocolos de actualización establecidos, integrando estas rutinas no seu fluxo de traballo habitual para asegurar que a información turística permaneza sempre vixente e útil para os visitantes.

Contidos:

1. **Introdución: Por que estandarizar os datos (15 min)**

- Problemas derivados de información fragmentada
- Beneficios da centralización para o concello e o destino
- Visión xeral do fluxo de información cara á plataforma

2. **Tipos de datos solicitados e a súa utilidade (20 min)**

- Calendarios de eventos municipais
- Directorios de operadores turísticos locais

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Recursos turísticos (patrimonio, natureza, servizos)
- Información de contacto e horarios de servizos municipais
- Fotografías e materiais audiovisuais

3. Uso práctico de plantillas Excel/CSV (40 min)

- Descarga de plantillas desde a plataforma de comunicación
- Campos obrigatórios vs. Opcionais
- Formatos correctos para datas, teléfonos, URLs
- Erros comúns e como evitalos
- Exercicio práctico: completar unha plantilla de eventos

4. Subida e validación de información (25 min)

- Acceso ao portal de actualización de datos
- Proceso de subida de arquivos
- Sistema de validación automática: lectura de mensaxes de erro
- Confirmación de integración exitosa

5. Protocolos de actualización periódica (15 min)

- Frecuencia recomendada de actualización segundo tipo de dato
- Recordatorios automáticos do sistema
- Contactos para resolver incidencias técnicas

6. Preguntas e resolución de dúbidas (5 min)

Materiais entregábeis:

- Guía descargábel paso a paso con capturas de pantalla
- Plantillas de exemplo xa cumplimentadas
- Lista de verificación antes de subir datos
- Contactos de soporte técnico

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

2. Protocolo de Actualización de Calendarios de Eventos e Recursos Municipais

Impartirase mediante webinar cunha duración de 1,5 horas, configurado como sesión teórico-práctica online que combina a explicación de conceptos con exercicios aplicados que os participantes realizarán durante a propia sesión. Os obxectivos centrais desta formación son, en primeiro lugar, establecer rutinas de actualización sistemática que permitan manter os calendarios de eventos sempre actualizados sen depender da memoria ou a vontade individual, integrando estes procesos como parte natural do fluxo de traballo municipal; en segundo lugar, transmitir as mellores prácticas para a descrición de eventos, asegurando que a información publicada sexa completa, atractiva e útil para os potenciais visitantes, incluíndo aspectos como títulos descritivos, categorización adecuada, información de accesibilidade e selección de imaxes de calidade; e en terceiro lugar, capacitar aos participantes para maximizar a visibilidade dos eventos municipais na plataforma centralizada, aproveitando as funcionalidades de difusión automática e a integración coas campañas promocionais do ente director, de modo que cada evento local contribúa ao posicionamento global do destino.

Contidos:

1. Importancia dos calendarios actualizados (10 min)

- Impacto de información obsoleta na credibilidade do destino
- Oportunidades perdidas por eventos non publicados a tempo

2. Estrutura dun evento ben documentado (20 min)

- Título atractivo e descritivo
- Descrición completa: que, cando, onde, para quen
- Categorización correcta (cultural, deportivo, gastronómico, etc.)
- Imaxes de calidade e dereitos de uso
- Información de contacto e reservas
- Accesibilidade e servizos dispoñíbeis

3. Protocolo de actualización (25 min)

- Calendario de revisión mensual: primeira semana de cada mes
- Actualización inmediata de cambios (cancelacións, modificacións)

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Publicación anticipada: mínimo 3 semanas antes do evento
- Archivo de eventos pasados: cando e como

4. Integración con redes sociais do destino (15 min)

- Como os eventos municipais se difunden automaticamente
- Coordinación con campañas temáticas do ente director
- Uso de hashtags e mencións correctas

5. Exercicio práctico (15 min)

- Cada participante documenta un evento real do seu concello
- Revisión colectiva de exemplos

6. Preguntas e peche (5 min)

Materiais entregábeis:

- Plantilla de evento con campos explicados
- Calendario anual de recordatorios de actualización
- Banco de imaxes libres de dereitos para eventos
- Guía de redacción de descrições atractivas

3. Xestión Básica de Redes Sociais Institucionais

Desenvolverase como taller presencial cunha duración de 2,5 horas, estruturado como sesión práctica onde os participantes traballarán directamente cos seus dispositivos móbiles ou ordenadores, accedendo aos perfís reais dos seus respectivos concellos para aplicar inmediatamente os coñecementos adquiridos. Os obxectivos esenciais desta formación artículase en tres dimensións: en primeiro lugar, que os participantes coñezan e comprendan as peculiaridades específicas da comunicación institucional en redes sociais, diferencialaa claramente da comunicación comercial ou persoal, e asimilando as responsabilidades, o ton adecuado e os límites que caracterizan a comunicación pública nestes canles; en segundo lugar, que aprendan a xestionar os perfís municipais de forma profesional, desde a optimización de biografías e elementos visuais ata a planificación de contidos, o uso de ferramentas de programación gratuítas e a difusión efectiva do contido proporcionado polo ente director do destino; e en terceiro lugar, que establezan protocolos claros de publicación e resposta que aseguren coherencia, profesionalismo e

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

rapidez na atención dixital, definindo tempos de resposta, tons apropiados e procedementos para xestionar comentarios, consultas e situacións potencialmente conflictivas que poidan xurdir no entorno dixital.

Contidos:

1. Peculiaridades da comunicación institucional (20 min)

- Diferencias entre perfís institucionais e comerciais
- Ton de comunicación: próximo pero profesional
- Que publicar e que evitar desde un perfil municipal
- Transparencia e normativa de comunicación pública

2. Configuración e optimización de perfís (25 min)

- Biografía/descrición completa e actualizada
- Imaxe de perfil e portada: identidade visual municipal
- Información de contacto e horarios
- Revisión práctica: optimización de perfil existente

3. Planificación de contidos (30 min)

- Tipos de contido para perfís municipais: servizos, eventos, patrimonio, natureza
- Equilibrio: non só turismo, tamén información cidadá
- Calendario editorial básico: que días publicar
- Ferramentas gratuítas de programación (Meta Business Suite)

4. Difusión de contido do ente director (25 min)

- Como acceder ao banco de recursos compartidos
- Republicación correcta: mencións, créditos, hashtags
- Adaptación de mensaxes mantendo coherencia
- Exercicio: republicar un contido do destino engadindo valor local

5. Interacción e atención en redes (20 min)

- Protocolo de resposta: tempos, ton, derivacións

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Xestión de comentarios negativos ou críticas
- Cando derivar consultas ao ente director ou a operadores
- Mensaxería privada: límites e protocolos

6. Métricas básicas para avaliar resultados (15 min)

- Alcance, interaccións, crecemento de seguidores
- Que contidos funcionan mellor
- Revisión mensual sinxela de estatísticas

7. Preguntas e peche (5 min)

Materiais entregábeis:

- Guía de estilo para comunicación institucional en redes
- Plantilla de calendario editorial mensual
- Listado de hashtags oficiais do destino
- Protocolo de crise de reputación online

4. Estratexias de Difusión Compartida e Cross-Posting

Impartirase en formato webinar cunha duración de 1,5 horas, deseñado como sesión online teórico-práctica que combina a presentación de conceptos estratéxicos con demostracións en directo e exercicios aplicados que os participantes poderán replicar inmediatamente nos seus propios perfís municipais. Os obxectivos fundamentais desta formación estrutúranse en tres ámbitos complementarios: en primeiro lugar, que os participantes comprendan en profundidade o modelo de difusión compartida do destino, entendendo como a republicación coordinada de contidos multiplica o alcance e reforza a percepción de coherencia territorial sen anular a identidade local de cada concello; en segundo lugar, que aprendan técnicas concretas de republicación efectiva, dominando o uso correcto de mencións, hashtags oficiais e formas de adaptar a mensaxe central engadindo valor local, de modo que cada publicación compartida xere máximo impacto mantendo a consistencia narrativa do destino; e en terceiro lugar, que integren estas prácticas nunha estratexia de maximización do alcance coordinado entre todos os actores, sincronizando publicacións en momentos estratéxicos, participando activamente en campañas temáticas e aproveitando as sinerxías que xera a acción conxunta fronte ás iniciativas illadas.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Contidos:

1. Concepto de difusión compartida (15 min)

- Por que compartir contido multiplica o impacto
- Beneficios mutuos: visibilidade para o concello e o destino
- Casos de éxito noutras zonas

2. Acceso ao banco de recursos do ente director (20 min)

- Como acceder á plataforma de comunicación
- Navegación por carpetas temáticas
- Descarga de imaxes, vídeos e textos
- Dereitos de uso e atribución correcta

3. Técnicas de republicación efectiva (30 min)

- Compartir vs. republicar con adaptación local
- Como engadir valor local sen contradicir a mensaxe central
- Uso correcto de mencións (@destinominho)
- Hashtags obrigatórios e recomendados
- Exemplos prácticos de republicacións ben feitas

4. Coordinación de calendarios (15 min)

- Campañas temáticas do destino: cando participar
- Sincronización de publicacións para máximo impacto
- Comunicación previa de eventos locais relevantes

5. Exercicio práctico e preguntas (10 min)

Materiais entregábeis:

- Guía rápida de republicación paso a paso
- Calendario de campañas temáticas do ano
- Exemplos de adaptacións locais exitosas

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

5. Creación de Contido Local Complementario

Desenvolverase como taller presencial cunha duración de 2 horas, configurado como sesión eminentemente práctica onde os participantes traballarán directamente cos seus smartphones, realizando exercicios de captura, edición e publicación de contidos que despois poderán aplicar inmediatamente na súa comunicación municipal cotidiana. Os obxectivos centrais desta formación artículase en tres dimensións: en primeiro lugar, capacitar aos participantes para crear contido propio de calidade básica pero profesional, superando as barreiras técnicas percibidas e demostrando que con ferramentas sinxelas e coñecementos fundamentais poden xerar fotografías, vídeos e deseños gráficos dignos e atractivos; en segundo lugar, que aprendan a complementar a estratexia central do destino con identidade e particularidades locais, xerando contido que, sen contradicir a mensaxe unificada, aporte valor diferencial destacando singularidades municipais, eventos específicos, testemuños de veciños ou recantos pouco coñecidos que enriquezan a narrativa global do territorio; e en terceiro lugar, que coñezan e dominen ferramentas gratuítas de creación e edición de contidos, desde aplicacións móbiles de fotografía e vídeo ata plataformas de deseño gráfico como Canva, garantindo que a capacidade de producir contido de calidade non dependa de inversións económicas senón de coñecemento e práctica accesíbeis para todos.

Contidos:

1. Que contido local crear (20 min)

- Eventos e actividades municipais
- Curiosidades e patrimonio local pouco coñecido
- Testemuños de veciños e comerciantes
- Paisaxes e recantos singulares do concello
- Behind the scenes de servizos municipais

2. Fotografía básica con smartphone (30 min)

- Regras básicas: luz, encuadre, composición
- Cando e como fotografar (mellores horas do día)
- Exercicio práctico: fotografar un punto de interese

3. Edición básica de fotografías (25 min)

- Aplicacións gratuítas recomendadas (Snapseed, VSCO, Lightroom móbil)

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Axustes básicos: luz, contraste, saturación
- Filtros: cando usa-los e cando non
- Práctica: editar as fotos tomadas

4. Vídeo básico con smartphone (20 min)

- Estabilización: técnicas para evitar tremores
- Tipos de planos básicos
- Duración ideal para redes sociais
- Grabación de testemuños: consellos prácticos

5. Ferramentas de deseño gráfico sinxelo (20 min)

- Canva: creación de publicacións con plantillas
- Engadir textos e identidade visual municipal
- Exercicio: crear unha publicación para un evento

6. Peche e dúbidas (5 min)

Materiais entregábeis:

- Guía de fotografía turística con smartphone
- Listado de apps recomendadas
- Plantillas de Canva predeseñadas para concellos
- Exemplos de contido local ben executado

6. Atención Dixital ao Turista: Protocolos de Resposta

Impartirase mediante webinar cunha duración de 1,5 horas, estruturado como sesión online que combina a presentación de protocolos estandarizados con a simulación de casos prácticos reais que os participantes analizarán e resolverán de forma colaborativa durante a sesión. Os obxectivos esenciais desta formación desenvólvese en tres eixes complementarios: en primeiro lugar, establecer protocolos claros e operativos de atención ao turista en canles dixitais, definindo tempos de resposta razoábeis por cada tipo de canal, tons de comunicación apropiados para o contexto institucional e procedementos específicos para cada tipo de consulta habitual, de modo que a atención

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

proporcionada sexa profesional, coherente e orientada ao servizo; en segundo lugar, que os participantes coñezan con precisión os límites da súa competencia e as derivacións adecuadas segundo o tipo de consulta recibida, sabendo cando responder directamente información municipal, cando orientar cara a operadores turísticos locais e cando derivar ao ente director do destino, garantindo así que cada consulta sexa atendida polo actor máis apropiado sen xerar confusión ou duplicidades; e en terceiro lugar, que manteñan coherencia coa comunicación global do destino, asegurando que as respostas individuais desde perfís municipais reforcen os mensaxes estratéxicos, utilicen terminoloxía consistente e orienten aos visitantes cara aos recursos centralizados cando sexa pertinente, contribuíndo así a unha experiencia de atención unificada e profesional.

Contidos:

1. Canles de consulta habituais (10 min)

- Comentarios en redes sociais
- Mensaxes privadas (Instagram, Facebook, WhatsApp)
- Correos electrónicos
- Google My Business

2. Protocolo de tempos de resposta (15 min)

- Expectativas dos usuarios: inmediatez vs. Realismo
- Tempos máximos recomendados por canal
- Respostas automáticas iniciais
- Horarios de atención e transparencia

3. Tipos de consultas e como xestiona-las (35 min)

- Información xeral sobre o concello: resposta directa
- Consultas sobre aloxamento/restauración: derivación a operadores ou plataforma central
- Horarios de servizos municipais: resposta con enlace
- Queixas ou incidencias: protocolo de escalado
- Solicitudes complexas: derivación ao ente director
- Casos prácticos: simulación de consultas reais

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

4. Ton e estilo de comunicación (15 min)

- Próximo pero profesional
- Evitar linguaxe excesivamente burocrático
- Empatía e orientación ao servizo
- Exemplos de respostas ben e mal redactadas

5. Coordinación co ente director e operadores (10 min)

- Cando derivar e como facelo correctamente
- Canles de coordinación interna
- Seguimento de consultas derivadas

6. Preguntas e peche (5 min)

Materiais entregábeis:

- Protocolo de atención dixital turística (documento de consulta rápida)
- Plantillas de respostas tipo para consultas frecuentes
- Directorio de contactos para derivacións
- Casos prácticos resoltos

7. Xestión de Incidencias e Feedback de Visitantes

Desenvolverase en formato webinar cunha duración de 1,5 horas, deseñado como sesión online que integra a presentación de protocolos estandarizados coa análise de casos reais e a práctica de clasificación e rexistro de diferentes tipos de incidencias que os participantes poderían enfrentar na súa labor cotidiana. Os obxectivos fundamentais desta formación artículase en tres dimensións estratéxicas: en primeiro lugar, que os participantes aprendan a canalizar adecuadamente queixas e suxestións de visitantes, dominando técnicas de escoita activa, rexistro sistemático na plataforma de comunicación centralizada e comunicación empática co turista que asegure que o seu feedback sexa valorado e xestionado profesionalmente; en segundo lugar, que desenvolvan a capacidade de converter feedback negativo en oportunidades de mellora para o destino, transcendendo a visión reactiva das queixas para interpreta-las como información valiosa que sinala deficiencias corrixíbeis, identifica expectativas insatisfeitas e orienta decisións de investimento ou mellora en infraestruturas e servizos;

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

e en terceiro lugar, que contribúan activamente a alimentar o sistema centralizado con información útil e estruturada que permita ao ente director e aos demais concellos aprender das experiencias reportadas, detectar patróns recorrentes, priorizar intervencións e demostrar mediante evidencias documentadas a mellora continua do destino baseada nas necesidades reais expresadas por quen o visitan.

Contidos:

1. Tipos de incidencias habituais (15 min)

- Problemas con operadores turísticos
- Deficiencias en infraestruturas municipais
- Señalización deficiente ou información incorrecta
- Conflictos con residentes
- Suxestións de mellora

2. Protocolo de recepción e rexistro (20 min)

- escoita activa e empatía inicial
- Rexistro na plataforma de comunicación centralizada
- Campos obrigatórios: que información recopilar
- Confirmación ao turista de recepción de incidencia

3. Avaliación e derivación (25 min)

- Incidencias de competencia municipal: xestión directa
- Incidencias sobre operadores: derivación con seguimento
- Incidencias sobre sinalética/plataforma: comunicación ao ente director
- Niveis de urxencia e priorización
- Casos prácticos de clasificación

4. Seguimento e peche (15 min)

- Comunicación de accións tomadas ao turista
- Tempos de resolución esperados
- Agradecemento por contribuír á mellora

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Rexistro de resolución no sistema

5. Conversión de feedback en melloras (10 min)

- Análise trimestral de incidencias recurrentes
- Propostas de mellora para mesas de coordinación
- Como o feedback alimenta a estratexia do destino

6. Preguntas e peche (5 min)

Materiais entregábeis:

- Protocolo de xestión de incidencias (diagrama de fluxo)
- Formulario tipo de rexistro de incidencias
- Plantillas de comunicación con turistas
- Informe trimestral de incidencias (plantilla)

8. Interpretación Básica de Métricas e Informes de Impacto

Impartirase en formato de taller presencial ou webinar cunha duración de 2 horas, estruturado como sesión teórico-práctica que combina a explicación de conceptos fundamentais de analítica dixital coa análise práctica de informes reais que os participantes aprenderán a ler, interpretar e utilizar estratéxicamente no seu contexto institucional. Os obxectivos esenciais desta formación desenvólvese en tres ámbitos complementarios: en primeiro lugar, que os participantes comprendan as métricas básicas de impacto dixital —alcance, impresións, interaccións, taxa de engagement, crecemento de seguidores e tráfico xerado—, diferencias as métricas de vanidade daquelas que realmente aportan información útil sobre a efectividade das accións comunicativas e o comportamento da audiencia; en segundo lugar, que desenvolvan a capacidade de interpretar correctamente os informes mensuais que recibirán do ente director do destino, comprendendo a estrutura destes documentos, a lectura de gráficos comparativos, a diferenciación entre datos xerais do destino e datos específicos do seu concello, e a extracción de conclusións accionables que orienten melloras na súa estratexia local; e en terceiro lugar, que adquiran as competencias necesarias para utilizar estes datos como evidencias obxectivas que xustifiquen a colaboración co destino ante os seus órganos de goberno municipal, aprendendo a presentar resultados de forma comprensíbel e convincente en plenos, comisións ou reunións internas, demostrando mediante cifras verificábeis que a participación activa na estratexia

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

conxunta xera retornos tanxibles en termos de visibilidade, recoñecemento e atracción de visitantes para o seu territorio.

Contidos:

1. Introducción ás métricas dixitais (15 min)

- Por que medir: da intuición á evidencia
- Diferenza entre métricas de vanidade e métricas útiles
- Visión xeral do dashboard que recibirán

2. Métricas fundamentais explicadas (40 min)

- **Alcance:** cantas persoas viron o contido
- **Impresións:** cantas veces se mostrou
- **Interaccións:** me gusta, comentarios, compartidos
- **Taxa de engagement:** calidade da interacción
- **Crecemento de seguidores:** evolución da comunidade
- **Tráfico web xerado:** visitas desde redes á plataforma
- **Mencións e etiquetas:** visibilidade indirecta
- Exemplos prácticos de interpretación

3. Lectura de informes mensuais (30 min)

- Estrutura do informe que recibirán do ente director
- Sección xeral do destino vs. sección específica do concello
- Gráficos e a súa interpretación
- Comparativas: mes actual vs. anterior, concello vs. Media
- Exercicio: interpretar un informe real anonimizado

4. Uso estratéxico dos datos (20 min)

- Como presentar resultados ante o pleno municipal
- Argumentación baseada en datos para xustificar colaboración
- Detección de oportunidades de mellora

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Comunicación de éxitos á cidadanía

5. Que facer cando os datos non son positivos (10 min)

- Análise de causas: contido, frecuencia, horarios
- Solicitude de asesoramento ao ente director
- Axustes e probas

6. Preguntas e peche (5 min)

Materiais entregábeis:

- Glosario de métricas dixitais explicadas
- Informe mensual tipo con anotacións explicativas
- Plantilla de presentación para plenos municipais
- Guía de interpretación de gráficos

OPERADORES TURÍSTICOS

1. Introducción á Intelixencia Artificial para Negocios Turísticos

Esta serie formativa introductoria, concibida especificamente en formato de vídeos breves e accesíbeis, ten como obxectivos fundamentais desmitificar a intelixencia artificial eliminando barreiras psicolóxicas e percepcións erróneas sobre a súa complexidade ou custo, presentando casos de uso concretos e cotidianos que demostren como pequenos negocios turísticos poden beneficiarse inmediatamente de ferramentas gratuítas sen requirir coñecementos técnicos avanzados; xerar curiosidade e motivación mostrando resultados tanxibles que estas tecnoloxías poden producir en minutos, desde a redacción automática de descrições atractivas ata a tradución profesional multilingüe ou a análise instantánea de decenas de reseñas; e preparar o terreo conceptual para que os profesionais comprendan o ecosistema de ferramentas de IA dispoñíbeis, facilitando que posteriormente se comprometan con formacións presenciais máis específicas sabendo que abordan tecnoloxías comprensíbeis, accesíbeis economicamente e directamente aplicábeis á súa realidade empresarial.

Contidos (distribuídos en vídeos independentes):

Vídeo 1: Que é a IA e por que debería importarche? (5 min)

- Definición sinxela sen tecnicismos

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Mitos vs. Realidade
- Por que agora é accesíbel para pequenos negocios

Video 2: Ferramentas gratuítas que podes usar hoxe (6 min)

- ChatGPT: que pode facer por ti
- Google Gemini e alternativas
- Demostración rápida en pantalla

Video 3: Escribe mellores textos en segundos (7 min)

- Exemplo real: descrición de servizo antes/despois
- Demostración en vivo de xeración de texto
- Tradución instantánea a 3 idiomas

Video 4: Ideas infinitas para redes sociais (5 min)

- Xeración de 10 publicacións en 2 minutos
- Adaptación de ton segundo rede social
- Exemplo práctico completo

Video 5: Atiende clientes 24/7 sen contratar persoal (6 min)

- Que son os chatbots
- Exemplo de conversa automatizada
- Cando ten sentido implementalo

Video 6: Analiza as túas reseñas en minutos (6 min)

- Demostración: 50 reseñas analizadas instantaneamente
- Extracción do máis valorado e criticado
- Comparación con competencia

Video 7: Crea imaxes sen ser deseñador (7 min)

- Xeración de imaxe con IA
- Edición: eliminar fondos, mellorar calidade
- Cando usar e cando non

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Video 8: Primeiros pasos prácticos (8 min)

- Como comezar hoxe mesmo
- Primeiro exercicio recomendado
- Onde aprender máis (enlace a formacións completas)

Materiais complementarios descargábeis:

- PDF: "10 usos inmediatos de IA no teu negocio turístico"
- Listado de ferramentas gratuítas comentadas
- Preguntas frecuentes sobre IA
- Calendario de formacións presenciais dispoñíbeis

2. Introducción a Sistemas CRM para Negocios Turísticos de Tamaño Reducido

Desenvolverase como taller presencial cunha duración de 3 horas, deseñado como sesión eminentemente práctica onde os participantes traballarán directamente cos seus ordenadores ou tablets, explorando diferentes solucións CRM gratuítas ou de baixo custo e configurando o seu primeiro sistema básico durante a propia sesión. Os obxectivos fundamentais desta formación artículase en tres dimensións: en primeiro lugar, que os participantes comprendan que é un sistema CRM, por que resulta esencial para a xestión profesional dun negocio turístico e como pode transformar a relación cos seus clientes superando as limitacións de Excel e o correo disperso; en segundo lugar, que coñezan e evalúen opcións de CRM accesíbeis economicamente —como HubSpot Free, Zoho CRM ou solucións similares—, comprendendo as funcionalidades básicas que ofrecen, as súas vantaxes diferenciais e como seleccionar a máis adecuada segundo o tipo e tamaño do seu negocio; e en terceiro lugar, que aprendan a implementar e utilizar practicamente un CRM básico, dominando tarefas esenciais como o rexistro de clientes e contactos, a xestión do histórico de interaccións, a automatización de comunicacións recorrentes, o seguimento de reservas e consultas, e a extracción de informes sinxelos que lles permitan tomar decisións fundamentadas sobre a súa actividade comercial.

Contidos:

1. Que é un CRM e por que o precisas? (20 min)

- Limitacións de Excel e correo para xestión de clientes

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Beneficios tanxibles: aforro de tempo, redución de erros, mellora no seguimientto
- Diferencias entre CRM e bases de datos sinxelas
- ROI de implementar un CRM en pequenos negocios

2. Panorama de solucións CRM accesíbeis (30 min)

- HubSpot Free: características, vantaxes e limitacións
- Zoho CRM: funcionalidades básicas e plan gratuíto
- Outras alternativas: Monday.com, Pipedrive, Bitrix24
- Criterios para seleccionar o CRM adecuado segundo tipo de negocio
- Demostración comparativa en pantalla

3. Configuración inicial dun CRM (40 min)

- Creación de conta en HubSpot Free (exercicio práctico)
- Configuración básica: datos da empresa, usuarios
- Personalización de campos segundo necesidades do negocio turístico
- Importación de contactos existentes desde Excel
- Exercicio: cada participante importa a súa base de datos actual

4. Xestión de contactos e clientes (35 min)

- Creación manual de fichas de clientes
- Campos esenciais: datos de contacto, preferencias, histórico
- Segmentación básica: clientes recorrentes, potenciais, inactivos
- Etiquetas e categorías personalizadas
- Exercicio: crear fichas de 3 clientes tipo

5. Seguimento de interaccións e reservas (30 min)

- Rexistro de chamadas, correos e reunións
- Creación de tarefas e recordatorios
- Xestión de pipeline de vendas básico

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Seguimento de estado de reservas ou consultas
- Exercicio práctico: simular proceso completo desde consulta ata reserva

6. Automatizacións básicas e reporting (20 min)

- Configuración de correos automáticos de benvida ou confirmación
- Recordatorios automáticos de seguimiento
- Informes básicos: clientes novos, taxa de conversión, orixe de contactos
- Exportación de datos

7. Integración con outros canles (10 min)

- Conexión con correu corporativo
- Integración con formularios web
- Posibilidades de integración con redes sociais

8. Boas prácticas e mantemento (10 min)

- Rutinas de actualización de datos
- Protección de datos e RGPD
- Erros comúns a evitar

9. Preguntas e resolución de dúbidas (5 min)

Materiais entregábeis:

- Guía de configuración paso a paso de HubSpot Free
- Plantilla de campos personalizados para negocios turísticos
- Lista de verificación de migración desde Excel a CRM
- Tutoriais en vídeo de procesos clave
- Listado comparativo de CRM gratuítos

3. Xestión de Reservas Online e Calendarios Dixitais

Impartirase mediante taller presencial de 2,5 horas, estruturado como sesión práctica onde os participantes configurarase sistemas básicos de xestión de dispoñibilidade e reservas utilizando ferramentas gratuítas ou de baixo custo directamente aplicábeis aos

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

seus negocios. Os obxectivos centrais desta formación desenvólvese en tres ámbitos complementarios: en primeiro lugar, que os participantes abandonen a xestión manual de reservas mediante chamadas, mensaxes dispersas ou axendas físicas, comprendendo as vantaxes de sistematizar a dispoñibilidade mediante calendarios dixitais sincronizados que reduzan erros, optimicen o tempo e melloren a experiencia do cliente; en segundo lugar, que coñezan e configuren ferramentas prácticas como Google Calendar para a xestión básica de dispoñibilidade, Calendly ou similares para permitir reservas automatizadas, e sistemas sinxelos de sincronización entre diferentes canles de venda para evitar sobrerreservas; e en terceiro lugar, que integren estes sistemas na súa operativa diaria, aprendendo a compartir calendarios con colaboradores, xerar confirmacións automáticas para clientes, establecer recordatorios previos a servizos contratados e manter actualizada a dispoñibilidade en tempo real sen requirir intervención manual constante, liberando así recursos para dedica-los á atención personalizada e a calidade do servizo.

Contidos:

1. Problemas da xestión manual de reservas (15 min)

- Erros comúns: reservas dobre, olvidos, confusións
- Tempo perdido en coordinación telefónica ou por WhatsApp
- Experiencia do cliente: inmediatez vs. espera de confirmación
- Casos reais de problemas evitábeis

2. Introducción a calendarios dixitais (25 min)

- Google Calendar: funcionalidades básicas e avanzadas
- Creación de calendarios específicos por servizo ou recurso
- Códigos de cores e categorización
- Compartición con equipo e colaboradores
- Exercicio: crear calendario de dispoñibilidade do negocio

3. Sistemas de reservas automatizadas (35 min)

- Calendly: configuración e personalización
- Definición de tipos de servizos e duración
- Establecemento de horarios de dispoñibilidade

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Tempos de preparación entre servizos
- Personalización de formularios de reserva
- Exercicio práctico: configurar un servizo reservábel

4. Sincronización entre plataformas (25 min)

- Evitar sobrerreservas: sincronización bidireccional
- Integración Google Calendar + Calendly
- Conexión con plataformas de venta (Booking, Airbnb)
- Ferramentas de sincronización: iCal, Zapier
- Demostración de configuración

5. Comunicaciones automáticas con clientes (20 min)

- Correos de confirmación automática
- Recordatorios previos ao servizo
- Instruccions de acceso ou preparación
- Solicitudes de feedback post-servizo
- Personalización de mensaxes

6. Xestión de cancelacións e modificacións (15 min)

- Políticas de cancelación automatizadas
- Reprogramación sinxela para clientes
- Xestión de listas de espera
- Recuperación de slots cancelados

7. Exercicio integrador (10 min)

- Cada participante simula unha reserva no seu propio sistema
- Verificación de correos recibidos e calendario actualizado

8. Preguntas e peche (5 min)

Materiais entregábeis:

- Guía de configuración de Calendly paso a paso

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Titorial de sincronización Google Calendar
- Plantillas de correos automáticos personalizábeis
- Comparativa de ferramentas de reservas gratuítas vs. de pago
- Lista de verificación de implementación de sistema de reservas

4. Marketing por Corréu Básico para Fidelización de Clientes

Desenvolverase en formato webinar cunha duración de 2 horas, configurado como sesión teórico-práctica online onde os participantes crearán a súa primeira campaña de corréu durante a sesión utilizando plataformas gratuítas. Os obxectivos esenciais desta formación artículase en tres eixes: en primeiro lugar, que os participantes comprendan o valor estratéxico do marketing por corréu como canal de comunicación directa con clientes que xa coñecen o seu negocio, superando a mentalidade de captación permanente para enfocarse na fidelización, a repetición de visita e a xeración de recomendacións; en segundo lugar, que coñezan e dominen ferramentas gratuítas de marketing por corréu como Mailchimp, Brevo ou similares, aprendendo a crear listas de contactos respectando a normativa de protección de datos, deseñar boletíns atractivos mediante plantillas predefinidas, programar envíos automatizados e medir resultados básicos como taxas de apertura e clics; e en terceiro lugar, que desenvolvan estratexias prácticas de contido para os seus boletíns, identificando que información enviar regularmente —novedades do establecemento, ofertas especiais, recomendacións estacionais, contido de valor sobre o destino—, con que frecuencia contactar sen saturar aos subscritores e como personalizar mensaxes segundo segmentos de clientes para maximizar a relevancia e efectividade de cada comunicación.

Contidos:

1. Marketing por corréu: concepto e valor estratéxico (15 min)

- Diferenza entre captación e fidelización
- ROI do marketing por corréu vs. outras estratexias
- Importancia da base de datos propia
- Estatísticas de efectividade no sector turístico

2. Introducción a Mailchimp (ou Brevo) (25 min)

- Creación de conta gratuíta

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Navegación pola interface
- Limitacións do plan gratuito e cando escalar
- Demostración en pantalla

3. Construción e xestión de listas (20 min)

- Formas legais de captar subscritores
- Importación de contactos existentes
- Formularios de subscripción para web
- Segmentación básica de audiencias
- RGPD: consentimento e dereito de Baixa
- Exercicio: importar lista de contactos

4. Deseño de boletíns atractivos (30 min)

- Uso de plantillas predeseñadas
- Estrutura efectiva: titular, corpo, chamada á acción
- Personalización básica (nome do destinatario)
- Imaxes: tamaño, calidade e dereitos de uso
- Deseño responsive para móbiles
- Exercicio práctico: crear primeiro boletín

5. Estratexia de contidos para boletíns (20 min)

- Que enviar: novidades, ofertas, contido de valor
- Frecuencia recomendada segundo tipo de negocio
- Equilibrio entre promoción e valor engadido
- Ideas de contido: consellos do destino, receitas, rutas, eventos
- Calendario editorial básico

6. Envío e automatizacións (15 min)

- Programación de envíos: mellores días e horarios
- Corréu de benvida automático

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Secuencias básicas: pre-llegada, post-estanza
- Campañas estacionais

7. Medición de resultados (10 min)

- Taxa de apertura: que indica e como melloralala
- Taxa de clics: midindo o interese
- Baixas: cando preocuparse
- A/B testing básico de asuntos

8. Preguntas e peche (5 min)

Materiais entregábeis

- Guía de inicio en Mailchimp
- Plantillas de boletíns para negocios turísticos
- Calendario editorial anual con ideas de contido
- Lista de verificación de cumprimento RGPD
- Banco de liñas de asunto efectivas

5. Automatización con IA: Chatbots e Atención ao Cliente 24/7

Impartirase como taller presencial de 3 horas, deseñado como sesión teórico-práctica onde os participantes non só comprenderán o concepto e utilidade dos chatbots, senón que configurarán un asistente virtual básico funcional para o seu negocio que poderán activar inmediatamente tras a formación. Os obxectivos fundamentais desta formación desenvólvese en tres eixes: en primeiro lugar, que os participantes comprendan o valor estratéxico de dispoñer de atención automatizada as 24 horas mediante chatbots intelixentes, especialmente relevante no sector turístico onde as consultas poden chegar en calquera momento desde diferentes zonas horarias e onde a rapidez de resposta inflúe directamente na conversión de consultas en reservas; en segundo lugar, que coñezan as opcións tecnolóxicas accesíbeis para pequenos negocios —desde solucións gratuítas básicas ata plataformas de baixo custo con capacidades avanzadas—, avaliando que nivel de sofisticación precisan segundo o seu volume de consultas e complexidade de servizos, e aprendendo a configurar respostas automáticas intelixentes que resolvan as dúbidas máis frecuentes sen intervención humana mentres derivan consultas

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

complexas apropiadamente; e en terceiro lugar, que desenvolvan as habilidades necesarias para entrenar e manter estes asistentes virtuais, alimentándoos con información precisa e actualizada sobre os seus servizos, axustando respostas segundo o feedback recibido, e establecendo protocolos claros sobre cando o chatbot debe transferir a conversa a atención humana, garantindo así que a automatización mellore a experiencia do cliente sen xerar frustracións por respostas inadecuadas ou limitacións non xestionadas transparentemente.

Contidos:

1. Chatbots no turismo: casos de uso e beneficios (20 min)

- Estadísticas: impacto en conversión e satisfacción
- Resposta inmediata vs. espera de atención humana
- Atención 24/7 sen custos de persoal
- Xestión de picos de demanda
- Casos de éxito no sector turístico
- Limitacións e expectativas realistas

2. Tipos de chatbots e tecnoloxías dispoñíbeis (25 min)

- Chatbots baseados en regras vs. IA conversacional
- WhatsApp Business: respostas automáticas básicas
- Chatbots para web: widgets integrados
- Chatbots para Facebook Messenger e Instagram
- Plataformas: ManyChat, Chatfuel, Tidio, Landbot
- Comparativa: gratuítas vs. de pago
- Demostración de diferentes interfaces

3. Configuración de WhatsApp Business automatizado (30 min)

- Repaso rápido de WhatsApp Business básico
- Mensaxes de benvida personalizadas
- Mensaxes de ausencia intelixentes
- Respostas rápidas: configuración avanzada

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Organización con etiquetas e automatizaci3ns
- Ejercicio pr3ctico: configurar fluxo b3sico de consultas

4. Creaci3n de chatbot web con ferramenta gratuíta (45 min)

- Acceso e configuraci3n de conta en Tidio ou similar
- Diseño de fluxo conversacional b3sico
- Preguntas frecuentes: consultas sobre servizos, tarifas, dispoñibilidade, localizaci3n
- L3xica de 3rbore de decisi3n
- Personalizaci3n visual: cores, avatar, mensaxes
- Integraci3n en p3xina web
- Ejercicio pr3ctico: cada participante crea o seu chatbot funcional

5. Entrenamento do chatbot con IA conversacional (25 min)

- Alimentaci3n con informaci3n do negocio
- Base de coñecemento: servizos, pol3ticas, FAQs
- Mellora continua baseada en conversas reais
- An3lise de consultas non resoltas
- Actualizaci3n peri3dica de informaci3n

6. Xesti3n de transferencias a humano (15 min)

- Cando o bot debe derivar a persoa
- Configuraci3n de horarios de atenci3n humana
- Notificaci3ns ao equipo
- Continuidade de conversa
- Evitar frustraci3ns do cliente

7. Chatbots en redes sociais (15 min)

- Configuraci3n en Facebook Messenger
- Automatizaci3ns en Instagram Direct (limitaci3ns)

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Integración multi-plataforma
- Mensaxes promocionais vs. servizo

8. Métricas e optimización (10 min)

- Taxa de resolución automática
- Satisfacción do usuario
- Preguntas máis frecuentes
- Axustes baseados en datos

9. Aspectos legais e boas prácticas (5 min)

- Transparencia: identificar que é un bot
- Protección de datos en conversas
- Límites éticos de automatización

10. Preguntas e peche(5 min)

Materiais entregábeis:

- Guía de configuración de WhatsApp Business avanzado
- Titorial paso a paso de creación de chatbot web
- Plantilla de fluxo conversacional para negocios turísticos
- 50 preguntas frecuentes e respostas tipo
- Comparativa de plataformas de chatbots
- Vídeo titorial de integración de chatbot en web
- Lista de verificación de boas prácticas en atención automatizada
- Documento: "Cando automatizar e cando manter atención humana"

6. Optimización de Google My Business para Negocios Turísticos

Impartirase como taller presencial de 2 horas, deseñado como sesión práctica onde cada participante traballará directamente sobre a ficha real do seu negocio, implementando melloras inmediatas que incrementarán a súa visibilidade local. Os obxectivos fundamentais desta formación desenvólvese en tres dimensións: en primeiro lugar, que

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

os participantes comprendan a importancia crítica de Google My Business como ferramenta gratuíta de visibilidade local, entendendo como funciona o posicionamento en buscas xeográficas, mapas de Google e o impacto directo que ten unha ficha optimizada na captación de clientes que buscan servizos turísticos na zona; en segundo lugar, que aprendan a configurar completamente a súa ficha, incluíndo información exhaustiva e actualizada —categorías correctas, horarios precisos, descrición atractiva, fotografías de calidade, atributos especiais como accesibilidade ou servizos específicos—, e que dominen funcionalidades avanzadas como a publicación de novidades, ofertas ou eventos directamente desde a ficha; e en terceiro lugar, que desenvolvan protocolos de xestión continua do seu perfil, aprendendo a responder profesionalmente a reseñas tanto positivas como negativas, a monitorizar as estatísticas que Google proporciona sobre como os usuarios atopan e interactúan coa súa ficha, e a actualizar regularmente a información para manter a relevancia e credibilidade ante potenciais clientes que cada vez máis toman decisións de reserva baseándose no que atopan nesta plataforma.

Contidos:

1. Importancia de Google My Business (15 min)

- Como funciona o SEO local
- Impacto en buscas "cerca de min"
- Relación entre ficha optimizada e reservas
- Casos de éxito: antes e despois

2. Reclamación e verificación de ficha (20 min)

- Busca de negocio existente
- Proceso de reclamación de propiedade
- Métodos de verificación (postal, telefónica, corréu)
- Que facer se hai duplicados ou erros
- Exercicio: cada participante verifica a súa ficha

3. Optimización completa do perfil (35 min)

- Nome do negocio: correcto e coherente
- Categorías: principal e secundarias
- Descrición: palabras clave e chamada á acción

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Atributos especiais: accesibilidade, servizos, comodidades
- Horarios: precisión e actualizacións por festivos
- Información de contacto: teléfono, web, reservas
- Exercicio: completar todos os campos do perfil

4. Xestión de fotografías (20 min)

- Tipos de fotos: portada, logo, interior, exterior, equipo
- Requisitos técnicos e calidade
- Frecuencia de actualización
- Fotografías de clientes: moderación
- Exercicio: subir mínimo 10 fotos de calidade

5. Publicacións e novidades (15 min)

- Tipos de posts: ofertas, eventos, novidades, produtos
- Frecuencia recomendada
- Creación de post atractivo
- Exercicio: crear e publicar un post

6. Xestión de reseñas en GMB (20 min)

- Importancia de responder TODAS as reseñas
- Como responder a reseñas positivas
- Protocolo para reseñas negativas
- Solicitar reseñas sen infringir políticas
- Exercicio: redactar respostas tipo

7. Métricas e optimización continua (10 min)

- Panel de estadísticas: interpretación básica
- Búsquedas polas que te atopan
- Accións dos usuarios: chamadas, visitas web, solicitudes de ruta
- Melloras baseadas en datos

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

8. Preguntas e respostas (5 min)

- Funcionalidade de preguntas frecuentes
- Como responder proactivamente

9. Peche (5 min)

Materiais entregábeis:

- Lista de verificación de optimización completa de GMB
- Plantillas de respostas a reseñas
- Guía de fotografía para GMB
- Titorial de creación de posts
- Calendario de publicacións suxerido

7. Actualización e Mantemento Básico de Páxinas Web

Desenvolverase mediante taller presencial de 3 horas, estructurado como sesión práctica onde os participantes traballarán directamente sobre as páxinas web dos seus negocios, implementando actualizacions e melloras básicas que non requiren coñecementos técnicos avanzados. Os obxectivos centrais desta formación artículase en tres ámbitos: en primeiro lugar, que os participantes superen o bloqueo técnico que lles impide actualizar as súas propias webs, comprendendo que as plataformas modernas como WordPress, Wix ou similares permiten modificacións sinxelas sen necesidade de programar, reducindo a dependencia de provedores externos para cambios rutineiros e axilizando a actualización de información crítica; en segundo lugar, que dominen tarefas básicas de mantemento como a actualización de textos, a substitución de fotografías, a modificación de horarios ou tarifas, a creación de novas páxinas sinxelas para servizos ou promocións, e a xestión de elementos fundamentais como formularios de contacto ou botóns de reserva; e en terceiro lugar, que aprendan principios básicos de optimización que melloren a efectividade da súa web, incluíndo a redacción de textos claros e orientados á conversión, a organización lóxica da información para facilitar a navegación, a optimización de imaxes para reducir tempos de carga, e nocións elementais de SEO local que incrementen as posibilidades de que a súa páxina apareza cando potenciais clientes busquen servizos turísticos na zona.

Contidos:

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

1. Desmitificando o mantemento web (15 min)

- Non precisas ser programador
- CMS modernos: edición visual
- Cando podes facelo ti e cando precisas axuda profesional
- Aforro de custos e tempo

2. Identificación do sistema da túa web (20 min)

- WordPress, Wix, Squarespace, outros
- Acceso ao panel de administración
- Recuperación de credenciais se se perdéron
- Exercicio: cada participante accede ao seu panel

3. Actualización de textos y contenidos (30 min)

- Navegación polo editor visual
- Modificación de textos existentes
- Formato básico: negritas, enlaces, listas
- Creación de novas páxinas sinxelas
- Exercicio práctico: actualizar horarios e tarifas

4. Xestión de imaxes (25 min)

- Subida de novas fotografías
- Optimización de peso sen perder calidade (TinyPNG)
- Substitución de imaxes obsoletas
- Textos alternativos para SEO e accesibilidade
- Exercicio: actualizar galería de fotos

5. Xestión de menús e navegación (20 min)

- Engadir ou eliminar elementos do menú
- Reorganización de estrutura
- Enlaces a seccións internas

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Menú móvil vs. escritorio

6. Formularios e elementos interactivos (15 min)

- Revisión de formularios de contacto
- Verificación de que funcionan correctamente
- Modificación de campos
- Integración con correo

7. Plugins e funcionalidades básicas (WordPress) (20 min)

- Que son os plugins e para que sirven
- Actualización segura de plugins
- Plugins esenciales: seguridad, SEO, caché
- Precauciones: copias de seguridad antes de actualizar

8. SEO básico on-page (25 min)

- Títulos e descripciones: onde editalos
- Palabras clave relevantes para o teu negocio
- URLs amigables
- Enlaces internos
- Ejercicio: optimizar página principal

9. Copias de seguridad e seguridad básica (10 min)

- Importancia de backups regulares
- Plugins de backup automático
- Contraseñas seguras
- Actualizaciones de seguridad

10. Preguntas e resolución de problemas (10 min)

Materiais entregábeis:

- Guía de administración de WordPress para principiantes
- Lista de verificación de mantenimiento mensual

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Listado de plugins recomendados
- Titorial de optimización de imaxes
- Plantilla de palabras clave para SEO local turístico

8. Xestión de Reseñas Online: TripAdvisor, Google, Booking

Impartirase en formato webinar de 2 horas, deseñado como sesión teórico-práctica que combina a presentación das mellores prácticas coa análise de casos reais e a redacción colaborativa de respostas profesionais a diferentes tipos de reseñas. Os obxectivos esenciais desta formación desenvólvese en tres dimensións estratéxicas: en primeiro lugar, que os participantes comprendan a importancia crítica da reputación online nas decisións de reserva dos viaxeiros actuais, entendendo como as reseñas en plataformas como TripAdvisor, Google ou Booking inflúen directamente na visibilidade, o posicionamento e a conversión de visitas web en reservas efectivas; en segundo lugar, que aprendan a xestionar profesionalmente tanto reseñas positivas como negativas, dominando técnicas de resposta que axustecen os comentarios favorábeis sen cae en respostas xenéricas, e que aborden as críticas con empatía, profesionalismo e orientación á solución, convertendo potenciais danos reputacionais en oportunidades de demostrar compromiso coa mellora; e en terceiro lugar, que desenvolvan estratexias proactivas para incrementar o volume e a calidade das reseñas recibidas, aprendendo cando e como solicitar feedback a clientes satisfeitos respectando as políticas de cada plataforma, como facilitar o proceso de valoración sen resultar insistentes, e como utilizar a análise de reseñas como fonte valiosa de información sobre fortalezas a potenciar e debilidades a corrixir no seu servizo.

Contidos:

1. Importancia da reputación online (15 min)

- Estatísticas: impacto de reseñas en decisións de reserva
- Plataformas clave segundo tipo de negocio
- Como afecta a puntuación á visibilidade
- Casos reais: antes e despois de mellorar reputación

2. Panorama de plataformas de reseñas (15 min)

- TripAdvisor: funcionamento e algoritmo

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Google: integración con buscas locais
- Booking.com: reseñas verificadas
- Outras: Airbnb, Facebook, especializadas
- Reclamación e xestión de perfís

3. Resposta a reseñas positivas (20 min)

- Por que é importante responder sempre
- Estrutura de resposta efectiva
- Personalización vs. respostas xenéricas
- Exemplos de boas e malas respostas
- Exercicio: redactar resposta a reseña positiva real

4. Xestión de reseñas negativas (35 min)

- Mindset: oportunidade, non ameaza
- Protocolo de 24 horas: nunca responder en quente
- Estrutura: agradecemento, empatía, explicación, solución
- Que facer e que NUNCA facer
- Xestión de reseñas inxustas ou falsas
- Reportar contido inadecuado
- Casos prácticos: análise de reseñas negativas reais
- Exercicio: redactar respostas a diferentes tipos de críticas

5. Estratexias para incrementar reseñas (20 min)

- Cando e como solicitar reseñas
- Facilitar o proceso sen violar políticas
- Materiais: tarxetas, correos, códigos QR
- Incentivos: que está permitido e que non
- Automatización de solicitudes post-estanza

6. Análise de reseñas como ferramenta de mellora (10 min)

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Identificación de patróns en feedback
- Fortalezas a potenciar
- Debilidades recurrentes a corrixir
- Implementación de melloras baseadas en feedback

7. Preguntas e peche (5 min)

Materiais entregábeis:

- Plantillas de respostas a reseñas (positivas e negativas)
- Guía de políticas de reseñas por plataforma
- Tarxeta imprimible de solicitude de reseñas
- Titorial de reclamación de perfís
- Lista de verificación de xestión semanal de reputación online

9. Atención ao Cliente Dixital Multicanle

Desenvolverase como taller presencial de 2,5 horas, estruturado como sesión práctica que combina a presentación de protocolos con simulacións de situacións reais que os participantes resolverán durante a sesión. Os obxectivos fundamentais desta formación artículase en tres eixes complementarios: en primeiro lugar, que os participantes comprendan a realidade actual da atención ao cliente onde as consultas chegan simultaneamente por múltiples canles —WhatsApp, Instagram, Facebook, correo, teléfono, plataformas de reserva—, e desenvolvan estratexias para xestionar eficientemente esta multiplicidade sen saturarse, perder mensaxes críticas ou xerar tempos de resposta inaceptábeis que prexudiquen a experiencia do cliente; en segundo lugar, que establezan protocolos profesionais de resposta diferenciados segundo o canal e o tipo de consulta, definindo tons apropiados para cada plataforma, tempos de resposta razoábeis e realistas, procedementos para priorizar consultas urxentes, e sistemas para asegurar que ningunha comunicación quede sen resposta por descoido ou desorganización; e en terceiro lugar, que aprendan a converter cada interacción dixital nunha oportunidade de venda e fidelización, dominando técnicas de atención personalizada incluso en medios dixitais, formas de identificar necesidades non expresadas explicitamente, estratexias para xerar confianza que facilite a conversión de consultas en reservas, e métodos para manter relación con clientes potenciais que aínda

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

non decidiron pero mostraron interese, nutríndoos con información útil que lles achegue progresivamente á decisión de reserva.

Contidos:

1. A nova realidade da atención ao cliente (20 min)

- Multicanalidade: vantaxes e desafíos
- Expectativas de inmediatez do cliente dixital
- Impacto en satisfacción e conversión
- Ferramentas de xestión centralizada

2. Mapeo dos teus canles de atención (15 min)

- Inventario: WhatsApp, Instagram, Facebook, correo, teléfono, web
- Volume e tipo de consultas por canal
- Exercicio: cada participante lista os seus canles activos

3. WhatsApp Business (30 min)

- Diferencias con WhatsApp persoal
- Configuración de perfil profesional
- Mensaxes automáticas: benvida, ausencia
- Respostas rápidas para preguntas frecuentes
- Etiquetas para organizar conversas
- Catálogo de servizos
- Exercicio práctico: configurar WhatsApp Business

4. Xestión de redes sociais para atención (25 min)

- Instagram Direct: organización e resposta
- Facebook Messenger: integración
- Comentarios públicos vs. mensaxes privados
- Cando levar conversa a privado
- Ferramentas: Meta Business Suite para centralizar

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Ejercicio: responder consultas tipo en cada canal

5. Email: profesionalización de resposta (20 min)

- Sinatura profesional
- Plantillas para consultas frecuentes
- Tempo de resposta esperado
- Organización: carpetas, etiquetas, filtros
- Ferramentas: respostas predefinidas en Gmail

6. Protocolos de resposta por tipo de consulta (25 min)

- Solicitud de información: resposta inmediata
- Consulta de dispoñibilidade: proceso de verificación
- Solicitud de orzamento: estrutura clara
- Reclamación: escalado e xestión
- Consulta complexa: derivación ou tempo de investigación
- Casos prácticos: simulación de consultas variadas

7. Tempos de resposta realistas (10 min)

- Establecimiento de horarios de atención
- Comunicación clara de expectativas
- Mensaxes automáticas fóra de horario
- Priorización de urxencias

8. Conversión de consultas en reservas (10 min)

- Técnicas de peche respectuosas
- Información a incluír sempre
- Facilitar seguinte paso
- Seguimento de interesados que non reservan

9. Preguntas e peche (5 min)

Materiais entregábeis:

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Plantillas de respostas rápidas para WhatsApp
- Guía de configuración de WhatsApp Business
- Respostas tipo para consultas frecuentes por correo
- Protocolo de tempos de resposta por canal
- Lista de verificación de profesionalización de canles dixitais

10. Análise de Datos e Tendencias con Intelixencia Artificial

A formación "Análise de Datos e Tendencias con Intelixencia Artificial" desenvolverase como webinar de 2 horas, configurado como sesión teórico-práctica online onde os participantes aprenderán a utilizar ferramentas de IA para extraer información valiosa de grandes volumes de datos que, analizados manualmente, resultarían imposíbeis de procesar ou consumirían tempo prohibitivo. Os obxectivos centrais desta formación artículase en tres dimensións: en primeiro lugar, que os participantes comprendan como a intelixencia artificial pode axudalos a tomar decisións empresariais máis informadas mediante a análise automatizada de datos procedentes de diversas fontes —reseñas de clientes, comentarios en redes sociais, tendencias de busca, comportamento da competencia—, identificando patróns, sentimentos predominantes e oportunidades que permanecerían ocultas nun análise superficial; en segundo lugar, que aprendan a utilizar ferramentas específicas de IA para analizar reseñas online en plataformas como TripAdvisor, Google ou Booking, extraendo automaticamente os aspectos máis valorados e criticados do seu servizo, comparando o seu desempeño con competidores directos e detectando tendencias temporais que permitan axustar estratexias; e en terceiro lugar, que descubran como utilizar asistentes de IA para investigar tendencias emerxentes en turismo, analizar que buscan os potenciais clientes, identificar nichos de mercado desatendidos e xerar informes de intelixencia competitiva que fundamenten decisións sobre novos servizos, axustes de prezos ou enfoques de marketing diferenciados.

Contidos:

1. Intelixencia empresarial con IA: conceptos básicos (15 min)

- Diferenza entre datos e información útil
- Como a IA identifica patróns invisíbeis para a análise manual
- Aplicacións en toma de decisións turísticas
- Exemplos de insights valiosos descubertos con IA

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Vantaxe competitiva da análise de datos

2. Análise automatizada de reseñas online (30 min)

- Ferramentas: ChatGPT, Claude, Gemini para análise masiva
- Recopilación e preparación de reseñas de TripAdvisor/Google/Booking
- Técnicas de prompting para análise de sentimento
- Identificación automática de temas recorrentes
- Análise de sentimento: positivo, negativo, neutro
- Extracción de aspectos máis valorados e máis criticados
- Exercicio práctico: analizar 50-100 reseñas propias en minutos
- Comparación automatizada con reseñas de competidores
- Detección de patróns temporais (melloras ou deterioros)

3. Tendencias de busca e comportamento do cliente (20 min)

- Uso de IA para interpretar Google Trends
- Identificación de que buscan os turistas sobre o teu destino
- Análise de estacionalidade e picos de interese
- Palabras clave emerxentes e tendencias crecentes
- Oportunidades de contido baseadas en buscas
- Exercicio: identificar 5 tendencias relevantes para o teu negocio

4. Análise de competencia con IA (20 min)

- Investigación automatizada de competidores directos
- Análise comparativo de estratexias de contido
- Identificación de servizos, prezos e propostas de valor
- Detección de vantaxes competitivas propias e alleas
- Gaps de mercado: que ofrece a competencia que ti non
- Exercicio: análise rápida e estruturada de 3 competidores principais

5. Xeración de informes de intelixencia empresarial (15 min)

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Solicitar á IA resumos executivos de análises realizados
- Xeración de conclusións accionables
- Visualización de datos en táboas comparativas
- Recomendacións estratéxicas baseadas en análise
- Exercicio: xerar informe mensual automatizado de rendemento

6. Predición de demanda e estacionalidade (10 min)

- Uso de IA para identificar patróns históricos en datos propios
- Predición de tempadas altas/baixas baseada en tendencias
- Optimización de estratexias de prezos dinámicos
- Planificación anticipada de recursos e persoal

7. Monitorización de marca e reputación (10 min)

- Configuración de alertas para novas reseñas
- Análise de sentimento en mencións de redes sociais
- Detección temprana de crises reputacionais
- Seguimento de evolución da percepción de marca

8. Preguntas e peche(5 min)

Materiais entregábeis:

- Guía completa de análise de reseñas con ChatGPT (paso a paso)
- Plantillas de prompts para análise competitivo
- Titorial de Google Trends aplicado a turismo
- Lista de verificación de KPIs esenciais a monitorizar mensualmente
- Plantilla de informe mensual de intelixencia empresarial
- Documento: "50 preguntas que a IA pode responder sobre o teu negocio"
- Vídeo titorial: "De 100 reseñas a insights accionables en 10 minutos"
- Folla de cálculo template para organizar datos antes da análise

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

11. Uso da Plataforma de Comunicación Centralizada do Destino

Impartirase mediante taller presencial de 2 horas durante a Fase 2 do plan de implementación, cando a plataforma estea operativa, configurado como sesión práctica onde cada participante accederá cos seus credenciais persoais e realizará as operacións fundamentais que posteriormente executará de forma autónoma. Os obxectivos centrais desta formación desenvólvese en tres ámbitos específicos: en primeiro lugar, que os participantes dominen o acceso e navegación pola plataforma, comprendendo a estrutura de seccións, a localización de recursos dispoñíbeis e as funcionalidades principais que lles resultarán útiles na súa operativa diaria; en segundo lugar, que aprendan a utilizar efectivamente o módulo CRM integrado para xestionar as súas comunicacións co ente director e con outros operadores, actualizar os seus datos de contacto e servizos, acceder ao banco de recursos visuais compartidos e descargar materiais promocionais de alta calidade que poderán utilizar nos seus propios canles; e en terceiro lugar, que integren o uso da plataforma nas súas rutinas de traballo, establecendo hábitos de consulta periódica de novidades, participación en foros de coordinación cando se habiliten, reporte de incidencias ou necesidades detectadas, e aproveitamento de todas as funcionalidades dispoñíbeis que faciliten a súa comunicación co ecosistema turístico do destino e optimicen a súa visibilidade dentro da estratexia promocional conxunta.

Contidos:

1. Introducción á plataforma (15 min)

- Obxectivos e beneficios para operadores
- Visión xeral de seccións
- Navegación básica

2. Acceso e configuración de perfil (20 min)

- Login con credenciais proporcionadas
- Completar perfil do negocio
- Actualización de datos de contacto
- Categorización de servizos ofrecidos
- Exercicio: cada participante completa o seu perfil

3. Banco de recursos visuais (25 min)

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Acceso a fotografías e vídeos do destino
- Navegación por carpetas temáticas
- Descarga de materiais
- Condicións de uso e atribución
- Exercicio: descargar 5 recursos útiles para o seu negocio

4. Módulo CRM: comunicación co ente director (20 min)

- Envío de mensaxes directos
- o Reporte de incidencias ou necesidades
- o Solicitud de asesoramiento
- o Consulta de historial de comunicacións

5. Actualización de información turística (20 min)

- Subida de datos mediante plantillas
- Actualización de horarios, tarifas, servizos
- Publicación de ofertas ou novidades
- Exercicio: subir información actualizada

6. Sección formativa (15 min)

- Acceso a titoriais en vídeo
- Descarga de guías e materiais
- Consulta de FAQs
- Casos prácticos dispoñíbeis

7. Notificacións e novidades (10 min)

- Configuración de alertas
- Consulta de campañas activas
- Calendario de eventos promocionais

8. Soporte técnico e resolución de dúbidas (10 min)

- Canles de soporte dispoñíbeis

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Reporte de problemas técnicos
- Ejercicio práctico de reporte

9. Preguntas e peche(5 min)

Materiais entregábeis:

- Guía rápida de uso da plataforma
- Titorial en vídeo de funcionalidades principais
- Contactos de soporte técnico
- FAQ de problemas comúns
- Calendario de actualizacións obrigatorias

12. Xestión Profesional de Redes Sociais para Turismo (Instagram y Facebook)

Desenvolverase como taller presencial de 3 horas, deseñado como sesión intensiva e práctica onde os participantes traballarán directamente cos seus perfís reais, implementando melloras inmediatas e creando o seu primeiro calendario editorial durante a sesión. Os obxectivos esenciais desta formación articúlase en tres dimensións: en primeiro lugar, que os participantes comprendan as peculiaridades de Instagram e Facebook como canles de promoción turística, entendendo as diferenzas entre ambas plataformas, os tipos de contido que funcionan mellor en cada unha, os algoritmos que determinan a visibilidade e as mellores prácticas específicas do sector turístico que maximizan o engagement e a conversión; en segundo lugar, que aprendan a xestionar profesionalmente os seus perfís empresariais, desde a optimización completa de biografías, descrições e información de contacto, ata a planificación estratéxica de contidos mediante calendarios editoriais que equilibren promoción directa con contido de valor, a utilización de ferramentas gratuítas de programación como Meta Business Suite, e o dominio de formatos diversos —publicacións estáticas, carruseles, Reels, Stories— adaptándoos aos seus obxectivos e capacidades de produción; e en terceiro lugar, que desenvolvan competencias para medir resultados e optimizar a súa estratexia, aprendendo a interpretar as métricas básicas que proporcionan as plataformas, identificar que contidos xeran maior interacción, axustar horarios de publicación segundo os momentos de maior actividade da súa audiencia, e experimentar continuamente con diferentes enfoques para descubrir que conecta mellor cos seus

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

clientes potenciais, convertendo as redes sociais nun canal efectivo de captación e fidelización.

Contidos:

1. Instagram vs. Facebook: diferenzas clave (20 min)

- Audiencias e comportamentos
- Tipos de contido que funcionan en cada unha
- Algoritmos e visibilidade
- Integración entre ambas plataformas

2. Optimización de perfís (25 min)

- Biografía efectiva: palabras clave e chamada á acción
- Foto de perfil e portada profesionais
- Información de contacto e reservas
- Ligazón en bio: estratexias
- Highlights de Instagram: organización
- Exercicio: optimizar perfís durante a sesión

3. Tipos de contido en Instagram (35 min)

- Publicacións en feed: cando usar
- Carruseles: storytelling visual
- Reels: tendencias e viralidade
- Stories: proximidade e actualidade
- IGTV/Vídeos longos: cando teñen sentido
- Exercicio: planificar un Reel sinxelo

4. Tipos de contido en Facebook (20 min)

- Publicacións estándar
- Vídeos nativos
- Eventos

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Ofertas
- Álbuns de fotos
- Diferenzas con Instagram

5. Calendario editorial e planificación (30 min)

- Frecuencia de publicación recomendada
- Equilibrio de contidos: regra 80/20
- Tipos de posts: educativo, inspiracional, promocional
- Ferramentas de programación: Meta Business Suite
- Exercicio práctico: crear calendario de 2 semanas

6. Hashtags e xeolocalización (15 min)

- Investigación de hashtags relevantes
- Mezcla: populares, medios, nicho
- Hashtags locais e do destino
- Xeolocalización para visibilidade local
- Exercicio: banco persoal de hashtags

7. Interacción e xestión de comunidades (20 min)

- Importancia de responder comentarios
- Proactividade: comentar noutras contas
- Colaboracións con outros negocios
- User Generated Content: republicar contido de clientes

8. Métricas básicas e optimización (15 min)

- Alcance vs. impresiões
- Taxa de engagement
- Mellores horarios de publicación
- Contidos de maior rendemento
- Exercicio: revisar insights da última semana

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

9. Preguntas e peche (10 min)

Materiais entregábeis:

- Plantilla de calendario editorial mensual
- Banco de ideas de contido para negocios turísticos
- Guía de tamaños de imaxe optimizados
- Titorial de Meta Business Suite
- Listado de hashtags por categoría turística

13. ChatGPT e Asistentes de IA para Comunicación e Marketing Turístico

A formación "ChatGPT e Asistentes de IA para Comunicación e Marketing Turístico" impartirase como taller presencial de 3 horas, estruturado como sesión intensamente práctica onde os participantes traballarán continuamente con ferramentas de IA xerando contidos reais que posteriormente poderán utilizar directamente nos seus negocios. Os obxectivos centrais desta formación desenvólvese en tres eixes complementarios: en primeiro lugar, que os participantes dominen a arte da inxeniería de prompts —a capacidade de formular instrucións precisas, contextualizadas e estratéxicas que xeraren respostas útiles e de calidade profesional— aplicada especificamente a necesidades comunicativas do sector turístico, superando o uso superficial destas ferramentas para extraer o seu máximo potencial; en segundo lugar, que aprendan a utilizar asistentes de IA para optimizar radicalmente a súa produtividade en tarefas de marketing dixital, incluíndo a redacción de textos para webs e redes sociais, a xeración de calendarios editoriais completos, a creación de respostas personalizadas a clientes, a tradución profesional de contidos aos idiomas relevantes do destino e a adaptación de tons comunicativos segundo audiencias e canles; e en terceiro lugar, que desenvolvan criterio profesional para revisar, validar e humanizar o contido xerado por IA, comprendendo que estas ferramentas son asistentes poderosos pero non substitúen completamente o coñecemento do negocio, a autenticidade da voz de marca nin a necesaria supervisión humana que garante calidade, veracidade e coherencia cos valores do establecemento.

Contidos:

1. Inxeniería de prompts: a arte de preguntar ben (30 min)

- Elementos dun prompt efectivo: contexto, tarefa, formato, ton
- Diferenza entre prompts vagos e específicos

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Técnica de refinamento iterativo
- Prompts con exemplos (few-shot prompting)
- Asignación de roles á IA
- Exercicios comparativos: mesmo obxectivo, diferentes prompts

2. Redacción de contidos para web (35 min)

- Descricións de servizos atractivas e SEO-optimizadas
- Seccións "Sobre nós" auténticas
- Descricións de experiencias e paquetes
- FAQs xeradas automaticamente
- Exercicio práctico: cada participante xera 3 textos para a súa web
- Revisión e humanización de textos xerados

3. Creación de contido para redes sociais (40 min)

- Posts para Instagram: caption + hashtags
- Contido educativo vs. promocional
- Adaptación de ton segundo rede social
- Xeración de series temáticas
- Calendarios editoriais mensuais completos
- Exercicio: xerar 15 publicacións para 2 semanas
- Adaptación do mesmo contido a diferentes formatos

4. Traducións profesionais multilingües (25 min)

- Tradución ao portugués, galego, inglés, francés
- Adaptación cultural, non só lingüística
- Verificación de traducións: ferramentas complementarias
- Exercicio: traducir materiais do negocio a 3 idiomas
- Comparación con tradutores tradicionais

5. Atención ao cliente con asistencia de IA (25 min)

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Xeración de respostas a consultas frecuentes
- Personalización de respostas tipo
- Xestión de queixas: ton empático e solucións
- Respostas a reseñas positivas e negativas
- Exercicio: banco de 20 respostas tipo personalizadas

6. Xeración de ideas e estratexias (15 min)

- Brainstorming asistido por IA
- Análise de tendencias e competencia
- Propostas de campañas estacionais
- Naming de experiencias ou paquetes
- Exercicio: xerar 10 ideas de experiencias únicas

7. Optimización SEO con IA (15 min)

- Xeración de títulos e meta-descricións
- o Palabras clave relevantes para o teu negocio
- o Estrutura de artigos de blog optimizados
- o Exercicio: optimizar páxina principal do negocio

8. Revisión, validación e humanización (10 min)

- Lista de verificación de revisión de contido IA
- Engadir toque persoal e experiencias reais
- Verificación de datos factuais
- Detección de contido xenérico

9. Preguntas e peche (5 min)

Materiais entregábeis:

- Biblioteca de 100+ prompts especializados en turismo
- Plantillas de prompts personalizábeis por tipo de contido
- Guía de tons de comunicación por rede social

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Lista de verificación de revisión de contido xerado por IA
- Comparativa: ChatGPT vs. Gemini vs. Claude para turismo
- Calendario editorial template con estrutura de prompts
- Documento: "Como humanizar contido xerado por IA"
- Vídeo tutorial: "De prompt a publicación en 5 minutos"

14. Xeración de Contido Visual con Intelixencia Artificial

A formación "Xeración de Contido Visual con Intelixencia Artificial" desenvolverase como taller presencial de 2,5 horas, configurado como sesión práctica onde os participantes experimentarán directamente con ferramentas de xeración de imaxes mediante IA e aplicacións de edición potenciadas por intelixencia artificial, creando recursos visuais utilizábeis inmediatamente nos seus canles de comunicación. Os obxectivos esenciais desta formación artículase en tres dimensións estratéxicas: en primeiro lugar, que os participantes coñezan e avalíen as principais ferramentas accesíbeis de xeración de imaxes mediante IA —tanto opcións gratuítas como de baixo custo— comprendendo as súas capacidades, limitacións éticas e legais, e contextos apropiados de uso en comunicación turística, diferenciando cando resulta aceptábel utilizar imaxes xeradas artificialmente e cando é imprescindible contido fotográfico real; en segundo lugar, que dominen técnicas básicas de formulación de prompts visuais que xeraren imaxes coherentes coa identidade da súa marca e útiles para propósitos específicos —ilustracións para redes sociais, imaxes conceptuais para campañas, recursos gráficos complementarios—, aprendendo a describir estilos visuais, composicións, iluminación e elementos específicos que a IA debe incluír ou evitar; e en terceiro lugar, que descubran e utilicen ferramentas de edición de fotografía potenciadas por IA que simplifican drasticamente tarefas tradicionalmente complexas —eliminación de fondos, mellora de calidade de imaxes, ampliación intelixente de fotografías, corrección de iluminación, eliminación de elementos non desexados—, democratizando capacidades de edición profesional que anteriormente requirían software custoso e coñecementos técnicos avanzados.

Contidos:

1. Panorama de ferramentas de xeración de imaxes con IA (20 min)

- DALL-E, Midjourney, Stable Diffusion, Adobe Firefly
- Opcións gratuítas vs. de pago

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Calidades e estilos característicos de cada ferramenta
- Demostración comparativa en pantalla
- Consideracións legais: dereitos de autor do contido xerado

2. Ética e transparencia no uso de imaxes IA (15 min)

- Cando é apropiado usar imaxes xeradas por IA
- Cando é imprescindible fotografía real (instalacións, equipo, pratos)
- Declaración de uso de IA: mellores prácticas
- Riscos reputacionais de uso engañoso
- Políticas de plataformas (Instagram, Facebook, Google Ads)

3. Primeiros pasos con xeración de imaxes (30 min)

- Acceso a ferramenta gratuíta (Microsoft Copilot/Designer ou similar)
- Estrutura de prompts visuais efectivos
- Descrición de estilo, composición, iluminación, cores
- Especificación de elementos a incluír e excluír
- Exercicio práctico: xerar 5 imaxes conceptuais para o teu negocio
- Refinamento iterativo de resultados
- Variacións sobre imaxe base

4. Aplicacións prácticas en marketing turístico (25 min)

- Ilustracións para publicacións en redes sociais
- Imaxes conceptuais para campañas estacionais
- Fondos para deseños gráficos e presentacións
- Avatares e elementos decorativos para web
- Mockups de experiencias ou servizos
- Exercicio: crear serie visual coherente de 4 imaxes para campaña temática

5. Edición de fotografías con IA: eliminación de fondos (20 min)

- Remove.bg e alternativas gratuítas

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Casos de uso: produtos, retratos, elementos illados
- Integración en composicións e deseños
- Exercicio práctico: eliminar fondos de 5 fotografías propias
- Exportación en formatos adecuados (PNG con transparencia)

6. Mellora de calidade de imaxes con IA (20 min)

- Upscaling: ampliación sen perda de calidade
- Ferramentas gratuítas: Upscayl, Bigjpg, alternativas online
- Restauración de fotografías antigas ou deterioradas
- Mellora de fotografías de baixa resolución de arquivo
- Exercicio: mellorar calidade de 3 imaxes pixeladas ou pequenas

7. Edición avanzada simplificada con IA (15 min)

- Eliminación de obxectos non desexados (ClipDrop Cleanup, Magic Eraser)
- Expansión de imaxes (generative fill/expand)
- Cambio de fondos mantendo suxeito principal
- Corrección automática de iluminación, cor e enfoque
- Demostración en vivo de cada funcionalidade

8. Ferramentas todo-en-uno: Canva con funcións IA (10 min)

- Magic Eraser para eliminar elementos
- Background Remover integrado
- Text to Image dentro de deseños
- Magic Edit e Magic Expand
- Exercicio rápido: crear deseño completo para redes combinando todas as ferramentas

9. Preguntas e peche (5 min)

Materiais entregábeis:

- Guía de prompts visuais con exemplos ilustrados

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Comparativa actualizada de ferramentas gratuítas de IA visual
- Titorial paso a paso de Remove.bg e alternativas
- Banco de estilos visuais populares con prompts correspondentes
- Documento: "Ética e transparencia no uso de imaxes IA"
- Lista de verificación: "Cando usar IA vs. fotografía real"
- Vídeo titorial: "De idea a imaxe publicábel en 10 minutos"
- Plantilla de declaración de uso de IA para políticas web

15. Creación de Contido Básico con Smartphone

Impartirase como taller presencial de 2 horas, estruturado como sesión eminentemente práctica onde os participantes saíran da aula para capturar fotografías e vídeos dos seus propios establecementos ou do entorno próximo, editándoos posteriormente con aplicacións móbiles gratuítas. Os obxectivos fundamentais desta formación desenvólvese en tres eixes: en primeiro lugar, que os participantes superen a crenza de que a produción de contido de calidade require equipamento profesional custoso, demostrando mediante práctica directa que os smartphones actuais, combinados con coñecementos básicos de composición, iluminación e edición, permiten xerar fotografías e vídeos perfectamente válidos para redes sociais e promoción dixital; en segundo lugar, que dominen técnicas sinxelas de captura de contido turístico, aprendendo regras básicas de composición fotográfica, aproveitamento de luz natural, encuadres que realcen espazos e experiencias, estabilización para vídeos sen temblores, e tipos de planos fundamentais que comuniquen efectivamente as características e o ambiente dos seus servizos; e en terceiro lugar, que coñezan e utilicen aplicacións móbiles gratuítas de edición como Snapseed, VSCO, CapCut ou similares, aprendendo axustes básicos que melloren significativamente as súas imaxes e vídeos —corrección de exposición, contraste, saturación, recortes estratéxicos, engadido de textos ou elementos gráficos sinxelos—, de modo que poidan xerar contido propio de forma autónoma, constante e sen dependencia de profesionais externos para as súas necesidades rutineiras de comunicación dixital.

Contidos:

1. Principios de fotografía turística (15 min)

- Luz natural: mellor momento do día (golden hour)

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Regra dos terzos
- Liñas guía e profundidade
- Perspectivas interesantes vs. planos obvios

2. Configuración da cámara do smartphone (10 min)

- Activación de cadrícula
- HDR: cando activalo
- Modo retrato/profesional
- Evitar zoom dixital

3. Práctica fotográfica exterior (25 min)

- Saída da aula: fotografar entorno/establecemento
- Diferentes ángulos do mesmo espazo
- Captura de detalles
- Fotografía de persoas/clientes (con permiso)
- Cada participante toma mínimo 15 fotos

4. Edición básica con Snapseed (25 min)

- Instalación da app
- Axustes fundamentais: brillo, contraste, saturación
- Recorte e enderezado
- Herramientas de enfoque e claridade
- Exportación en calidade óptima
- Exercicio: editar 3 fotos capturadas

5. Video con smartphone (20 min)

- Estabilización: técnicas manuais
- Grabación horizontal vs. vertical segundo destino
- Duración ideal para redes sociais
- Planos básicos: xeral, medio, detalle

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Captura de B-roll (imaxes de apoio)
- Exercicio: grabar 5 clips curtos

6. Edición de video con CapCut (20 min)

- Instalación e navegación
- Importación de clips
- Recorte e unión de fragmentos
- Engadir música (biblioteca libre de dereitos)
- Textos e transicións sinxelas
- Exportación optimizada
- Exercicio: crear vídeo de 30 segundos

7. Boas prácticas e erros comúns (10 min)

- Que evitar en fotografía turística
- Consistencia visual
- Dereitos de imaxe de persoas
- Organización de arquivos no móbil

8. Preguntas e peche (5 min)

Materiais entregábeis:

- Guía de fotografía con smartphone
- Listado de apps gratuítas recomendadas
- Banco de música libre de dereitos
- Lista de verificación de elementos a fotografar no teu negocio
- Inspiración: contas de Instagram de referencia

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

16. Accesibilidade Dixital Básica: Como Facer o Teu Servizo máis Inclusivo Online

Desenvolverase en formato webinar de 1,5 horas, configurado como sesión teórico-práctica que combina a sensibilización sobre a importancia da accesibilidade coa presentación de solucións concretas e asequíbeis que os participantes poden implementar inmediatamente. Os obxectivos centrais desta formación artículase en tres dimensións: en primeiro lugar, que os participantes comprendan que significa accesibilidade dixital e por que resulta relevante tanto desde a perspectiva ética e legal como desde a puramente comercial, entendendo que as persoas con discapacidade representan un segmento de mercado significativo que actualmente atopan barreiras para acceder á información e reservar servizos en moitos negocios turísticos; en segundo lugar, que coñezan as principais barreiras de accesibilidade que as súas plataformas dixitais poden presentar —textos sen contraste suficiente, imaxes sen descrições alternativas, vídeos sen subtítulos, formularios complexos, navegación confusa— e aprendan a identificalas mediante ferramentas gratuítas de avaliación automática e probas básicas de usabilidade; e en terceiro lugar, que implementen melloras concretas e alcanzábeis nas súas webs e redes sociais, como o uso de linguaxe claro e directo, a inclusión de textos alternativos descritivos en todas as imaxes publicadas, o aseguramento de contraste visual adecuado en textos sobre fondos, a incorporación de subtítulos en vídeos, e a simplificación de procesos de reserva ou contacto, transformando progresivamente os seus canles dixitais en espazos verdadeiramente inclusivos que amplíen o seu mercado potencial e demostren compromiso coa responsabilidade social.

Contidos:

1. Que é accesibilidade dixital e por que importa (15 min)

- Definición e tipos de discapacidade
- Barreiras dixitais habituais
- Lexislación: obrigas legais
- Oportunidade de mercado: datos sobre turismo accesíbel

2. Accesibilidade en páxinas web (25 min)

- Contraste de cores: verificación con ferramentas
- Textos alternativos en imaxes
- Estrutura de encabezados correcta

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Navegación por teclado
- Formularios accesíbeis
- Ferramentas de avaliación automática (WAVE, Lighthouse)
- Exercicio: avaliar accesibilidade da túa web

3. Accesibilidade en redes sociais (20 min)

- Textos alternativos en Instagram e Facebook
- Emojis: uso moderado e descriptivo
- Hashtags: CamelCase para lectores de pantalla
- Subtítulos en vídeos
- Linguaxe claro e directo
- Exercicio: reescrever un post facéndoo accesíbel

4. Información sobre accesibilidade física do teu negocio (15 min)

- Que información incluír en web e redes
- Iconos universais de accesibilidade
- Fotografías que mostren accesibilidade
- Transparencia sobre limitacións

5. Vídeos accesíbeis (10 min)

- Subtítulos: xeración automática e corrección
- Ferramentas gratuítas de subtitulado
- Audiodescripción básica
- Evitar efectos visuais problemáticos

6. Preguntas e peche (5 min)

Materiales entregables:

- Lista de verificación de accesibilidade web
- Guía de textos alternativos efectivos
- Ferramentas de verificación de contraste

VISIT_RIO_MINHO_PLUS







- Titorial de subtitulado en CapCut
- Iconos de accesibilidade para uso en materiais

É fundamental establecer que todos os contidos formativos desenvolvidos, xunto cos materiais entregábeis asociados a cada itinerario —guías paso a paso, plantillas, titoriais en vídeo, listas de verificación, exemplos prácticos e recursos descargábeis—, deberán permanecer accesíbeis de forma permanente na sección formativa da plataforma web do destino turístico, sen que sexa necesario agardar ao desenvolvemento da plataforma centralizada. Esta dispoñibilidade inmediata desde a Fase 1 a través da web actual do destino representa unha vantaxe estratéxica significativa, permitindo que os beneficios da formación comecen a materializarse sen demoras asociadas a desenvolvementos técnicos complexos, para posteriormente migrarse ou integrarse de forma natural na plataforma centralizada definitiva cando esta se implemente durante a Fase 2. Esta decisión estratéxica responde a múltiples obxectivos que trascienden a mera función de soporte post-formación. En primeiro lugar, garante que calquera operador turístico que se incorpore ao ecosistema despois de realizadas as formacións síncronas poida acceder autonomamente a todo o coñecemento xerado desde o primeiro momento, reducindo a brecha de competencias dixitais sen requirir a organización continua de novas edicións dos mesmos cursos. En segundo lugar, amplía deliberadamente o público obxectivo máis alá dos negocios estritamente turísticos, permitindo que comercios, servizos, produtores locais e outros actores económicos do territorio que, sen dedica-los exclusivamente ao turismo, poden beneficiarse destas competencias dixitais —xestión de redes sociais, atención ao cliente dixital, creación de contido— e, ao mellorar a súa propia presenza online utilizando recursos proporcionados polo ente xestor do destino, convértense progresivamente en prescriptores indirectos da marca territorial. En terceiro lugar, esta accesibilidade temprana xera tráfico cualificado cara á web do destino xa existente, reforzando o seu posicionamento en buscadores e demostrando desde a Fase 1 que o portal oficial non só difunde información turística, senón que se consolida como centro de coñecemento e recurso valioso para o tecido empresarial local. Esta estratexia de formación aberta e accesíbel desde o inicio transforma ao organismo xestor nun referente de coñecemento que aporta valor tanxible a todo o tecido económico local sen esperas innecesarias, xerando recoñecemento, agarimo institucional e adhesión voluntaria que trasciende o estritamente turístico, consolidando así o seu liderado como entidade que non só promove o destino, senón que tamén empodera dixitalmente a quen o fan posíbel, creando un ecosistema onde a mellora de cada actor individual contribúe á competitividade e visibilidade colectiva do territorio.

CRONOGRAMA DE ACTUACIONES

O cronograma integral que se presenta a continuación constitúe a folla de ruta temporal completa do Plan de Implementación, estruturado nun horizonte de 36 meses divididos en 12 trimestres que abarcan as dúas fases estratéxicas diferenciadas do proxecto. Este cronograma non pretende establecer unha secuencia ríxida e inflexible de actuacións, senón que funciona como marco orientativo que prioriza accións segundo a súa lóxica estratéxica, as súas interdependencias técnicas e a súa contribución progresiva aos obxectivos centrais do plan: consolidar primeiro o liderado dixital do organismo xestor mediante visibilidade e resultados tanxibles que xerem adhesión voluntaria, para posteriormente implementar infraestruturas tecnolóxicas complexas cando exista unha comunidade consolidada que as demande e utilice efectivamente. A diferenciación visual mediante códigos de cor permite identificar inmediatamente a natureza de cada acción —se pertence á secuencia principal de cada fase, se constitúe unha acción preparatoria que se adianta estratéxicamente, se representa formación capacitadora ou se marca hitos críticos de avaliación—, facilitando así a comprensión integral do proxecto e a identificación de sinerxías entre actuacións paralelas. Resulta fundamental comprender que, se ben a estimación temporal sitúa a transición entre a Fase 1 e a Fase 2 aproximadamente no mes 24, esta decisión non responde a un calendario predeterminado senón á verificación empírica de resultados medíbeis en termos de engagement dixital, adhesión municipal e demanda orgánica de infraestruturas centralizadas, podendo por tanto adiantarse ou retrasarse segundo a evolución real do proxecto.

Leyenda de Códigos Visuales:

-  **VERDELO:** Accións principais obrigatorias de cada fase
-  **NARANXA:** Campañas de alto impacto
-  **VERDE:** Formacións (talleres, webinars)
-  **AZUL:** Accións preparatorias adiantadas de Fase 2
-  **MOURO:** Hito de avaliación/decisión crítica
-  **GRELO:** Actividades continuas

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

ACCIÓN / MEDIDA	T1 (M1-3)	T2 (M4-6)	T3 (M7-9)	T4 (M10-12)	T5 (M13-15)	T6 (M16-18)	T7 (M19-21)	T8 (M22-24)	T9 (M25-27)	T10 (M28-30)	T11 (M31-33)	T12 (M34-36)
FASE 1: CONSOLIDACIÓN DO LIDERADO DIXITAL												
EIXO 1: POSICIONAMENTO COMO CENTRO NEURÁLXICO PROMOCIONAL												
M1.1: Revisión identidade marca												
M1.2: Contratación equipo profesional												
M1.2: Producción contido constante												
M1.3: Optimización perfis redes sociais												
M1.3: Publicación contido regular												
M1.3: Campañas publicidade dixital												
M1.3: Colaboracións influencers locais												
M1.3: Colaboracións influencers mercados clave												
M1.3: Análise datos e axuste estratexia												

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

ACCIÓN / MEDIDA	T1 (M1-3)	T2 (M4-6)	T3 (M7-9)	T4 (M10-12)	T5 (M13-15)	T6 (M16-18)	T7 (M19-21)	T8 (M22-24)	T9 (M25-27)	T10 (M28-30)	T11 (M31-33)	T12 (M34-36)
EIXO 2: COLABORACIÓN ESTRATÉGICA COS CONCELLOS												
M2.4: Creación banco recursos compartidos												
M2.4: Acordos difusión compartida concellos												
M2.4: Cross-posting coordinado												
M2.5: Foros coordinación trimestrais												
M2.5: Presentación métricas												
M2.6: Apoio presenza dixital municipal												
M2.6: Asesoramento técnico personalizado												
EIXO 3: XERACIÓN DE IMPACTO MEDIBLE												
M3.7: Configuración dashboards analítica												
M3.7: Monitorización KPIs continua												
M3.7: Informes mensuais a concellos												
M3.8: CAMPAÑA ALTO IMPACTO 1												
M3.8: CAMPAÑA ALTO IMPACTO 2												
M3.8: CAMPAÑA ALTO IMPACTO 3 (si presupuesto)												
M3.8: Medición e comunicación resultados campañas												

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

ACCIÓN / MEDIDA	T1 (M1-3)	T2 (M4-6)	T3 (M7-9)	T4 (M10-12)	T5 (M13-15)	T6 (M16-18)	T7 (M19-21)	T8 (M22-24)	T9 (M25-27)	T10 (M28-30)	T11 (M31-33)	T12 (M34-36)
EIXO 4: CAPACITACIÓN E EMPODERAMENTO												
Prioridade 0: Fundamentos IA												
Videos YouTube introducción IA (8-10 vídeos)												
Prioridade 1: Xestión e Automatización												
Form. CRM pequenos negocios												
Form. Xestión reservas online												
Form. Marketing por correu básico												
Form. Chatbots IA atención 24/7												
Prioridade 2: Presenza Dixital												
Form. Google My Business												
Form. Xestión redes sociais profesional												
Form. ChatGPT comunicación e marketing												
Form. Xeración contido visual IA												
Form. Creación contido smartphone												
Form. Actualización páxinas web												
Prioridade 3: Atención ao Cliente												
Form. Xestión reseñas online												
Form. Análise datos IA												
Form. Atención cliente multicanle												
Prioridade 4: Accesibilidade												
Form. Accesibilidade dixital básica												

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

ACCIÓN / MEDIDA	T1 (M1-3)	T2 (M4-6)	T3 (M7-9)	T4 (M10-12)	T5 (M13-15)	T6 (M16-18)	T7 (M19-21)	T8 (M22-24)	T9 (M25-27)	T10 (M28-30)	T11 (M31-33)	T12 (M34-36)
ACCIONES PREPARATORIAS FASE 2 (executadas en paralelo durante Fase 1)												
Creación rutas Google My Maps												
Recopilación datos estandarizados concellos												
Banco recursos visuais organizado												
Diseño prototipos plataforma web												
Validación prototipos con concellos/operadores												
Auditoría cobertura conectividade territorio												
Negociacións operadoras telecomunicacións												
Pilotaxe CRM simplificado (HubSpot Free)												
Desenvolvemento criterios Sello Calidade Dixital												
Certificacións piloto voluntarias												
Diseño señalética (mockups e aprobacións)												
♦ ♦ ♦ HITO CRÍTICO: AVALIACIÓN PASO FASE 1 → FASE 2												
<i>Criterios avaliación: seguidores, engagement, adhesión concellos, demanda plataforma</i>												

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

ACCIÓN / MEDIDA	T1 (M1-3)	T2 (M4-6)	T3 (M7-9)	T4 (M10-12)	T5 (M13-15)	T6 (M16-18)	T7 (M19-21)	T8 (M22-24)	T9 (M25-27)	T10 (M28-30)	T11 (M31-33)	T12 (M34-36)
FASE 2: INFRAESTRUTURA DIXITAL CENTRALIZADA												
EIXO 5: DESENVOLVEMENTO PLATAFORMA WEB ÚNICA												
M5.9: Licitación/contratación desenvolvemento plataforma												
M5.9: Desenvolvemento backend e frontend												
M5.9: Deseño UX/UI definitivo												
M5.9: Optimización SEO on-page												
M5.9: Probos QA e accesibilidade WCAG												
M5.9: Lanzamento beta controlado												
M5.9: Lanzamento público plataforma												
M5.10: Desenvolvemento módulos interactivos (mapas, itinerarios)												
M5.10: Integración APIs datos concellos												
M5.10: Migración rutas Google Maps á plataforma												
M5.10: Directorios dinámicos operadores												
M5.10: Sistema validación automática datos												
M5.10: Auditorías calidade datos (trimestrais)												
EIXO 6: SISTEMA COMUNICACIÓN E XESTIÓN INTEGRAL												
M6.11: Desenvolvemento plataforma comunicación CRM												
M6.11: Migración datos desde CRM piloto												
M6.11: Módulo mensaxería tempo real												
M6.11: Portal actualizacións centralizado												
M6.11: Integración con plataforma web												
M6.12: Dashboard monitorización KPIs unificado												
M6.13: Lanzamento Sello Calidade Dixital												
M6.13: Protocolo certificación e auditorías												
M6.14: Foros colaborativos (continuación)												

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

ACCIÓN / MEDIDA	T1 (M1-3)	T2 (M4-6)	T3 (M7-9)	T4 (M10-12)	T5 (M13-15)	T6 (M16-18)	T7 (M19-21)	T8 (M22-24)	T9 (M25-27)	T10 (M28-30)	T11 (M31-33)	T12 (M34-36)
Prioridade 5: Formación Plataforma Centralizada												
Form. Uso plataforma comunicación (operadores)												
Form. Uso plataforma comunicación (entes xestores)												
Form. Actualización datos en plataforma												
EIXO 7: INFRAESTRUTURA FÍSICA E SEÑALÉTICA												
M7.15: Producción señalética unificada												
M7.15: Instalación señalética (21 concellos)												
M7.15: Configuración códigos QR/NFC												
M7.16: Instalación quioscos dixitais interactivos												
M7.17: Implementación WiFi gratuito zonas turísticas												
M7.17: Configuración portais cautivos												
M7.18: Instalación paneis dixitais (digital signage)												
M7.18: Sistema xestión contidos paneis												
M7.19: Mellora conectividade zonas deficitarias												
M7.19: Instalación repetidores/sistemas satelitais												

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

As seguintes notas explicativas que acompañan ao cronograma integral teñen como obxectivo clarificar a lóxica subxacente á distribución temporal de actuacións, xustificando por que determinadas accións se concentran en trimestres específicos, como se priorizaron as formacións segundo secuencias pedagóxicas coherentes, e que criterios fundamentan a decisión de adiantar certas actuacións preparatorias da Fase 2 durante a execución da Fase 1. Cada trimestre analízase identificando as súas accións principais, os seus obxectivos específicos dentro da narrativa global do proxecto e as decisións críticas que deben tomarse, proporcionando así un contexto interpretativo que transforma o cronograma nunha simple táboa temporal nunha ferramenta estratéxica de xestión. Especial atención merecen as explicacións sobre o Hito de Avaliación Crítico situado no Trimestre 8, momento no que se deben analizar exhaustivamente os resultados alcanzados durante a Fase 1 —crecemento de audiencia dixital, adhesión municipal, impacto de campañas, adopción de formacións— para tomar a decisión fundamentada de avanzar cara ás inversións significativas que implica a Fase 2, garantindo así que cada euro invertido en infraestruturas tecnolóxicas complexas responda a unha demanda real verificada e non a suposicións teóricas sobre utilidade futura.

Fase 1 (T1-T8): Consolidación do Liderado Dixital

Trimestre 1 (Meses 1-3): Arranque

- Contratación inmediata do equipo profesional de contidos
- Revisión e actualización da identidade de marca
- Configuración de ferramentas de analítica
- Optimización de perfís en redes sociais
- Inicio de produción de vídeos introductorios sobre IA (Prioridade 0)

Trimestre 2 (Meses 4-6): Aceleración

- Producción constante de contido de calidade
- Inicio de campañas de publicidade dixital segmentada
- Primeiro foro de coordinación con concellos
- Creación do banco de recursos compartidos
- Inicio de accións preparatorias: rutas Google Maps, recopilación de datos
- Primeiras formacións Prioridade 1 (CRM, reservas, marketing por correo)

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Trimestre 3 (Meses 7-9): Consolidación

- Primeira campaña de alto impacto
- Aceleración de colaboracións con influencers
- Continuación de formacións: Prioridade 2 inicia (Google My Business, redes sociais)
- Auditoría de conectividade do territorio
- Desenvolvemento continuo de rutas e recopilación de datos

Trimestre 4 (Meses 10-12): Expansión

- Medición e comunicación de resultados da primeira campaña
- Segundo foro de coordinación
- Formacións Prioridade 2 continúan (ChatGPT, xeración visual IA)
- Negociacións con operadoras de telecomunicacións arrincan
- Pilotaxe de CRM simplificado

Trimestre 5 (Meses 13-15): Profundización

- Continuación de todas as actividades
- Formacións Prioridade 2 finalizan
- Inicio de deseño de prototipos de plataforma web
- Desenvolvemento de criterios para Sello de Calidade Dixital

Trimestre 6 (Meses 16-18): Maduración

- Segunda campaña de alto impacto
- Terceiro foro de coordinación
- Validación de prototipos de plataforma con stakeholders
- Deseño inicial de sinalética (mockups)
- Formacións Prioridade 3 inician

Trimestre 7 (Meses 19-21): Preparación Transición

- Formacións Prioridade 3 e 4 finalizan

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Certificacións piloto do Sello de Calidade Dixital
- Deseño de sinalética aprobado
- Todas as accións preparatorias avanza

Trimestre 8 (Meses 22-24): Avaliación Crítica

- **HITO CRÍTICO: AVALIACIÓN PASO A FASE 2**
- Medición exhaustiva de:
 - Crecemento de seguidores e engagement en redes
 - Adhesión voluntaria de concellos
 - Demanda orgánica de plataforma centralizada
 - Resultados de campañas de alto impacto
- **DECISIÓN GO/NO-GO para Fase 2**
- Cuarto foro de coordinación
- Licitación/contratación para desenvolvemento de plataforma

Fase 2 (T9-T12+): Infraestructura Dixital Centralizada

Trimestre 9 (Meses 25-27): Desenvolvemento

- Desenvolvemento intensivo de plataforma web centralizada
- Terceira campaña de alto impacto (aproveitando momentum)
- Mellora de conectividade en zonas deficitarias arranca
- Producción de sinalética física
- Quinto foro de coordinación

Trimestre 10 (Meses 28-30): Integración

- Finalización de desenvolvemento de plataforma web
- Lanzamento beta controlado de plataforma
- Desenvolvemento completo de módulos interactivos e APIs
- Desenvolvemento de plataforma CRM centralizada

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- Instalación de señalética en concellos
- Implementación de WiFi gratuito
- Formacións Prioridade 5 (uso de plataformas)

Trimestre 11 (Meses 31-33): Lanzamento

- **Lanzamento público oficial de plataforma web**
- Migración de datos e rutas á plataforma
- Finalización de plataforma CRM e comunicación
- Dashboard unificado de KPIs operativo
- Lanzamento de Sello de Calidade Dixital
- Instalación de quioscos dixitais e paneis
- Continuación de mellora de conectividade

Trimestre 12 (Meses 34-36): Consolidación

- Operación completa de toda a infraestrutura da Fase 2
- Integración completa de sistemas
- Auditorías de calidade de datos
- Séptimo foro de coordinación
- Avaliación global do plan e planificación de continuidade

O cronograma establece unha serie de hitos críticos distribuídos estratéxicamente a longo do período de implementación que funcionan como puntos de control, avaliación e toma de decisións fundamentais para o éxito do proxecto. Os foros de coordinación trimestrais (T2, T4, T6, T8, T10 e T12) constitúen hitos recorrentes esenciais que garanten a comunicación fluida entre o organismo xestor e os concellos, permitindo presentar resultados medíbeis, recoller feedback directo sobre as accións implementadas, identificar necesidades emerxentes e axustar estratexias de forma colaborativa, reforzando así a percepción de proxecto compartido fronte a imposición vertical. Os hitos de medición e comunicación de resultados de campañas de alto impacto (T4, T7 e T10) resultan craveis porque transforman esforzos promocionais en evidencias cuantificábeis de éxito que poden comunicarse públicamente, xerando credibilidade institucional e demostrando retorno de investimento ante órganos de goberno e cidadanía. O hito de validación de prototipos da plataforma web con stakeholders (T7)

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

representa un momento crítico de co-creación onde concellos e operadores poden influír no deseño final das ferramentas que posteriormente utilizarán, garantindo que as solucións técnicas respondan a necesidades reais e non a suposicións teóricas, facilitando así a adopción posterior. Con todo, o hito máis determinante do cronograma completo é a Avaliación Crítica de Paso de Fase 1 a Fase 2 (T8), momento no que se analizan exhaustivamente indicadores clave —crecemento de seguidores, taxa de engagement, número de concellos colaborando activamente, demanda explícita de plataforma centralizada, resultados de formacións— para tomar a decisión fundamentada de avanzar cara ás inversións tecnolóxicas significativas, asegurando que a Fase 2 só se execute cando exista unha base consolidada que garanta a súa utilización efectiva e xustifique economicamente o desembolso. Finalmente, as auditorías periódicas de calidade de datos (T11, T12) constitúen hitos de control continuo que garanten que a información turística dispoñíbel na plataforma centralizada se manteña actualizada, precisa e útil, preservando a credibilidade do destino e evitando que as inversións tecnolóxicas queden desvirtuadas por contidos obsoletos ou incorrectos.

ESTIMACIÓN PRESUPUESTARIA DO PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

A presente estimación presupuestaria fúndase en valores de mercado actualizados do sector turístico e de comunicación dixital en España, particularmente na Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal, considerando as particularidades salariais e de custos de servizos da zona. Os importes estrutúranse diferenciando claramente entre inversións iniciais puntuais, custos recorrentes anuais e custos variables segundo execución, permitindo así adaptar a solicitude de recursos a diferentes convocatorias de subvencións —fondos europeos de desenvolvemento rexional, programas de transformación dixital, axudas a destinos turísticos intelixentes, cooperación transfronteiriza— e negociar cesións presupuestarias con entidades supramunicipais segundo os seus marcos competenciais e dispoñibilidade financeira. Cada partida inclúe xustificación da súa necesidade, alternativas de escalado segundo dispoñibilidade presupuestaria e referencias a estándares sectoriais, facilitando así a defensa técnica das solicitudes ante organismos financiadores.

COSTES DE PERSOAL INTERNO

En primeiro lugar, vamos a establecer os postos esenciais con os que o ente xestor do Destino Turístico Río Minho debería contar desde as súas fases iniciais. O posto de Director/a de Comunicación e Marketing Dixital do Destino constitúe a figura clave de liderado estratéxico do plan de implementación, asumindo a responsabilidade da dirección integral de todas as accións de comunicación e marketing do destino turístico. Entre as súas funcións esenciais atópanse a coordinación do equipo interno de profesionais e a supervisión de todos os provedores externos contratados, garantindo a coherencia estratéxica e a calidade de execución en cada iniciativa. Da mesma maneira, este posto desempeña un rol institucional fundamental, mantendo e fortalecendo as relacións con concellos e stakeholders, actuando como interlocutor principal do ente xestor en todas as cuestións relacionadas con comunicación e promoción turística. A toma de decisións sobre o deseño, execución e orzamento de campañas recae directamente nesta figura, quen debe ademais elaborar informes periódicos de resultados e estratexia para os órganos de goberno do ente xestor, xustificando inversións e demostrando retornos medíbeis. Adicionalmente, este profesional asume a responsabilidade de negociar colaboracións con influencers, medios de comunicación e socios estratéxicos, requirindo por tanto habilidades diplomáticas, comerciais e de networking de alto nivel.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

O perfil requerido para este posto esixe formación universitaria superior en Marketing, Comunicación, Turismo ou disciplinas afíns, complementada cun mínimo de cinco anos de experiencia demostrable en marketing dixital aplicado especificamente ao sector turístico, preferentemente en xestión de destinos. Resulta imprescindible acreditar experiencia previa en xestión e coordinación de equipos, así como coñecemento especializado en marketing de destinos turísticos e no modelo de Destinos Turísticos Intelixentes (DTI). Dada a natureza transfronteiriza do proxecto, requirese dominio avanzado de galego, portugués e inglés, tanto oral como escrito, que permita comunicarse con fluidez profesional nos tres idiomas e liderar equipos multiculturais. Este posto require dedicación a xornada completa, con dispoñibilidade para asistir a reunións institucionais, eventos promocionais e desprazamentos polo territorio do destino.

O custo anual estimado para este posto establécense nun salario bruto de 47.500 euros anuais, importe coherente coas pautas salariais do sector turístico na EurorReXión Galicia-Norte de Portugal para postos de dirección de nivel medio con responsabilidades estratéxicas e de coordinación de equipos. A esta cantidade debe engadirse o custo de Seguridade Social a cargo da empresa, estimado no 30% do salario bruto, o que supón 14.250 euros adicionais anuais. O custo total anual do posto, incluíndo salario e cotizacións sociais, ascende polo tanto a 61.750 euros, importe que resulta competitivo para atraer profesionais co perfil de experiencia e cualificación requerido —mínimo cinco anos en marketing dixital turístico, experiencia demostrable en xestión de equipos e coñecemento especializado en xestión de destinos— sen exceder os estándares habituais do sector público e entidades xestoras de destinos turísticos comparábeis. Este nivel retributivo sitúase lixeiramente por riba da media do mercado para posicións similares no ámbito público autonómico, o cal xustifícase pola complexidade engadida de xestionar un destino transfronteirizo que require competencias multilingües, sensibilidade intercultural e capacidade de negociación institucional en dous sistemas administrativos diferentes, factores que limitan significativamente o pool de candidatos potenciais e xustifican unha retribución que garanta capacidade de atracción e retención do talento necesario para liderar con éxito a transformación dixital do destino. Por outro lado, debería contarse con un Community Manager ou Xestor de Redes Sociais constitúe a figura operativa central da estratexia dixital do destino, responsable da xestión diaria e profesional de todos os perfís en redes sociais, incluíndo Instagram, Facebook, TikTok, YouTube e LinkedIn, canles fundamentais para a visibilidade e o engagement con audiencias locais e internacionais. Entre as súas funcións esenciais atópanse a publicación regular de contido seguindo estrictamente o calendario editorial establecido, garantindo frecuencia, coherencia e calidade en todas as comunicacións do destino. Este profesional asume a responsabilidade crítica da interacción constante coa

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

audiencia, respondendo de forma áxil e profesional a comentarios, mensaxes directos e consultas, mantendo un ton próximo pero institucional que reflicta a imaxe de marca. Adicionalmente, debe monitorizar de forma continua as mencións do destino en redes sociais e outras plataformas dixitais, xestionando a reputación online mediante detección temprana de crises potenciais e oportunidades de amplificación de contido positivo. A coordinación con creadores de contido externos —fotógrafos, videógrafos, deseñadores— forma parte das súas responsabilidades, asegurando que os materiais producidos se adapten aos formatos e especificacións técnicas de cada rede social. Finalmente, este posto debe elaborar informes semanais de métricas e rendemento, proporcionando datos actualizados sobre alcance, interaccións e crecemento de audiencia que alimenten a toma de decisións estratéxicas.

O perfil requerido para este posto esixe formación universitaria en Comunicación, Publicidade, Marketing Dixital ou disciplinas afíns, complementada cunha experiencia profesional demostrable de entre dous e tres anos especificamente en xestión de redes sociais, preferentemente en sector turístico ou institucional. Resulta imprescindible presentar un portfolio que evidencie traballos previos de xestión de comunidades dixitais, mostrando capacidade para xerar engagement e facer crecer audiencias de forma orgánica. O dominio de ferramentas de programación de contidos (Meta Business Suite, Hootsuite, Buffer) e de analítica social (Metricool, Sprout Social, ferramentas nativas de cada plataforma) resulta indispensable para executar eficientemente as funcións do posto. Válora especialmente a creatividade, tanto visual como narrativa, así como excelentes capacidades de redacción que permitan adaptar mensaxes a diferentes tons, formatos e audiencias mantendo sempre coherencia coa identidade de marca. Dada a natureza transfronteiriza do destino, requirese dominio nativo de galego, portugués e español, garantindo capacidade de comunicación fluida nos tres idiomas, así como nivel intermedio de inglés que permita comprender tendencias internacionais e xestionar interaccións con audiencias anglófonas. Este posto require dedicación a xornada completa con dispoñibilidade flexible, considerando que a xestión de redes sociais implica atención en horarios non estrictamente laborais cando se producen picos de actividade ou situacións que requiran resposta inmediata.

O custo anual estimado para este posto establécense nun salario bruto de 34.500 euros anuais, importe coherente cos estándares salariais do mercado español e portugués para profesionais de community management con experiencia consolidada e capacidade demostrada de xestión autónoma de estratexias dixitais en sector turístico. A esta cantidade debe engadirse o custo de Seguridade Social a cargo da empresa, estimado no 30% do salario bruto, o que supón 10.350 euros adicionais anuais. O custo total anual do posto, incluíndo salario e cotizacións sociais, ascende por tanto a 44.850 euros,

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

importe que permite atraer e reter profesionais cualificados con experiencia específica en xestión de comunidades dixitais turísticas, garantindo continuidade no posto e evitando a elevada rotación que caracteriza a posicións infravaloradas salarialmente neste sector. Este nivel retributivo resulta competitivo sen exceder os orzamentos habituais de entidades xestoras de destinos turísticos de dimensión similar, situándose no rango medio-alto que asegura acceso a candidatos con portfolio sólido, coñecemento de ferramentas avanzadas e capacidade de traballar con autonomía estratéxica baixo supervisión do Director/a de Comunicación.

A decisión estratéxica de incorporar o posto de Community Manager como persoal interno do ente xestor, en lugar de externalizar este servizo a axencias ou profesionais freelance, responde a razóns fundamentais que trascienden a mera cuestión económica e vincúlase directamente coa efectividade e coherencia da estratexia comunicativa do destino. A xestión de redes sociais institucionais dun destino turístico transfronteirizo require un coñecemento profundo e continuamente actualizado do territorio, as súas particularidades culturais, a súa oferta turística específica, as sensibilidades dos diferentes concellos que o conforman e a complexa rede de relacións entre stakeholders públicos e privados, elementos que só poden asimilarse mediante inmersión diaria no proxecto e contacto directo coa realidade do destino. Un profesional externo, por cualificado que sexa, xestionaría a comunicación desde unha perspectiva transaccional baseada en briefings e reunións periódicas, mentres que un community manager integrado no equipo desenvolve un compromiso emocional e identitario co proxecto que se reflicte inevitablemente na autenticidade do ton comunicativo, a capacidade de identificar oportunidades de contido espontáneas e a axilidade para responder coherentemente ante situacións imprevistas sen necesidade de consultas constantes. Ademais, a natureza do traballo en redes sociais —que require respostas inmediatas a comentarios, xestión de crises reputacionais en tempo real e adaptación instantánea a eventos ou noticias do territorio— resulta incompatible cos tempos de resposta habituais de servizos externalizados que atenden simultaneamente a múltiples clientes. Finalmente, desde a perspectiva económica, aínda que o custo inicial dun posto interno poida parecer superior, a relación custo-efectividade a medio e longo prazo favorece claramente esta opción fronte á contratación de axencias especializadas cuxos honorarios mensuais, para un servizo de dedicación e calidade equivalente, superarían amplamente o custo salarial anualizado do posto, sen garantir ademais a continuidade, o coñecemento acumulado nin a implicación que caracteriza a un profesional que constrúe a súa carreira vinculada ao éxito do proxecto.

Si ben o equipo mínimo esencial pode funcionar operativamente cos dous postos descritos anteriormente —Director/a de Comunicación e Community Manager—,

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

complementados polo persoal administrativo e técnico do que xa dispón actualmente o ente xestor do destino turístico, resulta altamente recomendábel avaliar a posibilidade de reforzar a estrutura cun perfil especificamente dedicado á coordinación institucional e a atención a stakeholders, ou no seu defecto, asignar formalmente estas responsabilidades a unha persoa do equipo existente que poida dedicar tempo significativo a estas funcións críticas. A complexidade inherente á xestión dun destino turístico transfronteirizo que integra 21 concellos con diferentes niveis de madurez dixital, capacidades técnicas e sensibilidades políticas, xunto con decenas de operadores turísticos con necesidades diversas, fai que a función de coordinación, atención e seguimento continuo represente unha carga de traballo considerable que, se recae exclusivamente sobre o Director/a de Comunicación, pode desviar a súa atención das responsabilidades estratéxicas que xustifican a súa contratación. Un perfil técnico dedicado a esta función desempeñaría roles esenciais como a coordinación fluida con concellos e operadores turísticos mediante comunicación regular que detecte necesidades, resolva dúbidas e manteña canles abertos de diálogo; a recopilación sistemática e validación de datos turísticos que posteriormente alimentarán a plataforma centralizada, garantindo calidade, actualización e coherencia da información; a organización loxística completa de foros de coordinación, mesas de traballo e sesións formativas, liberando ao director de tarefas administrativas para que se concentre en contidos estratéxicos; a atención personalizada e soporte técnico a operadores e entes xestores que utilicen as ferramentas e recursos proporcionados polo destino; a xestión eficiente de incidencias e feedback, canalizando as aportacións dos stakeholders cara a melloras concretas e comunicando transparentemente as accións emprendidas; e o seguimento proactivo de actualizacións de información, recordando prazos, detectando obsolescencias e asegurando que o ecosistema dixital do destino reflicta sempre a realidade actual. O perfil recomendado requirearía formación universitaria en Turismo, Administración ou disciplinas afíns, complementada cunha experiencia mínima demostrable de entre dous e tres anos en coordinación de proxectos que involucren a múltiples actores institucionais, priorizando candidatos que destaquen polas súas habilidades de comunicación interpersonal, capacidade diplomática para xestionar stakeholders con intereses potencialmente divergentes, coñecementos básicos de ferramentas dixitais que faciliten a súa interlocución efectiva co equipo técnico, extraordinaria capacidade organizativa para xestionar simultaneamente múltiples iniciativas e procesos sen perder calidade en ningún deles, orientación ao servizo que coloque a satisfacción de concellos e operadores no centro da súa actividade profesional, e dominio nativo de galego e portugués que garanta unha comunicación fluida, culturalmente apropiada e sen barreiras lingüísticas en ambos os dous lados da fronteira. O custo anual estimado deste posto establécense nun salario bruto que oscilaría entre

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

29.260 e 38.115 euros anuais, ao que debe engadirse a Seguridade Social a cargo da empresa (30% do salario bruto, equivalente a entre 8.778 e 11.435 euros adicionais), resultando nun custo total anual que se situaría entre 38.038 e 49.550 euros incluíndo todas as cargas sociais, cunha media de referencia de 43.560 euros anuais. Este importe resulta coherente cos estándares salariais para posicións técnicas de coordinación en entidades públicas de xestión turística da Eurrorexión, permitindo atraer profesionais coa combinación de habilidades relacionais, organizativas e lingüísticas requiridas para un posto que, se ben non esixe responsabilidades de dirección estratéxica, si demanda capacidade de interlocución institucional de alto nivel e xestión autónoma de procesos complexos que impactan directamente na satisfacción dos stakeholders e, por tanto, no éxito global do plan de implementación. No caso de que as limitacións presupuestarias impidan a contratación específica deste perfil, recoméndase encarecidamente asignar formalmente estas responsabilidades a un membro do persoal técnico existente no ente xestor, liberándoo doutras tarefas menos prioritarias ou dotándoo de medios e tempo suficiente para asumir estas funcións sen comprometer a calidade da súa execución, considerando que o éxito do plan de implementación depende en gran medida da capacidade de manter aos stakeholders informados, atendidos, coordinados e comprometidos co proxecto común, labor que non pode deixarse ao voluntarismo nin xestionarse mediante esforzos dispersos sen responsable claramente identificado.

Os custos do persoal que se debería contratar para traballar directamente no destino turístico son os seguintes:

Puesto	Salario Bruto Anual	Seguridade Social (30%)	Custo Total Anual	Fase 1	Fase 2
Director/a de Comunicación e Marketing Dixital	47.500 €	14.250 €	61.750 €	61.750 €	61.750 €
Community Manager / Xestor de Redes Sociais	34.500 €	10.350 €	44.850 €	44.850 €	44.850 €

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Puesto	Salario Bruto Anual	Seguridade Social (30%)	Custo Total Anual	Fase 1	Fase 2
TOTAL ANUAL PERSOAL INTERNO	82.000 €	24.600 €	106.600 €	106.600 €	106.600 €
TOTAL BIENAL (24 meses Fase 1)				213.200 €	-

FASE 1: CONSOLIDACIÓN DO LIDERADO DIXITAL

EIXO 1: POSICIONAMENTO COMO CENTRO NEURÁLXICO PROMOCIONAL

Medida 1.1: Revisión e Actualización da Identidade de Marca

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
Consultoría estratéxica de marca	10.000 - 15.000 €	Única (T1)	Axencia especializada en branding de destinos turísticos
Deseño gráfico completo: logo, paleta, tipografías, elementos	4.000 - 6.500 €	Única (T1)	Estudio de deseño con portfolio turístico
Manual de identidade corporativa (dixital + impreso)	2.500 - 4.000 €	Única (T1)	Deseñador/redactor técnico
SUBTOTAL MEDIDA 1.1	16.500 - 25.500 €	Inversión única	

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Medida 1.2: Equipo Profesional de Contidos - Servizos Externos Complementarios

Concepto	Custo Estimado Anual	Xustificación
Producción audiovisual profesional (5-6 pezas/ano)	15.000 - 22.000 €/año	Productora local: rodaxes, edición, locucións, música
- Video corporativo destino (3-4 min)	5.000 - 7.000 €	Inclúe rodaxe multicámara, drone, postproducción
- Vídeos promocionais temáticos (4-5 pezas, 60-90 seg)	10.000 - 15.000 €	Enoturismo, natureza, patrimonio, gastronomía
Fotografía profesional (3 sesións/ano)	4.500 - 7.000 €/año	Fotógrafo turístico especializado
- Sesión patrimonio/cultura	1.500 - 2.500 €	1 día completo, 50-80 fotos editadas
- Sesión natureza/paisaxes	1.500 - 2.500 €	1 día completo, condicións lumínicas óptimas
- Sesión enoturismo/gastronomía	1.500 - 2.000 €	Medio día, food styling incluído
Deseño gráfico puntual (posts especiais, infografía, materiais campaña)	5.000 - 7.500 €/año	Freelance/estudio deseño gráfico
Redacción contenidos especializados (artigos blog, textos web)	3.500 - 6.000 €/año	Copywriter turístico: 15-20 artigos/ano

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado Anual	Xustificación
SUBTOTAL MEDIDA 1.2	28.000 - 42.500 €/año	Recurrente Fase 1

Medida 1.3: Estrateixia Agresiva en Redes Sociais

Concepto	Custo Mensual	Custo Anual	Xustificación
PUBLICIDADE DIXITAL			
Facebook/Instagram Ads	2.000 - 3.000 €/mes	24.000 - 36.000 €/año	Segmentación mercados nacional/internacional
Google Ads (busca + display)	1.500 - 2.500 €/mes	18.000 - 30.000 €/año	Captación en momentos clave de decisión
YouTube Ads (video)	500 - 1.000 €/mes	6.000 - 12.000 €/año	Amplificación videos producidos
Subtotal publicidade dixital	4.000 - 6.500 €/mes	48.000 - 78.000 €/año	
COLABORACIÓNS CON INFLUENCERS			
Microinfluencers locais (3-4/ano)	-	7.000 - 12.000 €/año	10k-50k seguidores, contido auténtico local

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Mensual	Custo Anual	Xustificación
Influencers nacionais medios (2-3/ano)	-	10.000 - 18.000 €/año	50k-200k seguidores, campañas específicas
Influencers internacionais (1-2/ano)	-	12.000 - 20.000 €/año	Mercados emisores clave (Portugal, Francia, UK)
Subtotal colaboracións		29.000 - 50.000 €/año	
FERRAMENTAS E LICENCIAS			
Xestión de redes sociais (Metricool Pro / Hootsuite)	100 - 200 €/mes	1.200 - 2.400 €/año	Programación, analítica, informes
Analítica avanzada (Sprout Social / Brandwatch)	200 - 400 €/mes	2.400 - 4.800 €/año	Análise de competencia, sentimiento, tendencias
Canva Pro / Adobe Creative Cloud	50 - 100 €/mes	600 - 1.200 €/año	Diseño gráficoaxe community manager
Banco de imaxes (Shutterstock / Adobe Stock)	80 - 150 €/mes	960 - 1.800 €/año	Complemento de fotografía propia
Subtotal ferramentas		5.160 - 10.200 €/ano	

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Mensual	Custo Anual	Xustificación
SUBTOTAL MEDIDA 1.3		82.160 - 138.200 €/ano	Recurrente Fase 1

TOTAL EIXO 1:

- **Investición inicial (única):** 16.500 - 25.500 €
- **Costes recurrentes anuais:** 110.160 - 180.700 €/ano

EIXO 2: COLABORACIÓN ESTRATÉGICA COS CONCELLOS

Medida 2.4: Programa de Difusión Compartida

Concepto	Custo Anual	Xustificación
Plataforma de almacenamiento en cloud profesional (Google Workspace / Dropbox Business)	800 - 1.500 €/año	21 concellos/câmaras + operadores acceso
Desenvolvemento de portal de recursos (landing page sinxela)	2.000 - 3.500 €	Única, desenvolvemento web básico
SUBTOTAL MEDIDA 2.4	2.800 - 5.000 € (ano 1)	Logo 800-1.500 recurrente €/ano

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Medida 2.5: Creación de Foros e Mesas de Coordinación

Concepto	Custo por Encontro	Custo Anual (4 encontros)	Xustificación
Aluguer de espazos de reunión (capacidade 40-50 persoas)	250 - 500 €	1.000 - 2.000 €/ano	Espazos profesionais con AV
Catering de encontros	200 - 400 €	800 - 1.600 €/ano	Café, comida lixeira 40 persoas
Material impreso (informes, dossiers, presentacións)	150 - 300 €	600 - 1.200 €/ano	Impresión profesional cor
Grabación/streaming de encontros (opcional)	300 - 600 €	1.200 - 2.400 €/ano	Documentación e difusión posterior
SUBTOTAL MEDIDA 2.5	900 - 1.800 €/encontro	3.600 - 7.200 €/ano	Recurrente

Medida 2.6: Programa de Apoio á Presenza Dixital Municipal

Concepto	Custo Anual	Xustificación
Asesoramento técnico externo puntual (consultor freelance)	4.000 - 6.500 €/ano	Soporte específico concellos con maiores carencias
Desenvolvemento de materiais formativos (guías, titoriais)	2.000 - 3.500 €/ano	Deseñador/redactor técnico
SUBTOTAL MEDIDA 2.6	6.000 - 10.000 €/ano	Recurrente Fase 1

TOTAL EIXO 2:

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

- **Investición inicial:** 2.000 - 3.500 €
- **Costes recurrentes anuais:** 10.400 - 18.700 €/año

EIXO 3: XERACIÓN DE IMPACTO MEDIBLE

Medida 3.7: Sistema de Analítica e Seguimiento en Tempo Real

Concepto	Custo	Periodicidade	Xustificación
Google Analytics 4 + Data Studio	0 €	Gratuito	Ferramentas Google gratuítas
Configuración inicial de dashboards (consultor)	3.000 - 5.500 €	Única (T1)	Especialista analítica dixital
Ferramentas analítica premium (opcional)	3.500 - 7.000 €/ano	Anual opcional	Sprout Social, Brandwatch
SUBTOTAL MEDIDA 3.7	3.000 - 5.500 € (inicial) + 0 - 7.000 €/ano (opcional)		

Medida 3.8: Campañas de Alto Impacto (2-3 campañas/ano)

Concepto	Custo por Campaña	Total Anual (3 campañas)	Xustificación
Conceptualización e estratexia creativa	4.000 - 6.500 €	12.000 - 19.500 €	Axencia creatividade/consultor estratéxico
Producción audiovisual específica campaña	10.000 - 15.000 €	30.000 - 45.000 €	Spots 30-60 seg, múltiples versións

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo por Campaña	Total Anual (3 campañas)	Xustificación
Diseño gráfico materiais campaña	2.500 - 5.000 €	7.500 - 15.000 €	Piezas dixitais + adaptacións formatos
Investición publicitaria amplificada	6.000 - 12.000 €	18.000 - 36.000 €	Orzamento ads superior ao habitual
Colaboracións influencers específicos	4.000 - 7.000 €	12.000 - 21.000 €	Participación na narrativa campaña
Medición e reporting especializado	1.500 - 2.500 €	4.500 - 7.500 €	Análise impacto, ROI, insights
SUBTOTAL POR CAMPAÑA	28.000 - 48.000 €		
TOTAL 3 CAMPAÑAS/ANO		84.000 - 144.000 €/ano	

Alternativa de orzamento axustado: 2 campañas/ano: 56.000 - 96.000 €/año

TOTAL EIXO 3:

- **Investición inicial:** 3.000 - 5.500 €
- **Costes recurrentes anuais:** 84.000 - 151.000 €/año (3 campañas + herramientas)

EIXO 4: CAPACITACIÓN E EMPODERAMENTO

Formacións - Contratación Empresa Formadora / Formadores Especializados

OPCIÓN A: Contratación de paquete completo a empresa formadora especializada

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado
Paquete formativo completo (14 formaci3ns + materiais dixitais multilingües)	35.000 - 48.000 €
Inclúe: honorarios formadores, desenvolvemento materiais entregábeis, produci3n vídeos Prioridade 0, plataforma webinars, coordinaci3n	

OPCIÓN B: Contrataci3n individual de formadores/as

Formaci3n	Duraci3n	Custo Unitario	Observaci3ns
Prioridade 0: Vídeos introduci3n IA	8-10 videos	4.000 - 6.500 €	Produci3n audiovisual completa multilingüe
Prioridade 1:			
CRM pequenos negocios	3h presencial	1.000 - 1.500 €	Formador + materiais + espazo
Xesti3n reservas online	2,5h presencial	900 - 1.300 €	
Marketing por corréu básico	2h webinar	700 - 1.000 €	
Chatbots IA atenci3n 24/7	3h presencial	1.100 - 1.600 €	Especialista IA aplicada
Prioridade 2:			

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Formación	Duración	Custo Unitario	Observacións
Google My Business	2h presencial	800 - 1.200 €	
Xestión redes sociais profesional	3h presencial	1.000 - 1.500 €	
ChatGPT comunicación e marketing	3h presencial	1.100 - 1.600 €	Especialista IA aplicada
Xeración contido visual IA	2,5h presencial	1.000 - 1.500 €	Especialista IA xerativa
Creación contido smartphone	2h presencial	800 - 1.200 €	
Actualización páxinas web	3h presencial	1.000 - 1.500 €	
Prioridade 3:			
Xestión reseñas online	2h webinar	700 - 1.000 €	
Análise datos IA	2h webinar	800 - 1.200 €	Especialista IA analítica
Atención cliente multicanle	2,5h presencial	900 - 1.300 €	
Prioridade 4:			
Accesibilidade dixital básica	1,5h webinar	600 - 900 €	

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Formación	Duración	Custo Unitario	Observacións
SUBTOTAL HONORARIOS FORMADORES		15.400 - 21.800 €	

Costes adicionais Opción B:

Concepto	Custo Estimado
Desenvolvemento materiais entregábeis (guías, plantillas, vídeos titoriais)	3.500 - 5.500 €
Tradución materiais a galego e portugués	2.000 - 3.500 €
Aluguer espazos (10 talleres presenciais)	2.000 - 3.500 €
Plataforma webinars profesional (Zoom Business, 12 meses)	2.400 €/ano
Grabación e edición talleres para repositorio	2.500 - 4.000 €
SUBTOTAL COSTES ADICIONAIS	12.400 - 18.900 €
TOTAL OPCIÓN B	27.800 - 40.700 €

RECOMENDACIÓN: Opción A (paquete completo) por maior coherencia, materiais integrados e xestión simplificada.

TOTAL EIXO 4 (FASE 1 completa): 35.000 - 48.000 €

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

ACCIÓNS PREPARATORIAS FASE 2 (executadas durante Fase 1)

Acción	Custo Estimado	Xustificación
Creación rutas Google My Maps	0 €	Traballo interno equipo
Recopilación datos estandarizados	0 €	Traballo interno + concellos
Diseño prototipos plataforma web (UX/UI)	5.000 - 10.000 €	Deseñador UX/UI freelance, wireframes interactivos
Auditoría cobertura conectividade territorio	4.000 - 7.500 €	Consultor telecomunicacións, medicións in situ
Negociacións operadoras telecomunicacións	0 €	Xestión interna
Pilotaxe CRM (HubSpot Free)	0 €	Ferramenta gratuíta
Desenvolvemento criterios Sello Calidade Dixital	0 €	Traballo interno
Certificacións piloto Sello	0 €	Sen custo fase piloto
Diseño señalética (mockups, prototipos)	4.000 - 6.500 €	Deseñador gráfico especializado en señalética
TOTAL ACCIÓNS PREPARATORIAS	13.000 - 24.000 €	Durante Fase 1 (repartido en 24 meses)

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

RESUMEN COSTES FASE 1 (24 meses estimados)

Concepto	Ano 1	Ano 2	Total Fase 1 (24 meses)
Persoal interno	106.600 €	106.600 €	213.200 €
Servizos apoio persoal (analista)	17.000 €	17.000 €	34.000 €
Eixe 1: Investigación inicial (M1.1)	21.000 €	-	21.000 €
Eixe 1: Costes recorrentes	145.000 €	145.000 €	290.000 €
Eixe 2: Investigación inicial	3.000 €	-	3.000 €
Eixe 2: Recorrentes	14.500 €	14.500 €	29.000 €
Eixe 3: Investigación inicial	4.500 €	-	4.500 €
Eixe 3: Recorrentes (campañas + ferramentas)	117.000 €	117.000 €	234.000 €
Eixe 4: Formacións	30.000 €	12.000 €	42.000 €
Accións preparatorias Fase 2	12.000 €	7.000 €	19.000 €
Total Anual	470.600 €	419.100 €	
Total Fase 1 (24 meses)			889.700 €

MEDIA ANUAL FASE 1: 445.000 €/ano

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

EIXO 5: DESENVOLVEMENTO DA PLATAFORMA WEB ÚNICA

Medida 9: Desenvolvemento e Integración da Plataforma Web

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
ANÁLISE E PLANIFICACIÓN			
Análise funcional e técnica detallada	8.000 - 12.000 €	Única	Consultor/analista funcional
Arquitectura de información	5.000 - 8.000 €	Única	Especialista UX
Especificacións técnicas e documentación	4.000 - 6.000 €	Única	Arquitecto software
Subtotal análise	17.000 - 26.000 €		
DESEÑO UX/UI			
Diseño experiencia usuario (wireframes, prototipos)	10.000 - 15.000 €	Única	Deseñador UX senior
Diseño interface visual (mockups alta fidelidade)	8.000 - 12.000 €	Única	Deseñador UI
Diseño responsive (móbil, tablet, escritorio)	5.000 - 8.000 €	Única	Adaptacións múltiples dispositivos
Sistema de diseño e compoñentes	4.000 - 6.000 €	Única	Biblioteca compoñentes reutilizábeis

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
Subtotal diseño	27.000 - 41.000 €		
DESENVOLVEMENTO TÉCNICO			
Desenvolvemento frontend (React/Vue/Angular)	25.000 - 38.000 €	Única	Programador frontend senior
Desenvolvemento backend (Node.js/PHP/Python)	30.000 - 45.000 €	Única	Programador backend senior + junior
Desenvolvemento base de datos (PostgreSQL/MySQL)	12.000 - 18.000 €	Única	Arquitecto bases datos
Panel administración (CMS personalizado)	15.000 - 22.000 €	Única	Desenvolvemento interface xestión contidos
Sistema multilingüe (ES/GL/PT/EN)	8.000 - 12.000 €	Única	Implementación i18n completa
Subtotal desenvolvemento	90.000 - 135.000 €		
OPTIMIZACIÓN ACCESIBILIDADE			
Optimización SEO técnico on- page	6.000 - 9.000 €	Única	Especialista SEO técnico

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
Implementación WCAG 2.1 AA	8.000 - 12.000 €	Única	Auditoría + correccións accesibilidade
Optimización velocidade carga (performance)	5.000 - 8.000 €	Única	Optimización código, caché, CDN
Subtotal optimización	19.000 - 29.000 €		
PROBAS E CALIDADE			
Testing funcional completo (QA)	10.000 - 15.000 €	Única	Tester profesional, casos de uso
Testing usabilidade con usuarios reais	5.000 - 8.000 €	Única	Sesións usuarios, análise resultados
Testing seguridade e penetración	6.000 - 9.000 €	Única	Auditoría seguridade informática
Correccións e axustes post-testing	8.000 - 12.000 €	Única	Equipo desenvolvemento
Subtotal probas	29.000 - 44.000 €		
INFRAESTRUTURA E HOSTING			
Servidor cloud profesional (AWS/Azure/Google Cloud)	2.400 - 4.800 €/ano	Anual recurrente	Alta dispoñibilidade, escalable

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
CDN (Content Delivery Network)	1.200 - 2.400 €/ano	Anual recurrente	Velocidade carga global
SSL certificados profesionales	300 - 600 €/ano	Anual recurrente	Seguridade https
Backups automatizados e recuperación	800 - 1.500 €/ano	Anual recurrente	Protección datos
Monitorización e alertas 24/7	1.200 - 2.400 €/ano	Anual recurrente	Uptime monitoring
Subtotal infraestructura anual	5.900 - 11.700 €/ano	Recurrente	
FORMACIÓN E DOCUMENTACIÓN			
Formación equipo xestor uso plataforma	3.000 - 5.000 €	Única	Sesións formativas presenciais
Manual usuario e administrador	4.000 - 6.000 €	Única	Documentación técnica completa
Vídeos tutoriais xestión contidos	2.500 - 4.000 €	Única	Producción videotutoriais
Subtotal formación	9.500 - 15.000 €		

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
MANTENIMENTO PRIMEIRO ANO INCLUÍDO			
Soporte técnico e actualizacións	Incluído	Primeiro ano	Garantía provedor
MANTENIMENTO ANOS POSTERIORES			
Mantemento técnico anual	12.000 - 18.000 €/ano	A partir ano 2	10-15% custo desenvolvemento
Actualizacións funcionais	8.000 - 12.000 €/ano	A partir ano 2	Novas features, melloras
Subtotal mantemento recorrente	20.000 - 30.000 €/ano	A partir ano 2 Fase 2	
TOTAL MEDIDA 9 (INVESTICIÓN INICIAL)	191.500 - 290.000 €	Única	
TOTAL MEDIDA 9 (RECURRENTE ANO 1)	5.900 - 11.700 €/ano	Infraestrutura	

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
TOTAL MEDIDA 9 (RECURRENTE ANO 2+)	25.900 - 41.700 €/ano	Infraestrutura + mantemento	
Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación

Medida 10: Implementación de Módulos Interactivos e API-First
Implementación de Módulos Interactivos y API-First

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
MAPAS DIXITAIS INTERACTIVOS			
Integración Google Maps API Premium	3.000 - 5.000 €	Única	Desenvolvemento + configuración
Custo uso API Google Maps	1.200 - 2.400 €/ano	Anual	Segundo volume tráfico
Desenvolvemento capas personalizadas (POIs, rutas)	8.000 - 12.000 €	Única	Marcadores, filtros, categorías
Subtotal mapas	12.200 - 19.400 € (inicial + ano 1)		
ITINERARIOS INTERACTIVOS			

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
Módulo creación/xestión itinerarios	12.000 - 18.000 €	Única	CRUD completo itinerarios
Sistema recomendación personalizada	8.000 - 12.000 €	Única	Algoritmos suxestións
Exportación itinerarios (PDF, GPX)	4.000 - 6.000 €	Única	Xeración documentos
Migración rutas Google My Maps	3.000 - 5.000 €	Única	Importación datos existentes
Subtotal itinerarios	27.000 - 41.000 €		
DIRECTORIOS DINÁMICOS OPERADORES			
Base de datos operadores turísticos	6.000 - 9.000 €	Única	Estrutura datos completa
Buscador avanzado con filtros	8.000 - 12.000 €	Única	Busca multicriterio
Fichas detalladas operadores	10.000 - 15.000 €	Única	Templates personalizábeis
Sistema valoracións e reseñas	6.000 - 9.000 €	Única	Ratings, comentarios, moderación
Subtotal directorios	30.000 - 45.000 €		

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
SISTEMA APIs E AUTOMATIZACIÓN			
Desenvolvemento API REST completo	15.000 - 22.000 €	Única	Endpoints CRUD, autenticación
Conectores importación datos concellos	12.000 - 18.000 €	Única	CSV, Excel, JSON, XML
Sistema validación automática datos	8.000 - 12.000 €	Única	Regras validación, alertas
Documentación API para desenvolvedores	4.000 - 6.000 €	Única	Swagger/OpenAPI docs
Subtotal APIs	39.000 - 58.000 €		
SISTEMA ALERTAS E NOTIFICACIÓNS			
Alertas actualización datos obsoletos	5.000 - 8.000 €	Única	Sistema recordatorios automáticos
Dashboard monitorización calidade datos	6.000 - 9.000 €	Única	Panel admin con KPIs
Notificacións automáticas	4.000 - 6.000 €	Única	Integración servicios mensaxería

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
Subtotal alertas	15.000 - 23.000 €		
AUDITORÍAS E SOPORTE			
Auditorías trimestrais calidade datos (equipo interno + externo puntual)	4.000 - 6.000 €/ano	Anual recurrente	Revisión manual + correccións
TOTAL MEDIDA 10 (INVESTICIÓN INICIAL)	121.800 - 184.000 €	Única	
TOTAL MEDIDA 10 (RECURRENTE)	5.200 - 8.400 €/ano	APIs auditorías +	

TOTAL EIXO 5:

- **Investición inicial (única):** 313.300 - 474.000 €
- **Costes recorrentes ano 1:** 11.100 - 20.100 €/ano
- **Costes recorrentes ano 2+:** 31.100 - 50.100 €/ano

EIXO 6: SISTEMA DE COMUNICACIÓN E XESTIÓN INTEGRAL

Medida 11: Plataforma de Comunicación Centralizada Multifuncional (CRM + Mensaxería + Portal)

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
OPCIÓN A: Desenvolvemento a medida integrado			

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
Análise funcional CRM turístico	8.000 - 12.000 €	Única	Requisitos específicos sector
Desenvolvemento módulo CRM	35.000 - 52.000 €	Única	Xestión contactos, historial, segmentación
Desenvolvemento módulo mensaxería tempo real	18.000 - 28.000 €	Única	Chat, notificacións push
Portal actualizacións e comunicacións	12.000 - 18.000 €	Única	News feed, xestión contidos
Integración con plataforma web (Medida 9)	10.000 - 15.000 €	Única	SSO, datos compartidos
Aplicación móvil básica (iOS + Android) - opcional	40.000 - 65.000 €	Única opcional	Apps nativas comunicación
Testing e QA	10.000 - 15.000 €	Única	Probos funcionais
Subtotal Opción A	93.000 - 140.000 € (sen app móvil)		
Subtotal Opción A CON app móvil	133.000 - 205.000 €		
OPCIÓN B: Plataforma SaaS profesional adaptada			

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Periodicidad	Xustificación
HubSpot Professional/Enterprise (personalización)	15.000 - 25.000 €	Única	Setup, personalización, integración
Licenzas anuais HubSpot (50-100 usuarios)	12.000 - 24.000 €/ano	Anual recurrente	Segundo plan e usuarios
Formación equipo e stakeholders	3.000 - 5.000 €	Única	Talleres uso ferramenta
Subtotal Opción B inicial	18.000 - 30.000 €		
Subtotal Opción B recurrente	12.000 - 24.000 €/ano		
RECOMENDACIÓN: Opción B (SaaS)			Menor inversión inicial, escalable
Migración datos desde piloto CRM			
Migración datos históricos	3.000 - 5.000 €	Única	Limpieza + importación
TOTAL MEDIDA 11 (OPCIÓN B RECOMENDADA)			
Investición inicial	21.000 - 35.000 €	Única	

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
Costes recurrentes	12.000 - 24.000 €/ano	Licenzas SaaS	

Medida 12: Sello de Calidade Dixital

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
Deseño identidade visual Sello	2.500 - 4.000 €	Única	Logo, versións, aplicacións
Desenvolvemento protocolo certificación completo	4.000 - 6.000 €	Única	Criterios, baremos, niveis
Plataforma dixital xestión certificacións	8.000 - 12.000 €	Única	Portal solicitude, seguimento, emisión
Materiais promocionais Sello (físicos + dixitais)	3.000 - 5.000 €	Única	Placas, certificados, banners web
Campaña comunicación lanzamento Sello	5.000 - 8.000 €	Única	Difusión a operadores, prensa
Investición inicial	22.500 - 35.000 €		
Xestión anual do Sello			
Auditorías certificación (externas + tempo interno)	6.000 - 10.000 €/ano	Anual recurrente	Avaliacións operadores

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
Renovacións e seguimento	2.000 - 4.000 €/ano	Anual recurrente	Xestión administrativa
Costes recorrentes	8.000 - 14.000 €/ano		
TOTAL MEDIDA 12			
Investición inicial	22.500 - 35.000 €	Única	
Costes recorrentes	8.000 - 14.000 €/ano		

Formacións Prioridade 5: Uso da Plataforma Centralizada

Formación	Duración	Custo Unitario	Total
Uso plataforma comunicación (operadores)	2h presencial	800 - 1.200 €	2 sesións: 1.600 - 2.400 €
Uso plataforma comunicación (entes xestores)	2h presencial	800 - 1.200 €	2 sesións: 1.600 - 2.400 €
Actualización datos en plataforma	1,5h webinar	600 - 900 €	1 sesión: 600 - 900 €

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Formación	Duración	Custo Unitario	Total
Materiais formativos específicos	-	1.500 - 2.500 €	Guías, titoriais
TOTAL FORMACIÓNS PRIORIDADE 5			5.300 - 8.200 €

TOTAL EIXO 6:

- **Investición inicial (única):** 48.800 - 78.200 €
- **Costes recurrentes:** 20.000 - 38.000 €/ano

EIXO 7: INFRAESTRUTURA FÍSICA E SEÑALÉTICA TURÍSTICA UNIFICADA

Medida 13: Programa de Señalética Turística Unificada

NOTA: Custos para 21 concellos do núcleo turístico

Concepto	Custo Estimado	Xustificación
DESEÑO (xa realizado en accións preparatorias)	Incluído	Deseño completado en Fase 1
PRODUCCIÓN SEÑALÉTICA		
Señais principais entrada concello (42 unidades, 2/concellos)	45.000 - 65.000 €	Señal grande dobre cara, poste, cimentación
Señais secundarias POIs (150 unidades, ~7/concellos)	85.000 - 125.000 €	Señal mediana, información turística

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Xustificación
Paneis informativos grandes (63 unidades, 3/concellos)	95.000 - 140.000 €	Panel interpretativo con mapa, QR, textos
Señais direccional (210 unidades, 10/concellos)	65.000 - 95.000 €	Frechas direccional múltiples destinos
Subtotal producción	290.000 - 425.000 €	Inclúe materiais resistentes ao tempo
TECNOLOXÍA INTEGRADA		
Códigos QR personalizados (525 códigos, 25/concellos)	3.500 - 5.500 €	Xeración, sistema redirección dinámica
Chips NFC en señalética premium (50 unidades selectivas)	2.500 - 4.000 €	Puntos estratéxicos accesibilidade
Sistema xestión contidos QR/NFC	8.000 - 12.000 €	Backend actualización destinos códigos
Subtotal tecnoloxía	14.000 - 21.500 €	
INSTALACIÓN E OBRA CIVIL		
Instalación señalética (man de obra + transporte + grúas)	85.000 - 125.000 €	Equipo instalación profesional
Obra civil (cimentacións, anclaxes, permisos)	45.000 - 70.000 €	Segundo localizacións específicas

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Xustificación
Coordinación instalacións 21 concellos	12.000 - 18.000 €	Project manager instalación
Subtotal instalación	142.000 - 213.000 €	
XESTIÓN E PERMISOS		
Permisos e licenzas municipais	8.000 - 12.000 €	Tramitacións 21 concellos
Coordinación técnica con concellos	6.000 - 9.000 €	Reunións, validacións localizacións
Subtotal xestión	14.000 - 21.000 €	
TOTAL MEDIDA 13	460.000 - 680.500 €	Investición única
Mantemento anual da sinalética	12.000 - 18.000 €/ano	Reparacións, limpeza, actualizacións

Medida 14: Instalación de Quioscos Dixitais Interactivos

Concepto	Cantidade	Custo Unitario	Custo Total	Xustificación
Quioscos táctiles exteriores (42", weatherproof)	10 unidades	8.500 - 12.000 €	85.000 - 120.000 €	Puntos estratéxicos alta afluencia

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Cantidad	Custo Unitario	Custo Total	Xustificación
Quioscos táctiles interiores (32")	5 units	4.500 - 6.500 €	22.500 - 32.500 €	Oficinas turismo, centros interpretación
Instalación e configuración	15 units	800 - 1.200 €	12.000 - 18.000 €	Montaxe, conexión, calibración
Software xestión contidos quioscos	-	10.000 - 15.000 €	10.000 - 15.000 €	CMS específico quioscos
Licenzas software anual	-	2.400 - 4.200 €/ano	2.400 - 4.200 €/ano	Mantemento software
Conexión datos (SIM 4G/5G)	15 units	25 - 40 €/mes/unit	4.500 - 7.200 €/ano	Conectividade permanente
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			129.500 - 185.500 €	
TOTAL RECURRENTE ANUAL			6.900 - 11.400 €/ano	
Mantemento técnico dos quioscos			8.000 - 12.000 €/ano	Reparacións, actualizacións hardware

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Medida 15: Implementación de Puntos de Acceso WiFi Gratuitos

Concepto	Cantidad	Custo Estimado	Xustificación
Puntos acceso en zonas turísticas clave (63 localizaciones, 3/concellos)			
Equipos access point profesionales exteriores	63 AP	35.000 - 52.000 €	Ubiquiti, Cisco Meraki, rango amplio
Instalación e configuración rede	63 localizaciones	18.000 - 28.000 €	Cableado, POE, configuración
Router/controlador central xestión	3 units	4.500 - 7.000 €	Xestión centralizada rede
Sistema portal cautivo (splash page)	-	6.000 - 9.000 €	Desenvolvemento portal benvida + redirección
Subtotal infraestructura		63.500 - 96.000 €	
Conectividad e servizos			
Liñas fibra/ADSL puntos WiFi	63 liñas	45 - 65 €/mes/liña	Segundo dispoñibilidade por zona
34.000 - 49.000 €/ano	Custo conectividade anual		

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Cantidad	Custo Estimado	Xustificación
Licenzas xestión cloud access points		3.500 - 6.000 €/ano	Meraki, Unifi Controller
Subtotal conectividade anual		37.500 - 55.000 €/ano	
Mantemento e soporte			
Mantemento técnico rede WiFi		8.000 - 12.000 €/ano	Incidencias, actualizacións
TOTAL MEDIDA 15			
Investición inicial		63.500 - 96.000 €	
Costes recorrentes		45.500 - 67.000 €/ano	

Medida 16: Instalación de Paneis Dixitais de Información en Tempo Real (Digital Signage)

Concepto	Cantidad	Custo Unitario	Custo Total	Xustificación
Pantallas LED exteriores 55" (weatherproof)	8 units	5.500 - 8.000 €	44.000 - 64.000 €	Terminais transporte, prazas principais
Pantallas LED interiores 43"	12 units	2.200 - 3.500 €	26.400 - 42.000 €	Centros comerciais, oficinas turismo

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Cantidade	Custo Unitario	Custo Total	Xustificación
Media players profesionais	20 units	400 - 700 €	8.000 - 14.000 €	Reproductores contido
Instalación e montaxe	20 units	600 - 1.000 €	12.000 - 20.000 €	Soportes, cableado, montaxe
Software xestión digital signage	-	8.000 - 12.000 €	8.000 - 12.000 €	CMS contidos dinámicos
Licenzas software anual	-	3.600 - 6.000 €/ano	3.600 - 6.000 €/ano	20 pantallas
Conectividade (fibra/4G)	20 puntos	35 - 50 €/mes	8.400 - 12.000 €/ano	Actualización contidos tempo real
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			98.400 - 152.000 €	
TOTAL RECURRENTE ANUAL			12.000 - 18.000 €/ano	
Xestión contidos e mantemento				
Actualización contidos (diseñador part-time)			12.000 - 18.000 €/ano	Creación pezas visuais

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Cantidad	Custo Unitario	Custo Total	Xustificación
Mantemento técnico pantallas			6.000 - 10.000 €/año	Reparacións, actualizacións

Medida 17: Auditoría e Mellora da Cobertura de Conectividade no Destino

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
Auditoría (xa realizada en Fase 1)	Incluído	Completada	Acción preparatoria
Mellora conectividade zonas deficitarias			
Negociación e instalación repetidores (estimado 15-20 localizacións)	85.000 - 130.000 €	Única	Acordos operadoras, infraestrutura
Sistemas satelitais zonas remotas (5-8 localizacións)	35.000 - 55.000 €	Única	Starlink Business ou similar
Obra civil asociada (torretas, anclaxes)	25.000 - 40.000 €	Única	Segundo topografía
Proxecto técnico e dirección obra	12.000 - 18.000 €	Única	Enxeñeiro telecomunicacións
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	157.000 - 243.000 €		

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Custo Estimado	Periodicidade	Xustificación
Costes recurrentes conectividade			
Mantemento infraestrutura instalada	8.000 - 12.000 €/ano	Anual	Revisións, reparacións
Conectividad satelital (cuotas mensuais)	4.800 - 8.400 €/ano	Anual	Segundo plan contratado
TOTAL RECURRENTE	12.800 - 20.400 €/ano		

TOTAL EIXO 7:

- **Investición inicial (única):** 908.400 - 1.357.000 €
- **Costes recurrentes:** 127.600 - 193.800 €/año

RESUMEN TOTAL FASE 2

Costes de Inversión Inicial (Únicos)

Concepto	Investición Inicial
Eixo 5: Plataforma Web Única	313.300 - 474.000 €
Eixo 6: Comunicación e Xestión	48.800 - 78.200 €
Eixo 7: Infraestrutura Física	908.400 - 1.357.000 €
TOTAL INVERSIÓN INICIAIS FASE 2	1.270.500 - 1.909.200 €

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Costes Recorrentes Anuais Fase 2

Concepto	Ano 1 Fase 2	Ano 2+ Fase 2
Persoal interno	106.600 €	106.600 €
Servizos apoio (analista)	17.000 €	17.000 €
Continuidade Fase 1 (contidos, publicidade, campañas)	274.000 €	274.000 €
Eixe 5: Plataforma web (hosting, APIs)	11.100 €	31.100 €
Eixe 6: Licenzas CRM, Sello	20.000 €	20.000 €
Eixe 7: Infraestrutura física (conectividad, mantemento)	127.600 €	127.600 €
TOTAL RECURRENTE ANUAL FASE 2	556.300 €/ano	576.300 €/ano

Resumen Completo Fase 2 (estimación 12 meses implementación + 24 meses operación)

Concepto	Importe
Investicións iniciais (desenvolvemento, infraestrutura)	1.270.500 - 1.909.200 €
Ano 1 Fase 2 (implementación + operación)	556.300 €
Ano 2 Fase 2 (operación completa)	576.300 €
Ano 3 Fase 2 (operación completa)	576.300 €

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Importe
TOTAL FASE 2 (36 meses)	2.979.400 - 3.618.100 €

RESUMEN GLOBAL PLAN DE IMPLEMENTACIÓN COMPLETO (FASE 1 + FASE 2)

Concepto	Importe Total
FASE 1 (24 meses)	889.700 €
FASE 2 (36 meses)	2.979.400 - 3.618.100 €
TOTAL PLAN DE IMPLEMENTACIÓN (60 meses / 5 anos)	3.869.100 - 4.507.800 €
Media anual (considerando 5 anos)	773.800 - 901.600 €/ano

SOLUCIÓN INTERMEDIAS DE BAIXO CUSTO DURANTE FASE 1

Esta sección responde a unha realidade pragmática do contexto de xestión pública do destino turístico: a consecución de financiamento para inversións de envergadura como as contempladas na Fase 2 do plan de implementación —con necesidades presupuestarias que superan o millón de euros en infraestruturas tecnolóxicas e físicas— require habitualmente procesos de solicitude, avaliación e aprobación de subvencións europeas, estatais ou autonómicas que poden prolongarse durante meses ou incluso anos, xerando o risco de que o proxecto quede paralizado á espera de recursos económicos mentres o destino perde competitividade fronte a territorios que si están implementando estratexias dixitais activas. Para mitigar este risco e garantir que a transformación dixital do destino avance de forma continua independentemente dos tempos de aprobación de grandes paquetes de financiamento externa, plantea unha estratexia de solucións intermedias de baixo custo que permite implementar durante a Fase 1 versións funcionais —se ben máis limitadas— das infraestruturas dixitais previstas para a Fase 2, utilizando ferramentas comerciais accesíbeis, plataformas gratuítas de uso público e desenvolvementos técnicos mínimos que, combinados con traballo profesional estratéxicamente focalizado, proporcionan capacidades operativas reais a unha fracción do custo das solucións definitivas. O obxectivo fundamental deste enfoque non consiste en substituír permanentemente as infraestruturas robustas da Fase 2, senón en xerar valor inmediato para stakeholders e visitantes mentres se cumpren simultaneamente tres funcións estratéxicas esenciais: en primeiro lugar, validar empíricamente a demanda e utilidade de cada funcionalidade antes de comprometer inversións significativas, evitando desenvolvementos custosos que despois resulten infrautilizados; en segundo lugar, crear activos dixitais reutilizábeis —rutas mapeadas, bases de datos poboadas, contidos xerados, procesos establecidos— que posteriormente se migrarán ás plataformas definitivas, acelerando significativamente a súa posta en marcha e reducindo custos de implementación futura; e en terceiro lugar, demostrar ante organismos financiadores que existe uso real, demanda verificada e capacidade de xestión por parte do ente xestor, fortalecendo considerablemente as solicitudes de subvencións ao presentar non proxeccións teóricas senón evidencias de adopción efectiva que xustifican a investimento en escalado profesional. Esta estratexia de implementación progresiva transforma a aparente limitación presupuestaria nunha oportunidade de aprendizaxe organizativo, validación de mercado e xeración de argumentos sólidos que, cando chegue o momento de abordar a Fase 2, garantirán que

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

cada euro invertido responda a necesidades reais verificadas mediante experiencia práctica previa.

DESENVOLVEMENTO DE SOLUCIÓNS INTERMEDIAS POR ÁREAS FUNCIONAIS

1. Mapas e Rutas Turísticas Interactivas

A implementación de mapas e rutas turísticas interactivas mediante Google My Maps durante a Fase 1 constitúe unha solución provisional que cumpre directamente cos obxectivos establecidos na **Medida 10 do Eixo 5 (Implementación de Módulos Interactivos e API-First)**, anticipando de forma funcional, aínda que simplificada, a capacidade de ofrecer aos visitantes itinerarios dixitais accesíbeis, personalizábeis e enriquecidos con información contextual sobre puntos de interese do destino. Esta solución permite ao organismo xestor comezar inmediatamente o traballo estratéxico de identificación, documentación e testeo de rutas turísticas nas diferentes tipoloxías contempladas —enoturismo, natureza, patrimonio histórico-cultural, gastronomía—, labor que de calquera modo deberá realizarse antes de poboar a plataforma definitiva da Fase 2, polo que representa traballo necesario e non redundante que simplemente se adianta temporalmente. Google My Maps, pese ás súas limitacións fronte a un módulo de itinerarios desenvolvido a medida —principalmente a imposibilidade de personalización avanzada por parte do usuario final e a dependencia da estética e funcionalidades predefinidas por Google—, proporciona capacidades suficientes para os obxectivos da fase inicial: permite xeolocalizar con precisión puntos de interese, trazar percorridos sobre cartografía actualizada, engadir fotografías, descrições multilingües e enlaces a recursos externos, xerar códigos embebibles para integrar os mapas na web provisional do destino, e exportar datos en formatos estándar que posteriormente facilitarán a migración á plataforma definitiva. Crucialmente, esta solución permite validar con usuarios reais que rutas xeran maior interese, que información demandan os visitantes en cada punto, que dificultades atopan na navegación ou que melloras suxiren, proporcionando insights valiosos que informarán o deseño do módulo definitivo evitando desenvolvementos baseados en suposicións que despois non se correspondan con necesidades reais. O custo asociado a esta solución non radica na ferramenta —gratuita—, senón no traballo profesional de campo necesario para deseñar rutas atractivas e seguras, percorreralas fisicamente para verificar tempos, dificultades e puntos de interese reais, documentalas fotográficamente, redactar descrições atractivas nos tres idiomas do destino, e mantealas actualizadas conforme cambien condicións do terreo, accesibilidade de servizos ou dispoñibilidade de recursos turísticos vinculados.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

2. Comunicación e Xestión de Stakeholders

A implementación dun sistema básico de comunicación e xestión de stakeholders mediante a combinación de CRM comercial de baixo custo (HubSpot Starter ou similar) e plataforma de mensaxería profesional (Slack) durante a Fase 1 responde directamente aos obxectivos da **Medida 11 do Eixo 6 (Plataforma de Comunicación Centralizada Multifuncional)**, anticipando de forma operativa, aínda que menos integrada, as funcionalidades críticas de xestión de relacións, comunicación en tempo real e portal de actualizacións institucionais que a solución definitiva proporcionará de forma unificada. Esta aproximación intermedia resolve inmediatamente un dos problemas críticos identificados no diagnóstico: a dependencia actual de correos electrónicos dispersos, chamadas telefónicas reactivas e follas de cálculo fragmentadas para xestionar a comunicación con 21 concellos e decenas de operadores turísticos, situación que xera perdas de información, duplicidades, falta de seguimento estruturado e ausencia de memoria institucional. Un CRM básico, incluso nas súas versións gratuítas ou de entrada, permite centralizar contactos, rexistrar historial de interaccións, programar seguimentos automáticos, segmentar audiencias por tipoloxía (concellos, aloxamentos, restauración, actividades, etc.) e xerar informes básicos sobre o estado das relacións con stakeholders, transformando radicalmente a capacidade do organismo xestor de manter comunicación sistemática, personalizada e orientada a resultados. Paralelamente, unha plataforma de mensaxería profesional como Slack supera as limitacións evidentes de grupos de WhatsApp —mezcla de comunicacións profesionais e persoais, perda de mensaxes en conversas saturadas, imposibilidade de busca eficiente de información histórica, ausencia de estrutura organizativa— proporcionando canles temáticos diferenciados, capacidade de busca de conversas previas, integracións con outras ferramentas, posibilidade de compartir ficheiros organizadamente e profesionalismo nas comunicacións que reforza a percepción de seriedade do proxecto. Se ben estas ferramentas non están integradas entre si como o estaría a plataforma a medida da Fase 2, a súa combinación proporciona cobertura funcional suficiente para as necesidades da fase inicial, e crucialmente, permiten ao equipo do organismo xestor e aos stakeholders familiarizarse con procesos de comunicación dixital estruturada, xerando hábitos e expectativas que facilitarán enormemente a transición posterior á plataforma definitiva ao eliminar resistencias culturais ao cambio que son moito máis difíciles de superar que as barreiras técnicas.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

3. Compartición de Recursos e Arquivos

O establecemento dun sistema organizado de compartición de recursos visuais e documentais mediante plataformas de almacenamento en cloud profesional como Google Workspace Business ou Dropbox Business responde á necesidade identificada na **Medida 4 do Eixo 2 (Programa de Difusión Compartida)** de proporcionar a concellos e operadores turísticos acceso fácil, permanente e organizado a fotografías, vídeos, logotipos, plantillas gráficas e materiais promocionais producidos polo organismo xestor, superando a práctica actual de envíos de arquivos por correo electrónico que xeran múltiples versións dispersas, perdas de materiais cando cambia persoal, desactualización cando se producen novas versións e dificultade para localizar recursos específicos cando se necesitan. Aínda que unha plataforma de almacenamento en cloud comercial carece das funcionalidades avanzadas que tería un sistema de xestión de activos dixitais (DAM) desenvolvido a medida —como metadatos enriquecidos, busca por recoñecemento visual, control granular de versións ou xestión automatizada de dereitos de uso—, proporciona capacidades suficientes para resolver o problema fundamental: un repositorio centralizado, accesíbel desde calquera dispositivo e localización mediante credenciais, con estrutura de carpetas lóxica e comprensíbel, permisos diferenciados segundo niveis de acceso (só lectura para a maioría de usuarios, edición para o equipo xestor), sincronización automática que garante que todos accedan sempre ás versións máis actualizadas, e capacidade de compartir enlaces a recursos específicos sen necesidade de descargas masivas. A investimento nesta solución non radica tanto no custo das licenzas —relativamente baixo—, senón no traballo inicial de organización intelixente da estrutura de carpetas segundo criterios que faciliten a busca (por tipoloxía turística, por tempada, por formato, por idioma), migración ordenada de todos os arquivos existentes actualmente dispersos, establecemento de convencións de nomenclatura consistentes que permitan identificar rapidamente contidos, e formación de stakeholders no uso do sistema para maximizar a súa adopción. Este repositorio organizado non só resolve necesidades inmediatas da Fase 1, senón que constitúe un activo dixital permanente que se manterá e enriquecerá durante toda a vida do proxecto, migrándose posteriormente aos sistemas definitivos da Fase 2.

4. Xestión de Datos Turísticos

A implementación dun sistema estruturado de recollida, validación e xestión de datos turísticos mediante a combinación de formularios dixitais (Google Forms), bases de datos colaborativas (Airtable) e scripts de validación automatizada representa a solución intermedia aos obxectivos plantexados na **Medida 10 do Eixo 5**, especificamente en

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

relación co sistema de actualización automática de información mediante datos suministrados por entes xestores en formatos estandarizados. O diagnóstico identificou como deficiencia crítica a ausencia actual de protocolos sistematizados para a actualización de información turística, resultando en datos obsoletos en webs municipais, calendarios de eventos desactualizados e directorios de operadores con información errónea ou incompleta que danan a credibilidade do destino. Esta solución intermedia, aínda que careza das sofisticacións técnicas dunha API REST completa con validacións automáticas complexas e sincronización en tempo real, proporciona funcionalidades esenciais que transforman radicalmente a situación actual: formularios dixitais deseñados especificamente para cada tipo de información (eventos, recursos turísticos, datos de operadores) que estruturan a recollida garantindo que se proporcionen todos os campos necesarios, facilitando o proceso aos responsables municipais mediante interfaces intuitivas e traducidas aos idiomas locais; unha base de datos colaborativa en Airtable que, a diferenza de follas de cálculo Excel dispersas, centraliza toda a información nun único repositorio accesíbel con permisos diferenciados, permite establecer relacións entre táboas (vinculando eventos con concellos, operadores con servizos, etc.), xera vistas personalizadas segundo necesidades de cada usuario e facilita exportacións en múltiples formatos; e scripts de validación programados que, aínda que máis limitados que sistemas profesionais, poden detectar automaticamente erros comúns (datas en formato incorrecto, campos obrigatorios baleiros, URLs non funcionais, teléfonos con formato erróneo), xerando alertas que permiten corrección antes de que a información errónea se publique. Crucialmente, esta solución obriga a establecer xa durante a Fase 1 os procesos organizativos e as responsabilidades institucionais que determinarán o éxito futuro: definir que concello é responsable de actualizar que información, con que periodicidade, mediante que procedementos, con que prazos máximos de resposta, establecendo rutinas que posteriormente se manterán cando se migre a sistemas tecnoloxicamente máis sofisticados pero que dependerán igualmente da disciplina organizativa para funcionar efectivamente.

5. Web Informativa Básica

O desenvolvemento dunha páxina web profesional pero tecnicamente sinxela mediante WordPress durante a Fase 1 constitúe unha resposta provisional pero funcional aos obxectivos da **Medida 9 do Eixo 5 (Desenvolvemento e Integración da Plataforma Web)**, proporcionando ao destino turístico unha presenza dixital centralizada, actualizábel e optimizada para buscadores que supere as carencias identificadas no diagnóstico —

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

ausencia de portal unificado do destino, información dispersa en múltiples webs municipais desactualizadas, inexistencia de punto de referencia dixital para visitantes potenciais— sen requirir a investimento significativa que implica o desenvolvemento a medida da plataforma definitiva contemplada na Fase 2. WordPress, como sistema de xestión de contidos consolidado mundialmente, proporciona vantaxes estratéxicas para esta fase intermedia: ampla dispoñibilidade de desenvolvedores que poden implementalo a custos contidos, existencia de miles de plantillas profesionais e plugins que engaden funcionalidades sen desenvolvemento desde cero, facilidade de uso que permite ao equipo interno actualizar contidos sen dependencia constante de provedores externos, compatibilidade nativa con estándares de SEO que facilitan o posicionamento en buscadores, deseño responsive por defecto que garante experiencia óptima en dispositivos móbiles, e capacidade de integración mediante iframe ou código embebido dos mapas de Google My Maps, formularios de Google Forms e outros elementos desenvolvidos en paralelo. Aínda que esta solución web careza das funcionalidades avanzadas da plataforma definitiva —módulos interactivos complexos, personalización dinámica de contidos segundo perfil de usuario, integración nativa con sistemas CRM, motor de recomendacións baseado en intelixencia artificial—, cumpre as funcións esenciais desta fase: proporcionar información completa e actualizada sobre o destino transfronteirizo nos tres idiomas oficiais, presentar de forma atractiva e organizada a oferta turística por tipoloxías, facilitar o descubrimento de rutas e itinerarios mediante os mapas integrados, ofrecer un directorio consultábel de operadores turísticos, publicar novas e eventos que manteñan a web dinámica e relevante para SEO, e servir como destino das campañas de publicidade dixital e dos códigos QR da sinalética provisional, pechando así o círculo da estratexia dixital. A investimento en desenvolvemento, aínda que significativamente inferior á plataforma a medida, debe contemplar traballo profesional de deseño UX/UI que garanta usabilidade, redacción e tradución de contidos que comuniquen efectivamente o valor do destino, optimización SEO técnica que maximice visibilidade orgánica, e configuración de plugins premium que engadan funcionalidades específicas necesarias como o directorio de operadores ou formularios de contacto avanzados.

6. Analítica e Reporting

A configuración dun sistema completo de analítica dixital e xeración automatizada de informes mediante Google Analytics 4 e Looker Studio (anteriormente Google Data Studio) responde directamente aos obxectivos da **Medida 7 del Eixo 3 (Sistema de Analítica e Seguimiento en Tempo Real)**, proporcionando ao organismo xestor

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

capacidades profesionais de medición, análise e reporting sen os custos asociados a plataformas de pago ou desenvolvementos a medida, aproveitando que Google ofrece gratuitamente ferramentas de nivel empresarial como estratexia de ecosistema vinculada aos seus servizos publicitarios. Esta solución, lonxe de ser unha aproximación limitada ou amateur, constitúe de feito o estándar profesional utilizado pola maioría de destinos turísticos e empresas dixitais globalmente, proporcionando capacidades analíticas que superan as necesidades da Fase 1 e que se manterán como compoñente central mesmo na Fase 2. Google Analytics 4 permite rastrexar con precisión todo o comportamento de usuarios na web —páxinas visitadas, tempo de permanencia, percorridos de navegación, conversións definidas, orixe xeográfica e demográfica de visitantes, dispositivos utilizados, fontes de tráfico que os trouxeron— xerando información estratéxica esencial para optimizar continuamente tanto a web como as campañas de captación. Looker Studio, por súa banda, transforma estes datos brutos en dashboards visuais personalizados que presentan a información de forma comprensíbel, permitindo crear paneis diferenciados segundo audiencia: un dashboard executivo para dirección con KPIs principais, dashboards específicos por concello que mostran o tráfico e engagement xerado por contidos relacionados co seu territorio, dashboards de campañas que mostran rendemento de inversións publicitarias, e dashboards de contido que identifican que rutas, recursos ou tipoloxías turísticas xeran maior interese. A investimento necesaria nesta área non radica en licenzas —gratuitas— senón no traballo especializado de configuración inicial que require coñecementos técnicos específicos: implementación correcta do código de seguimento en todas as páxinas, definición de eventos personalizados que midan accións relevantes (descargas de rutas, clics en operadores do directorio, visualizacións de vídeos, envíos de formularios), configuración de conversións que midan obxectivos estratéxicos, creación de audiencias segmentadas, e especialmente, deseño dos dashboards personalizados que presenten a información de forma accionable e non como mera acumulación de datos incomprensíbeis. Estes dashboards, un xe configurados, actualízanse automaticamente con datos en tempo real, eliminando o traballo manual de xeración de informes e permitindo que o analista de datos externo presupostado se concentre en interpretación estratéxica e recomendacións en lugar de en tarefas mecánicas de recopilación.

7. Gestión de Eventos y Coordinación

O establecemento dun sistema organizado de xestión de eventos, formacións e encontros de coordinación mediante a combinación de Google Calendar, formularios de inscrición e plataforma profesional de videoconferencias como Zoom responde a

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

necesidades operativas esenciais do plan de implementación, particularmente as derivadas da **Medida 5 do Eixo 2 (Creación de Foros e Mesas de Coordinación)** e de todo o **Eixo 4 (Capacitación e Empoderamento)**, proporcionando infraestrutura dixital que facilite a organización eficiente dos encontros trimestrais con concellos, os talleres formativos para operadores e entes xestores, e as sesións de seguimento e coordinación necesarias para manter o proxecto aliñado e avanzando. A solución mediante Google Calendar permite crear calendarios compartidos onde todos os stakeholders podan visualizar próximos eventos sen necesidade de comunicacións individuais repetitivas, sincronizándose automaticamente cos seus dispositivos e enviando recordatorios previos configurábeis que reducen significativamente as ausencias por esquecemento. Os formularios de Google Forms vinculados a cada evento permiten xestionar inscricións de forma ordenada, recopilar información necesaria de participantes (datos de contacto, concello ou empresa representada, necesidades específicas de accesibilidade), controlar aforos e xerar automaticamente listas de asistentes confirmados. A plataforma Zoom, aínda que de pago na súa versión profesional necesaria para webinars con máis de 100 participantes e grabación en cloud, proporciona capacidades esenciais que xustifican amplamente o seu custo: realización de webinars formativos sen desprazamentos físicos que facilitan a participación de concellos remotos, grabación automática de todas as sesións que posteriormente se suben ao canal YouTube do destino como recurso formativo permanente accesíbel para quen non puido asistir en directo ou desexa repasar contidos, funcionalidades de chat que permiten preguntas durante as sesións, enquisas integradas para recoller feedback inmediato, e salas paralelas que en talleres presenciais híbridos permiten dividir participantes en grupos de traballo. A investimento nesta área inclúe non só as licenzas de Zoom senón tamén o traballo técnico de configuración de conta corporativa con branding do destino, creación de salas recorrentes para eventos regulares, formación do equipo no uso de funcionalidades avanzadas, e especialmente o traballo de grabación, edición básica e publicación das sesións formativas que multiplica exponencialmente o valor de cada euro invertido en formación ao converter eventos únicos en recursos educativos permanentes.

8. Señalética Dixital Provisional con Códigos QR

A implementación dun sistema provisional de señalética dixital mediante códigos QR impresos en pegatinas ou sinais de baixo custo constitúe unha anticipación estratéxica da **Medida 13 do Eixo 7 (Programa de Señalética Turística Unificada)** que, aínda que careza da robustez, estética integrada e durabilidade da señalética definitiva en materiais resistentes a intemperie con deseño profesional unificado, permite validar

VISIT_RIO_MINHO_PLUS






inmediatamente conceptos fundamentais e xerar aprendizaxes críticos antes de comprometer inversións significativas en infraestrutura física permanente. Esta aproximación provisional persegue múltiples obxectivos estratéxicos: en primeiro lugar, testear con usuarios reais se efectivamente escanean códigos QR cando os atopan en localizacións turísticas, validando a suposición de que esta tecnoloxía —ampliamente adoptada desde a pandemia— resulta intuitiva e útil para visitantes do destino; en segundo lugar, identificar mediante analítica de clics que localizacións xeran maior interacción, permitindo priorizar inversións definitivas nos aqueles puntos onde se demostra empíricamente que os visitantes buscan información; en terceiro lugar, validar que tipo de información demandan en cada contexto —nun miradoiro queren saber que están vendo e rutas próximas, nun monumento histórico buscan contexto cultural, en zonas de servizos necesitan horarios e contactos— refinando así os contidos que posteriormente se integrarán na plataforma definitiva; e en cuarto lugar, familiarizar á poboación local e aos visitantes coa mecánica de escanear códigos para acceder á información ampliada, xerando hábitos de uso que facilitarán a adopción da sinalética definitiva cando se implemente. A solución técnica implica xerar códigos QR personalizados que incorporen o logotipo do destino mantendo funcionalidade, vincularlos a URLs acurtadas mediante servizos profesionais como Bitly Pro que permiten posteriormente modificar o destino sen cambiar o código físico (proporcionando flexibilidade para actualizar contidos), deseñar landing pages específicas para cada localización que ofrezan información contextualizada relevante, e imprimir as sinais provisoriais en materiais de custo contido pero suficiente resistencia para permanecer lexíbeis durante os meses ou anos que transcorren ata a implantación definitiva. A coordinación cos 21 concellos para identificar localizacións estratéxicas, obter permisos de instalación e xestionar a colocación física destas sinais provisoriais constitúe un ensaio xeral do proceso de coordinación que posteriormente requirirá a instalación da sinalética definitiva, permitindo identificar anticipadamente posíbeis resistencias, requerimentos burocráticos específicos de cada concello ou dificultades loxísticas que poden resolverse con antelación.

Estas oito áreas de solucións intermedias, implementadas de forma coordinada durante a Fase 1, proporcionan ao destino turístico transfronteirizo do Río Minho capacidades dixitais operativas reais que transforman sustancialmente a situación actual identificada no diagnóstico, xerando valor inmediato para visitantes e stakeholders mentres se constrúen simultaneamente os fundamentos organizativos, os activos de contido e as evidencias de demanda que xustificarán e facilitarán a implementación exitosa da Fase 2 cando se asegure o seu financiamento.

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

No Caso de Optar por esta Solución, o Cronograma Quedaría da Segueinte Maneira.

Leyenda de Códigos Visuais:

-  **VERDELO:** Accións principais obrigatorias Fase 1
-  **NARANXA:** Campañas de alto impacto
-  **VERDE:** Formación
-  **AZUL:** Solucións intermedias (anticipan Fase 2 con baixo custo)
-  **MOURO:** Hito de avaliación/decisión

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

ACCIÓN / MEDIDA	T1 (M1-3)	T2 (M4-6)	T3 (M7-9)	T4 (M10-12)	T5 (M13-15)	T6 (M16-18)	T7 (M19-21)	T8 (M22-24)
FASE 1: CONSOLIDACIÓN DO LIDERADO DIXITAL								
EIXO 1: POSICIONAMENTO COMO CENTRO NEURÁLXICO PROMOCIONAL								
M1.1: Revisión identidade marca								
M1.2: Contratación equipo profesional								
M1.2: Producción contido constante								
M1.3: Optimización perfís redes sociais								
M1.3: Publicación contido regular								
M1.3: Campañas publicidade dixital								
M1.3: Colaboracións influencers locais								
M1.3: Colaboracións influencers mercados clave								
M1.3: Análise datos e axuste estratexia								
EIXO 2: COLABORACIÓN ESTRATÉXICA COS CONCELLOS								
M2.4: Creación banco recursos compartidos								
M2.4: Acordos difusión compartida concellos								
M2.4: Cross-posting coordinado								
M2.5: Foros coordinación trimestrais								
M2.5: Presentación métricas								
M2.6: Apoio presenza dixital municipal								

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

ACCIÓN / MEDIDA	T1 (M1-3)	T2 (M4-6)	T3 (M7-9)	T4 (M10-12)	T5 (M13-15)	T6 (M16-18)	T7 (M19-21)	T8 (M22-24)
EIXO 3: XERACIÓN DE IMPACTO MEDIBLE								
M3.7: Configuración dashboards analítica								
M3.7: Monitorización KPIs continua								
M3.7: Informes mensuais a concellos								
M3.8: CAMPAÑA ALTO IMPACTO 1								
M3.8: CAMPAÑA ALTO IMPACTO 2								
M3.8: CAMPAÑA ALTO IMPACTO 3 (si presupuesto)								
M3.8: Medición e comunicación resultados campañas								
EIXO 4: FORMACIÓNS								
Prioridade 0: IA Fundamentos (videos YouTube)								
Prioridade 1: Xestión e Automatización								
Prioridade 2: Presenza Dixital								
Prioridade 3-4: Atención y Accesibilidade								

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

ACCIÓN / MEDIDA	T1 (M1-3)	T2 (M4-6)	T3 (M7-9)	T4 (M10-12)	T5 (M13-15)	T6 (M16-18)	T7 (M19-21)	T8 (M22-24)
SOLUCIÓN INTERMEDIAS (Anticipan Fase 2)								
1. MAPAS E RUTAS INTERACTIVAS								
Investigación e deseño 15-20 rutas temáticas								
Mapeo POIs (150-200 puntos de interese)								
Creación mapas Google My Maps								
Redacción descrições multilingües								
Testeo rutas no campo								
Integración mapas en web provisional								
Publicación e promoción rutas								
2. WEB BÁSICA WORDPRESS								
Diseño UX/UI web WordPress								
Desenvolvemento plantilla WordPress								
Redacción contidos principais								
Tradución contidos (GL/PT)								
Desenvolvemento módulo directorio operadores								
Optimización SEO on-page								
Lanzamento web								
Actualización contidos continua								

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

ACCIÓN / MEDIDA	T1 (M1-3)	T2 (M4-6)	T3 (M7-9)	T4 (M10-12)	T5 (M13-15)	T6 (M16-18)	T7 (M19-21)	T8 (M22-24)
3. COMUNICACIÓN CON STAKEHOLDERS								
Configuración CRM (HubSpot Starter)								
Importación contactos existentes								
Configuración Slack canales por concello								
Formación equipo interno ferramentas								
Onboarding concellos e operadores								
Uso operativo continuo								
4. RECURSOS COMPARTIDOS (Cloud)								
Contratación Google Workspace Business								
Estructuración carpetas e permisos								
Migración archivos existentes								
Catalogación banco recursos visuais								
Formación stakeholders uso								
Xestión continua recursos								
5. XESTIÓN DE DATOS TURÍSTICOS								
Diseño formularios recollida datos								
Desenvolvemento base datos Airtable								
Programación scripts validación								
Poboación inicial base datos								
Formación concellos actualización datos								
Auditorías trimestrais calidade datos								

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

ACCIÓN / MEDIDA	T1 (M1-3)	T2 (M4-6)	T3 (M7-9)	T4 (M10-12)	T5 (M13-15)	T6 (M16-18)	T7 (M19-21)	T8 (M22-24)
6. ANALÍTICA E REPORTING								
Configuración Google Analytics 4								
Diseño dashboards Looker Studio								
Plantillas informes concellos								
Xeración informes automáticos								
7. EVENTOS E COORDINACIÓN								
Configuración Google Calendar compartido								
Contratación Zoom Pro								
Sistema inscricións eventos								
Grabación e edición webinars/talleres								
Publicación grabacións YouTube								
8. SEÑALÉTICA PROVISIONAL QR								
Diseño códigos QR personalizados								
Contratación Bitly Pro xestión URLs								
Creación landing pages por localización								
Producción pegatinas/señais provisionais								
Coordinación instalación 21 concellos								
Instalación e testeo QR								
Analítica escaneos e optimización								
♦ ♦ ♦ HITO AVALIACIÓN PASO FASE 1 → FASE 2								
<i>Avaliación: engagement, adhesión concellos, uso solucións intermedias, financiación dispoñíbel</i>								

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

PRESUPUESTOS SOLUCIONES INTERMEDIAS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
MAPAS E RUTAS TURÍSTICAS						
Mapas interactivos con POIs	Google My Maps	0 €	Investigación, mapeo puntos interese 21 concellos, xeolocalización, fotografías, textos descriptivos (ES/GL/PT)	8.000 - 12.000 €	8.000 - 12.000 € (única)	~150-200 POIs a mapear
Creación itinerarios temáticos (15-20 rutas)	Google My Maps	0 €	Diseño rutas (campo), testeo recorridos, redacción descripciones,	12.000 - 18.000 €	12.000 - 18.000 € (única)	Enoturismo, natureza, patrimonio, gastronómico

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
			estimación tempos, dificultade, accesibilidade, fotografía			
Integración mapas en web sinxela	Google Sites / iframe	0 - 150 €/ano	Configuración embebido, diseño páxina aterrizaxe, SEO básico	800 - 1.500 €	800 - 1.650 € (inicial + ano 1)	Traballo deseñador web
Actualización/mantemento anual	-	0 €	Revisión rutas, actualización info, novos POIs	2.000 - 3.500 €/ano	2.000 - 3.500 €/ano	A partir ano 2
Subtotal Mapas/Rutas		0 - 150 €/ano		20.800 - 31.500 € (inicial)	20.800 - 33.150 € (ano 1)	

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
					+ 2.000 - 3.500 €/ano (anos seguintes)	
COMUNICACIÓN E XESTIÓN STAKEHOLDERS						
CRM básico configurado	HubSpot Free/Starter	0 - 3.600 €/ano	Configuración inicial, personalización campos, importación contactos, fluxos traballo, formación equipo	2.500 - 4.000 €	2.500 - 7.600 € (ano 1)	Consultor CRM

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
Canal comunicación profesional	Slack Pro	1.200 - 2.400 €/ano	Configuración canles por concello, permisos, integracións, onboarding usuarios, formación	1.500 - 2.500 €	2.700 - 4.900 € (ano 1)	Inclúe formación stakeholders
Portal novidades/comunicacións	WordPress blog + Mailchimp	300 - 1.200 €/ano	Deseño plantillas newsletters, configuración blog, categorización, automatizacións	2.000 - 3.500 €	2.300 - 4.700 € (ano 1)	Deseñador + desenvolvedor
Xestión comunicacións mensual	-	0 €	Moderación canles, respostas consultas, newsletters (traballo interno)	Incluído persoal interno	-	Community manager + coordinador

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Trabalho	COSTE TOTAL	Observacións
Subtotal Comunicación		1.500 - 7.200 €/ano		6.000 - 10.000 € (inicial)	7.500 - 17.200 € (ano 1)	+ 1.500 - 7.200 €/ano (anos seguintes)
					+ 1.500 - 7.200 €/ano (anos seguintes)	
COMPARTIR RECURSOS E ARCHIVOS						
Almacenamento cloud organizado	Google Workspace Business	720 - 1.440 €/ano	Estructuración carpetas, permisos por concello/operador, migración arquivos	1.500 - 2.500 €	2.220 - 3.940 € (ano 1)	Técnico sistemas

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
			existentes, manual uso			
Banco recursos visuais catalogado	-	Incluído Workspace	Organización por categorías, etiquetado, metadatos, instrucións descarga, dereitos uso	2.000 - 3.500 €	2.000 - 3.500 € (única)	Documentalista/archivador dixital
Subtotal Recursos		720 - 1.440 €/ano		3.500 - 6.000 € (inicial)	4.220 - 7.440 € (ano 1)	
					+ 720 - 1.440	

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
					€/ano (anos seguintes)	
RECOGIDA E XESTIÓN DATOS TURÍSTICOS						
Formularios recollida datos	Google Forms	0 €	Deseño formularios (eventos, operadores, recursos), lóxica condicional, traducións (ES/GL/PT)	1.200 - 2.000 €	1.200 - 2.000 € (única)	Deseñador formularios
Base de datos colaborativa	Airtable Plus	240 - 600 €/ano	Deseño estrutura base de datos, relacións táboas,	3.000 - 5.000 €	3.240 - 5.600 € (ano 1)	Consultor Airtable/bases de datos

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
			vistas personalizadas, permisos, formación usuarios			
Scripts validación automática	Google Apps Script	0 €	Programación scripts validación campos, alertas datos obsoletos, notificacións automáticas	2.500 - 4.000 €	2.500 - 4.000 € (única)	Programador
Poboación inicial base de datos	-	0 €	Migración datos existentes, normalización, limpeza, verificación	3.000 - 5.000 €	3.000 - 5.000 € (única)	Técnico datos + becario

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
Mantemento e auditorías	-	0 €	Revisión trimestral calidade datos, correccións	2.000 - 3.500 €/ano	2.000 - 3.500 €/ano	A partir ano 1
Subtotal Xestión Datos		240 - 600 €/ano		9.700 - 16.000 € (inicial)	9.940 - 16.600 € (ano 1)	
					+ 2.240 - 4.100 €/ano (anos seguintes)	
WEB BÁSICA INFORMATIVA						

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
Desenvolvemento web WordPress profesional	Hosting	300 - 800 €/ano	Deseño UX/UI, desenvolvemento plantilla custom, responsive, SEO on-page, plugins premium, migracións contido	4.500 - 7.500 €	4.800 - 8.300 € (ano 1)	Desenvolvedor web senior
Módulo directorio operadores	Plugin directorio	150 - 300 € (única)	Configuración plugin, personalización campos, importación operadores, deseño fichas	1.500 - 2.500 €	1.650 - 2.800 € (única)	Desenvolvedor WordPress
Contidos web iniciais	-	0 €	Redacción textos principais (10-15 páxinas), tradución	3.500 - 6.000 €	3.500 - 6.000 € (única)	Copywriter + tradutor

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
			GL/PT, optimización SEO, fotografía			
Actualización contidos mensual	-	0 €	Publicación novas, eventos, actualizacións (traballo interno)	Incluído persoal interno	-	Community Manager
Mantemento técnico anual	-	0 €	Actualizacións WordPress/plugins, backups, seguridade, correccións	800 - 1.500 €/ano	800 - 1.500 €/ano	A partir do ano 2
Subtotal Web		450 - 1.100 €/ano		9.500 - 16.000 € (inicial)	9.950 - 17.100 € (ano 1)	

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
					+ 1.250 - 2.600 €/ano (anos seguintes)	
ANALÍTICA E REPORTING						
Configuración Google Analytics 4	Google Analytics 4	0 €	Configuración completa GA4, eventos, conversiones, audiencias, filtros	1.500 - 2.500 €	1.500 - 2.500 € (única)	Especialista analítica
Dashboards Looker Studio	Looker Studio	0 €	Diseño 5-8 dashboards personalizados (xeral, redes, web,	2.500 - 4.000 €	2.500 - 4.000 € (única)	Analista datos + diseñador

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
			concellos), automatización			
Plantillas informes concellos	-	0 €	Deseño plantillas informes mensuais automatizados por concello	1.000 - 1.800 €	1.000 - 1.800 € (única)	Analista datos
Xeración informes mensual	-	0 €	Análise datos, xeración informes, envío concellos (pode externalizarse)	Incluído analista externo (xa presupostado)	-	Ver costes persoal
Subtotal Analítica		0 €		5.000 - 8.300 € (inicial)	5.000 - 8.300 € (única)	

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
					0 €/ano (recurrente)	
EVENTOS COORDINACIÓN E						
Sistema xestión eventos	Google Calendar + Forms + Eventbrite	0 €	Configuración calendarios compartidos, formularios inscrición, automatizacións corréu confirmación	800 - 1.500 €	800 - 1.500 € (única)	Técnico office
Plataforma webinars profesional	Zoom Pro	1.800 - 3.000 €/ano	Configuración conta, salas recorrentes, grabacións	500 - 800 €	2.300 - 3.800 € (ano 1)	Técnico audiovisual

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
			automáticas, branding			
Grabación e edición talleres	-	0 €	Grabación, edición básica, subtitulado, subida YouTube	150 - 300 €/taller	1.500 - 3.000 €/ano	10 talleres/ano
Subtotal Eventos		1.800 - 3.000 €/ano		2.800 - 5.300 € (inicial + ano 1)	4.600 - 8.300 € (ano 1)	
					+ 3.300 - 6.000 €/ano (anos seguintes)	

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
SEÑALÉTICA DIXITAL PROVISIONAL						
Códigos QR estratéxicos (100 localizacións)	Xerador QR gratuito	0 €	Deseño QR personalizado con logo destino, creación landing pages destino, testeo	2.000 - 3.500 €	2.000 - 3.500 € (única)	
Impresión pegatinas/señais provisoriais	Imprenta	800 - 1.500 €	Deseño layout pegatinas, instrucións instalación, coordinación 21 concellos	1.200 - 2.000 €	2.000 - 3.500 € (única)	

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Funcionalidade	Ferramenta	Custo Ferramenta	Traballo Profesional Requerido	Custo Traballo	COSTE TOTAL	Observacións
Sistema acurtador URLs profesional	Bitly Pro	300 - 400 €/ano	Configuración dominio propio, estrutura URLs, analítica clics	400 - 700 €	700 - 1.100 € (ano 1)	
Subtotal Señalética Provisional		300 - 400 €/ano		3.600 - 6.200 € (inicial)	4.700 - 7.100 € (ano 1)	
					+ 300 - 400 €/ano (anos seguintes)	

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

RESUMEN SOLUCIÓN INTERMEDIAS

INVESTICIÓN INICIAL (ANO 1)

Área	Custo Ferramentas	Custo Profesional	Traballo	TOTAL ANO 1
Mapas e rutas turísticas	0 - 150 €	20.800 - 31.500 €		20.800 - 31.650 €
Comunicación stakeholders	1.500 - 7.200 €	6.000 - 10.000 €		7.500 - 17.200 €
Recursos compartidos	720 - 1.440 €	3.500 - 6.000 €		4.220 - 7.440 €
Xestión datos	240 - 600 €	9.700 - 16.000 €		9.940 - 16.600 €
Web básica profesional	450 - 1.100 €	9.500 - 16.000 €		9.950 - 17.100 €
Analítica e reporting	0 €	5.000 - 8.300 €		5.000 - 8.300 €
Eventos e coordinación	1.800 - 3.000 €	2.800 - 5.300 €		4.600 - 8.300 €
Señalética provisional	300 - 400 €	3.600 - 6.200 €		4.700 - 7.100 €
TOTAL INVERSIÓN ANO 1	5.010 - 13.890 €	60.900 - 98.900 €		66.710 - 113.690 €

COSTES RECURRENTE ANUAIS (ANO 2 EN ADELANTE)

Área	Custo Ferramentas	Custo Profesional	Traballo	TOTAL RECURRENTE/ANO
Mapas e rutas (actualización)	0 €	2.000 - 3.500 €		2.000 - 3.500 €

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Área	Custo Ferramentas	Custo Profesional	Traballo	TOTAL RECURRENTE/ANO
Comunicación stakeholders	1.500 - 7.200 €	0 € (xestión interna)		1.500 - 7.200 €
Recursos compartidos	720 - 1.440 €	0 € (xestión interna)		720 - 1.440 €
Xestión datos (auditorías)	240 - 600 €	2.000 - 3.500 €		2.240 - 4.100 €
Web (mantemento)	450 - 1.100 €	800 - 1.500 €		1.250 - 2.600 €
Analítica	0 €	0 € (analista xa presupostado)		0 €
Eventos	1.800 - 3.000 €	1.500 - 3.000 €		3.300 - 6.000 €
Señalética provisional	300 - 400 €	0 €		300 - 400 €
TOTAL RECURRENTE ANUAL	5.010 - 13.740 €	6.300 - 11.500 €		11.310 - 25.240 €/ano

COMPARATIVA ACTUALIZADA: SOLUCIÓNS INTERMEDIAS vs FASE 2

Concepto	Solucións Intermedias (REAL)	Fase Completa	Ahorro	% Ahorro
Investición inicial	66.710 - 113.690 €	1.270.500 €	1.156.810 - 1.203.790 €	91-94%

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

Concepto	Soluciones Intermedias (REAL)	Fase 2 Completa	Ahorro	% Ahorro
Custo anual recurrente	11.310 - 25.240 €/ano	556.300 €/ano	531.060 - 544.990 €/ano	95-96%
Custo total 3 anos	89.330 - 164.170 €	1.939.400 €	1.775.230 - 1.850.070 €	92-95%

CONCLUSIÓNS E RECOMENDACIÓNS FINAIS

O presente Plan de Implementación para a Transformación Dixital do Destino Turístico Transfronteirizo do Río Minho responde a unha realidade incontestábel identificada mediante diagnóstico exhaustivo: o territorio dispón de activos turísticos de calidade excepcional —patrimonio natural único, riqueza cultural transfronteiriza, oferta enoturística consolidada, autenticidade preservada—, pero carece da infraestrutura dixital, a coordinación institucional e as capacidades técnicas necesarias para converter este potencial en visibilidade efectiva, captación de visitantes e competitividade sostíbel nun mercado turístico crescentemente dixitalizado onde destinos competidores fixeron inversións significativas en presenza online, experiencia dixital do visitante e xestión intelixente de datos. A fragmentación actual do ecosistema turístico —21 concellos comunicando de forma illada sen narrativa compartida, operadores xestionando a súa promoción de forma individual sen aproveitar sinerxías territoriais, ausencia de plataformas centralizadas que faciliten o descubrimento e planificación de visitas— xera ineficiencias graves que malgastan recursos limitados en iniciativas dispersas de impacto marxinal, mentres o destino como conxunto permanece invisible para mercados emisores potenciais que descoñecen a súa existencia ou non dispoñen de información organizada suficiente para consideralo nas súas decisións de viaxe.

A proposta estratéxica presentada neste plan supera aproximacións convencionais que concentran inversións masivas en desenvolvementos tecnolóxicos ambiciosos sen verificar previamente demanda real nin asegurar capacidades organizativas para a súa xestión sostíbel, optando en cambio por un modelo bifásico que prioriza intelixentemente accións segundo a súa contribución a obxectivos inmediatos verificábeis, a súa viabilidade presupuestaria e o seu potencial para xerar evidencias empíricas que xustifiquen inversións posteriores de maior envergadura. A Fase 1, centrada na consolidación do liderado dixital do organismo xestor mediante presenza activa en redes sociais, produción profesional de contidos, campañas de alto impacto e capacitación do ecosistema, constitúe a base imprescindible sen a cal calquera infraestrutura tecnolóxica posterior carecería de audiencia que a utilice, contidos que a alimenten ou actores locais capacitados para xestionála eficazmente. Esta fase non representa un período de espera pasiva ata conseguir financiamento para "o importante", senón a construción activa dos cimientos estratéxicos, relacionais e de contido sobre os que posteriormente se erixirán plataformas dixitais sofisticadas o éxito das cales dependerá directamente da solidez destes fundamentos: unha comunidade dixital comprometida construída durante meses de interacción continua, unha rede de concellos e operadores convencidos do valor da colaboración mediante resultados

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

tanxibles experimentados, un repositorio rico de rutas documentadas e datos actualizados xerado mediante traballo sistemático, e un equipo xestor que desenvolveu competencias operativas mediante práctica real.

A integración de solucións intermedias de baixo custo durante a Fase 1 —mapas interactivos mediante Google My Maps, web funcional en WordPress, CRM comercial accesíbel, almacenamento en cloud profesional, señalética provisional con códigos QR— constitúe unha innovación estratéxica esencial do plan que diferencia radicalmente esta proposta de planificación tradicional que establecen dependencias absolutas entre dispoñibilidade de grandes inversións e capacidade de xerar valor. Estas solucións, aínda que tecnicamente menos sofisticadas que as contempladas na Fase 2, proporcionan funcionalidades operativas reais desde o inicio do proxecto, permitindo que visitantes potenciais descubran rutas, os concellos compartan recursos, os operadores xestionen relacións co ente xestor, e que o equipo analice datos para optimizar estratexias, todo elo con inversións contidas que representan menos do 10% do custo das infraestruturas definitivas. Crucialmente, esta aproximación transforma a aparente limitación de ausencia de financiamento inicial en vantaxe estratéxica mediante tres mecanismos: en primeiro lugar, permite validar con usuarios reais que funcionalidades xeran verdadeiro valor antes de desenvovelas profesionalmente, evitando inversións custosas en características que despois resulten infrautilizadas. En segundo lugar, xera activos dixitais reutilizábeis —rutas mapeadas, bases de datos poboadas, procesos establecidos, comunidades construídas— que acelerarán drasticamente a implementación da Fase 2 ao proporcionar contidos e usuarios desde o primeiro día. En terceiro lugar, proporciona evidencias empíricas documentadas mediante métricas obxectivas que fortalecen extraordinariamente solicitudes de financiamento ao demostrar ante organismos avaliadores non proxeccións teóricas senón realidades verificábeis de adopción, uso e demanda insatisfecha que xustifican inversións de escalado.

O enfoque colaborativo que permea todo o plan, concretando o modelo de gobernanza do destino mediante mecanismos operativos específicos —foros trimestrais de coordinación, protocolos de actualización de datos, difusión compartida de contidos, formacións conxuntas— non constitúe retórica institucional baleira, senón arquitectura relacional imprescindible para a sostibilidade do modelo proposto. A experiencia internacional de destinos turísticos intelixentes exitosos demostra consistentemente que a sofisticación tecnolóxica sen adhesión activa de stakeholders xera plataformas infrautilizadas e datos obsoletos que fracasan nos seus obxectivos, mentres que proxectos con tecnoloxía máis modesta, pero participación entusiasta do ecosistema local, xeran resultados sostidos porque responden a necesidades reais e contan con actores comprometidos no seu mantemento. A investimento significativa contemplada

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

en capacitación —máis de 40.000 euros en formacións durante a Fase 1— reflicte o recoñecemento estratéxico de que as carencias actuais non son fundamentalmente tecnolóxicas senón de competencias dixitais, cultura colaborativa e comprensión do valor da xestión baseada en datos, brechas que ningunha plataforma pode resolver automaticamente pero que, un xe superadas mediante formación sistemática e acompañamento próximo, transforman radicalmente as capacidades do territorio independentemente das ferramentas específicas dispoñíbeis.

A continuación, o resto do texto proporcionado, traducido integralmente ao galego. Como non hai táboas neste fragmento, preséntao como párrafos estruturados, mantendo a coherencia coas seccións anteriores (e.g., en **negrita** para subtítulos se aplica). Se tes as recomendacións numeradas (1-6) ou máis contido, engádeas para traducilas.

A viabilidade presupuestaria do plan, con costes estimados de aproximadamente 890.000 euros para a Fase 1 completa (24 meses) e entre 2.980.000-3.620.000 euros para a Fase 2 (36 meses), sitúa o proxecto en rangos coherentes con iniciativas comparables de transformación dixital de destinos turísticos en España e Portugal, significativamente inferiores a desenvolvementos de Destinos Turísticos Intelixentes de referencia que superaron os 5-8 millóns de euros pero que operan en territorios con maior volume turístico e capacidades presupuestarias superiores. A estrutura de costes proposta, diferenciando claramente inversións iniciais únicas de gastos recorrentes anuais, facilita a identificación de liñas de financiamento apropiadas: fondos europeos FEDER para infraestruturas tecnolóxicas permanentes da Fase 2, programas de transformación dixital empresarial para formacións, axudas de cooperación transfronteiriza Interreg para accións coordinadas entre España e Portugal, e orzamentos ordinarios de entidades supramunicipais para costes de persoal e operación continua. A flexibilidade do modelo bifásico permite, ademais, adaptar os tempos e alcance segundo dispoñibilidade presupuestaria real, podendo iniciarse a Fase 1 con orzamentos axustados que prioricen accións de maior impacto e retrasando desenvolvementos tecnolóxicos complexos ata asegurar financiamento específico, sen que esta adaptación comprometa a xeración de valor nin a progresión cara a obxectivos estratéxicos.

As estimacións presupuestarias presentadas, baseadas en valores de mercado actualizados e incluíndo marxes realistas de costes xerais e beneficio industrial de provedores, proporcionan referencias sólidas para solicitudes de financiamento que superarán escrutinio técnico de avaliadores, evitando infrapresupostacións que despois xeraren desviacións inasumíbeis ou sobrepresupostacións que resten competitividade ás solicitudes. A diferenciación entre escenarios de investimento nas solucións

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

intermedias permite ademais unha adaptación táctica segundo recursos efectivamente dispoñíbeis, garantindo que mesmo con restricións severas se podan implementar versións funcionais que xeraren valor real.

A sostibilidade do modelo proposto non depende de financiamento ilimitado perpetuo senón do establecemento durante as fases iniciais de procesos, capacidades e relacións que despois se autoalimenten mediante valor xerado e percibido. Un xe os concellos experimenten incrementos medíbeis de visibilidade turística atribuíbeis á súa participación na estratexia conxunta, a colaboración deixará de requerir convencemento continuo para converterse en práctica institucionalizada por interese propio. Igualmente, un xe os operadores constaten que as formacións recibidas melloran a súa xestión e as ferramentas proporcionadas facilitan a súa promoción, a adopción de innovacións futuras atoparán menor resistencia ao existir confianza baseada en experiencias previas. Este tránsito desde modelos de dependencia externa cara á autonomía operativa constitúe o obxectivo implícito de toda a arquitectura do plan, visible na insistencia en formación fronte á mera provisión de servizos, na priorización de ferramentas comerciais estándar que o equipo poida xestionar fronte a desenvolvementos a medida que requiren mantemento especializado perpetuo, e no énfasis en xeración de contidos propios fronte a dependencia de producións externas continuas.

Á luz do análise desenvolvida e a proposta presentada, formula as seguintes recomendacións críticas para maximizar probabilidades de éxito do plan de implementación:

1. Assegurar o compromiso político explícito das administracións supramunicipais competentes —deputacións provinciais, comunidades autónomas, estruturas de cooperación transfronteirizas— mediante acordos formais que garantan a continuidade do proxecto máis alá dos ciclos electorais e cambios de goberno, incluíndo compromisos presupuestarios plurianuais que proporcionen certidume financeira mínima para planificación de medio prazo. A experiencia de proxectos similares demostra que a maior ameaza para a súa sostibilidade non radica en carencias técnicas senón en discontinuidades políticas que interrompen iniciativas en fases críticas cando aínda non xeraron resultados visibles suficientes para defenderse mediante apoio cidadán.
2. Activar os procedementos administrativos necesarios para o arranque do plan de implementación coa máxima celeridade que permitan os marcos normativos e presupuestarios aplicábeis. O entorno dixital caracterízase por unha evolución acelerada que non admite demoras estratéxicas. Os algoritmos de plataformas

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

sociais cambian constantemente, xurden novos canais de comunicación de forma continua, as preferencias e comportamentos de usuarios modifícanse sen aviso previo. As tendencias virais xurden de forma imprevisíbel e redefinen as regras de visibilidade dixital. Este ecosistema dinámico penaliza severamente a demora e recompensa a acción temprana mediante vantaxes de posicionamento difícilmente recuperábeis posteriormente.

3. Iniciar inmediatamente implementación de solucións intermedias en paralelo ás xestións para financiamento de Fase 2, evitando parálise por espera de condicións perfectas que poden non materializarse en prazos previstos. A inversión aproximada de 67.000-114.000 euros no ano 1 para solucións intermedias completas resulta asumíbel mediante orzamentos ordinarios ou pequenas subvencións accesíbeis, e xera valor tanxible inmediato que xustifica a súa execución independentemente do calendario da Fase 2, transformando anos potencialmente perdidos en espera en períodos de aprendizaxe, validación e construción de activos reutilizábeis.
4. Establecer dende o inicio sistemas ríxidos de medición e reporting que documenten obxectivamente a evolución de indicadores clave, resistindo a tentación de xestión intuitiva que, aínda que require menor esforzo, impide demostrar resultados, así como identificar tempranamente desviacións corrixíbeis e argumentar sólidamente solicitudes de financiamento. A inversión en configuración profesional de analítica dixital —aproximadamente 5.000-8.300 euros únicos— e en servizos externos de analista de datos —12.000-20.000 euros anuais— recupérase exponencialmente mediante decisións mellor informadas e capacidade de xustificación obxectiva de inversións.
5. Diseñar e implementar dende o segundo trimestre unha estratexia proactiva de comunicación institucional do propio proxecto —diferenciada da comunicación turística do destino— dirixida a stakeholders, medios especializados e cidadanía local, que visibilice avances, celebre hitos, comunique resultados e xere narrativa de éxito colectivo que reforce a adhesión e facilite a consecución de apoios políticos e presupuestarios futuros. Proxectos tecnicamente exitosos fracasan frecuentemente en sostibilidade por invisibilidade que impide que os seus logros sexan recoñecidos e valorados por quen toman decisións de continuidade.
6. Manter unha flexibilidade estratéxica que permita axustes tácticos baseados en aprendizaxes de implementación real, evitando rigidez que obrigue a executar planificacións inadecuadas por mero respecto a documentos iniciais elaborados sen a información da aplicación na vida real. O cronograma e orzamentos presentados constitúen referencias fundamentadas e realistas, pero a realidade de execución revelará inevitablemente necesidades non anticipadas,

VISIT_RIO_MINHO_PLUS

oportunidades emerxentes ou inviabilidades prácticas que requirirán adaptacións.