07 · BENCHMARKING Y COMUNICACIÓN

PALENCIA 360° EXECUTIVE | 26 NOV 2026 | USO INTERNO

ALCANCE Y FIABILIDAD

Revisión exploratoria de páginas oficiales, piezas públicas y algunas publicaciones indexadas. No es un muestreo completo de 90 días ni una auditoría exhaustiva de todos los canales. Fechas de publicación y fuente se identifican en referencias. No hay acceso a impresiones, inversión, conversiones, segmentación ni resultados privados. Los proveedores y contratos históricos no implican vigencia actual.

COMPETIDORES Y PROVEEDORES

MB Comunicación declara especialización en deporte, redes, eventos, medios y creatividad [S17]; exhibe al club como cliente [S16], con ficha que contiene información deportiva antigua: no demuestra contrato actual. AS vincula a MB y equipo del club con el mural en 2026 [S3]; no hay atribución de resultados de negocio. Roman aparece como agencia en el dossier de Gullón de febrero de 2026 [S6]; un medio describe alcance corporativo en 2020 [S28]; no asumir vigencia ni resultados actuales. Visual Crea fue adjudicataria provincial en 2024 (17.908 €, cuatro meses, IVA sin verificar) [S7]; la relación municipal lista 4.961 € para redes turísticas 2025/10183, hasta 31 diciembre, tratamiento de IVA sin verificar [S12]. Son contratos históricos y objetos distintos. Iberolea: proveedor no identificado. Comunidea es referencia competitiva local por sus servicios declarados, sin vínculo demostrado con los cinco clientes [S29].

PALENCIA BALONCESTO

Web [S18] y área social [S2]: actualidad deportiva, abonos y comunidad; llamadas a compra e información. La campaña Palencia se enciende y el mural [S2][S3] apelan a pertenencia y respeto. Público: aficionados, familias y patrocinadores, inferido. Instagram, Facebook, X, YouTube y TikTok: no se obtuvo muestra verificable sistemática en esta sesión; frecuencia, formatos por canal y métricas no evaluables. La web no sustituye una auditoría de redes. Mejora hipotética: documentar testimonios longitudinales y evaluar su contribución al patrocinio; confirmar que no exista ya.

IBEROLEA

Web corporativa [S4] comunica suministro industrial, energía y arraigo; LinkedIn [S11] presenta el patrocinio con esfuerzo y comunidad. Audiencias inferidas: compradores industriales, territorio y patrocinados. CTA: contacto empresarial y prensa. No se evaluaron 90 días completos, Instagram, Facebook, X, YouTube ni TikTok. Hipótesis: poner a prueba historias verificables de personas y cadena de valor sin extrapolar beneficios ambientales.

GALLETAS GULLÓN

Nota de inversión [S5] articula escala, empleo y crecimiento; LinkedIn [S19] visible parcialmente aporta ejemplos de territorio y empresa. Audiencias inferidas: consumidores, empleados, comunidad y clientes industriales. Contacto corporativo [S6]. Publicaciones visibles no constituyen un censo; no se evaluaron Instagram, Facebook, X, YouTube ni TikTok sistemáticamente. Hipótesis: explorar una pieza de cambio industrial y talento junto a Roman si encaja; no afirmar que falte comunicación humana.

DIPUTACIÓN DE PALENCIA

Irrepetibles [S14] une patrimonio, creadores y relato territorial; Summer Wind [S15] ofrece experiencias y reserva. Audiencias: visitantes y residentes, según contenidos. El servicio

declara actividades en redes [S9]; publicaciones por canal de los últimos 90 días no auditadas. Falta medición de tráfico, reservas atribuibles y satisfacción. Hipótesis: medición contextual y seguimiento de experiencia, con licitación cuando proceda.

AYUNTAMIENTO DE PALENCIA

El portal de turismo [S23] presenta ciudad cercana, patrimonio y agenda; la acción de creadores de septiembre [S13] combina gastronomía, turismo y conversación. El Ayuntamiento reporta 2,7 millones de impactos para una edición anterior; es una declaración institucional, no ventas ni visitantes únicos verificados. Redes de los últimos 90 días no auditadas sistemáticamente. Hipótesis: vincular cada acción a indicadores de intención, visita y satisfacción con metodología revisable.

DIFERENCIACIÓN DEFENDIBLE

No vender emoción como novedad. Ofrecer un problema acotado, diagnóstico con el equipo y agencia existentes, línea base y medición compartida; combinar una historia específica con una acción verificable. Proponer colaboración antes de sustitución. Sin acceso a resultados de los proveedores, no se puede sostener que su trabajo sea deficiente.

MÉTODO PENDIENTE DE REDES

Para una auditoría cuantitativa posterior: identificar cuentas oficiales, registrar URL y periodo de 90 días, publicaciones observables, fecha y formato, y capturar métricas públicas solo cuando sean visibles; reportar cobertura y restricciones. No extrapolar resultados de una pieza al canal.

FUENTES CONSULTADAS · 26 NOV 2026

S2 | Club: campaña de abonos y área social | https://www.palenciabaloncesto.com/es/noticias/categorias/9-area-social.html
S3 | AS: mural, departamento de marketing y MB, 03/06/2026 | https://as.com/baloncesto/mas_baloncesto/un-mural-para-rivales-f202606-n/
S4 | Iberolea: posicionamiento y contacto, web corporativa | https://iberolea.com/
S5 | Gullón: inversión anunciada, 03/09/2026 | https://gullon.es/sobre-gullon/sala-de-prensa/noticias-gullon/la-junta-de-castilla-y-leon-declara-proyecto-industrial-prioritario-el-plan-de-inversion-de-galletas-gullon-en-palencia-que-invertira-1963-millones-de-euros-y-creara-140-nuevos-empleos/
S6 | Gullón: dossier prensa, febrero 2026 | https://gullon.es/wp-content/uploads/sites/2/2026/02/260211_Dossier-de-prensa-Galletas-Gullon_febrero-2026_ESP.pdf
S7 | Diputación: adjudicación Visual Crea, 01/08/2024 | https://www.diputaciondepalencia.es/noticia/elaboracion-contenido-multimedia-montana-palentina
S9 | Diputación: servicio de turismo y contacto | https://www.diputaciondepalencia.es/diputacion/departamentos/turismo
S11 | Iberolea: publicación LinkedIn sobre patrocinio | https://es.linkedin.com/posts/grupoiberolea_el-martes-firmamos-un-acuerdo-de-colaboraci%C3%B3n-activity-7501577146348347392-I9aB
S12 | Ayuntamiento: contratos tercer trimestre 2025, exp. 2025/10183 | https://www.aytopalencia.es/sites/default/files/PatrimonioContratacion/TERCER%20TRIMESTRE%202025.pdf
S13 | Ayuntamiento: creadores turismo, 21/09/2026 | https://www.aytopalencia.es/noticia/los-creadores-de-contenido-carlo-cunado-irene-galindo-gastro-viajera-y-el-palentino-ruben
S14 | Diputación: FITUR Irrepetibles, 22/01/2026 | https://www.diputaciondepalencia.es/sitio/informacion-comunicacion/noticia/fitur-2026-i-dialogo-tradicion-modernidad-traves-irrepetibles-esta-tierra
S15 | Diputación: Summer Wind, 09/07/2026 | https://www.diputaciondepalencia.es/sitio/infor

macion-comunicacion/noticia/summer-wind-2026-ofrece-cultura-enoturismo-historia-naturaleza-provincia
S16 | MB Comunicación: cliente Palencia Baloncesto | https://www.mbcomunicacion.es/cliente/palencia-baloncesto/
S17 | MB Comunicación: especialidad y servicios declarados | https://www.mbcomunicacion.es/
S18 | Palencia Baloncesto: web y contacto | https://www.palenciabaloncesto.com/es/
S19 | Gullón: perfil LinkedIn accesible parcialmente | https://www.linkedin.com/company/galletas-gullon/
S23 | Ayuntamiento: portal turístico ciudad | https://palencia-turismo.com/
S28 | Fuentes empresariales sobre Román y Gullón, 2020 | https://dircomfidencial.com/comunicacion/galletas-gullon-confia-a-roman-la-gestion-de-su-comunicacion-corporativa-20200505-1139/
S29 | Agencia Comunidea: servicios declarados | https://comunidea.es/nosotros/experiencia/