CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE EL PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE CÓRDOBA Y LA MANCOMUNIDAD CAMPIÑA SUR CORDOBESA DURANTE EL EJERCICIO 2026 y 2027

REUNIDOS

De una parte el Presidente del Patronato Provincial de Turismo (PPTC) de la Diputación Provincial de Córdoba, D. Salvador Fuentes Lopera en nombre y representación de este organismo autónomo.

Y de otra, D. Miguel Ruz Salces en nombre y representación de la Mancomunidad Campiña Sur Cordobesa.

Ambas partes reconociéndose mutuamente capacidad legal necesaria y suficiente para suscribir el presente Convenio, acuerdan formalizarlo con arreglo a las siguientes:

ESTIPULACIONES

PRIMERA.- Objeto del convenio. Se trata de una iniciativa destinada a la promoción y valorización de los recursos turísticos, culturales patrimoniales de la comarca mediante la implementación **de tres bloques de actuacione complementarias: marketing digital, promoción del patrimonio y material promocional**. Esta actuaciones están diseñadas para aumentar la visibilidad del destino, mejorar la experiencia de visitante, turista y viajero, así como fomentar la sostenibilidad y el desarrollo económico de lo municipios que integran la Mancomunidad de Campiña Sur.

SEGUNDA.- Competencia de las partes.

Competencia provincial:

El Patronato Provincial de Turismo de Córdoba, creado por acuerdo del Pleno de la Excma. Diputación Provincial de Córdoba de 31 de diciembre de 1991, se constituye como Organismo Autónomo Local de naturaleza administrativa para la gestión directa de un servicio público de su competencia, de conformidad con lo previsto en el Artículo 85.2.A).b) de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local.

El Patronato Provincial de Turismo de Córdoba quedará adscrito al órgano de la Diputación Provincial que tenga encomendadas las competencias en materia de turismo.

En la actualidad dicho organismo corresponde al área de Desarrollo Económico, Promoción y Empleo que tiene atribuidas las materias de promoción y desarrollo socioeconómico y la contribución a la asistencia económica y al desarrollo local de los municipios y mancomunidades de la provincia utilizando para ello cuantos instrumentos, proyectos y programas pueda diseñar, solicitar y gestionar.

En este contexto, se consideran fines específicos, entre otros, la planificación, gestión, seguimiento y difusión de estudios, programas y proyectos que incidan en el desarrollo socioeconómico de la Provincia de Córdoba.

Entre las finalidades, funciones y competencias del Patronato Provincial de Turismo de Córdoba, contenidas en el art. 4 de sus Estatutos se encuentra que este organismo tendrá como objeto la promoción, fomento, estudio, difusión y desarrollo del turismo de Córdoba y Provincia, teniendo en cuenta aquellas

sugerencias que partan de las Administraciones y sectores implicados en el desarrollo de Córdoba como destino turístico ya sea capital o provincial, con el fin último de contribuir al aumento en cantidad y calidad de turistas y a un turismo más desestacionalizado.

Así como en su Art.11 y siguientes de la Ley 5/2010, de Autonomía Local de Andalucía.

En la actualidad dicho organismo corresponde al área de Área de Asistencia Económica a los Municipios, Programas Europeos y Empleo que tiene atribuidas las materias de promoción y desarrollo socioeconómico y la contribución a la asistencia económica y al desarrollo local de los municipios y mancomunidades de la provincia utilizando para ello cuantos instrumentos, proyectos y programas pueda diseñar, solicitar y gestionar. En este contexto, se consideran fines específicos, entre otros, la planificación, gestión, seguimiento y difusión de estudios, programas y proyectos que incidan en el desarrollo socioeconómico de la Provincia de Córdoba.

Los Municipios de Aguilar de la Frontera, Fernán-Núñez, Montalbán de Córdoba, Montemayor, Montilla, Monturque, Moriles, Puente Genil, La Rambla, San Sebastián de los Ballesteros y Santaella, acuerdan constituirse en Mancomunidad de Municipios, conforme a lo establecido en la legislación vigente.

Esta Mancomunidad de Municipios se constituye al amparo de lo establecido en la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, adaptada a la Ley 27/2013 de 27 de diciembre, de Racionalización y Sostenibilidad de la Administración Local, así como de la Ley 5/2010, de 11 de junio, de Autonomía Local de Andalucía y demás normativa que le sea de aplicación. Todo ello, sin perjuicio de las áreas territoriales y sus condicionamientos que puedan establecer otras Administraciones, en función de la delegación de sus competencias.

En esta Mancomunidad podrán integrarse otros municipios de la misma provincia o de distinta, no siendo necesario entre ellos que exista continuidad territorial. En cumplimiento de lo establecido en el presente artículo, el Pleno de la Mancomunidad, en sesión celebrada el día 21 de marzo de 2019, adoptó acuerdo de incluir al Municipio de La Guijarrosa, como miembro de pleno derecho de esta Mancomunidad de Municipios Campiña Sur Cordobesa.

TERCERA.- Mecanismos de seguimiento, vigilancia y control.

Se establece para realizar el seguimiento, vigilancia y control de la ejecución del Convenio y de los compromisos adquiridos por los firmantes, el siguiente mecanismo:

Controles parciales y globales a realizar por el/la Jefe/a del Servicio, Departamento, Unidad, y que se plasmarán en el correspondiente informe técnico.

CUARTA.- Compatibilidad con otras subvenciones.

Las cuantías previstas en la subvención nominativa serán compatible con otras subvenciones, ayudas, ingresos o recursos recibidos para la misma finalidad, procedentes de cualesquiera Administraciones, o entes públicos o privados, nacionales, de la Unión Europea o de organismos internacionales, siempre que la cuantía acumulada de los mismos, en la que se incluiría la aportación de la Diputación Provincial de Córdoba no supere el 100% del coste total de la actividad subvencionada; en tal caso todas las aportaciones previstas se reducirían en la parte proporcional correspondiente.

Estando obligados los beneficiarios a comunicar en la solicitud otras ayudas obtenidas o solicitadas para la misma actividad, debiendo comunicar las que reciba finalmente, tal y como indica el art.14.1 d) de la LGS, a efectos de comprobar si se supera el coste total de la actividad”.

QUINTA - Plazo y modos de pago de la subvención.

El proyecto tiene un presupuesto total de 18. 000,00 €, aportando el PPTC la cantidad de 15.000€, y aportando la entidad beneficiaria la cantidad de 3.000,00€.

El pago de la subvención nominativa por el importe de 15.000 € (QUINCE MIL EUROS) con cargo a la aplicación presupuestaria 4325 46 302 "Promoc-Convenio Mancomunidad Campiña Sur" se realizará a la firma del convenio, previa acreditación por parte de la entidad beneficiaria de estar al corriente de sus obligaciones con la Corporación, a estos efectos se considerará que el beneficiario se encuentra al corriente en el pago de obligaciones por reintegro de subvenciones cuando las deudas estén aplazadas, fraccionadas o se hubiera acordado su suspensión con ocasión de la impugnación de la correspondiente resolución de reintegro.

En el supuesto de que el objeto del Convenio se haya realizado el pago se realizará, previa justificación del gasto y de haber cumplido los requisitos administrativos por subvenciones concedidas con anterioridad y demás condiciones establecidas en la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones y el Reglamento que la desarrolla, aprobado por Real Decreto 887/2006, de 21 de julio.

SEXTA.- Plazo y forma de justificación.

La justificación de la subvención tendrá por objeto comprobar la adecuación del uso de los fondos públicos por las entidades beneficiarias, aplicándolos a la finalidad para la que fueron concedidos, demostrando el cumplimiento de las condiciones impuestas y resultados obtenidos.

Tendrá carácter de documento con validez jurídica para la justificación de la subvención, la cuenta justificativa simplificada con el contenido previsto en el artículo 75 del Reglamento anteriormente citado (o el previsto en el artículo 72 del mismo, en su caso).

La subvención nominativa concedida con cargo a la aplicación presupuestaria correspondiente, tendrá el carácter de un importe cierto, se entenderá que queda de cuenta de la entidad beneficiaria la diferencia de financiación necesaria para la total ejecución de la actividad, debiendo ser reintegrada en tal caso la financiación pública únicamente por el importe que rebasara el coste total de dicha actividad.

La cuenta deberá rendirse ante el órgano gestor en el plazo máximo de tres meses, que se contará a partir de la firma de este Convenio o desde la finalización de la temporalidad del proyecto **recogida en el Anexo Económico del presente Convenio,** según esté o no, respectivamente, realizado el objeto del convenio".

SÉPTIMA.- Publicidad.

La entidad beneficiaria deberá tomar las medidas de difusión necesarias para dar la adecuada publicidad del carácter público de la financiación del programa, actividad, inversión o actuación de cualquier tipo que sea objeto de la subvención nominativa y las medidas de difusión que se adopten deberán adecuarse al objeto subvencionado, tanto en su forma como en su duración, pudiendo consistir en la inclusión de la imagen institucional de la entidad concedente así como leyendas relativas a la financiación pública en carteles, placas conmemorativas, materiales impresos, medios electrónicos o audiovisuales o bien en menciones realizadas en los medios de comunicación.

Al margen de los mecanismos anteriores, la entidad deberá incluir en su web corporativa, en caso de disponer de ella, y obligatoriamente, en sus cuentas en los medios sociales (Instagram, Facebook, X,TikTok,YouTube….) una breve descripción del Proyecto con susobjetivos y resultados, y destacando el apoyo financiero de la Diputación Provincial deCórdoba, según el siguiente texto tipo: "(Beneficiario) ha recibido una subvención nominativa de la Diputación Provincial de Córdoba (n.º Resolución), para la ejecución del Proyecto/actividad (incluir denominación)".

OCTAVA.- Subcontratación de las actividades.

A los efectos de este Convenio, se entiende en su caso, que la entidad beneficiaria subcontrata cuando concierta con terceros la ejecución total o parcial de la actividad que constituye el objeto del Convenio.

Queda fuera de este concepto la contratación de aquellos gastos en que tenga que incurrir para la realización por sí mismo de la actividad.

La entidad beneficiaria, podrá subcontratar, en su caso, hasta el 100% de la actividad. No podrán subcontratarse actividades que, aumentando el coste de la acciones, no aporten valor añadido al contenido de las mismas.

NOVENA- Gastos subvencionables.

Se considerarán gastos subvencionables, a los efectos de este Convenio, los incluidos en su Anexo Económico, siempre que respondan de manera indubitada a la naturaleza de la actividad subvencionada, resulten estrictamente necesarios y hayan sido efectivamente realizados y pagados con anterioridad a la finalización del plazo de justificación. En ningún caso el coste de adquisición de los gastos podrá ser superior al valor de mercado.

“Los gastos e ingresos que se presenten en el anexo económico ,estarán debidamente desglosados y se imputarán de acuerdo con su naturaleza económica y, en el caso de los gastos, además, de acuerdo con la finalidad que con ellos se pretende conseguir.

Los datos serán homogéneos y normalizados en cuanto a denominación, nomenclatura y significado de los distintos gastos e ingresos subvencionables, de conformidad con lo establecido en la Orden EHA/1037/2010, de 13 de abril, por la que se aprueba el Plan General de Contabilidad Pública, y demás normativa de desarrollo.

Cuando el importe del gasto supere las cuantías establecidas en la legislación de Contratos de Sector Público para el contrato menor, la entidad beneficiaria deberá solicitar como mínimo tres ofertas de diferentes proveedores, con carácter previo a la contracción del compromiso para la obra, la prestación del servicio o la entrega del bien, salvo que por sus especiales características de los gastos no exista en el mercado suficiente número de entidades que lo realicen, suministren o presten, salvo que el gasto se hubiese realizado con anterioridad a la subvención.

La elección entre las ofertas presentadas, que deberán aportarse en la justificación, o, en su caso, en la solicitud de subvención, se realizará conforme a criterios de eficiencia y economía, debiendo justificarse expresamente en una memoria la elección cuando no recaiga en la propuesta económica más ventajosa.

A efectos de lo previsto en el apartado anterior, la entidad beneficiaria será responsable de que en la ejecución de la actividad subvencionada concertada con terceros se respeten los límites que se establezcan en este Convenio en cuanto a la naturaleza y cuantía de gastos subvencionables, y los contratistas estarán sujetos al deber de colaboración previsto en el artículo 46 de la Ley 38/2003 General de Subvenciones para permitir la adecuada verificación del cumplimiento de dichos límites.

En ningún caso podrá concertarse por la entidad beneficiaria la ejecución total o parcial de las actividades subvencionadas con:

a) Personas o entidades incursas en alguna de las prohibiciones del artículo 13 de la Ley 38/2003.

b) Personas que formen parte de los órganos de gobierno de las entidades o entidades vinculadas con la entidad beneficiaria, tales como empresas asociadas, salvo que la contratación se realice de acuerdo con las condiciones normales de mercado. En estas circunstancias la subcontratación tendría la autorización expresa de esta Corporación Provincial.

DÉCIMA.- Responsabilidad patrimonial.

En concordancia con lo establecido en el Art. 33.1 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, citada, si de la ejecución de las actuaciones derivadas del presente convenio se produjeran lesiones en los bienes y derechos de los particulares, la responsabilidad patrimonial a que, en su caso, dieren lugar será de la entidad beneficiaria como entidad responsable de dicha ejecución.

El presente convenio queda excluido de la aplicación de la Ley 9/2017 de 8 de Noviembre, al amparo del articulo 6. No obstante, se aplicarán los principios de esta ley para resolver las dudas que pudieran presentarse.

El Patronato Provincial de Turismo de la Diputación Provincial de Córdoba, no tendrá relación jurídico-laboral alguna con las personas que contraten con la entidad beneficiaria para la ejecución de los compromisos que corresponda desarrollar en virtud de este Convenio de Colaboración, siendo ajena a cuantas reclamaciones puedan derivarse de tales contratos.

UNDÉCIMA.- Criterios de graduación de la justificación.

A este Convenio les son de aplicación las normas recogidas por la Ordenanza Reguladora de la Actividad Subvencionable, publicada con el Boletín oficial de la Provincia número 29, de 12 de Febrero de 2020, en especial, los criterios de graduación y potestad sancionadora ante los posibles incumplimientos de las condiciones impuestas con motivo de la concesión de esta subvención nominativa**.**

DUODÉCIMA.- Cuestiones litigiosas en la interpretación y cumplimiento del Convenio.

Las cuestiones litigiosas que pudieran surgir en la interpretación y cumplimiento del presente convenio, serán de conocimiento y competencia del Orden Jurisdiccional Contencioso Administrativo; si no han podido ser resueltas previamente a través a través del Jefe/a del Servicio, Departamento Unidad o a través de la Comisión de Seguimiento, si esta existiera, recogida en la estipulación tercera del presente Convenio.

DECIMOTERCERA.- Vigencia.

La vigencia del presente Convenio comprenderá desde la fecha de su firma hasta la finalización de las actuaciones objeto del presente Convenio; fecha que aparece en el anexo del presente Convenio.

En cualquier momento, antes de la finalización del plazo previsto en el anexo, las partes que suscriben el presente Convenio podrán acordar unánimemente su prórroga, con la limitación recogida en el artículo 49 apartado h) párrafo segundo de la Ley 40/2015, de 1 de octubre.

Serán causas de resolución del mismo:

a) El mutuo acuerdo de las partes manifestado por escrito.

b) Incumplimiento de las obligaciones recogidas en el mismo.

En el supuesto de que concurra alguna de estas causas, pero existan actuaciones en curso de ejecución, las partes que suscriben el presente Convenio, a propuesta del Gerente del PPTC, o a propuesta de la Comisión de Seguimiento si ésta existiera, podrán acordar la continuación y finalización de las actuaciones en curso, estableciendo un plazo improrrogable para la finalización de las mismas; conforme al artículo 52 apartado tercero de la Ley 40/2015, de 1 de octubre.

DECIMOCUARTA.- Memoria justificativa.

Para dar cumplimiento al apartado primero del artículo 50 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, se incluye en el expediente administrativo del presente convenio una Memoria Justificativa como trámite preceptivo para la suscripción de este Convenio.

DECIMOQUINTA- Igualdad de género.

Las entidades firmantes se comprometen a respetar e incorporar en la ejecución del presente Convenio, procedimientos de igualdad efectiva de mujeres y hombres y de promoción para la igualdad de género, en el ámbito de su actuación.

DECIMOSEXTA .- Apoyo a metas de ODS.

Las medidas que atiende el presente convenio apoyan principalmente a la meta o metas ODS n.º 8.9 que dice" De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puesto de trabajo y promueva la cultura y los productos locales" y tiene sinergias con la meta o metas 17.17, para "Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas público-privada y de la sociedad civil,aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos delas alianzas", además de sinergias con los ODS 11 (ciudades y comunidades sostenibles) el ODS 12 (producción y consumo responsables) y el ODS 16 (Paz, Justicia e Instituciones Sólidas) y sus metas. 11.4, 12.b, 16.7.

En una visibilidad que la Diputación de Córdoba quiere aportar a todas sus actuaciones desde que en 2018 aprueba su participación en la implementación de la Agenda 2030 y en coherencia con "Participamos Dipucordoba 2030", cuya expresión gráfica es la siguiente:



DECIMOSÉPTIMA.- Modificación del Convenio

Las modificaciones de la concesión de la subvención se ajustarán a lo establecido en las bases de ejecución y en las ordenanzas reguladoras de la actividad subvencional de la Diputación de Córdoba.

Y en prueba de conformidad, firman los intervinientes, en el lugar y fecha indicados "en el encabezamiento".

ANEXO ECONÓMICO

Las partidas de gasto del Anexo Económico estarán debidamente desglosadas tanto en lo que respecta a la tipología del gasto como a su importe, siendo insuficiente la denominación de eventos o actividades que no especifiquen el tipo de gasto que conlleva su ejecución.

PRESUPUESTO DE LA ACTIVIDAD

GASTOS CORRIENTES (GC)	
GASTOS DE PERSONAL (1):	**IMPORTE**
Retribuciones (nóminas)	
Gastos de Seguridad Social a cargo de la entidad	
*En el caso de contrato de trabajo derivado de una relación contractual, **las percepciones salariales y no salariales** deben ir señaladas y diferenciadas en la nómina del trabajador. Siempre que se trate de personal propio de la Entidad, las Dietas y Gastos de viaje se imputarán al grupo de gasto "Gastos de personal"	
GASTOS ESPECÍFICOS DE LA ACTIVIDAD/ PROYECTO (2):	**IMPORTE**
Material de oficina, y material didáctico:	
Transporte de mercancías, mensajería, paquetería…	
Publicidad y propaganda: carteles, folletos,etc.: **- MATERIAL PROMOCIONAL - Artículos y material personalizado con la imagen institucional para su uso en ferias de turismo y otras actividades de promoción.- Diseño mapa comarcal, dossier profesional (diseño e impresión).**	**5.000,00€**
Trabajos realizados por otras empresas: contratación de una empresa para la prestación de un servicio (limpieza, seguridad, etc).Detallar el tipo de servicio que se contrata (**detallar**): **- MARKETING DIGITAL - Campaña promocional con creadores de contenido para la difusión en redes sociales de lugares emblemáticos, gastronomía y eventos de la comarca. - Refuerzo de la marca comarcal mediante storytelling, microvídeos y fotografía de calidad.** **- PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO - Visitas guiadas al patrimonio cultural, natural y artesanal.-Talleres, catas, degustaciones, montaje, seguros.**	**4.900,00€** **8.100,00€**
Colaboraciones puntuales de profesionales:	
Gastos federativos	
Gastos por arbitrajes.	
Premios, subsidios, becas, en metálico y en especie:	

Gastos indemnizatorios para personal voluntario (sujeto a Ley 45/2015, del Voluntariado).	
Gastos de los destinatarios del proyecto: Gastos de transporte, alojamiento, manutención, seguros de accidentes, alimentos, catering , farmacia, etc. **(detallar):**	
Gastos Sanitarios: Productos farmacéuticos, material sanitario, servicios de asistencia sanitaria:	
Gastos de manutención/avituallamiento: adquisición de Productos alimenticios o contratación de empresa de servicio de alimentación.	
Gasto en material y equipamiento:	
Otros gastos: Seguros de accidentes, Gastos por mantenimiento de animales, específico para deportes en los que sean indispensables y participen en competiciones oficiales, etc.	
Auditoría de cuentas y Control de calidad de los proyectos.	
Gastos por inscripción de deportistas en pruebas deportivas	
Gastos en alquiler de instalaciones	
GASTOS INDIRECTOS A IMPUTAR AL PROYECTO (4):	**IMPORTE**
1.- Gastos de mantenimiento de la infraestructura física del edificio o gastos de mantenimiento del local	
a) Gastos de arrendamiento de bienes muebles e inmuebles.	
b) Gastos de reparación, conservación y adaptación de viviendas.	
c) Gastos en comunicaciones (telefonía ,mensajería, mantenimiento de la pagina web…) y Suministros (agua, gas, electricidad…).	
d) Seguro de responsabilidad civil de la entidad.	
e) Reparaciones simples y conservación.	
2.- Gastos de gestión y administración	
a) Contratos de administradores de los proyectos.	
b) Contratos auditorías externas sobre la gestión.	
c) Contratos control de calidad.	
3.- Gastos de tipo económico-jurídico:	
a) Gastos financieros, de asesoría jurídica o financiera, notariales y registrales, periciales de garantías bancarias o de otras instituciones financieras.	
b) Gastos de apertura de una o varias cuentas separadas.	
c) Arrendamiento financiero.	
d) Ejercicio de la opción de compra.	
e) Seguros e intereses de costes de refinanciación	
GASTOS DE SUBCONTRATACIÓN EN OPERACIONES CORRIENTES (4)	**4.- IMPORTE**

Gastos derivados de la contratación de una empresa para que realice el proyecto o actividad total o parcialmente:	
TOTAL GASTOS	**18.000,00€**

GASTOS DE INVERSIÓN (GI)	
	IMPORTE
ADQUISICIÓN DE INMUEBLES:	
Terrenos y edificaciones destinados a la realización de la actividad subvencionada	
OBRAS:	
Se trata de gastos realizados sobre la estructura del edificio que mejoran la construcción aumentando su vida útil, su capacidad constructiva o aumentando la eficiencia de la construcción y no de simples reparaciones o pequeñas obras de conservación" imputables a gasto corriente.	
1 Otro material. Ampliación, mejora, modernización, adaptación, adecuación o refuerzo de un bien inmueble ya existente.	
2 Obras de gran reparación. Para enmendar un menoscabo o deterioro producido en un bien inmueble por causas fortuitas o accidentales cuando afecten fundamentalmente a la estructura resistente.	
ADQUISICIÓN DE EQUIPAMIENTO O BIENES MUEBLES O INMOVILIZADO MATERIAL	
Exceptuando la adquisición de terrenos y edificios, Incluyen aquellos gastos producidos por la adquisición de elementos de inmovilizado, de carácter mueble e inventariable:	
1. Maquinaria.	
2. Instalaciones.	
3. Utillaje.	
4. Elementos de transporte.	
Gastos indemnizatorios para personal voluntario (sujeto a Ley 45/2015, del Voluntariado).	
5. Mobiliario	
6. Equipos informáticos y ofimáticos.	
7. Equipos audiovisuales.	
8. Otro inmovilizado material susceptible de ser inventariable.	
GASTOS DE SUBCONTRATACIÓN EN OPERACIONES DE INVERSIÓN.	

Gastos derivados de la contratación de una empresa para que realice el proyecto o actividad total o parcialmente.	
TOTAL GASTOS	**15.500,00€**

INGRESOS	
Contribución de la entidad solicitante	
Cuotas socios, ingresos generados por la entidad	
Aportación participantes - aportación entidad beneficiaria	**3.000.00€**
Contribución de otras Entidades (indicar cuales)	
Entidades Públicas	
Entidades Privadas:	
Contribución que se solicita al Patronato de Turismo	***15.000,00€***
Porcentaje solicitado a Diputación (%)	**83,33%**
TOTAL INGRESOS	**18.000,00€**

Plazo de ejecución:

El Plazo de ejecución del proyecto de ejecución tendrá una duración de doce meses a contar desde 1 de diciembre de 2026.

La temporalidad del proyecto tendrá una duración de doce meses a contar desde 1 de diciembre de 2026.

Plazo de justificación:

El que proceda conforme a la estipulación Sexta del Convenio

Proyecto de Promoción Turística Campiña Sur Cordobesa

Convenio Diputación Provincial de Turismo de Córdoba - Mancomunidad de Municipios Campiña Sur Cordobesa (2026)

- **Entidad que solicita la subvención**

Mancomunidad de Municipios Campiña Sur Cordobesa.

- **Entidad que desarrolla y organiza la actividad o proyecto**

Mancomunidad de Municipios Campiña Sur Cordobesa.

- **Descripción, fundamentación y justificación del proyecto**

Clase de proyecto

Este proyecto se enmarca dentro de la categoría de desarrollo turístico integral. Se trata de una iniciativa destinada a la promoción y valorización de los recursos turísticos, culturales y patrimoniales de la comarca mediante la implementación de tres bloques de actuaciones complementarias: marketing digital, promoción del patrimonio y material promocional. Estas actuaciones están diseñadas para aumentar la visibilidad del destino, mejorar la experiencia del visitante, turista y viajero, así como fomentar la sostenibilidad y el desarrollo económico de los municipios que integran la Mancomunidad de Campiña Sur.

El **bloque de marketing digital** contempla, por un lado, una campaña promocional con creadores de contenido (instagramers, tiktokers...) dirigida a dar a conocer en redes sociales los lugares emblemáticos, la gastronomía y los eventos que se celebran en la comarca, y por otro, una campaña de refuerzo de la marca comarcal a través de la creación de storytelling, microvídeos y fotografía de calidad.

El **bloque de promoción del patrimonio** se centra en la puesta en valor del patrimonio cultural, natural, artesanal y gastronómico mediante un programa de visitas guiadas, talleres, degustaciones, catas de vino, aceite, vinagre y otros productos locales, de los doce municipios.

Por último, el **bloque de material promocional** consiste en la incorporación de artículos y material personalizado con la imagen de la Mancomunidad, destinado a su utilización en ferias de turismo y otras actividades de promoción. El objetivo es atraer a más visitantes, turistas y viajeros, mejorando su experiencia, fomentando la sostenibilidad y el desarrollo económico de la comarca.

Como complemento al programa de visitas, dentro de este bloque se contempla el diseño de un plano comarcal que localice geográficamente los doce municipios de la Mancomunidad y señale, sobre el propio mapa, las doce experiencias que conforman el programa de promoción del patrimonio.

Asimismo, se diseñará un catálogo de experiencias, concebido como un dossier profesional bilingüe (español e inglés), que sintetice de forma atractiva y rigurosa la oferta turística de la Campiña Sur Cordobesa, prestando especial atención a los productos experienciales, el patrimonio cultural y natural, la gastronomía y las rutas temáticas de la comarca.

Entorno en el que se va a desarrollar el proyecto

El proyecto se desarrollará en la Campiña Sur Cordobesa, un territorio con una amplia diversidad de paisajes naturales y culturales, olivares, viñedos, pueblos históricos y monumentos, así como una rica tradición gastronómica y artesanal. Las actuaciones de marketing digital se apoyarán en estos recursos como eje de contenido para las campañas en redes sociales; las visitas guiadas y catas se realizarán en los espacios, bodegas, almazaras y establecimientos representativos de la comarca; y el material promocional se distribuirá en ferias de turismo y otros eventos de promoción tanto dentro como fuera del territorio, contribuyendo a proyectar la imagen conjunta de la Mancomunidad.

Razones que llevan al beneficiario a emprender y llevar a cabo el proyecto

Este proyecto se emprende con el objetivo de promover y valorizar los recursos naturales, culturales, gastronómicos y artesanales de la zona, atrayendo a un mayor número de visitantes y turistas y mejorando su experiencia, a la vez que se refuerza la identidad y el posicionamiento digital de la marca comarcal. Asimismo, se busca fortalecer el tejido económico local mediante el apoyo directo a los productores, artesanos y comercios que participan en las visitas guiadas y catas, y proyectar una imagen unificada y reconocible de la Mancomunidad en los principales canales de promoción turística.

Necesidades o problemas que se pretende corregir o cubrir con su puesta en marcha

El proyecto pretende dar respuesta a varias necesidades detectadas: la escasa presencia de la comarca en redes sociales y canales digitales frente a otros destinos, la falta de experiencias directas de puesta en valor del patrimonio y los productos locales dirigidas al público general, y la necesidad de contar con material promocional propio y homogéneo que identifique a la Mancomunidad en ferias y actos de promoción turística. Con ello se busca consolidar a la Campiña Sur Cordobesa como un destino turístico reconocible, tanto en el entorno digital como en la experiencia presencial del visitante.

Argumentación sobre por qué el proyecto es la mejor alternativa de solución en función de las necesidades sociales, ambientales, económicas, de mercado, etc., y en función de la legislación aplicable, viabilidad financiera, rentabilidad educacional, social, económica, etc.

El proyecto combina tres líneas de actuación complementarias entre sí: la comunicación digital, la experiencia directa del patrimonio y la presencia física en espacios de promoción, lo que permite abordar de manera integral la difusión del destino, adaptándose tanto a las demandas del mercado turístico digital actual como a la demanda creciente de experiencias auténticas y de proximidad. La colaboración con creadores de contenido (instagramers/tiktokers) responde a las tendencias actuales de consumo de información turística, mientras que las visitas guiadas y catas fomentan un turismo sostenible, de calidad y de cercanía con los productores locales. Todo ello se plantea con estricto apego a la legislación aplicable y considerando la viabilidad financiera del proyecto, asegurando así su rentabilidad social y económica a corto y medio plazo.

Medidas paliativas o correctoras a introducir durante la ejecución del proyecto

Para asegurar el éxito del proyecto se contemplarán medidas paliativas y correctoras durante su ejecución. En el bloque de marketing digital se realizará un seguimiento continuo del alcance e impacto de las publicaciones, pudiendo ajustar perfiles colaboradores, formatos o calendario de publicación en función de los resultados. En el bloque de promoción del patrimonio se recogerá el feedback de los participantes en visitas guiadas y catas para adaptar horarios, aforos y contenidos. En el bloque de material promocional se podrá ajustar la tipología de artículos en función de la demanda y la valoración recibida en las ferias. La monitorización constante de estos indicadores será clave para garantizar el impacto positivo y la viabilidad del proyecto.

4.- Objetivos a conseguir con la realización del proyecto

- **Objetivo general**

Promover y poner en valor los recursos turísticos, culturales, naturales, gastronómicos y artesanales de la Campiña Sur Cordobesa, incrementando su visibilidad digital, fomentando experiencias directas de calidad y reforzando la imagen de marca de la comarca en los principales espacios de promoción turística.

- **Objetivos específicos y metas**
  - Aumentar la visibilidad de la comarca en redes sociales mediante la colaboración con instagramers y tiktokers que difundan sus lugares emblemáticos, gastronomía y eventos.
  - Reforzar la marca comarcal a través de contenido de storytelling, microvídeos y fotografía de calidad, coherente con la identidad de la Campiña Sur.
  - Poner en valor el patrimonio cultural, natural y artesanal mediante visitas guiadas abiertas a todo el público.
  - Fomentar el consumo y conocimiento de los productos locales (vino, aceite, vinagre y otros) a través de catas dirigidas al público general.

pie_firma_corto_dpu_01

- Dotar a la Mancomunidad de material promocional propio e identificativo para su uso en ferias de turismo y otras actividades de promoción.
- Fortalecer la economía local mediante la implicación de productores, artesanos y comerciantes en las actuaciones de promoción del patrimonio.

Consolidar la Campiña Sur Cordobesa como destino turístico de referencia, tanto en el entorno digital como en la experiencia presencial del visitante.

5.- Destinatarios o beneficiarios del proyecto

Perfil de los destinatarios directos e indirectos

Los destinatarios directos son los turistas, viajeros y visitantes, tanto nacionales como internacionales, que siguen los contenidos de marketing digital en redes sociales y que participan en las visitas guiadas y catas organizadas en la comarca, así como los productores, artesanos y establecimientos locales que colaboran en dichas actuaciones. Los destinatarios indirectos son la población residente en los municipios de la Mancomunidad, que se beneficia del aumento del turismo sostenible, del refuerzo de la imagen de marca del territorio y del desarrollo económico asociado a la promoción del patrimonio y los productos locales.

Número aproximado de beneficiarios directos e indirectos

Se estima que el alcance de las campañas de marketing digital llegue a varios miles de usuarios en redes sociales, y que un número significativo de personas participe de manera presencial en las visitas guiadas y catas programadas a lo largo del proyecto. Indirectamente, se beneficiará el conjunto de la población de la Campiña Sur Cordobesa a través del incremento del turismo sostenible, el apoyo a la economía local y la generación de actividad relacionada con el sector turístico.

6.- Temporalidad o periodo de ejecución

El plazo de ejecución del proyecto incluye una fase preparatoria (organización, planificación, contratación de empresas de marketing digital, guías y proveedores de catas, así como encargo del material promocional), una fase de ejecución efectiva (desarrollo de las campañas digitales, realización del calendario de visitas guiadas y catas, y distribución del material promocional en ferias) y una fase de cierre (recopilación de resultados, control de indicadores y confección de la memoria final).

Desde la firma del convenio hasta el 31 de marzo de 2027 se desarrollará la fase de ejecución, en la que se llevará a cabo la contratación de los distintos servicios, la planificación del calendario de campañas, visitas y catas, y la producción del material promocional. A partir de esa fecha comenzará el periodo de justificación del proyecto, que tendrá una vigencia de 3 meses.

7.- Organización y recursos humanos

- **Representante legal**

El representante legal del proyecto será el presidente, D. Miguel Ruz Salces, y el gerente, D. Francisco Javier Quijada Muñoz, que supervisará todas las actividades

pie_firma_carlo_dipu_01

y garantizará el cumplimiento de los objetivos. Su dirección de correo electrónico es info@campisur.es y su teléfono de contacto es 648 198 378.

La técnica de turismo encargada de coordinar el proyecto será Lourdes Zamora Aguilera o, en su caso, la persona que ocupe el puesto de técnica de turismo en la Mancomunidad Campiña Sur. Se encargará de la implementación diaria de las actividades, la coordinación con las empresas colaboradoras y el seguimiento del progreso del proyecto. Su dirección de correo electrónico es turismo@campisur.es y su teléfono de contacto es 638 799 307. El gasto de la contratación de la técnica de turismo no está imputado al convenio entre el Patronato Provincial de Turismo de Córdoba y la Mancomunidad de Municipios Campiña Sur.

- **Perfil o categoría del personal necesario**

Para la ejecución del proyecto se requiere un equipo compuesto por una técnica de turismo a tiempo completo (40 horas semanales), así como empresas o profesionales especializados en marketing digital y gestión de redes sociales (colaboración con instagramers/tiktokers, creación de storytelling y microvídeos), guías turísticos y proveedores de catas para las actuaciones de promoción del patrimonio, y proveedores especializados en la producción de material promocional personalizado.

- **Previsión de costes de desplazamiento, dietas y alojamiento**

No será necesario prever gastos adicionales de desplazamiento, alojamiento o manutención con cargo al convenio, ya que estos costes, cuando existan, estarán cubiertos dentro del presupuesto de las empresas contratadas para cada servicio (marketing digital, visitas guiadas y catas). Los gastos asociados a la técnica de turismo se encuentran cubiertos por su contrato vigente, al margen del presente convenio.

- **Organización y organigrama**

El gerente será el responsable último del proyecto, supervisando el conjunto de actuaciones, mientras que la técnica de turismo coordinará la implementación diaria de los tres bloques de actuación, gestionará los recursos y resolverá las posibles incidencias. La ejecución material de cada bloque (marketing digital, visitas guiadas y catas, y material promocional) será desarrollada por las empresas y profesionales contratados a tal efecto.

- **Tipo de relación de los intervinientes**

Se contempla la posibilidad de establecer relaciones de colaboración esporádica con proveedores externos (creadores de contenido digital, guías, empresas de catas y proveedores de material promocional) para las actuaciones específicas del proyecto, todo ello conforme a la normativa laboral y fiscal vigente.

8.- Recursos materiales y técnicos necesarios

Para llevar a cabo el proyecto se necesitarán, entre otros recursos, equipos audiovisuales y fotográficos para la producción de contenido de marketing digital, espacios y materiales necesarios para la realización de visitas guiadas y catas

pie_firma_conv_dipu_01

(incluyendo productos locales para degustación), así como los artículos y elementos de imprenta o serigrafía necesarios para la elaboración del material promocional personalizado con la imagen de la Mancomunidad. Todos estos recursos serán fundamentales para garantizar la efectividad y calidad en cada uno de los tres bloques de actuación.

9.- Metodología y viabilidad del proyecto

La metodología del proyecto parte de una planificación inicial y de la elaboración de un cronograma detallado para cada uno de los tres bloques de actuación. En el bloque de marketing digital se seleccionarán perfiles de instagramers y tiktokers afines al destino, se planificará el calendario de publicaciones y se producirá el contenido de storytelling, microvídeos y fotografía. En el bloque de promoción del patrimonio se diseñará el calendario de visitas guiadas y catas, coordinando la participación de los establecimientos y productores locales. En el bloque de material promocional se definirá la tipología de artículos y se gestionará su producción y distribución en ferias de turismo. La viabilidad del proyecto se asegura mediante un análisis de costes y beneficios, garantizando los recursos y la financiación necesarios, identificando riesgos y estrategias de mitigación, y asegurando un impacto positivo en la promoción del destino y en la economía local.

10.-Sistema de evaluación

Mecanismos e instrumentos de seguimiento

Se llevarán a cabo reuniones de progreso periódicas para revisar el avance de cada bloque de actuación, discutir posibles incidencias y ajustar el plan cuando sea necesario. Se generarán reportes de progreso que se distribuirán entre las partes interesadas, y se podrán realizar encuestas de satisfacción a las personas participantes en las visitas guiadas y catas, así como el análisis de las métricas de alcance e interacción de las campañas de marketing digital.

Evaluación de resultados a corto plazo

Se medirán indicadores como el alcance, las interacciones y el crecimiento de seguidores derivados de la campaña con instagramers/tiktokers, el número de participantes en las visitas guiadas y catas, y la valoración recibida del material promocional distribuido en ferias, verificando además el cumplimiento de los plazos establecidos en el cronograma.

Evaluación de resultados a medio/largo plazo

Se evaluará el impacto en el posicionamiento digital y la notoriedad de la marca comarcal, el incremento del número de visitantes atraídos por las campañas y actuaciones desarrolladas, y el beneficio generado para los productores, artesanos y comerciantes locales implicados en las visitas guiadas y catas.

Herramientas de evaluación

Para apoyar este sistema de evaluación se podrán utilizar herramientas de gestión de proyectos, como Trello o Asana, así como herramientas de análisis de datos y de redes sociales (estadísticas nativas de Instagram y TikTok, Google Analytics, etc.) para realizar un seguimiento detallado de las actividades, plazos y recursos.

11.- Medios de difusión y publicidad

La comunicación interna y externa del proyecto se realizará mediante diversos medios para asegurar una difusión efectiva y cumplir con los requisitos de publicidad establecidos por la Diputación Provincial de Turismo de Córdoba. Las propias campañas de marketing digital con instagramers, tiktokers y contenido de storytelling constituirán uno de los principales canales de difusión del proyecto, complementadas con carteles impresos y digitales, publicaciones en la página web y en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) de la Mancomunidad, así como con la difusión del material promocional en ferias de turismo. En todo el material de difusión se incluirá la imagen corporativa de la Diputación, garantizando una visibilidad constante y un reconocimiento adecuado del patrocinio, en cumplimiento de la normativa de la Ley General de Subvenciones.

12.- Presupuesto equilibrado. Estado de gastos e ingresos

PRESUPUESTO DE GASTOS del proyecto conforme al desglose presentado	
MARKETING DIGITAL - Campaña promocional con creadores de contenido para la difusión en redes sociales de lugares emblemáticos, gastronomía y eventos de la comarca. - Refuerzo de la marca comarcal mediante storytelling, microvídeos y fotografía de calidad.	4.900,00 €
PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO - Visitas guiadas al patrimonio cultural, natural y artesanal.-Talleres, catas, degustaciones, montaje, seguros.	8.100,00 €
MATERIAL PROMOCIONAL - Artículos y material personalizado con la imagen institucional para su uso en ferias de turismo y otras actividades de promoción.- Diseño mapa comarcal, dossier profesional (diseño e impresión).	5.000,00 €
TOTAL (IVA incluido)	**18.000,00 €**
PRESUPUESTO DE INGRESOS	
Subvención de la Diputación Provincial de Córdoba	15.000,00 €
Aportación de la Entidad Beneficiaria	3.000,00 €
TOTAL (IVA incluido)	**18.000,00 €**

ANEXO MODELO CUENTAS JUSTIFICATIVAS
MODELO CUENTA JUSTIFICATIVA ~~SIMPLIFICADA~~

D/
Dñª.....
..... en nombre y representación de.....
CIF ..... solicita tenga por presentada la siguiente CUENTA JUSTIFICATIVA SIMPLIFICADA relativa a Subvención percibida en el expediente……..., relativo a la Convocatoria.....
.....

A.Relación clasificada de los gastos de la actividad:

CONCEPTO PRESUPUESTO:					
Identificación del acreedor		Nº de Factura	Concepto Factura	Fecha de Emisión Factura	Fecha Pago Factura
CIF	Nombre /Razón Social				
TOTAL...					

Diputac ón
de Córdoba

AGENDA 2030

CONCEPTO PRESUPUESTO:								
Identificación del acreedor		Nº de Factura	Concepto Factura	Fecha de Emisión Factura	Fecha de Pago Factura	Importe Factura	Presupuestado	Ejecutado
CIF	Nombre /Razón Social							
TOTAL...								

CONCEPTO PRESUPUESTO:								
Identificación del acreedor		Nº de Factura	Concepto Factura	Fecha de Emisión Factura	Fecha de Pago Factura	Importe Factura	Presupuestado	Ejecutado
CIF	Nombre /Razón Social							
TOTAL...								

TOTAL DE GASTOS PRESUPUESTADOS	TOTAL DE GASTOS EJECUTADOS

Diputac ón de Córdoba

AGENDA 2030

B. Detalle de ingresos o subvenciones que han financiado la actividad subvencionada:

Identificación de la procedencia de la Subvención/Ingreso	**Importe**
Subvención de Diputación de Córdoba	
TOTAL...	

El abajo firmante declara bajo su responsabilidad que los datos incluidos son ciertos, y en todo caso manifiesta su disposición a que la Diputación Provincial de Córdoba compruebe cualquiera de los justificantes relacionados, con el fin propio de obtener evidencia razonable sobre la adecuada aplicación de la subvención, a cuyo fin le podrá ser requerida la remisión de los justificantes originales.

En……..., a……de…..de 20

La/el interesado/a o Representante Legal

Diputac ón de Córdoba

AGENDA 2030

MODELO CUENTA JUSTIFICATIVA SIMPLIFICADA PARA PROYECTOS CON GASTOS EXCLUSIVAMENTE DERIVADOS DE CONTRATACIÓN DE PERSONAL

D/Dñª…….…….…… en nombre y representación de.....con

CIF ..... solicita tenga por presentada la siguiente CUENTA JUSTIFICATIVA SIMPLIFICADA relativa a Subvención percibida en el expediente…….., relativo a la Convocatoria……..……

A. Relación clasificada de los gastos de la actividad:

PRESUPUESTO:							
Identificación del acreedor		Concepto (Nómina o Seguridad Social)	Mes	Fecha de Pago	Importe	Presupuestado	Ejecutado
CIF	Nombre trabajadora						
TOTAL...							

Diputac ón de Córdoba

B. Detalle de ingresos o subvenciones que han financiado la actividad subvencionada:

Identificación de la procedencia de la Subvención/Ingreso	Importe
Subvención de Diputación de Córdoba	
Aportado por la Entidad	
Otros	
TOTAL...	

El abajo firmante declara bajo su responsabilidad que los datos incluidos son ciertos, y en todo caso manifiesta su disposición a que la Diputación Provincial de Córdoba compruebe cualquiera de los justificantes relacionados, con el fin propio de obtener evidencia razonable sobre la adecuada aplicación de la subvención, a cuyo fin le podrá ser requerida la remisión de los justificantes originales.

En....., a.....de.....de 20

La/el interesado/a o Representante Legal

Fdo.:.....

ILMO. SR. PRESIDENTE DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE CÓRDOBA