BASES REGULADORAS

PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA PROVISIÓN DE UNA PLAZA DE TÉCNICO/A EN RÉGIMEN DE PERSONAL LABORAL DE LA ASOCIACIÓN INTERMUNICIPAL PARA EL DESARROLLO LOCAL DE LA COMARCA DE TIERRA DE CAMPOS PALENTINA, ARADUEY – CAMPOS, PARA LA GESTIÓN DE LAS ACTUACIONES EN EL MARCO DEL PROYECTO DE COOPERACIÓN LEADER N-611.

ANTECEDENTES

ARADUEY-CAMPOS, en calidad de Grupo de Acción Local Coordinador del Proyecto de Cooperación Regional LEADER "Ruta N-611", cofinanciado por la Junta de Castilla y León, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la Unión Europea a través del fondo FEADER, convoca proceso selectivo para la cobertura de **1** puesto de Técnico/a de Animación y Dinamización Territorial para la ejecución de la Acción Octava del citado proyecto.

El proyecto abarca los territorios de Tierra de Campos Palentina (Araduey-Campos), Páramos y Valles Palentinos (ADRI Páramos y Valles) y Montaña Palentina (ACD Montaña Palentina), así como la coordinación estratégica con agentes de Cantabria.

BASE 1.- OBJETO DE LA CONVOCATORIA

El puesto de trabajo objeto de este proceso es el de un/a TÉCNICO/A. El contrato que se oferta será un contrato temporal de duración determinada en régimen de jornada parcial de 35 h/semana vinculado a la gestión de actuaciones del proyecto de cooperación LEADER N-611. Se adjunta a estas bases un resumen del proyecto.

BASE 2: DESCRIPCIÓN DEL PUESTO, REQUISITOS Y FUNCIONES

CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO DE TRABAJO

- Jornada laboral de 35 h./semana
- Incompatibilidades: no podrá ocupar cargos electos en los órganos del GAL.
- Horario de mañana y tarde de lunes a viernes
- Retribución: 29.000 € aprox. Brutos anuales incluidas cuotas patronales (14 pagas y finiquito).
- Duración: Contrato temporal de duración determinada desde el 1 de Febrero de 2027 hasta el 31 de diciembre de 2027.
- Periodo de prueba: 3 meses.

- Centro de Trabajo: Se desarrollará en modalidad híbrida, combinando trabajo administrativo desde un espacio físico facilitado en el área de influencia de la N-611 con visitas comerciales a los distintos establecimientos y entidades en la zona de influencia de la N-611. El mencionado espacio de trabajo se determinará en función de los intereses de las dos partes interesadas.
- El trabajador/a deberá disponer de vehículo propio para los desplazamientos y estos serán indemnizados a razón de 0’26 €/km.
- El trabajador/a deberá tener disponibilidad para viajar debido a las responsabilidades inherentes a sus ocupaciones y objetivos.

REQUISITOS:

- Ser español/a o natural de un Estado miembro de la U. E. o de algún estado en el que, en virtud de tratados internacionales y ratificados por España, sea de aplicación la libre circulación de trabajadores o (o cumplir los supuestos legales para extranjeros con residencia legal).
- Ser mayor de 18 años y no haber alcanzado la edad de jubilación.
- Estar en posesión del permiso de conducir B y disponer de vehículo propio para realizar desplazamientos.
- No padecer enfermedades o defectos físicos que le impidan el normal desarrollo de las funciones correspondientes al puesto de trabajo. No estar incurso/a en causas de incapacidad, según la legislación vigente.
- No haber sido separado/a definitivamente, mediante expediente disciplinario, del servicio, en cualquiera de las Administraciones Públicas, ni estar inhabilitado/a para el ejercicio de la función pública. Los aspirantes, cuya nacionalidad no sea la española deberán acreditar igualmente, no estar sometidos a sanción disciplinaria o condena penal que impida, en su Estado, el acceso a la función pública.
- Titulación mínima: Licenciatura, Diplomatura o Grado universitario.
- Experiencia profesional en alguna de las funciones a desarrollar en el puesto de trabajo descrito.
- Otros conocimientos y cualidades tener en cuenta:
  - ✓ Conocimiento del territorio y tejido empresarial de la provincia de Palencia
  - ✓ Informática y Nuevas Tecnologías de la Comunicación
  - ✓ Técnicas de comunicación y animación de grupos
  - ✓ Habilidades de comunicación. Capacidad de escucha activa y de persuasión.

FUNCIONES POR REALIZAR:

La persona o equipo seleccionado ejecutará y coordinará las acciones comunes del proyecto bajo la supervisión del Grupo Coordinador:

1. Creación y dinamización de la red empresarial (Acción 5): Captación, selección y adhesión de restaurantes, hoteles, comercios, productores agroalimentarios, artesanos y oficinas de turismo como puntos oficiales de sellado.
2. Capacitación local (Acción 5): Formación directa al personal de los establecimientos adheridos sobre el uso del pasaporte oficial, estándares de calidad y atención al viajero tipo roadtrip.
3. Coordinación y seguimiento de acciones externas: Supervisión técnica y entrega de contenidos a las empresas adjudicatarias del diseño de marca (Acción 2), web inmersiva/app y roadbook digital (Acción 3), pasaporte físico (Acción 4) y señalización/hitos kilométricos (Acción 7).
4. Apoyo a la promoción y eventos (Acción 6): Organización logística, convocatoria de colectivos (moteros, autocaravanistas, coches clásicos, medios e influencers) y apoyo en los 5 eventos de lanzamiento (uno por comarca palentina más Palencia capital y Santander).
5. Articulación territorial: Coordinación con los equipos técnicos de los tres GAL palentinos y con los agentes colaboradores de Cantabria (Campóo Los Valles y organizaciones turísticas).
6. Seguimiento técnico: Elaboración de informes de progreso para el Comité de Seguimiento del proyecto.

BASE 3: PUBLICIDAD DE LA CONVOCATORIA

La oferta de contratación del puesto de trabajo se divulgará por los siguientes medios:

a) Publicación en la página web de ARADUEY-CAMPOS www.aradueycampos.org y otros soportes físicos y digitales a disposición del Grupo (Redes Sociales, tablones de anuncios etc.).
b) Difusión entre los distintos ayuntamientos que conforman la comarca de Tierra de Campos Palentina a través del envío de una circular y enlaces a la información completa de la convocatoria.
c) Los medios indicados en los dos apartados anteriores serán replicados por cada uno de los Grupo de Acción Local participantes en el proyecto en sus ámbitos de actuación correspondientes.
d) Envío de las bases de selección a los Servicios Públicos de Empleo de Palencia para que sea divulgada entre los demandantes.

BASE 4: SOLICITUDES

PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES

Las solicitudes dirigidas a ARADUEY – CAMPOS, C/ Villandrando 11, 34340 Villada, (Palencia), se presentarán por correo postal certificado a la atención de la Comisión de Selección Técnico Ruta N-611, o presencialmente en las oficinas del GAL en la misma dirección.

El aspirante que lo envíe por correo postal certificado, deberá justificar su remisión enviando notificación, junto con la solicitud (ANEXO 1) y DNI, al correo electrónico aradueycampos@gmail.com antes de las 24 horas del último día en que finaliza el plazo de presentación.

A los efectos de cómputo del plazo para presentar la solicitud y admisión, se tomará como fecha la que conste en el sello del certificado de correos o en el sello de entrada, si se presenta presencialmente.

PLAZO

El plazo para la presentación de la solicitud y documentación acreditativa se iniciará al día siguiente al de la publicación del anuncio en la página web de ARADUEY-CAMPOS www.aradueycampos.org y permanecerá abierto **hasta el 30 de diciembre de 2026.**

DOCUMENTACIÓN

La solicitud debe presentarse en el formato del **Anexo I** y debe acompañarse de la siguiente documentación:

- Copia del D.N.I.
- Currículum vitae, en formato EUROPASS.
- Copia del documento oficial acreditativo de estar en posesión de la titulación requerida para el puesto.
- Copia de los documentos que acrediten la formación complementaria.
- Informe de vida laboral, para acreditar la experiencia profesional.
- Certificados de empresa, para la acreditación de todos los conocimientos, en el que se mencionen expresamente los méritos que quieran alegarse para la fase de valoración.

Para aquellos aspirantes que lo precisen el formato se puede descargar en el sitio web de EUROPASS https://europass.cedefop.europa.eu/es

BASE 5.- ADMISIÓN DE LOS ASPIRANTES.

Agotado el plazo de admisión de la solicitud, se procederá a la comprobación de la documentación presentada y a la elaboración de la una lista provisional de aspirantes en la que se indicará también la relación de las personas excluidas y la causa de su exclusión. Esta lista se publicará en la página web www.aradueycampos.org

Dado el plazo necesario para la comprobación de la documentación, se estima que, la lista provisional de aspirantes se publicará transcurridos 4 días hábiles desde la fecha de finalización del plazo para presentación de solicitudes.

En caso de que el motivo de su exclusión fuera subsanable los aspirantes excluidos podrán presentar la documentación complementaria, por correo certificado, dirigido a la sede de ARADUEY-CAMPOS, en el plazo de 3 días hábiles, contados desde el siguiente al de la publicación de la lista provisional de aspirantes a fin de poder enmendar el defecto que motiva la exclusión.

Transcurrido este plazo se procederá a la confección de una Lista Definitiva con la relación de los aspirantes admitidos, que irá firmada por el presidente y la secretaría de la Comisión de Selección y será expuesta, a efectos de publicidad, en la página web de ARADUEY-CAMPOS.www.aradueycampos.org.

BASE 6.- COMISIÓN DE SELECCIÓN

La Comisión de selección estará constituida, al menos, por tres miembros del Órgano de Decisión del proyecto de cooperación. La Secretaría de la Comisión recaerá en el Gerente del Grupo ARADUEY-CAMPOS y será el encargado de levantar acta del proceso. En todo caso al proceso de selección, y a petición del comité de selección, se podrán sumar otras personas que por su criterio o experiencia resulten aconsejables.

BASE 7.- PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

El proceso de selección constará de dos fases. La Fase 1 comprende la valoración de los apartados A y B (Experiencia profesional y Formación complementaria). Una vez analizados, valorados y puntuados los candidatos admitidos, se procederá a publicar el listado con los candidatos y sus puntuaciones en la página web de ARADUEY-CAMPOS www.aradueycampos.org

En el caso de disconformidad con la puntuación obtenida, se tendrá derecho a alegaciones por escrito, en el plazo máximo de 3 días hábiles desde el día siguiente al de la publicación del listado de valoración de méritos.

Se seleccionarán los 5 candidatos con mayor puntuación en la valoración de la Fase 1 que serán los que pase a la Fase 2, Entrevista personal, que nunca será antes de las 72 horas siguientes a la publicación del listado definitivo.

CRITERIOS DE SELECCIÓN (MÁXIMO 100 PUNTOS)

A. Experiencia profesional (Máximo 40 puntos):
- Experiencia en gestión, dinamización o ejecución de proyectos de desarrollo rural o programas LEADER: 4 puntos por año (hasta 15 puntos).
- Experiencia en creación de productos turísticos, dinamización comercial/hostelera o trabajo con asociaciones empresariales: 3 puntos por año (hasta 15 puntos).
- Experiencia en organización de eventos promocionales o gestión de redes de colaboración público-privada: 2,5 puntos por año (hasta 10 puntos).

B. Formación complementaria y conocimientos específicos (Máximo 20 puntos):
- Posgrado, máster o cursos especializados (mínimo 50 horas) en turismo rural, marketing digital turístico, gestión de patrimonio o proyectos europeos: hasta 10 puntos.
- Conocimiento acreditado del territorio de actuación (comarcas de Tierra de Campos, Páramos y Valles y Montaña Palentina) y sus recursos culturales/gastronómicos: hasta 10 puntos.

C. Entrevista personal (Máximo 40 puntos):
- Entrevista personal ante la Comisión de Selección para evaluar competencias comunicativas, comprensión profunda del alcance y objetivos del proyecto, capacidad de negociación y disponibilidad. La entrevista tendrá una duración de 20-30 minutos máximo

Finalizadas las entrevistas, se publicará el Listado definitivo con la suma de ambas fases en la página web de ARADUEY-CAMPOS www.aradueycampos.org.
Los interesados dispondrán de tres días naturales para poder presentar por medio de un e-mail al correo aradueycampos@gmail.com alegaciones que consideren oportunas, disponiendo la comisión de selección de un plazo máximo de 5 días naturales para resolver dichas alegaciones.
Una vez finalizado este plazo la Comisión de Selección elevará una propuesta al Órgano de Decisión con la persona propuesta para que sea considerada y que tome la decisión correspondiente.
De los 5 aspirantes que realizaron la entrevista personal, solo el de mayor puntuación será propuesto para el puesto, pasando los otros 4 aspirantes a formar parte de la

bolsa de empleo específica para este proyecto y de igual duración que el mismo, en estricto orden de puntuación y para cubrir posibles renuncias del candidato, o sustituciones si fuese necesario.
Si ningún/a candidato/a superara satisfactoriamente alguna de las fases del proceso la comisión de selección podrá determinar dejar desierta la provisión de la plaza.

COMPETENCIA TÉCNICAS CLAVE A VALORAR POR LA COMISIÓN DE SELECCIÓN:

1. Enfoque híbrido: No basta con un perfil puramente administrativo de despacho ya que ha de ser también un profesional con perfil comercial de territorio y dinamizador capaz de visitar bares, hoteles, museos y talleres artesanos pueblo a pueblo para convencerles de sumarse a la red de sellado.
2. Dinamización empresarial y creación de redes: Capacidad para explicar beneficios tangibles a pequeños empresarios rurales (hostelería y productores locales) y formarles en estándares homogéneos de calidad.
3. Conocimiento del corredor N-611: Familiaridad con la realidad socioeconómica y turística de Palencia (de sur a norte: Tierra de Campos, Canal de Castilla, Románico Palentino, Montaña Palentina) y su conexión natural con Cantabria.
4. Competencia digital y narrativa turística: Manejo fluido de redes sociales, herramientas de mapas interactivos y capacidad para supervisar proveedores creativos (diseñadores gráficos, desarrolladores web y agencias de eventos) sin perder la coherencia de marca.
5. Gestión de colectivos nicho: Conocimiento o facilidad para contactar con clubes de motoristas (mototurismo), asociaciones de autocaravanistas y clubes de coches clásicos, que son el público objetivo principal del formato roadtrip.
6. Habilidades Personales:
    a. Alta capacidad de interlocución y empatía
    b. Autonomía y organización: Al coordinar acciones transversales entre tres Grupos de Acción Local distintos y varios proveedores externos simultáneamente, debe ser metódico/a cumpliendo hitos del cronograma.
    c. Proactividad y orientación a resultados: Capacidad para resolver imprevistos logísticos (especialmente en la fase de señalización de hitos y eventos de lanzamiento).

ANEXO I

MODELO "INSTANCIA SOLICITUD"

D/Dña……,con D.N.I……..

y domicilio completo en……..……..…….

y teléfono de contacto ……..

EXPONE:

1º Que ha tenido conocimiento de la convocatoria realizada por la Asociación ARADUEY – CAMPOS para la contratación de personal del puesto de trabajo de TECNICO en el marco de las actuaciones de desarrollo del proyecto de cooperación LEADER Ruta N-611.

2º Que conoce y acepta las Bases del proceso de Selección para la contratación de personal.

3º Que reúne los requisitos mínimos establecidos en la convocatoria, en concreto, en la BASE 2: DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS, REQUISITOS Y FUNCIONES.

4º Que adjunta a esta instancia la documentación que se indica en la hoja anexa.

SOLICITA:

Que se tenga por presentada la presente instancia junto con los documentos que la acompañan y se admita, al objeto de participar en las pruebas de selección convocadas para cubrir la plaza de TECNICO en el marco de las actuaciones de desarrollo del proyecto de cooperación LEADER Ruta N-611.

Lugar, fecha y Firma del solicitante:

A/A Comisión de Selección Técnico Proyecto de "Ruta N-611"
C/ Villandrando11, 34340 Villada (Palencia)

ANEXO A LA SOLICITUD DE ANEXO I
DOCUMENTACIÓN QUE SE ACOMPAÑA

(Señalar con una X)

□. - Copia del D.N.I

□. - Currículum vitae, en formato EUROPASS.

□. - Copia del documento oficial acreditativo de estar en posesión de la titulación requerida para el puesto.

□. -Copia de la documentación que acredite todos los conocimientos, méritos y experiencia profesional que quieran alegarse para la fase de valoración de méritos.

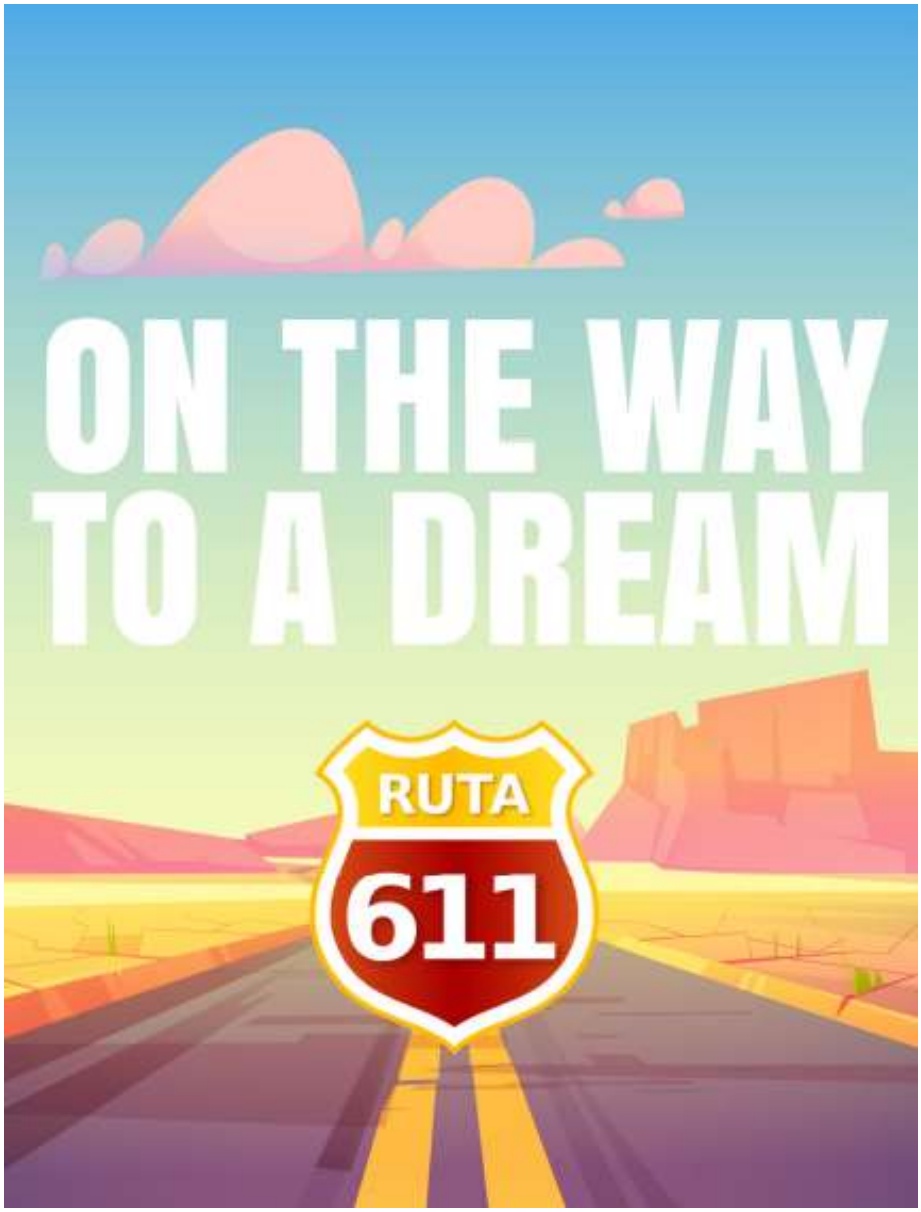
□. - Otros (especificar)

Notas aclaratorias

*** A efectos comprobatorios, podrá requerirse la documentación original para su compulsa antes de la contratación.*

*** No se valorarán los méritos no acreditados convenientemente.*

COOPERACION REGIONAL LEADER



ARADUEY - CAMPOS

PÁRAMOS Y VALLES
PALENTINOS

AGRUPACIÓN
COMARCAL
DE DESARROLLO
MONTAÑA PALENTINA

N-611

Junta de Castilla y León

Unión Europea
Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural
Europa invierte en las zonas rurales

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

LEADER

1.- DENOMINACIÓN DEL PROYECTO

N-611

2.- INTRODUCCIÓN Y REFERENTES DEL PROYECTO

2.1. INTRODUCCIÓN

En este proyecto de cooperación, de carácter regional, participan tres Grupos de Acción Local de la Comunidad Autónoma de Castilla y León (ARADUEY-CAMPOS, ADRI PARAMOS Y VALLES Y ACD MONTAÑA PALENTINA).

Por los territorios de los tres Grupos de Acción Local mencionados atraviesa la Nacional 611 que fue perdiendo relevancia con la puesta en funcionamiento de la autovía A-67. Dicha autovía se construye a principios del siglo XXI paralela a la N-611 siendo su origen los trazados de Caminos Reales que enlazaba la meseta con el puerto de Santander. Los municipios colindantes a esta carretera vivieron en buena medida a expensas del tráfico que circulaba por ella. Tras la puesta en funcionamiento de la A-67 la N-611 que une Palencia con Santander, quedó olvidada.



La N-611 atraviesa dos comunidades autónomas (Castilla y León y Cantabria) y más de 20 municipios de evidente carácter rural y poco conocidos sin embargo, en los 200 kilómetros de su recorrido se puede disfrutar de experiencias de interés relacionadas con la historia, la gastronomía, la naturaleza o la cultura y siempre adaptado a todo tipo viajeros encontrando desde restaurantes con estrellas Michelin hasta el típico "restaurante de camioneros".

Tras 20 años de abandono se considera que es posible recuperar una carretera olvidada para darle una nueva vida y convertirla en un activo turístico, en una forma de viajar lento, en una experiencia para disfrutar sin prisas, durmiendo en hoteles singulares, probando gastronomía única o adquiriendo productos con el hilo conductor de la carretera y donde cada viajero marca el ritmo y el medio para realizar el itinerario (bicicleta, moto, coche, autocaravana…).

Existen iniciativas que han apostado por este tipo de proyectos y han obtenido repercusión de la que se puede aprender. En este sentido la propuesta más conocida internacionalmente es la Ruta 66 en Estados Unidos pero mucho más cerca podemos encontrar otras iniciativas como la Nacional 2 en Portugal, que recorre el país de norte a sur desde Chaves hasta Faro o en España la N-VI entre Madrid y La Coruña.

Con el presente proyecto los distintos Grupos de Acción Local LEADER afectados por el recorrido pretenden dar una nueva vida a la vía y los pueblos por los que pasa proponiendo crear un *Road Trip*poniendo en valor distintos elementos que la han dado personalidad durante décadas como restaurantes, alojamientos, patrimonio etc. pero también otros que pudieran ser considerados como feísmos (gasolineras abandonadas, mojones, o edificaciones de mantenimiento ya desafectadas.

El modelo de actividad pasa por crear un producto marca N-611 que los ruteros podrán identificar en la carretera o en los establecimientos adheridos, y en los que se comuniquen los puntos patrimoniales y curiosidades del entorno. Para ello se podrán habilitar distintas formulas de comunicación que alternarán las más convencionales asociadas a rutas de carretera con la aplicación de nuevas tecnologías y siempre apostando por una desestacionalización del turismo.

2.2. REFERENTES DEL PROYECTO

A NIVEL MUNDIAL: RUTA 66 (EE.UU.)

La Ruta 66, también conocida como la "Main Street ofAmerica" (Calle Principal de América), es una de las carreteras más icónicas y emblemáticas de Estados Unidos. Con una longitud de aproximadamente 2.448 millas (3.940 kilómetros), esta ruta histórica conecta Chicago, Illinois, con Santa Mónica, California, atravesando ocho estados. Desde su inauguración la Ruta 66 ha dejado una huella en la cultura, la economía y la sociedad estadounidense.

La Ruta 66 no solo es una carretera; es un símbolo de libertad, aventura y el espíritu emprendedor estadounidense. A lo largo de su recorrido, la ruta ha fomentado el desarrollo de numerosas comunidades, grandes y pequeñas, que han prosperado gracias al flujo constante de viajeros. Moteles, restaurantes, estaciones de servicio y tiendas de recuerdos han florecido a lo largo de la carretera, proporcionando empleo y oportunidades económicas a los residentes locales. Estos negocios no solo atienden a los viajeros, sino que también contribuyen a la preservación del patrimonio cultural y la identidad de cada comunidad.

Uno de los aspectos más positivos de la Ruta 66 es su capacidad para revitalizar áreas que de otro modo podrían haber sido olvidadas. Muchas pequeñas ciudades y pueblos a lo largo de la ruta han experimentado un renacimiento gracias al turismo. Los visitantes, atraídos por la nostalgia y la historia de la Ruta 66, gastan dinero en alojamiento, comida y entretenimiento, lo que inyecta capital en las economías locales. Este flujo de ingresos ha permitido a muchas comunidades mantenerse prósperas, evitando la despoblación y el declive económico.

Además, la Ruta 66 ha inspirado una serie de eventos y festivales que celebran su rica historia y cultura. Desde ferias de automóviles clásicos hasta festivales de música y arte, estos eventos atraen a miles de visitantes cada año, generando ingresos adicionales y promoviendo el desarrollo comunitario. La ruta también ha sido un imán para artistas, escritores y cineastas, quienes han encontrado inspiración en su paisaje y su gente, contribuyendo aún más a su fama y atractivo.

A NIVEL EUROPEO: RUTA R-2 (PORTUGAL)

En Europa, aunque no existe una ruta exactamente comparable a la Ruta 66 en términos de su icónica historia y cultura específica, hay varias carreteras y rutas turísticas que tienen un impacto significativo en la economía, la cultura y el turismo de la región. Un ejemplo notable es la Ruta R-2 en Portugal que beneficia a numerosas comunidades locales a través del turismo y la promoción de productos locales.

La Ruta Nacional 2 (N-2) en Portugal es una de las carreteras más emblemáticas e históricas del país, conectando Chaves, en el norte, con Faro, en el sur, a lo largo de más de 700 kilómetros. Este proyecto de revitalización no solo busca recuperar una infraestructura histórica, sino que también tiene un impacto significativo y positivo en la actividad económica del territorio, la población y la lucha contra la despoblación.

Uno de los efectos más positivos de la Ruta N-2 es su capacidad para revitalizar comunidades rurales. Muchos de los pueblos y ciudades a lo largo de la ruta han experimentado un renacimiento gracias al turismo. Los visitantes, atraídos por la belleza del paisaje y la calidad de los servicios, contribuyen a la economía local al comprar productos artesanales, participar en eventos y utilizar servicios locales.

La Ruta N-2 también juega un papel vital en la preservación del patrimonio cultural de las regiones que atraviesa. Las tradiciones vitivinícolas, que se remontan a siglos atrás, se mantienen vivas gracias al interés y la participación de los turistas. Los visitantes tienen la oportunidad de aprender sobre las técnicas de producción de vino, la historia de las bodegas y las costumbres locales, lo que contribuye a la conservación de este rico patrimonio. La Ruta N-2 es conocida por sus numerosos eventos y festivales que celebran la cultura y las tradiciones de las regiones que atraviesa. Desde ferias de vino y mercados de productores hasta festivales de música y arte, estos eventos atraen a miles de visitantes cada año. Estos eventos no solo generan ingresos adicionales para la economía local, sino que también promueven la cohesión social y el sentido de comunidad entre los residentes.

A NIVEL ESPAÑOL: RUTA N-VI (Madrid, Castilla y León y Galicia)

La Ruta N-VI, también conocida como la Carretera de La Coruña, es una de las vías más emblemáticas y estratégicas de España. Esta ruta, que conecta Madrid con La Coruña, atraviesa varias regiones y provincias, incluyendo Castilla y León, Galicia y parte de la Comunidad de Madrid. La N-VI no solo es una arteria vital para el transporte y la conectividad, sino que también tiene un impacto significativo y positivo en la actividad económica, la población y la prevención de la despoblación en las áreas que atraviesa.

La N-VI ha sido una ruta histórica que ha evolucionado con el tiempo. Originalmente una carretera nacional, ha sido modernizada y mejorada para convertirse en una autovía de alta capacidad, conocida como la A-6. Esta modernización ha mejorado la seguridad, reducido los tiempos de viaje y facilitado el transporte de mercancías y personas, convirtiéndola en una ruta esencial para el desarrollo económico y social de las regiones que conecta.

La N-VI ha tenido un impacto económico profundo y positivo en las regiones que atraviesa. La mejora de la infraestructura ha facilitado el comercio y el transporte, conectando mercados y facilitando el movimiento de bienes y personas. Esto ha sido especialmente beneficioso para las comunidades rurales, que han podido acceder a mercados más amplios y diversificar sus economías. La infraestructura desarrollada a lo largo de la ruta, como puentes, túneles y carreteras secundarias, ha mejorado la conectividad y la accesibilidad, beneficiando tanto a los residentes locales como a los viajeros.

Uno de los efectos más positivos de la N-VI es su capacidad para revitalizar comunidades rurales. Muchas de las áreas a lo largo de la ruta han experimentado un renacimiento gracias a la mejora de la conectividad. Los residentes locales tienen acceso a mejores servicios y oportunidades, lo que ha ayudado a prevenir la despoblación. La ruta ha facilitado el desarrollo de nuevos negocios y servicios, desde estaciones de servicio y restaurantes hasta hoteles y centros comerciales, proporcionando empleo y oportunidades económicas que atraen a nuevos residentes y mantienen a los actuales.

5.- OBJETIVOS DE PROYECTO

Como ya se ha presentado en apartados anteriores, el presente proyecto pretende poner en valor la riqueza cultural, histórica, gastronómica, etc. de cada zona de influencia por la N-611 al ser todas ellas entornos con una incalculable riqueza natural y patrimonial. Por ello se plantea el desarrollo sinergias que generen aumento en las cadenas de valor de forma que el viaje por los territorios implique a las empresas de hostelería, restauración, artesanos, productores agroalimentarios, etc. Se reforzarán las características propias y únicas de cada zona con el hilo conductor de la experiencia de viajar en una secuencia de calidad-gastronomía-turismo de interior.

De cara al lanzamiento del producto habrá que crear una imagen y una marca fácilmente identificable por el público. La marca lo es todo. Al final de todo el proceso, y siempre que la calidad del proyecto y del producto cumpla con las expectativas creadas, la marca es lo que queda, para simbolizar y servir de recuerdo y refuerzo de una sensación, de un momento y de una realidad. Habría que conseguir que el logotipo del proyecto genere en el público una respuesta positiva global acerca de la calidad que le cabe esperar en cada uno de los establecimientos adscritos. Se trata de conjugar el producto con la personalidad como factores imprescindibles para la marca, con un planteamiento encaminado a definirla de un modo uniforme y unívoco.

El proyecto debería desembocar en la creación una red de establecimientos y productos, con unos estándares predefinidos de calidad que respeten las peculiaridades de cada zona pero que aseguren una uniformidad en la calidad del producto y en el servicio a ofrecer.

Una tarea fundamental será la difusión de la esencia del proyecto. La fuerza conceptual del proyecto, la apuesta por la sinergia entre los sectores implicados y la participación fundamental de empresarios y negocios de las zonas de influencia de los grupos de acción local cuentan con la imagen como refuerzo definitivo. El poder de los medios audiovisuales se aprovechará en sus más amplias posibilidades, tanto en televisión como en Internet, a través de las redes sociales más notorias.

OBJETIVO GENERAL:

Generar un nuevo producto turístico en torno a los recursos culturales gastronómicos, patrimoniales y naturales de los municipios aledaños a la N-611 para conseguir una mayor dinamización de la economía comarcal contando para ello con la participación de agentes públicos y privados en la gestión turística de cada uno de los territorios afectados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Poner en valor la riqueza cultural, histórica, gastronómica etc. de cada territorio y reforzar las características propias y únicas de cada zona con el hilo conductor de una nueva experiencia de los viajes.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Producir una imagen y una marca fácilmente identificable por el público que genere en el público una respuesta positiva acerca de la calidad que cabe esperar de cada uno de los establecimientos adscritos.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Crear una red de establecimientos y productos seleccionados entre todas las áreas de influencia con unos estándares predefinidos de calidad que respeten las peculiaridades de cada zona pero que aseguren una uniformidad en la calidad del producto y en el servicio que va a encontrar el cliente.

OBJETIVO ESPECÍFICO 4: Desarrollar sinergias que generen aumento en las cadenas de valor de forma que el viaje por los territorios implique a los empresarios de hostelería, restauración, artesanos, productores agroalimentarios, etc. y les otorguen un valor añadido.

6.- ACCIONES A DESARROLLAR

ACCIÓN PRIMERA: INVENTARIAR RECURSOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS ENTORNO A N-611

La implementación de una ruta turística como la se pretende realizar requiere una planificación meticulosa y un conocimiento profundo de los recursos disponibles en las distintas comarcas. Un inventario exhaustivo de los recursos turísticos, gastronómicos, patrimoniales y naturales es esencial para garantizar el éxito y la sostenibilidad del proyecto.

Este inventario permitirá identificar y catalogar todos los atractivos turísticos presentes en el territorio rural. Esto incluye sitios históricos, monumentos, museos, paisajes naturales y otros puntos de interés que pueden atraer a los viajeros. Conocer estos recursos facilita la creación de un itinerario atractivo y diversificado que satisfagan las expectativas de diferentes tipos de ruteros. La gastronomía es un componente crucial de la experiencia turística. Un inventario de los recursos gastronómicos locales, como restaurantes, mercados, productos típicos y festivales permite destacar la riqueza y diversidad de la cocina regional.

Por su parte el patrimonio cultural de un territorio rural incluye tradiciones, festividades, artesanías y otros elementos que reflejan la identidad y la historia de la comunidad. Un inventario detallado de estos recursos patrimoniales permite diseñar actividades y experiencias que resalten la autenticidad y singularidad del destino.

El inventario también permitirá conocer y actualizar la infraestructura disponible, como alojamientos, transporte, servicios de información y otros servicios turísticos, es esencial para garantizar una experiencia cómoda y segura para los viajeros.

Este inventario de recursos y productos será elaborado por los propios grupos de acción local participantes, y consensuado entre ellos, dado su exhaustivo conocimiento de su territorio y por tanto sin coste específico a cargo del proyecto de cooperación. En este sentido cada Grupo propondrá, en una primera fase, hasta 10 espacios para entren a formar parte activa de la red de puntos participantes del proyecto incluyendo información completa de cada uno de ellos y fotografías de calidad.

ACCIÓN SEGUNDA: CREACIÓN DE LA MARCA Y LA IMAGEN CORPORATIVA

El desarrollo de un logotipo y una imagen corporativa que representen la esencia de una ruta turística es una necesidad fundamental y de vital importancia para el éxito y la sostenibilidad del proyecto. Un logotipo bien diseñado y una imagen corporativa coherente son esenciales para crear una identidad visual fuerte y reconocible. La marca debe ser fácilmente identificable para ser asociada con la ruta N-611. Esto es crucial para diferenciarse de otras ofertas turísticas y destacar en un mercado competitivo.

Un diseño bien pensado y ejecutado refuerza la credibilidad de la ruta por carretera y asegura que todos los materiales promocionales y comunicaciones sean consistentes y profesionales. Además, una marca fuerte y reconocible puede fomentar la lealtad y el boca a boca positivo, atrayendo a más visitantes en el futuro. La marca visual clara y distintiva facilitará la promoción y el marketing de la ruta turística. El logotipo y la imagen corporativa pueden ser utilizados en una variedad de materiales promocionales, desde folletos y sitios web hasta redes sociales y merchandising. Esto asegura que la ruta turística tenga una presencia visual coherente y atractiva en todos los canales de comunicación.

Esta acción será adjudicada a un profesional con solvencia y detallará aspectos como: propósito, valores, carácter diferenciador respecto al público o naming. Respecto a la identidad visual y diseño se aportará el diseño principal y variantes (logo compacto, sello/icono para redes), sus normas de uso (simplicidad, escalabilidad y adaptabilidad) y la paleta de colores, fuentes y tipografía para lograr una máxima adaptabilidad (etiquetas, cajas, redes sociales, sitio web etc.).

ACCIÓN TERCERA: CREACIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES Y GUÍA OFICIAL DIGITAL

El desarrollo de materiales promocionales es una necesidad fundamental y de vital importancia para poner en marcha una ruta por carretera. Estos materiales no solo ayudan a atraer a los turistas, sino que también facilitan la planificación y la experiencia del viaje. Los materiales promocionales, como folletos, mapas, guías de viaje y sitios web deben ser atractivos y visualmente impactantes para despertar el interés y motivar a los viajeros a elegir esta ruta.

Los materiales promocionales proporcionan información detallada sobre la ruta, incluyendo puntos de interés, atracciones turísticas, alojamientos, restaurantes y servicios disponibles. Igualmente los materiales promocionales también pueden incluir consejos prácticos y recomendaciones para mejorar la experiencia del viaje. Información sobre el clima, la mejor época para visitar, eventos locales y festivales, así como consejos de seguridad y etiqueta, pueden ser muy útiles para los turistas. Esto asegura que los viajeros estén bien preparados y puedan disfrutar de su viaje sin preocupaciones.

El desarrollo de materiales promocionales es una necesidad fundamental y de vital importancia para poner en marcha una ruta por carretera tipo la Ruta N-611. Estos materiales no solo atraen y retienen a los turistas, sino que también facilitan la planificación y la experiencia del viaje, evocan la historia y el patrimonio, y apoyan a la economía local. La calidad y la coherencia de los materiales promocionales aseguran el éxito y la sostenibilidad del proyecto turístico, beneficiando tanto a los visitantes como a la comunidad local.

Además, una guía detallada de una ruta turística tipo roadtrip puede incluir información sobre eventos locales, festivales y actividades culturales. Esto permite a los viajeros sumergirse en la cultura y tradiciones de las comunidades que visitan, enriqueciendo su experiencia y fomentando el intercambio cultural. Por ejemplo, si un viajero sabe que durante su visita a una ciudad habrá un festival de música local, puede planificar su estadía para asistir y disfrutar de una experiencia auténtica.

Esta acción será adjudicada a una entidad solvente y con experiencia en la materia que presente una propuesta digital de Ruta Inmersiva y que contenga los siguientes contenidos:

1. Sitio Web Inmersivo y Mapa Interactivo: Diseño responsivo con fotografía de alto impacto y videos en formato vertical (reels/TikToks).
2. Mapa interactivo con paradas clave, tiempos de conducción, alojamiento y experiencias locales (enfoque en www.open-ideas.es).
3. Integración de Google Maps con la ruta precargada.
4. Guías de Viaje Digitales (Kit de Herramientas)
    a. "Roadbook" digital en PDF interactivo (descargable) con itinerarios temáticos.
    b. Checklists preparativos, consejos de seguridad y puntos de interés destacados.
5. Contenido Visual en Redes Sociales:
6. TikTok/Instagram Reels: Videos rápidos de "highlights" y paisajes.
7. Realidad Aumentada: Filtros de Instagram para "probar" la ruta y compartir fotos en puntos estratégicos.
8. Otros: Información general del proyecto, contacto, noticias, blog etc.

ACCIÓN CUARTA: DISEÑAR Y PRODUCIR UN PASAPORTE OFICIAL DE SELLADO

Un pasaporte oficial para una ruta tipo roadtrip proporciona a los viajeros sentido de logro. Al tener un documento físico que pueden sellar en diferentes puntos a lo largo de la ruta, los turistas se sienten motivados a completar el recorrido y visitar los lugares destacados. Este sentido de logro puede convertirse en un recuerdo tangible y personalizado. Además, el pasaporte puede incluir información útil sobre cada punto de sellado, como descripciones breves, horarios de apertura y consejos prácticos, lo que facilita la planificación y mejora la experiencia general.

Igualmente el pasaporte oficial puede servir como promoción ya que al incluir puntos de sellado en lugares estratégicos, como museos, restaurantes y alojamientos, se incentiva a visitar estos sitios y contribuir a la economía local. Al completar el recorrido y obtener todos los sellos, los turistas pueden recibir recompensas o beneficios adicionales, como descuentos en alojamientos, entradas gratuitas a atracciones turísticas o incluso premios especiales.

Por último, el pasaporte oficial, de distribución gratuita,es una herramienta de recopilación de datos y análisis ya que al registrar los sellos obtenidos por los viajeros, se puede obtener información valiosa sobre los patrones de visita, las preferencias de los turistas y las áreas que necesitan mejoras y adaptar las estrategias de marketing y promoción.

Este diseño e impresión en soporte físico del pasaporte será adjudicado a una entidad solvente que desarrollará la propuesta en base a los siguientes parámetros orientativos:

1. Color y Diseño: Color rojo, similar al de la imagen N-611 y rindiendo homenaje a las señales históricas de carretera. Gramaje mínimo de 180 g/m^2
2. Tamaño: 40 x x15 cm. (orientativo) con posibilidad de dobleces para facilitar su manejo e ideal para llevar en la chaqueta de la moto, la guantera o una mochila.
3. Contenido: Información de utilidad sobre el recorrido.Espacios para coleccionar puntos de sellado. Mapa que incluye los puntos de interés de la carretera.
4. Número de ejemplares: 3.000.

ACCIÓN QUINTA: SELECCIÓN DE PUNTOS DE SELLADO Y CAPACITACIÓN A PERSONAL LOCAL

Establecer puntos de sellado oficiales de la *road*trip es una estrategia idónea que no solo enriquece la experiencia, sino que también beneficia a las comunidades locales y fomenta el desarrollo turístico. La inclusión de restaurantes, hoteles, tiendas y oficinas de turismo etc. como puntos de sellado oficiales añade valor y diversidad al recorrido. Todo ello con la intención de consolidar una red de empresas de servicios y productos adheridas al proyecto.

Los restaurantes pueden ofrecer muestras de la gastronomía local. Los hoteles, por su parte, pueden proporcionar un descanso cómodo y seguro, mientras que las tiendas pueden ofrecer productos locales y artesanías que los viajeros pueden llevarse como recuerdo. Las oficinas de turismo, además de sellar el pasaporte, pueden proporcionar información sobre el territorio mejorando la experiencia del viajero.

La capacitación del personal en los puntos de sellado es esencial para asegurar una implementación efectiva del pasaporte y una experiencia positiva para los viajeros. El personal debe estar bien informado sobre el uso del pasaporte, incluyendo cómo sellar correctamente y dónde colocar el sello. Además, deben entender la importancia de la ruta y cómo su papel contribuye a la experiencia general del viajero. Una capacitación adecuada asegura que los viajeros reciban un servicio de calidad y una experiencia positiva.

Por todo ello la selección y establecimiento de puntos de sellado oficiales, junto con la capacitación del personal resulta fundamental y será una de las funciones más importante que desarrollará la persona o entidad responsable del dispositivo del proyecto. Por este motivo, a pesar de la relevancia de la misma, esta acción no cuenta con un presupuesto específico a cargo del proyecto de cooperación.

ACCIÓN SEXTA: CAMPAÑA DE EVENTOS DE LANZAMIENTO

La implementación de una campaña de promoción y difusión para un proyecto de ruta tipo roadtrip es una estrategia altamente idónea y efectiva para atraer a un público amplio y diverso. Esta campaña incluye distintos eventos de lanzamiento con la participación de medios de comunicación, influencers y autoridades locales y no solo aumenta la visibilidad del proyecto, sino que también genera entusiasmo y expectativas entre los viajeros.

Los medios de comunicación pueden difundir la noticia a través de artículos, reportajes y entrevistas, llegando a una audiencia más amplia y diversa. Los influencers pueden compartir sus experiencias en tiempo real a través de sus redes sociales, generando un efecto viral y atractivo. Las autoridades locales pueden ofrecer su apoyo y respaldo, lo que añade legitimidad y credibilidad al proyecto. Además, los eventos de lanzamiento pueden incluir actividades interactivas, como presentaciones, talleres y degustaciones, que permiten a los asistentes experimentar un adelanto de lo que la ruta tiene para ofrecer. Esto no solo genera interés y entusiasmo, sino que también puede convertir a los asistentes en embajadores del proyecto, compartiendo sus experiencias positivas con otros.

La preparación y ejecución de estos eventos de la ruta serán adjudicadas a una entidad solvente que desarrollará la propuesta en base a los siguientes parámetros orientativos:

1. Eventos: 5, uno por Grupo y dos más en las ciudades de Palencia y Santander.
2. Duración: 4 horas (mañana o tarde, por determinar)
3. Contenido: Rueda de prensa y presentación del proyecto, coloquio de experiencias relevantes. Debate para enriquecer el proyecto. Degustación de productos locales.
4. Campaña de difusión: En medios de comunicación, influencers, redes sociales, invitación a colectivos específicos (club de motoristas, autocaravanistas, coches clásicos etc.), autoridades locales y personas representativas, empresarios turísticos etc.

ACCIÓN SÉPTIMA: CAMPAÑA DE SEÑALIZACIÓN COMO HILO CONDUCTOR DE LA RUTA

La implementación de una señalización homogénea a lo largo de una ruta tipo roadtrip es una estrategia altamente idónea que no solo mejora la experiencia del viajero, sino que también contribuye a la seguridad, la orientación y la promoción de la ruta. La inclusión de hitos kilométricos históricos y carteles informativos añade valor cultural y educativo al recorrido, enriqueciendo la experiencia del viajero y fomentando una mayor apreciación del patrimonio local.

Los hitos kilométricos históricos añaden un componente cultural y educativo a la ruta. Estos hitos pueden marcar eventos significativos, lugares históricos o puntos de interés cultural, proporcionando a los viajeros una oportunidad para aprender sobre la historia y el patrimonio de la región. Por ejemplo, un hito kilométrico puede señalar el lugar donde ocurrió una batalla importante o el sitio de un antiguo asentamiento. Esta información fomenta una mayor apreciación y respeto por la historia local.



Los carteles informativos y los hitos kilométricos históricos pueden incluir el logotipo y el nombre de la ruta, lo que aumenta su visibilidad y reconocimiento. Esta acción será adjudicada a una entidad solvente que desarrollará la propuesta en base a los siguientes parámetros:

1. Acondicionamiento de hitos históricos: 15 en total distribuidos en función de disponibilidad y del estado previo de conservación.
2. Señalización: En 30 puntos de interés del recorrido seleccionados por cada Grupo se instalarán otras tantas señalizaciones en un formato que recuerde a hitos de la carretera N-611. Dichas señales se realizarán en aluminio rígido antioxidante (Dibond) a modo de tótem vertical con información básica sobre el punto de interés o de sellado y la posibilidad de obtener otras informaciones a partir de un código QR.

13.- ANEXOS

ANEXO I: ÁMBITO GEOGRÁFICO DIRECTO DE APLICACIÓN DEL PROYECTO DE COOPERACIÓN Y ALIANZAS ESTRATEGICAS

GRUPO DE ACCIÓN LOCAL Y TERRITORIO	LOCALIDADES DIRECTAMENTE AFECTADAS	LOCALIDADES AREA DE INFLUENCIA N-611
ARADUEY-CAMPOS **Tierra de Campos Palentina**	- Fuentes de Valdepero - Monzón de Campos - Amusco - Piña de Campos - Frómista - Marcilla de Campos - Santillana de Campos - Osorno La Mayor	Localidades situadas a un máximo, aproximado, de 5 kilómetros del itinerario principal
ADRI PÁRAMOS Y VALLES **Páramos y Valles Palentinos**	- Hijosa de Boedo - Ventosa de Pisuerga - Herrera de Pisuerga - Alar del Rey - Nogales de Pisuerga - Puebla de San Vicente	Localidades situadas a un máximo, aproximado, de 5 kilómetros del itinerario principal
ACD MONTAÑA PALENTINA **Montaña Palentina**	- Olleros de Pisuerga - Valoria de Aguilar - Aguilar de Campóo - Cabria - Quintanilla de las T. - Canduela - Quintanas de H.	Localidades situadas a un máximo, aproximado, de 5 kilómetros del itinerario principal