

Dña. María de los Ángeles Armisén Pedrejón, Presidenta del Consorcio para la Gestión Turística del Canal de Castilla, ha resuelto:

En el marco del **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU, Componente 14** «Plan de modernización y competitividad del sector turístico», **Inversión 1** «Transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad» y **Submedida 2** «Planes de Sostenibilidad Turística en Destino», se incluye el **Plan Territorial de Sostenibilidad Turística en Destinos de Castilla y León 2023-2026**, cuya distribución presupuestaria fue aprobada por Resolución de 27 de junio de 2023 de la Secretaría de Estado de Turismo.

En aplicación de este programa, **la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Junta de Castilla y León** concedió al Consorcio para la Gestión Turística del Canal de Castilla una subvención directa, mediante **Orden de 11 de abril de 2024 (BDNS 753885)**, para la ejecución del proyecto «**Plan de Sostenibilidad Turística en Destino Canal de Castilla**», dentro del cual se incluye la actuación objeto de este contrato.

El objetivo de estas ayudas es implementar las actuaciones contenidas en el Plan en su triple vertiente medioambiental, socioeconómica y territorial beneficiando así al destino turístico.

Atendiendo a estos objetivos, el Consorcio para la Gestión Turística del Canal de Castilla pretende ejecutar actuaciones de mejora de la accesibilidad a los principales recursos del Canal y su conexión con los caminos de sirga, incluidas en del eje programático 3 Digitalización, mediante la realización de este proyecto.

Para ello, se plantea una intervención que abarca desde el análisis y diagnóstico del territorio, hasta la activación de sus agentes turísticos, pasando por la definición de un plan de marketing y el despliegue de herramientas digitales clave, como una app de destino y un CRM que permitan conectar el producto turístico con el público final, que permita:

- Construir una identidad turística cohesionada y compartida.
- Ofrecer una experiencia de calidad a quienes visitan el canal, gracias a la organización y visibilidad de la oferta local en medios digitales.
- Generar una gestión basada en datos, que facilite la toma de decisiones estratégicas por parte del consorcio y los agentes implicados.

Todo ello con herramientas digitales diseñadas para ser escalables que complementen el resto de actuaciones del eje 3 transición digital, permitiendo su extensión futura a más productos turísticos y reforzando una visión más amplia, sostenible y colaborativa, marcando el inicio de un proceso de transformación: el primer paso hacia la consolidación del Canal de Castilla como un destino turístico singular, competitivo y reconocido a nivel nacional e internacional.

Visto el informe-propuesta del Gerente, proponente de la contratación, y las ofertas presentadas para la contratación de las prestaciones objeto del contrato.

Habiéndose comprobado que el objeto del contrato no se está alterando para evitar la aplicación de las reglas generales de contratación, así como que el contratista no ha suscrito en el presente ejercicio más contratos menores cuyas prestaciones sean cualitativamente iguales o formen



una unidad con este y que individual o conjuntamente superen la cifra que establece la normativa vigente para este tipo de contratos.

Vistos los artículos 36.1, 118 y 138.3 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP),

En virtud de las atribuciones que tengo conferidas, **RESUELVO:**

PRIMERO: Aprobar el gasto y contratar con **SEÑALIZACION Y EQUIPAMIENTOS PARA ENTORNOS NATURALES SL con NIF B02365948** la ejecución del servicio de **DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING Y DESARROLLO DE HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL DEL CANAL DE CASTILLA** Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea. NextGeneration EU

SEGUNDO: El precio a abonar por el Consorcio por las prestaciones contratadas ascenderá a DIECIOCHO MIL VENTINUEVE euros (**18.029,00 €** (IVA incluido)), que serán abonados en las condiciones que se indican en el apartado siguiente. En consecuencia, se autoriza y dispone gasto por dicho importe a favor del contratista adjudicatario con cargo a las aplicaciones presupuestarias 2025: **5350.43201.22709.114** con arreglo a la siguiente distribución:

DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING Y DESARROLLO DE HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL DEL CANAL DE CASTILLA			
Concepto	Coste estimado €	IVA €	Total € IVA incluido
Acción 1. Análisis, diagnóstico y Plan de Marketing	7.100,00	1.491,00	8.591,00
Acción 2. Herramientas digitales	5.800,00	1.218,00	7.018,00
Acción 3. Dinamización y comunicación	2.000,00	420,00	4.420,00
Total	14.900,00	3.129,00	18.029,00

TERCERO: La ejecución del contrato deberá realizarse con las condiciones generales siguientes:

- i. El contrato consta de 3 fases, compuestas a su vez de varias tareas.

En la fase 1 el objetivo es:

ACCIÓN 1. ANÁLISIS, DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DEL DESTINO.

Esta fase el contrato debe abordar tres tareas con diferentes objetivos

1. **El análisis competitivo y las tendencias turísticas.**

Comparando el Canal de Castilla con destinos fluviales referentes, identificando formatos de experiencia, comercialización y digitalización adaptables, así como detectando tendencias turísticas aplicables al canal.

2. **La identificación y evaluación de productos y agentes turísticos clave**



Localizando y clasificando los productos turísticos actuales del canal, priorizando aquellos que tienen mayor potencial de desarrollo o comercialización y detectando vacíos de oferta o experiencias desestructuradas.

3. La elaboración del Plan de marketing.

Esta tarea debe definir la propuesta de valor del Canal de Castilla como destino turístico, identificar los públicos objetivo y diseñar estrategias para atraerlos y fidelizarlos, estableciendo una hoja de ruta de comunicación clara, realista y alineada con las capacidades del territorio.

Para ello, la empresa seleccionada deberá:

1. Realizar un análisis competitivo y de tendencias turísticas, mediante:

- Revisión de casos de éxito como Canal du Midi y Canal des 2 Mers à Vélo
- Análisis de su estructura de productos, herramientas tecnológicas, comunicación, venta y relación con agentes locales
- Propuesta de adaptación al contexto del Canal de Castilla

Entregables: Informe de benchmarking con inspiración para desarrollo del producto turístico en el Canal de Castilla.

2. Acometer la identificación y evaluación de productos y agentes turísticos clave acometiendo:

- Revisión de atractivos actuales: culturales, naturales, gastronómicos, festivos u otros.
- Diseño y difusión de un formulario digital para recogida de información estandarizada.
- Clasificación de los productos por tipología (rural, gastronómico, patrimonial, activo...), nivel de innovación y replicabilidad.
- Priorización de productos con mayor potencial de visibilidad digital y adaptación a la App/web del destino

Entregables:

- Documento resumen con clasificación y selección de productos destacados.
- Fichas base por recurso/ producto estructuradas en base de datos

3. Elaborar el Plan de marketing mediante la:

- 3.1. Revisión de atributos identitarios del destino (valores, tono, personalidad).
- 3.2. Definición de públicos objetivo y segmentación por intereses.
- 3.3. Redacción del relato del destino y propuesta de posicionamiento.
- 3.4. Diseño de los pilares narrativos y líneas de contenido clave.
- 3.5. Aplicación del plan a un mínimo de dos productos turísticos concretos, que se seleccionarán en base al diagnóstico, por ejemplo, paseos en barco y elementos más singulares del Canal de Castilla.

Entregables:



- Documento del Plan de Marketing del Canal de Castilla.
- Relato del destino y segmentos clave.
- Ficha narrativa desarrollada para un mínimo de 2 productos turísticos.

ACCIÓN 2. DESARROLLO DE HERRAMIENTAS DIGITALES.

Esta fase del contrato se abordarán dos tareas con sus correspondientes objetivos:

1. Implementación y puesta en marcha de un CRM

Facilitando la organización de los agentes turísticos y sentar las bases para acciones de comunicación y segmentación y enlazando con datos de la app/web y cuenta de Instagram para generar un cuadro de mandos con datos mensuales.

2. Implementación de la App de Destino del Canal.

Poniendo en marcha una aplicación especializada para destinos turísticos que permita visualizar de forma atractiva, estructurada y accesible los recursos del Canal e integrando en ella los dos productos turísticos priorizados, facilitando su consulta por parte de los visitantes.

La App sentará también las bases de una herramienta escalable, aplicable a cualquier otro producto o territorio

Para ello, la empresa seleccionada deberá:

1. Implementar la puesta en marcha de un CRM, mediante la:

- 1.1. Configuración inicial del CRM para registro, segmentación y seguimiento de agentes.
- 1.2. Integración con la cuenta de Instagram.
- 1.3. Integración de la herramienta para:
 - 1.3.1. Obtener analítica de usuarios web del Canal de Castilla.
 - 1.3.2. Categorizar leads automáticamente.
 - 1.3.3. Preparar automatizaciones y segmentación futura por perfil viajero.
 - 1.3.4. Impartir una jornada de formación a los usuarios

Entregables: CRM funcional con segmentación básica + documento técnico para su uso y explotación, incluyendo futuras ampliaciones.

2. Implementar de la App de Destino del Canal, mediante la:

- 2.1. Adaptación de la estructura base de la app al Canal de Castilla (logo, colores, imagen del destino).
- 2.2. Carga del track de Canal que permita su seguimiento mediante localización.
- 2.3. Carga de contenidos relacionados con los productos turísticos seleccionados, (textos, imágenes, puntos geolocalizados, etc) así como otros recursos clave del canal: alojamientos, patrimonio, gastronomía, experiencias o eventos.
- 2.4. Pruebas de uso y validación con el equipo del Consorcio y jornada de formación a los usuarios

Entregables:

- App operativa para Canal de Castilla, disponible para descarga e integrable con la futura web del Canal de Castilla.



- Carga inicial de los dos productos turísticos priorizados.
- Carga de un mínimo de 60 puntos de interés de los productos priorizados.
- Apartados de recursos y servicios del destino activados
- Manual de uso para futuras actualizaciones y ampliaciones

ACCIÓN 3. DINAMIZACIÓN Y COMUNICACIÓN.

Esta fase del contrato se abordarán dos tareas con diferentes objetivos:

1. Activación cuenta de Instagram.

Poniendo en marcha el canal de Instagram del destino como herramienta de comunicación directa con visitantes potenciales y comunidad local y enlazando el CRM para captación de datos.

Aplicando el relato y pilares del Plan de Marketing en un entorno visual, ágil y emocional.

2. Dinamización del ecosistema local del Canal

Activando al tejido turístico del canal, visibilizando la diversidad de agentes y estableciendo relaciones, motivando la colaboración y sentando las bases para acciones conjuntas.

Para ello, la empresa seleccionada **deberá abordar la:**

1. Activación cuenta de Instagram

- 1.1. Creación y configuración de la cuenta (bio, imagen, enlaces, etc.).
- 1.2. Diseño de una parrilla inicial de publicaciones: combinación de contenidos inspiradores, informativos y participativos.

2. Producción de los primeros contenidos: 12 posts (estáticos/carruseles) + 6 reels.

3. Propuesta de hashtags, tono visual y frecuencia de publicación.

Entregables:

- Cuenta de Instagram configurada y operativa.
- 18 posts/reels diseñados y publicados.
- Mini guía de estilo visual y textual para continuidad.

Condiciones generales de ejecución.

El Consorcio tendrá que validar el diseño de cada una de las acciones objeto del presente contrato.

Las campañas de comunicación deben cumplir con el Manual de Identidad Corporativa del Consorcio del Canal de Castilla, así como lo exigido a efectos de comunicación y logotipos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Asimismo, los elementos multimedia creados deben incluir el logotipo de la marca “Canal de Castilla” de manera visible los iconos de acceso a las diferentes redes sociales.

El Consorcio podrá requerir al adjudicatario la realización de las modificaciones que estime conveniente durante el proceso de creación de las distintas piezas.



Todo el material creado durante la ejecución del presente contrato será entregado al Consorcio, que podrá suministrar al adjudicatario material audiovisual para su utilización en el desarrollo de las acciones del presente contrato.

Además, deberán tenerse en cuenta las siguientes consideraciones:

- Obligación del Cumplimiento del principio de no causar un perjuicio significativo al medio ambiente (DNSH), de la normativa medioambiental en vigor que resulte de aplicación y en particular de las condiciones establecidas en el apartado 8 del componente 14 del MRR y las condiciones específicas identificadas en la autoevaluación de DNSH en su caso.
- Obligación de cumplimiento de cualquier otra consideración que se traslade desde el Consorcio derivada de los principios transversales del MRR.
- Obligación de inclusión de logos correspondientes al PSTD del PRTR y la referencia al «Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU» en los documentos generados para la ejecución del contrato.
- Plan de Medidas Antifraude de la Diputación de Palencia aprobado por el Pleno de la Corporación en sesión de fecha 30 de diciembre de 2021.

Seguimiento y monitorización de las campañas:

El adjudicatario deberá realizar un seguimiento de la ejecución de las campañas para su optimización y mayor eficacia. Para ello, se establecerán indicadores que permitan la evaluación de los resultados obtenidos en función de los objetivos de esta campaña de promoción.

La empresa adjudicataria utilizará diferentes herramientas para el análisis del impacto en redes sociales realizando un seguimiento adecuado de las acciones realizadas y trasladará al Consorcio los resultados obtenidos.

Plazos de facturación/pago del precio:

HITO	CUANTÍA
Presentación y validación de entregables de la fase 1.	100% del importe de la fase 1
Presentación y validación de entregables de la fase 2.	100% del importe de la fase 2
Presentación y validación de entregables de la fase 3.	100% del importe de la fase 3

Las facturas deberán incluir en el concepto el texto “incluida en el Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia, “Financiado por la Unión Europea -NextGenerationEU”.

La Diputación dispondrá de un plazo máximo de TREINTA DIAS para verificar la conformidad de los bienes o los servicios prestados con lo establecido en el contrato, comprobar la regularidad de la factura emitida y acordar el reconocimiento de la obligación previa la fiscalización por la Intervención.



- ii. Penalizaciones e indemnizaciones en caso de cumplimiento defectuoso o retrasos en la ejecución: entre el 5% y el 10% en función de la gravedad y la reincidencia en el incumplimiento, penalización que es independiente de la posible indemnización por daños y perjuicios que el incumplimiento haya podido causar al Consorcio o a los usuarios finales del objeto del contrato. Las multas coercitivas se impondrán mediante un procedimiento sumario con un plazo de audiencia al contratista de tres días naturales. El importe de las mismas se detraerá de la facturación pendiente, de la garantía definitiva que en su caso se haya exigido, o se reclamará por el procedimiento recaudatorio de apremio como ingreso de derecho público.
- iii. Tratándose de un contrato incluido en el **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia financiado por la Unión Europea – NEXTGENERATIONEU**, el contratista estará obligado a facilitar la información que le sea requerida para acreditar el cumplimiento puntual de los HITOS y OBJETIVOS del componente concreto del Plan a cuya consecución contribuye el contrato. Igualmente, deberá cumplir las obligaciones derivadas de cualquiera de los documentos contractuales en materia de etiquetado verde y etiquetado digital y los mecanismos establecidos para su control, así como las obligaciones derivadas la aplicación del principio de no causar un daño significativo al medio ambiente. Asimismo, en el caso de que le sea requerida, deberá facilitar información específica para verificar que no se incurre en supuesto de doble financiación por parte de los perceptores finales de los fondos y cumplir cualesquiera otra de las obligaciones previstas en la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.
- iv. Será de aplicación a este contrato toda la normativa relativa al **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia financiado por la Unión Europea – NEXTGENERATIONEU, así como** el Plan de Medidas Antifraude de la Diputación de Palencia aprobada por el Pleno de la Diputación Provincial de Palencia en sesión de fecha 25 de mayo de 2023 (versión modificada), al que el Consorcio para la Gestión Turística del Canal se encuentra adherido en virtud de Resolución 2024-0010 de 29/04/2024, de la Presidenta.
- v. Todo el personal que el adjudicatario dedique a la ejecución de las prestaciones objeto de este contrato deberá estar integrado en la plantilla del adjudicatario y no tendrá vinculación laboral alguna con el Consorcio para la Gestión Turística del Canal. El adjudicatario ejercerá de modo real, efectivo y continuo, la dirección del personal que destina a la ejecución del contrato, asumiendo todas las obligaciones y derechos inherentes a la condición de empleador, sin que el personal provincial dé instrucciones directas a este personal. El contratista designará un representante único que será el interlocutor entre éste y sus trabajadores y el Consorcio.

CUARTO: El presente acuerdo sustituye a la formalización del contrato, que no es necesaria en función de lo establecido en el artículo 153.2 de la LCSP.





En todo lo no establecido en el presente acuerdo, la ejecución de este contrato se regulará por lo establecido en la LCSP para los contratos de Servicios.

