



FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Cofinanciado por la Unión Europea



MINISTERIO DE HACIENDA



Fondos Europeos



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE ESTADO DE DIGITALIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es

OFICINA  
**Acelera**  
*pyme*



Centro Tecnológico  
*Materias Primas Minerales y Materiales*

# Oficina Acelera Pyme V.3.0 – Región de Murcia



---

# Índice

## 1. CTM

a. Nuestra entidad

## 2. RED.ES

a. Convocatoria, programa, destinatarios y periodo.

b. ¿Qué es una Oficina Acelera Pyme?

## 3. LA OAP V.3.0 – REGIÓN DE MURCIA

a. Objetivo principal

b. Principales líneas

## 4. COLABORADORES

a. Ayuntamientos

b. Habilitadores

c. Asociaciones

---

---

# 01. CTM

---

## Nuestra entidad

**Asociación empresarial de investigación Centro Tecnológico de Materias Primas Minerales y Materiales**

## Áreas y unidades de negocio

**Formación, Orientación laboral, Asesoramiento Técnico, Investigación y Desarrollo, Servicios Tecnológicos, Información y documentación, Asesoramiento en Calidad, Laboratorio, Medio Ambiente, Seguridad Industrial, Geología y Topología, Diseño Industrial, Proyectos Industriales y Tecnología de la Información y las Comunicaciones.**

## Fines

**Formar, Informar y Asesorar.**



---

# 02. RED.ES

---



## Convocatoria

**Convocatoria de ayudas 2025 para la creación de la red de Oficinas Acelera Pyme.**

## Programa

**Desarrollo del emprendimiento tecnológico y la demanda tecnológica, en el marco de la acción estratégica de economía y sociedad digital del programa estatal de I+D+I orientada a retos de la sociedad.**



## Entidad convocante y otras relacionadas



## RED.es

**Red.es es una entidad pública adscrita al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial.**

**Desarrollan programas de impulso de la economía digital, la innovación, el emprendimiento, la formación para jóvenes y profesionales y el apoyo a pymes mediante el fomento de un uso eficiente e intensivo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).**

**También despliegan programas de implantación tecnológica en los servicios públicos de la Administración –especialmente en Sanidad, Justicia y Educación–, y trabajamos para el desarrollo de las Ciudades e Islas Inteligentes.**



The screenshot shows the website for red.es. At the top, there is a navigation bar with the red.es logo and several links: Dominios.es, ONTSI, RedIRIS, Datos.gob.es, SEDIA, and España Digital. Below this is a secondary navigation bar with links for Iniciativas, Actualidad, Financiación Europea, Sobre nosotros, and Transparencia. The main content area is titled 'Quiénes somos' and includes the text: 'Somos un equipo dedicado a trabajar por la convergencia digital con Europa' and 'Fecha de Revisión: 13-02-2025'. To the right of this text is an icon of three people. Below this is a section titled 'Misión, visión y valores' which contains two bullet points: 'Misión: promover, de forma sostenible, la transformación digital de la economía, sociedad, servicios públicos y territorios de nuestro país.' and 'Visión: ser referente, nacional e internacional, en la transformación digital para el bienestar de las personas, la competitividad de las empresas y emprendedores, y la eficiencia y eficacia de las administraciones públicas.' Below this is a section titled 'Valores de Red.es:' which contains five bullet points: 'Compromiso - perseverancia, vinculación, entrega, dedicación, responsabilidad.', 'Orientación al logro - conciliar tensiones, cultura del éxito, resultados.', 'Profesionalidad - meritocracia, apolítica, transparencia, eficiencia.', 'Innovación - proactividad, creación, novedad, complejidad, competitividad, iniciativa, originalidad, modo activo.', and 'Equipo - gestión colegiada, unidad de propósito, cohesión en las decisiones, espíritu de equipo, bien común.'

---

# 03. LA OAP V.3.0 – REGIÓN DE MURCIA

---

## ¿Qué es una Oficina Acelera PYME?

Un espacio físico y un espacio virtual.

Se realizan labores de sensibilización y apoyo a las empresas españolas (incluidas las de nueva creación), especialmente las pequeñas y medianas empresas (pymes), autónomos y emprendedores (en adelante, “usuarios de las OAPs”)

Sobre las ventajas y metodologías innovadoras para optimizar el funcionamiento de sus negocios,

Por medio de la incorporación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en sus procesos

Para favorecer la demanda de tecnologías innovadoras que contribuyan a la mejora de su productividad.

---

**WEB → [acelerapymemurcia.es](https://acelerapymemurcia.es)**

**OAP** Región de Murcia

PRESENTACION COLABORADORES CONSULTORÍA IGUALDAD EVENTOS RECURSOS CONTACTO

# Oficina Acelera Pyme v.3.0

OFICINA **Acelera pyme** red.es

## Región de Murcia

La nueva Oficina Acelera Pyme v3.0 – Región de Murcia ya se encuentra en marcha. Si necesitas asesoramiento o soporte en transformación digital, emprendimiento tecnológico o incorporación de soluciones TIC, puedes contactar con nuestro equipo a través de esta web. Ofrecemos atención gratuita, tanto presencial como virtual, dirigida a pymes, autónomos y personas emprendedoras de toda la Región de Murcia.

Las Oficinas Acelera pyme puestas en marcha en toda España por Red.es, entidad pública adscrita al Ministerio para la transformación Digital y de la función Pública a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, cuentan en su convocatoria 2025 con un importe de ayuda concedida de 30 millones de euros para impulsar la digitalización de pymes, autónomos y emprendedores. El importe de la ayuda máxima es del 80% del presupuesto subvencionable y está financiada por la Unión Europea, Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER) del periodo 2014-2020, Gobierno de España.



FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional

OFICINA  
**Acelera**  
*pyme*

Centro Tecnológico  
Murcia Pyme Murcia

**Oficina  
Acelera Pyme  
V.3.0 – Región  
de Murcia**

Comunidad por la Unión Europea

GOBIERNO DE MURCIA

Fondos Europeos

red.es

## Soporte

Murcia, España

968 741 500

Facebook X YouTube LinkedIn Instagram

**Acelera pyme RM** PRESENTACION COLABORADORES CONSULTORÍA NOTICIAS RECURSOS CONTACTO

### Envía tu consulta

Nombre*	Apellidos*
...	...
NIF*	Email*
...	Introduzca una dirección de correo electrónico
Entidad*	NIF Entidad
Empresa / Entidad / Organismo	NIF de Empresa / Entidad / Organismo
Asunto*	Como nos ha conocido*
Ayudas Kit Digital	Eventos

¿Quieres que te llamemos? ¡Déjanos tu teléfono!

+34 XXX XX XXX

Mensaje\*

**Enviar**

Usted consiente, a través de la marcación de la presente casilla, al tratamiento de sus datos con las finalidades descritas en la Política de Privacidad.

## Objetivo principal

**Apoyar para la generación de soluciones, conocimientos, tecnologías e innovaciones destinadas a la mejora de procesos de digitalización y la creación de productos y servicios tecnológicamente avanzados y de mayor valor añadido que reviertan en el conjunto de las pymes.**

DESTINADAS A LA MEJORA DE PROCESOS DE DIGITALIZACIÓN Y LA CREACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TECNOLÓGICAMENTE AVANZADOS Y DE MAYOR VALOR AÑADIDO QUE REVIRTAN EN EL CONJUNTO DE LAS PYMES



## Las líneas de acción de nuestra OAP giran sobre 17 ejes

OFICINA **Acelera pyme** Centro Tecnológico del móvil, plano y material

### Acelera la transformación digital de tu PYME

#### 2. Comercio Electrónico

El Comercio electrónico, también conocido como e-commerce, es la **nueva forma de comprar y vender**. Se trata de la compra-venta de productos o servicios a través de **plataformas digitales**, pudiendo ser desde páginas web hasta perfiles o cuentas en redes sociales. Ofrece un importante rango de facilidades tanto a empresas como a consumidores, lo que ha propiciado que se convierta en uno de los elementos más recurrentes de todo el panorama digital en los tiempos modernos.

Más información en nuestra web y redes sociales  
[acelrapymemurcia.es](http://acelrapymemurcia.es)

Logo de la Unión Europea, Región de Murcia, Fondos Europeos, and red.es

C004/25-ED CV7  
2025/0475/00255771

1. **Sitio web y presencia básica en internet**
2. **Comercio electrónico**
3. **Gestión de redes sociales**
4. **Gestión de clientes**
5. **Business Intelligence y analítica**
6. **Servicios y herramientas de oficina virtual**
7. **Gestión de procesos**
8. **Gestión de la facturación y factura electrónica**
9. **Comunicaciones seguras**
10. **Ciberseguridad**
11. **Presencia avanzada en internet**
12. **Marketplace**
13. **Servicio de ciberseguridad gestionada**
14. **Gestión de clientes con IA asociada**
15. **Business Intelligence y Anaítica con IA asociada**
16. **Gestión de procesos con IA asociada**
17. **Puesto de trabajo seguro**



---

# 04. COLABORADORES

---

## Ayuntamientos

**Aledo, Albudeite, Alguazas, Bullas, Ceutí, Moratalla, Abarán, Ricote, Villanueva del Río Segura, Campos del Río, Cehegín, Molina de Segura y Fuente Álamo**

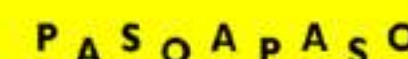
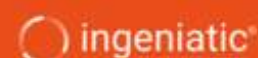


## Asociaciones



UNIVERSIDAD DE MURCIA

## Habilitadores





Cofinanciado por la Unión Europea



MINISTERIO DE HACIENDA



Fondos Europeos



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE ESTADO DE DIGITALIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



---

# CREA TU PRESENCIA ONLINE: GOOGLE BUSINESS PROFILE



# Índice

01. Introducción
02. Crea tu perfil
03. La verificación
04. Completa tu información
05. La imagen de tu negocio
06. Gestión de reseñas
07. Consejos y trucos

# 01. Introducción

# ¿Qué es Google Business Profile y por qué es clave?

«Nº»

Google Business Profile (anteriormente llamado Google My Business) es una herramienta gratuita y fácil de usar para que las empresas y organizaciones gestionen su presencia online en Google, incluidas las búsquedas y maps. Se suele definir como que es tu escaparate digital oficial en Google.



Visibilidad Local o SEO local: Es el factor número uno para aparecer en el 'Local Pack' o **los 3 primeros resultado del Google Maps** en búsquedas geolocalizadas.



Primera impresión: Es **lo primero que ve tu cliente potencial** cuando busca tu negocio o servicio similar al tuyo. Lo importante es que tu controlas la información que ven los usuarios.



Generación de **Leads e Insights**: Permite a los clientes llamarte, enviarte mensajes, reservar citas o visitar tu sitio web directamente desde los resultado de búsqueda. A su vez, proporciona datos valiosos sobre como te encuentran los clientes, donde vienen y que acciones realizan en tu perfil.



Confianza y credibilidad: **Un perfil completo, verificado y con buenas reseñas genera confianza** inmediata.

## 02. Cómo crear tu ficha

# Configuración y optimización básica

La configuración es el paso inicial para dar de alta tu negocio en el ecosistema de Google. En el registro te pedirán datos esenciales de tu negocio. A su vez se genera una optimización para convertirla en una herramienta de marketing activa.

- **Creación desde cero:** El perfil se crea totalmente gratuito. Su configuración es fácil y personalizado.
- **Reclamación de una ficha existente:** A veces Google crea fichas basadas en información publica. Si tu negocio ya está creado debe reclamarlo a Google. Es muy sencillo.



# Pasos para crear un perfil

## Creación desde cero

### Paso a paso:

- 01.** Inicia sesión en Google con una cuenta de correo de la empresa.
- 02.** Accede al enlace (hay un código QR en la siguiente diapositiva).
- 03.** Escribe el nombre de tu empresa. Si no aparece, selecciona 'Crea una empresa con este nombre'.
- 04.** Introduce la categoría de empresa (es crucial para que Google entienda que haces).
- 05.** Añade si tienes una ubicación física que los clientes puedan visitar.
- 06.** Introduce la dirección exacta o del área de servicio si eres una empresa de servicios a domicilio.
- 07.** Añade información de contacto como teléfono, sitio web o correo.

## Accede a la web

«Nº»

Para acceder desde un ordenador tienes que escribir la url:

[https://business.google.com/business.](https://business.google.com/business)



# Pasos para reclamar tu empresa

## Creación de ficha existente

### Paso a paso:

- 01.** Busca tu empresa en Google o Google Maps.
- 02.** Si la ficha existe, busca el enlace “¿Eres propietario de esta empresa?” o “Reclamar esta empresa”.
- 03.** Sigue los pasos de verificación.

# 03. La Verificación

# La Verificación

«Nº»

Es el paso más importante. Hasta que no verifiques la propiedad, tu perfil no será visible públicamente ni podrás gestionarlo por completo.



Este paso no te garantiza estar en los primeros puestos de búsqueda de forma automática ya que depende del SEO Local y la competencia.

+ Sin este paso tu negocio no es real, Google no entiende que existe en la ubicación indicada y que tú eres su propietario o representante autorizado.

# Beneficios que obtienes al verificar tu perfil

«Nº»

Control total de la información: Sin la verificación, no puede editar los datos de tu empresa. Puedes realizar cambios en información crítica como horario, días festivos, etc.

Gestión de la reputación y confianza del cliente: Te permite interactuar con tu audiencia, lo cual es vital para general credibilidad, inspirar confianza y contestar reseñas tanto buenas como malas, siempre demostrando profesionalidad.



# Beneficios que obtienes al verificar tu perfil

«Nº»

Acceso a estadísticas que nos indica el rendimiento, esto nos permite entender como interactúan los clientes con tu negocio: Cuantas personas han visto el perfil, como te encontraron o acciones que realizaron.

**Herramientas de interacción directa:** Son funcionalidades avanzadas como por ejemplo, subir fotos de tus productos, publicar eventos, novedades o descuentos. Mensajería directa, donde Google te permite activar un chat para que los clientes te escriban desde el buscador.



# Proceso de Verificación

## Métodos de verificación

### Tipos:

- 01. Código por correo postal:** Es un método que tarda de 1 a 2 semanas.
- 02. Código por teléfono o SMS:** más rápido, pero no está disponibles para todos los negocios.
- 03. Código por correo electrónico:** Es otro método rápido, pero tampoco está disponible para todos los negocios.
- 04. Verificación de vídeo:** Grabar un vídeo de tu negocio y entorno.
- 05. Verificación instantánea:** A veces disponible si tu sitio web ya está verificado en Google Search Console.

+ Google Search Console es la herramienta de Google que mide el rendimiento y el tráfico de bisquedas de tu web.

## 04. Añadir información

# Nombre de la Empresa

«Nº»

Es el campo oficial donde se establece la identidad de tu negocio en Google Maps y en los resultados de búsqueda. Debe ser un nombre real y oficial, como lo conocen tus clientes. Debe coincidir con el cartel del establecimiento, tus facturas o en la página web.



Evita suspensiones ya que Google utiliza algoritmos para detectar nombres que intentan manipular el SEO Local. La sanción es suspender tu cuenta.

Evita rellenar con palabras clave

+ Ejemplo:

✗ Pizza Luigi – La mejor pizza de Murcia

✓ Pizza Luigi

# Categoría primaria y secundaria

«Nº»

Las categorías son fundamentales para entender que estas etiquetas actúan como la señal principal para que Google sepa que haces y cuando mostrar tu negocio en las búsquedas locales.

- **La categoría primaria: Tu identidad central:**

Es la categoría más importante. Define lo que es tu negocio en esencia. No puedes elegir una categoría personalizada; debes seleccionar una de la lista predefinida de Google. Para elegirla piensa como buscaría tu cliente ideal tu negocio. También te ayuda ser específico.

- **Categoría secundaria:** Esta categoría le dice a Google que tu negocio ofrece otros servicios o productos adicionales. Solo añade los que realmente te identifican.



+ Ejemplo: PRIMARIA: TALLER MECÁNICO SECUNDARIAS: Cambio de neumáticos, cambio de aceite y filtros, inspección de automóviles, reparación de frenos y lunas, mantenimiento integral de vehículo, etc.

# Atributos

Los atributos actúan como etiquetas descriptivas que proporcionan información rápida, práctica y relevante sobre los servicios, instalaciones y valores de un establecimiento. Funcionan como puntos de datos clave que responden a preguntas frecuentes de los clientes.

Los atributos filtran los negocios según sus necesidades específicas.

Google utiliza esta información para mostrar tu negocio.

Reduces las expectativas erróneas de los clientes.



EJEMPLO: WI-FI gratuito accesible para sillas de ruedas, se aceptan pagos con tarjeta, etc.

# Descripción de la empresa

«Nº»

La descripción de la empresa es la parte donde explicas con tus palabras los productos o servicios que ofreces. Es muy importante pensar bien el texto y optimizarlo. Puedes ayudarte de ChatGPT o Gemini.

Tienes 750 caracteres para describir tu negocio, su historia, que lo hace único y qué ofreces. Úsalo sabiamente, incluye palabras clave de forma natural en los primeros 250 caracteres.



# Información básica

## Esta información siempre debe estar actualizada

### Típos:

**01. Dirección / Área de Servicio:** Indica claramente donde te encuentras.

**02. Horario comercial:** Mantén esto siempre actualizado. Incluye horarios especiales para festivos.

**03. Número de Teléfono:** El número principal de la empresa.

**04. Sitio Web:** Un enlace directo a tu web. También te permite utilizar herramientas para rastrear el tráfico.

# 05. La imagen de tu negocio

# La importancia visual

«Nº»

Las fichas con fotos reciben muchas más solicitudes de indicaciones para llegar a clientes potenciales y recibir más clics en tu web. Las fotos deben ser reales de tu negocio. Nunca deben ser de webs de stock.



- + Especificaciones técnicas:
- Formato JPG o PNG.
- Peso: 10 kb y 5 Mb.
- Resolución recomendada: 720 x720 píxeles

Lo primero que tienes que subir es tu **logotipo**, es la identidad de marca y lo que te identifica.

Es importante añadir **foto de portada**, es la imagen que representa a tu negocio. Elige una fotografía atractiva del local.

**Foto del interior y exterior** para mostrar el ambiente, la limpieza, el diseño, identificar el lugar. Las fotos del exterior añade de día y de noche.

# Otro tipo de contenido

En Google Business Profile es muy importante la transparencia y el contar la historia del negocio, por ello aquí te planteo tres tipos de contenido muy interesante para tu cliente:

- **Fotografía de producto o servicio:** Muestra fotos de alta calidad de tus platos principales, productos más vendidos o el resultado de tus servicios.
- **Fotografía del equipo en acción:** Subir fotografías del personal trabajando aporta humanidad y confianza de un buen servicio o producto.
- **Vídeos:** Google Business Profile también permite que subas videos cortos de hasta 30 segundo mostrando el lugar, un proceso o un testimonio.



# Actualizaciones en Google Posts

«Nº»

**Google Posts** es un espacio de micro-blog o publicaciones al estilo redes sociales que aparecen directamente en tu perfil. Son ideales para mantener a los clientes informados y captar su atención.

**Novedades:** noticias generales, nuevos menús, nuevo servicio.

**Oferta:** Para promociones y descuentos. Incluye fechas de inicio y fin o un código descuento..

**Eventos:** Talleres útiles, catas, etc. Deben incluir fecha, hora y detalles del evento.

**Productos:** Debe ser muy específico y con precio, descripción y enlace de compra.



# Mejores prácticas

- 01.** Usa una imagen o vídeo llamativo.
- 02.** Escribe un titular directo y atractivo.
- 03.** Mantenlo breve y claro, aunque puedes escribir 1500 caracteres, los primeros 100 son los más visibles..
- 04.** Incluye siempre una llamada a la acción. Por ejemplo: Reservar, regístrate, llama ahora, compra en, ver oferta....
- 05.** Publica con regularidad para mostrar un perfil activo. Yo recomiendo una vez a la semana.

# 06. Responder reseñas y mejorar la valoración

# Gestión de reseñas

Las reseñas son una prueba social potente. Influyen directamente en el ranking de búsqueda local y en la decisión de compra de los clientes. Google prefiere negocios activos que interactúan con sus clientes.



# ¿Cómo conseguir más reseñas?

«Nº»

Es importante perder la vergüenza y hacer campañas con nuestros clientes para ampliar las reseñas.

- Pídelas amablemente después de una experiencia positiva.
- Facilita el proceso compartiendo el enlace directo para dejar reseñas. Este enlace lo puedes generar desde tu panel del perfil.

1. Entra en la gestión de Google Business Profile.
2. Busca la opción “solicitar reseña” o “Fomentar opiniones”
3. Copia el enlace corto que te proporciona Google.



**+ Muchos emprendimientos incluyen el enlace en correos electrónicos de seguimiento, facturas o entregan tarjetas en el local.**

# Responder reseñas

«Nº»

**Reseña Positiva:** Debemos ser agradecidos y educados. Mencionar detalles específicos si el cliente hizo, utilizar palabras clave de forma natural.

Ejemplo: Nos alegra que te gustara nuestra paella, estamos orgullosos de ser la mejor opción para la preparación de paella en Alhama de Murcia.

**Reseña Negativa:** Mantén la calma y se profesional. Nunca respondas con enfado o a la defensiva. Pide disculpas sinceramente por la mala experiencia, acepta la responsabilidad. Ofrece una solución y contacta en privado para resolverlo lo antes posible. Sé breve y directo, no te justifiques.



Es importante responder todas las reseñas, tanto positivas como negativas.

# El momentum

Para pedir una reseña a tu cliente debes elegir el mejor momento ya que el cliente tiene que sentir el mayor grado de satisfacción.

Los mejores momento son:

1. Al terminar el trabajo o entrega.
2. Unos días después de que haya recibido el producto y se termine el tiempo de probarlo.
3. En restaurantes y tiendas lo mejor es al momento de pagar o mediante un código QR visible en el establecimiento.

+ Si usas diversos canales como WhatsApp Business o Email, puedes generar automatizaciones para pedir la valoración.



A veces los clientes quieren dejar buena reseña pero no saben que poner. Es tu momento para orientarlos con preguntas sencillas para que su reseña sea larga y detallada.

# 07. Buenas prácticas para posicionarte

# El mejor truco de SEO Local

«Nº»

Asegúrate de que tu nombre, dirección, número de teléfono y web sean exactamente iguales en tu perfil, en tu propia web y en otros directorios online como Páginas Amarillas, Facebook, Yelp, etc.



Optimiza las palabras clave incluyendo palabras relevantes de forma natural en la descripción de tu empresa, en tus respuestas a reseñas y en tus Google Posts.

La actividad constante hace que Google te premie, publica posts regularmente, sube fotos nuevas y responde con rapidez.

# Generación de reseñas de Calidad

«Nº»

Fomenta un flujo constante de reseñas nuevas y positivas. Las reseñas largas y detalladas con fotos son aún mejor. Las reseñas de calidad tienen mucho peso para el algoritmo. ¿Cómo se consiguen?

- **Especificidad y detalle:** EN lugar de un simple “Buen servicio”, se debe explicar por qué es buen servicio.
- **Palabras clave locales y de negocio:** Cuando los clientes mencionan de forma natural el servicio que contrataron o la ciudad ayudan a Google a entender que ofreces.
- **Fotografías y vídeos:** Las reseñas que incluyen imagen reales tienen mucho más impacto.



+ Es mejor recibir 3 o 4 reseñas cada semana que obtener 50 de golpe y luego pasar 6 meses sin recibir ninguna. El algoritmo valora la constancia.

# Otras prácticas

«Nº»

Rellena todos los atributos aplicables, ya que esto ayuda a Google a mostrar tu perfil para búsquedas más específicas.

Conseguir enlaces y menciones de tu negocio en sitios web locales relevantes como blogs de ciudad, directorios de empresas locales, etc.



# 08. Practica y pregunta

# Contacto

(Nº)

Estoy a vuestra disposición para que me contactéis tanto por correo, en mi web y por mis redes sociales.

[Juanfran.fr@gmail.com](mailto:Juanfran.fr@gmail.com)

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

## PERSONAL



@juanfranfdz

## CONTENIDO



@ia.eou

