



FIRMADO POR

CRUZ TERESA ALARCÓN ROCAMORA  
04/09/2024

## **PLIEGOS TÉCNICOS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO INTEGRAL DE ASESORÍA Y ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA RENOVACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA DEL AYUNTAMIENTO DE CARAVACA DE LA CRUZ.**

### **1.- INTRODUCCIÓN**

El Ayuntamiento de Caravaca de la Cruz ha trabajado en los últimos años en la promoción del destino y en la creación y consolidación de productos vinculados a la sostenibilidad. La implementación del Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos Caravaca 2024, financiado con fondos NextGeneration-EU, a través del Plan de Recuperación, Transformación Y Resiliencia y concedido por la Secretaría de Estado de Turismo y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia, aporta un nuevo impulso al ente de gestión turística permitiendo abordar actuaciones marketing y comunicación más ambiciosas que las acometidas hasta el momento, favoreciendo la visibilidad del territorio, sus agentes y sus proyectos.

El PSTD-Caravaca 2024, en su EJE 3. TRANSICIÓN DIGITAL, contiene la ACTUACIÓN 9 denominada RENOVACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA, en la que se describen las acciones a llevar a cabo para el desarrollo y evolución de la estrategia de marketing turístico de Caravaca de la Cruz, así como la necesidad de impulsar esta nueva estrategia para mejorar el posicionamiento online de la ciudad. La inversión está vinculada al COMPONENTE 14, INVERSION 1, SUBMEDIDA 2 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Lleva asignada la etiqueta digital 011.

Por otro lado, el Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Destino Inteligente elaborado por Segitur en diciembre de 2021, en su Eje Gobernanza, recomienda la redacción de un plan de marketing turístico, con un índice prioridad “alto”, que marque las líneas de desarrollo de la comercialización y promoción, tanto digital como offline.

Este plan debe incluir la definición de objetivos, las estrategias y acciones para conseguirlos en materia de producto, mercados, segmentos, marca, comercialización y promoción, la calendarización de éstas, así como los soportes a utilizar (folletos, plataformas de comercialización online, etc.) y el presupuesto y responsable de cada actuación. Todo ello con indicadores de medición que permitan conocer el grado de ejecución, su seguimiento y control, aplicando las correcciones necesarias, así como el impacto de acciones y campañas. Al mismo tiempo, se deben aprovechar las sinergias que facilita a efectos de promoción la pertenencia a redes y clubes de productos.

Por otro lado, promocionar y dar a conocer las acciones que se realicen en todos y cada uno de los ejes del DTI con influencia directa en turismo debe ser uno de los objetivos del Plan de Marketing. Los avances y buenas prácticas en gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y/o accesibilidad pueden ser un elemento clave para la promoción.

Así mismo, el Plan de Marketing debe incluir una estrategia de marca para mejorar la definición y posicionamiento de la misma, con un manual de identidad de marca y la guía de uso del logotipo.





FIRMADO POR

CRUZ TERESA ALARCÓN ROCAMORA  
04/09/2024

“Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia – Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”

Además, el Plan debe estar concertado con el sector privado y la sociedad civil con el objetivo de que todos los actores estén alineados y coordinados, además de tener en cuenta la línea de trabajo de otras administraciones de rango superior para buscar sinergias y una mayor efectividad.

Todo este trabajo en marketing y marca turística debe enlazarse con el plan de comunicación del destino y establecer unas líneas de comunicación comunes, con elementos gráficos coherentes y etiquetas/hashtags compartidos, no solo en turismo, sino en todas las áreas. La estrategia de branding será parte integrante de las herramientas de promoción y comunicación, de la estructuración de producto y de la segmentación. Por ello, todas las medidas de comunicación deberán tener en cuenta ésta y viceversa.

En este contexto, queda constituida una hoja de ruta clara de acciones de comunicación y comercialización del destino a desarrollar en los próximos meses, como la participación en ferias profesionales, la organización de viajes de familiarización y de prensa, la organización de presentaciones y eventos, acciones con turoperadores, campañas de comunicación y sensibilización, etc; y deberá de tener una proyección para su desarrollo a medio plazo una vez terminado el contrato.

El diagnóstico realizado en la estrategia de turismo puso en evidencia la necesidad de reforzar la identidad turística del destino -hasta ahora solapada e invisibilizada frente a otras marcas turísticas más potentes que coexisten en el territorio-, y de diseñar un mensaje coherente, basado en los valores del territorio, que favorezca su posicionamiento en el actual marco competitivo. Así surge el diseño de una nueva marca turística para Caravaca de la Cruz -en fase de desarrollo-, y la necesidad de favorecer su eficiente implementación y potenciación.

La imagen turística del destino deber ir unida a la de la calidad, un aspecto clave para un desarrollo competitivo y sostenible, por ello se recomienda implantar certificaciones del programa SICTED, impulsado por la Secretaría de Estado de Turismo. La implantación del SICTED debe ir acompañada de acciones de comunicación para dar visibilidad a los esfuerzos de sector público y privado y que residentes y visitantes conozcan el trabajo realizado en este ámbito y los beneficios que ello reporta.

Con este contrato se pretende trabajar en colaboración estrecha con una agencia de comunicación capaz de dar respuesta profesionalizada a las necesidades surgidas en este contexto de crecimiento e inversión, no sólo en el ámbito de la comunicación de la nueva marca y del destino, sino también en el diseño y ejecución de otras actuaciones de marketing concretas y necesarias para la consecución de los certificados de calidad mencionados.

## 2.- OBJETO DEL CONTRATO

El objeto de la presente licitación es la prestación integral de servicios de asesoría y asistencia técnica en materia de promoción y comunicación para el Servicio de Turismo del Ayuntamiento de Caravaca de la Cruz y el desarrollo de acciones derivadas del Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Destino Turístico Inteligente desarrollado por SEGITUR en 2021, que deberán ir enfocados al diseño, planificación y desarrollo de la campaña turística que se pondrá en marcha una vez finalizado el Año Jubilar 2024. Esta campaña deberá tener una proyección para los próximos años interjubilares.

Se trata de establecer las condiciones técnicas, económicas y administrativas para desarrollar los servicios epigrafiados y conseguir con ello los siguientes objetivos:

- Favorecer el posicionamiento de la nueva marca turística, dando visibilidad al destino dentro del actual escenario turístico la Región de Murcia y en España.
- Reforzar la visibilidad de sus productos y proyectos a través de distintos canales.
- Mantener y potenciar una buena reputación online.
- Estimular la desestacionalización y movilidad de los visitantes.





FIRMADO POR

CRUZ TERESA ALARCÓN ROCAMORA  
04/09/2024

“Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia – Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”

- Mejorar la comunicación del destino a nivel interno y externo.
- Sensibilizar sobre la importancia del turismo sostenible entre los agentes del territorio públicos, privados y ciudadanía.
- Mejorar la comunicación con intermediarios de la industria turística y visibilizar con ellos la oferta actual.
- Favorecer la profesionalización del sector turístico local y el trabajo colaborativo.

El contrato de los servicios licitados implica que el adjudicatario se responsabiliza por sí mismo y ante la administración contratante, del cumplimiento íntegro y satisfactorio de la totalidad de las prestaciones objeto del contrato. Por esta razón, los licitadores deberán disponer de la organización, medios técnicos, materiales y humanos suficientes que permitan acometer y realizar de manera correcta la totalidad de los diferentes servicios que constituyen el objeto del contrato, respondiendo con su organización, mismo de aquellos que deban ser en su caso subcontratados.

El adjudicatario ostentará durante la ejecución contractual las funciones directivas sobre el personal de la empresa concertada sin perjuicio de las facultades que la legislación de contratos del sector público reconoce al órgano de contratación en orden a la ejecución de los contratos.

El proyecto contribuirá a la consecución del objetivo CID # 217 sobre la “Adjudicación del presupuesto para los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos” y el hito CID # 220 sobre la “Finalización de los PSTD; de conformidad con lo dispuesto en el ANEXO REVISADO de la Decisión de Ejecución del Consejo relativa a la aprobación de la evaluación del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España:  
<https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/9065f290-df50-11eb-895a-01aa75ed71a1/language-es>

## **DURACIÓN DEL CONTRATO**

**El plazo de duración del contrato será de un año desde la formalización.**

### **3.- PRESCRIPCIONES TÉCNICAS**

La contratación de los servicios de asistencia técnica del presente pliego conllevarán el desarrollo de los siguientes contenidos:

#### **3.1. PLAN DE MARKETING DIGITAL Y ACTIVACIÓN**

El objetivo de esta acción es crear un marco de trabajo participativo entre los diferentes agentes implicados en el sector turístico impulsando instrumentos que permitan a los diferentes agentes conocer la estrategia, participar, compartir principios comunes, favorecer la cooperación público-privada y público-pública, reforzar la toma de decisiones y concienciar para aprovechar las oportunidades que ofrece el turismo.

En relación con las acciones a definidas en la ACTUACIÓN 12 del Plan de Sostenibilidad Turística-Caravaca 2024 y directamente relacionadas con el Diagnóstico y Plan de Acción de Destino Turístico Inteligente elaborado por SEGITUR para el Ayuntamiento de Caravaca, en materia de marketing turístico (2021), el contratado deberá asumir la realización de las siguientes actuaciones:

##### **3.1.1. DESARROLLO DE INFORME ESTRATÉGICO**





FIRMADO POR

CRUZ TERESA ALARCÓN ROCAMORA  
04/09/2024

“Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia – Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”

Redacción de un plan de marketing turístico, que marque las líneas de desarrollo de la comercialización y promoción, tanto digital como offline.

Este plan debe incluir la definición de objetivos, las estrategias y acciones para conseguirlos en materia de producto, mercados, segmentos, marca, comercialización y promoción, la calendarización de éstas, así como los soportes a utilizar (folletos, plataformas de comercialización online, etc.) y el presupuesto y responsable de cada actuación. Todo ello con indicadores de medición que permitan conocer el grado de ejecución, su seguimiento y control, aplicando las correcciones necesarias, así como el impacto de acciones y campañas. Al mismo tiempo, se deben aprovechar las sinergias que facilita a efectos de promoción la pertenencia a redes y clubes de productos.

### 3.1.2. RENOVACIÓN DE LAS WEBS MUNICIPALES.

- Renovación del portal municipal del Ayuntamiento de Caravaca de la Cruz. Nuevo diseño del interface y actualización y mejora de contenidos, trabajando en coordinación con los diferentes departamentos municipales.
- Microside dentro de la web municipal que recoja todas las actuaciones ejecutadas mediante el PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURISTICA EN DESTINOS-CARAVACA 2024.

### 3.1.3. CREACIÓN CAMPAÑA TURÍSTICA

- Creación de una campaña turística que apueste por el turismo rural, de naturaleza y deportivo. Esta campaña debe seguir la línea de la campaña actual del presente Año Jubilar y deberá tener la proyección necesaria para cubrir los próximos años interjubilares.

### 3.1.4. DEFINICIÓN, ELABORACIÓN E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN DEL ÁREA DE TURISMO DEL AYUNTAMIENTO DE CARAVACA DE LA CRUZ, mediante:

- Gestión de redes sociales. Planificación, dinamización, mantenimiento, gestión de contenidos y presencia en las redes sociales de Turismo de Caravaca (Mínimo de 4 publicaciones semanales en los perfiles sociales, con contenido adaptado a cada red). Escucha activa y atención a los seguidores de las redes sociales.
- Creación y gestión de una base de datos de interés de medios, bloggers, influencers, profesionales del sector, etc.
- USER GENERATED CONENT. Integrar en los canales de comunicación de turismo de Caravaca de la Cruz, comentarios e impresiones de los turistas.
- Cobertura con fotos, vídeo y reel un total de veinte eventos que se suministrarán a los departamentos de Comunicación y Turismo de actividades o eventos turístico/culturales destacados.
- Creación / actualización / modificación de fichas de recursos y destinos en WIKIPEDIA, TRIPADVISOR, GOOGLE MAPS, etc.

### 3.1.5. ASESORAMIENTO TÉCNICO.

- Asesoramiento y apoyo técnico a la participación del área de Turismo del Ayuntamiento en ferias, presentaciones y eventos de promoción turística, incluyendo Fitur 25.





FIRMADO POR

CRUZ TERESA ALARCÓN ROCAMORA  
04/09/2024



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO



Plan de Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



Región de Murcia

itrem  
Instituto de Turismo de la Región de Murcia



“Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia – Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”

- Asesoramiento técnico y formación del personal del área de Turismo para la continuidad del desarrollo del Plan de Comunicación y Marketing a medio plazo, una vez finalice el contrato.
- Asesoría en materia de promoción y comunicación en acciones y campañas turísticas.
- Asesoramiento para el diseño de anuncios y otros materiales gráficos y publicitarios.

#### 3.1.6. CREACIÓN DE VÍDEOS Y REELS

- Creación de un banco de vídeos en formato reel (vertical/horizontal) de los recursos turísticos. Un mínimo de 25 reels.
- Creación de vídeos promocionales de 2 minutos de duración de aspectos destacados de actuaciones que emanen del Plan de Sostenibilidad. Un mínimo de 4 vídeos.

### 3.2 PLAN DE ACTIVACIÓN DE LA NUEVA MARCA TURÍSTICA DE CARAVACA DE LA CRUZ.

Según pone de manifiesto el Diagnóstico y Plan de Acción de Destino Turístico Inteligente de Caravaca, no sólo necesita una estrategia de marca y una identidad visual, sino también, un plan de activación para difundir la marca turística del destino impulsando **el conocimiento y la participación de los consumidores**. Una acción que vaya más allá de la publicidad tradicional, situando la innovación como vía para crear impacto, haciendo al público partícipe del proceso y ayudándole a entender qué es lo que Caravaca ofrece y por qué es única.

Se pretende con este plan crear y ejecutar campañas o eventos especiales que fomenten la conexión emocional y el engagement de la audiencia con la marca poniendo en marcha un **plan de acción 360º** alineado con la estrategia competitiva.

A través de este contrato se abordaría:

- Diseño y realización del plan de activación de la marca turística de Caravaca de la Cruz.
- **Realización de un evento de presentación coincidiendo con la participación en FITUR 2025**, dirigido a los principales prescriptores del sector público en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y a representantes del sector turístico del territorio (en particular de la oferta gastronómica).
- Redacción y supervisión de contenidos (banco de textos) para los diferentes soportes y materiales promocionales actualizados a la nueva marca, incluyendo la redacción de contenidos para la página web y su actualización a la estrategia competitiva.
- Aplicación de la identidad a los diferentes soportes y elementos de merchandising y cartelería o mobiliario urbano de propiedad municipal existente en el municipio que actualmente tiene promoción del Año Jubilar 2024 y quedará obsoleta a la finalización del año.

### 3.3 ORGANIZACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO DE FAM TRIPS Y PRESS TRIPS.

Con el objeto de impulsar acciones para promover Caravaca como un destino de *escapada slow* (escapadas de 2-3-4 días) basado en la combinación de las propuestas de cultura, ocio, gastronomía y naturaleza de Caravaca y en el concepto de bienestar, vida saludable, descanso, etc., se abordaría la organización de 2 fam trips y 2 press trips nacionales e internacionales con prescriptores de interés, incluyendo acompañamientos.

### 3.4 PROMOCIÓN EN MARKETING DIGITAL.



AYUNTAMIENTO DE CARAVACA DE LA CRUZ

Código Seguro de Verificación: HZAA AJNY AVMF CKWV HA39

PLIEGOS TÉCNICOS - SEFYCU 3249240

La comprobación de la autenticidad de este documento y otra información está disponible en <https://caravaca.sedipualba.es/>

Pág. 5 de 12



FIRMADO POR

CRUZ TERESA ALARCÓN ROCAMORA  
04/09/2024

“Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia – Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”

- Contratación de creadores de contenido de referencia (influencers de referencia), mediante la organización y desarrollo de un encuentro presencial en Caravaca, creando contenido propio en sus respectivas redes y facilitando este a los departamentos de Comunicación y Turismo para su uso cuando se considere oportuno.
- Campaña de social-media. Publicaciones de contenido turístico promocionadas y dirigidas a los públicos objetivos en redes sociales. El diseño, organización y gestión del Plan de Comunicación interno deberá incluir **de forma global la inversión en marketing digital para los años 2024/25 con un mínimo de 5.000 euros.**

La empresa adjudicataria será la responsable de las correctas traducciones (castellano e inglés, según corresponda) de cualquiera de los servicios exigidos en la presente licitación.

Las actuaciones a desarrollar mediante el presente pliego deben contribuir a la TRANSICIÓN DIGITAL, cumpliendo con la etiqueta 011, que se identifica con soluciones TIC para la Administración, servicios electrónicos y aplicaciones.

Como marco de referencia para abordar la descripción de estas actuaciones en la Memoria técnica, se aporta la valoración económica estimada en cada caso.

Actuación	Presupuesto (s/iva) €	IVA. €	Presupuesto c/iva. €
3.1.1 Desarrollo de informe estratégico	5.000	1.050	6.050
3.1.2 Renovación de la web municipal	8.241,48	1.730,71	9.972,19
3.1.3 Creación campaña turística	12.000	2.520	14.520
3.1.4 Implantación Plan Comunicación	15.000	3.150	18.150
3.1.5 Asesoramiento Técnico	4.000	840	4.840
3.1.6 Creación de vídeos y reels	15.000	3.150	18.150
3.2 Plan de activación de la marca turística	20.000	4.200	24.200
3.3 Organización y acompañamiento en famtrips y presstrips	5.000	1.050	6.050
3.4 Promoción en marketing digital	9.000	1.890	10.890
<b>TOTAL</b>	<b>93.241,48</b>	<b>19.580,71</b>	<b>112.822,19</b>

#### 4.- OBLIGACIONES DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DEL PRTR.





FIRMADO POR

CRUZ TERESA ALARCÓN ROCAMORA  
04/09/2024

“Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia – Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”

La empresa adjudicataria se compromete a cumplir con las obligaciones de publicidad y comunicación vinculadas al Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia, incluyendo en cualquier publicación, video, folleto, etc., **el emblema de la Unión + el texto “Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU” + Logo y texto del Plan de Recuperación, además de otros logos como el del Ministerio (Entidad Decisora) o entidades ejecutoras (administración autonómica y local) y la referencia al proyecto y subproyecto (en su caso), siguiendo las normas del manual de comunicación para gestores y beneficiarios del PRTR:**

<https://www.fondoseuropeos.hacienda.gob.es/sitios/dgpmrr/es-es/Documents/MANUAL%20DE%20COMUNICACION%20PARA%20LOS%20GESTORES%20DEL%20PLAN.pdf>  
<https://planderrecuperacion.gob.es/identidad-visual>

#### 4.- EQUIPO DE TRABAJO.

Para la correcta prestación de estos servicios el adjudicatario destinará a la ejecución del contrato un equipo de trabajo compuesto por, al menos, los perfiles profesionales que se refieren a continuación:

- **Un encargado-coordinador:** con licenciatura o grado en Periodismo, Ciencias de la Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas o Comunicación Audiovisual y más de 10 años de experiencia en proyectos similares. Será la persona responsable del servicio que se contrata, funcionará como interlocutor entre la empresa y el Ayuntamiento, y tendrá el poder para tomar las decisiones oportunas en nombre de la empresa adjudicataria.
- **Un técnico de turismo:** con formación en el ámbito de gestión turística de destinos y comercialización de productos turísticos y más de 10 años de experiencia. Desempeñará las funciones de consultoría y asesoría en el desarrollo de la estrategia turística aplicada a la comunicación.
- **Un diseñador gráfico y creativo publicitario:** con formación en ámbito de la publicidad y experiencia de más de 10 años. Se encargará de desarrollar las creatividades y el diseño gráfico para los materiales corporativos del área de Turismo del Ayuntamiento de Caravaca de la Cruz.

El equipo de trabajo debe contar con experiencia suficiente en el desarrollo de contratos similares, en el ámbito de la comunicación turística online y offline y del marketing digital; así como con un nivel alto de los idiomas castellano e inglés, hablado y escrito, que permitan un óptimo desarrollo del contrato.

La experiencia profesional del personal que desarrollará el servicio afectará significativamente a su mejor ejecución, ya que es lógico presumir que una mayor experiencia supondrá también un mayor conocimiento de la materia sobre la que versa aquel servicio.

Asimismo, la persona responsable del servicio de gabinete de prensa en la oficina del área de Turismo de Caravaca dispondrá de carné de conducir y vehículo propio.

#### 5.- REQUISITOS DEL ADJUDICATARIO

##### 5.1. Requisitos de solvencia económica y financiera





FIRMADO POR

CRUZ TERESA ALARCÓN ROCAMORA  
04/09/2024

“Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia – Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”

Las empresas licitadores deberán cumplir los requisitos de solvencia económica y financiera establecidos en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

## 5.2. Requisitos de solvencia técnica o profesional

Las empresas licitadores deberán cumplir los requisitos de solvencia técnica o profesional establecidos en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

## 6.- PROPUESTA TÉCNICA

Las empresas licitantes deberán presentar en el sobre B una Memoria técnica dividida en los siguientes apartados:

A. Memoria: documento donde se recoja una descripción detallada del servicio que se ofrece y metodología. Debe recoger una descripción detallada de cada uno de los puntos solicitados. Se valorará especialmente la creatividad en el diseño de la campaña mediante un story-telling de la misma.

B: Equipo de trabajo y organigrama. Medios técnicos.

C: Cronograma del trabajo. En el cronograma de trabajo deberán quedar reflejados los eventos y fases del plan a ejecutar en el plazo de ejecución del contrato, así un planteamiento y seguimiento del plan hasta final de 2025.

Las empresas licitadoras deberán incluir obligatoriamente la siguiente documentación, en el sobre B, junto con la propuesta técnica:

- Curriculum Vitae del equipo técnico
- Copia de titulaciones o certificados que puedan favorecer al mejor desarrollo de la actividad objeto de este contrato y que como tales se incluyan en los curriculum vitae.

La presentación a la presente licitación presume por parte del licitador la aceptación incondicionada de las cláusulas de este pliego y la declaración responsable de que reúne todas y cada una de las condiciones exigidas.

## 7.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Los criterios para la adjudicación de la presente licitación son los siguientes:

### 7.1. Criterios evaluables mediante fórmula. 59 puntos.

- **Oferta Económica:** máximo 40 puntos.

Los puntos se asignarán a partir de  $P_x = Pto - (K(1 - Q_m/Q_x))$

$P_x$	Puntos que obtiene la oferta valorada
$Q_x$	Oferta a asignar puntos ( <b>Oferta a valorar</b> )
$Q_m$	Mejor oferta presentada (la más baja presentada).







FIRMADO POR

CRUZ TERESA ALARCÓN ROCAMORA  
04/09/2024

“Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia – Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”

K	Número de Ofertas Valoradas admitidas ( <b>Índice Corrector para limitar las bajas muy agresivas</b> )
Pto	Puntos a repartir ( <b>a asignar</b> )

- **Mejora sobre el importe de la inversión a realizar en promoción directos en medios de marketing digital:** máximo 10 puntos por el incremento en la inversión a realizar en promoción directa en medios de marketing digital, a partir del mínimo exigido en el pliego de 5.000 euros. Se otorgarán 5 puntos por cada 2.500 euros de incremento.
- **Asesoramiento técnico, sin retribución adicional, ofrecido después de la finalización de la ejecución de las acciones propuestas en el proyecto, hasta 9 puntos.**

Se valorará el asesoramiento técnico del área de Turismo para la continuidad del desarrollo del Plan de Comunicación y Marketing, una vez finalice el contrato, según el siguiente desglose:

- Tres meses de asesoramiento tras la entrega final: ..... 3 puntos.
- Seis meses de asistencia técnica tras la entrega final: ..... 3 puntos
- Nueve meses de asistencia técnica tras la entrega final: .....3 puntos

## 7.2. Criterios evaluables mediante juicio de valor. Máximo 41 puntos

La valoración de la Memoria Técnica se realizará siguiendo los siguientes criterios:

Descripción del criterio de la valoración:	Puntos
<p>DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL SERVICIO OFRECIDO Y METODOLOGÍA, ORGANIGRAMA Y CRONOGRAMA (se puede exigir la presentación del mismo de forma presencial)</p> <p><i>Se valorará:</i></p> <p><i>El plan de trabajo propuesto para garantizar el cumplimiento de los objetivos y el conocimiento del término municipal.</i></p> <p><i>La propuesta técnica debe incluir la descripción de actividades, cronograma y metodología para asegurar el cumplimiento de los objetivos, incluido el organigrama y descripción del Equipo propuesto para la ejecución del proyecto.</i></p> <p><i>Debido al plazo de ejecución y la necesidad de justificación de la ayuda concedida se valorará el plan de trabajo propuesto para asegurar alcanzar el objetivo fijado y asegure el conocimiento del término municipal.</i></p> <p><i>El adjudicatario presentará una Propuesta Técnica que contenga la</i></p>	<b>41</b>





FIRMADO POR

CRUZ TERESA ALARCÓN ROCAMORA  
04/09/2024

“Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia – Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”

<i>descripción de las actividades a realizar, plan de trabajo, simultaneidad y el método a seguir para garantizar adecuadamente el cumplimiento de los objetivos y contenidos de la asistencia.</i>	
TOTAL PUNTOS:	41

UMBRAL MÍNIMO DE PUNTUACIÓN EN LA VALORACIÓN Por su relevancia, las ofertas que no alcancen al menos 20 puntos de la puntuación máxima global en los criterios evaluables mediante juicio de valor quedarán excluidas de la contratación, por considerar que no presentan la suficiente calidad técnica.

## 8.- DEBERES DEL ADJUDICATARIO

a) Generales: Son de cargo de la empresa adjudicataria los gastos correspondientes a teléfono y materiales y medios necesarios para el desarrollo de sus tareas y los gastos derivados de viajes por asistencias a actividades del Ayuntamiento de Caravaca y gastos derivados por acompañamientos de Fam Trips, Press Trips, etc.

La empresa adjudicataria será responsable de la calidad técnica de los trabajos que desarrolle y de las prestaciones y servicios realizados, así como de las consecuencias que se deduzcan para el Ayuntamiento de Caravaca o para terceras personas de las omisiones, errores, métodos inadecuados o conclusiones incorrectas en la ejecución del contrato.

b) Organización: La empresa adjudicataria deberá disponer de elementos materiales suficientes para la debida ejecución del contrato, llevando a cabo en tiempo y forma los servicios a prestar (ordenador, teléfono móvil, cámara fotográfica, programas informáticos...).

c) Fotografías e imágenes: En ningún caso se podrán emplear imágenes que impliquen una responsabilidad legal por su uso. La empresa adjudicataria deberá garantizar que el material utilizado no infringe los derechos de terceros, en particular los de propiedad intelectual e industrial y los derechos a la propia imagen, asumiendo los daños y perjuicios que el incumplimiento de esta obligación pueda comportar al Ayuntamiento. Las imágenes pasarán a ser propiedad del Ayuntamiento para su libre disposición.

d) Contenidos e idiomas: En las acciones de comunicación se utilizarán el castellano o inglés, según corresponda, siendo responsabilidad de la empresa adjudicataria, y según las instrucciones que se dicten al respeto por los órganos competentes del Ayuntamiento. Los contenidos elaborados pasarán a ser propiedad del Ayuntamiento.

La empresa adjudicataria entregará, 1 memoria anual, en la que se incluirá al menos:

- Una relación de las acciones realizadas.
- Una valoración general sobre la comunicación del Ayuntamiento, incluyendo el análisis de los datos requeridos para la valoración de las actividades concretas (número de noticias, porcentajes,...), así como de la gestión de las redes sociales corporativas.

La memoria anual deberá ser entregada antes de 2 meses desde que finalice la ejecución de los servicios contratados.





FIRMADO POR

CRUZ TERESA ALARCÓN ROCAMORA  
04/09/2024

“Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia – Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”

## 9.- SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LOS TRABAJOS

Corresponde al Ayuntamiento la supervisión y dirección de los trabajos de la empresa adjudicataria, proponer las modificaciones convenientes o, en su caso, proponer la suspensión de los mismos si existiera causa suficientemente motivada.

Los responsables del área de Turismo y Comunicación del Ayuntamiento podrán fijar reuniones periódicas con la empresa adjudicataria con el fin de determinar, analizar y valorar los incidentes que, en su caso, se produzcan en ejecución del contrato. La empresa adjudicataria estará obligada a asistir y colaborar en las reuniones de seguimiento.

El Ayuntamiento no mantiene ni mantendrá ningún tipo de relación o vínculo laboral a los efectos previstos en el Estatuto de los Trabajadores y demás legislación concordante, con los trabajadores empleados por la empresa adjudicataria y que sean necesarios para la ejecución del presente Pliego, dependiendo la relación laboral, fiscal y de seguridad social de los mismos directamente de la empresa adjudicataria, la cual se compromete en todo caso, a cumplir íntegramente la legislación vigente que resulte aplicable, especialmente en el que se refiere al cumplimiento de la obligación de estar al corriente en las cotizaciones a la Seguridad Social, sin que quepa en consecuencia reclamación alguna, directa o subsidiaria contra el Ayuntamiento, que derive de las citadas relaciones laborales y fiscales.

## 10.- EJECUCIÓN DEL SERVICIO Y RESPONSABLE – COORDINADOR DE LA EMPRESA

La prestación del servicio se efectuará por la empresa adjudicataria con estricta sujeción a lo dispuesto en los Pliegos y en la memoria técnica presentada en la licitación, debiendo realizar todos los servicios integrales incluidos en este contrato con el personal previsto en su oferta, garantizando que en todo momento el servicio se preste, con el personal preciso, con independencia de los derechos sociales de los trabajadores (permisos, vacaciones, licencias) o de las bajas que se produzcan.

La prestación del servicio integrará la capacidad de organización y/o reorganización si así fuera preciso, en un contexto permanente de mejora continua e iniciativa para garantizar el cumplimiento de las prestaciones de este contrato.

La empresa adjudicataria designará obligatoriamente a una persona responsable de la coordinación técnica y funcional del equipo humano entre su personal, que recibirá la denominación de encargado - coordinador. Esta persona se erigirá en el único interlocutor válido con quien se relacionará la entidad contratante y a su vez asumirá las funciones de dirección del servicio, impartiendo directamente las órdenes e instrucciones de trabajo al resto de los empleados de la empresa adjudicataria.

Para un correcto desarrollo del contrato se programarán reuniones específicas de trabajo entre el Ayuntamiento y los responsables de la empresa adjudicataria asignados al contrato que tendrán por objeto el seguimiento, evaluación y eventuales correcciones a introducir en el desarrollo de las tareas contratadas.

**11.- Derechos de propiedad intelectual:** todos los derechos de propiedad intelectual y de copyright que se puedan derivar de los trabajos, objeto de la asistencia pasarán a ser propiedad del Ayuntamiento.





FIRMADO POR

CRUZ TERESA ALARCÓN ROCAMORA  
04/09/2024

“Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia – Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”

**12. Confidencialidad:** Todos aquellos datos que pudiera conocer la empresa adjudicataria, en relación con los servicios contratados, se entienden confidenciales, debiendo guardar la identidad y el secreto de los mismos.

La empresa adjudicataria queda expresamente obligada a mantener absoluta confidencialidad y reserva sobre aquella información, especialmente los de carácter personal, a la que tenga acceso durante la ejecución del contrato, o que por su propia naturaleza deba de ser tratada como tal.

En consecuencia, queda expresamente prohibida la reproducción, distribución, comunicación, transformación, puesta a disposición o cualquier tipo de manipulación de la información confidencial del Ayuntamiento, a una tercera persona física o jurídica, de forma gratuita u onerosa ni siquiera a efecto de conservación.

**13.- Prevención de riesgos laborales:** La empresa adjudicataria será el único y exclusivo responsable del cumplimiento de cuantas obligaciones deriven de la legislación vigente en materia de prevención de riesgos laborales, y por eso, de las consecuencias que pudieran derivarse del incumplimiento o cumplimiento defectuoso de las mismas.

**14.- Datos de carácter personal:** La utilización de la empresa adjudicataria de datos de carácter personal objeto de tratamiento automatizado, que pueda resultar precisa para el cumplimiento del contrato, se efectuará con observancia del dispuesto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y el Reglamento 2016/679, del Parlamento y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de datos, así como las normas que desarrollan esas disposiciones.

La empresa adjudicataria no podrá aplicar o utilizar los datos automatizados de carácter personal que obtenga por razón de contrato con fin distinto a lo que figura en el mismo.

Una vez cumplida la prestación contractual, los datos de carácter personal tratados deberán ser entregados al Ayuntamiento de Caravaca de la Cruz.

En Caravaca de la Cruz, a fecha de firma electrónica

