



Referencias del documento:

Expediente nº.- **257/2024/MC-ADJ**

RCC nº.- SCT2024000203

Procedimiento.- MC-ADJ Preparación, gestión y adjudicación del contrato

Unidad tramitadora.- **Servicio de Contratación**

Documento firmado electrónicamente por:

Modelo.- P2_INF_TECNICO_1F



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

ASUNTO: INFORME TÉCNICO PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE ANÁLISIS, CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICOS EN EL MARCO DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA DE SANTA CRUZ DE TENERIFE.

En el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), y como parte del Componente 14, se incluyó la línea de inversión de Transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad, que incluye el Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos como submedida 2 de la inversión 1 (C14.I1), en tanto que mecanismo de actuación cooperada entre los tres niveles de la Administración. Este programa financia proyectos cuyos créditos han sido objeto de territorialización.

La Conferencia Sectorial de Turismo, en su reunión del día 21 de diciembre de 2021, de acuerdo con lo previsto en el orden del día, ratificó la aprobación del Acuerdo por el que se fijan los criterios de distribución, así como el reparto resultante para las comunidades autónomas, del crédito destinado a la financiación de actuaciones de inversión por parte de entidades locales en el marco del Componente 14 Inversión 1 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, por un importe total de 615.000.000 euros para el ejercicio 2021.

Posteriormente, mediante Resolución de 11 de abril de 2022, de la Secretaría de Estado de Turismo, se publica el Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Turismo de 29 de marzo de 2022, por el que se modifica el de 21 de diciembre de 2021, por el que se fijan los criterios de distribución, así como el reparto resultante para las comunidades autónomas, del crédito destinado a la financiación de actuaciones de inversión por parte de entidades locales en el marco del Componente 14 Inversión 1 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

En este acuerdo se fija la distribución territorial de créditos junto con las consiguientes adjudicaciones para la aplicación de los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos por parte de las entidades locales, correspondiendo al Excmo. Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife lo siguiente: **“PSTD AYUNTAMIENTO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE: 5.393.555,00 €”**.

El objeto de dicho proyecto es el desarrollo de diecisiete actuaciones, repartidas en cuatro diferentes ejes, que permitirán acometer los objetivos comprometidos. Entre ellas se incluyeron iniciativas para la competitividad de Santa Cruz de Tenerife, en concreto:



Este documento, emitido por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, incorpora firma electrónica reconocida. Su autenticidad se puede comprobar introduciendo el código 15252525160205644512 en la siguiente dirección: <https://sede.santacruzdetenerife.es/validacion>

PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Eje	Actuación	Presupuesto
4: Competitividad	Análisis y creación de productos turísticos	95.000,00 €
	Promoción y marketing turístico	140.000,00 €

1. OBJETO DEL CONTRATO

1.1. OBJETO

El objeto del presente contrato consiste en la prestación de servicios de asistencia técnica para el análisis y creación de productos turísticos en Santa Cruz de Tenerife, así como en el diseño y ejecución de un plan de marketing y promoción turística, de conformidad con lo previsto en el PPTP.

Conforme a lo estipulado en el artículo 99 de la Ley de Contratos del Sector Público (LCSP), la norma general en la configuración del objeto contractual es la división en lotes, con el propósito, entre otros, de facilitar el acceso de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) a la contratación pública.

Por tanto, considerando los artículos 28.2 y 99.3 de la LCSP, el objeto del presente contrato se divide en los siguientes 2 lotes:

- **LOTE 1: Análisis y creación de productos turísticos para Santa Cruz de Tenerife.**

Este lote se corresponde con la siguiente actuación descrita en la memoria que se presentó a la subvención y que ha sido concedida: *Actuación 8: Análisis y creación de productos turísticos.*

- **LOTE 2: Diseño y ejecución del plan de promoción y marketing turístico para Santa Cruz de Tenerife.**

Este lote se corresponde con la siguiente actuación descrita en la memoria que se presentó a la subvención y que ha sido concedida: *Actuación 9: Promoción y marketing turístico.*

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley 4/2021, de 2 de agosto, para la agilización administrativa y la planificación, gestión y control de los fondos procedentes del instrumento europeo de recuperación denominado «Next Generation EU», en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias, y con el objetivo de facilitar el acceso de las pequeñas y medianas empresas, cada lote será valorado y adjudicado de manera independiente. Los licitadores podrán optar a uno o los dos lotes que conforman el contrato de forma independiente para cada uno, pero sólo podrán ser adjudicatarios de uno de ellos.

1.2. COMUNICACIÓN

La Instrucción sobre comunicación relativa al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, aprobada por Junta de Gobierno Local en sesión de 11 de julio de 2022, prevé que



Este documento, emitido por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, incorpora firma electrónica reconocida. Su autenticidad se puede comprobar introduciendo el código 15252525160205644512 en la siguiente dirección: <https://sede.santacruzdetenerife.es/validacion>

PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

en los pliegos se incluirá que *“el adjudicatario deberá destinar hasta un 3 % del presupuesto base de licitación a actuaciones de comunicación, con el fin de dar a conocer a la ciudadanía la prestación contratada, la financiación europea recibida por la Administración contratante y su encaje en el marco del PRTR. El porcentaje concreto se determinará en los pliegos en función del contrato de que se trate. (...)”*

El presente contrato incluye, dentro del **Lote 2**, la implementación de una campaña de promoción y marketing turístico, cuyo objetivo es dar a conocer a la ciudadanía los diversos servicios y productos turísticos desarrollados, así como su difusión en redes sociales. En el **lote 1**, tampoco se considera necesario añadir actuaciones de comunicación puesto que el propio objeto (análisis y creación de productos turísticos), lleva implícita parte de comunicación.

En este contexto, se considera procedente destinar un 0% del presupuesto al diseño de un plan de comunicación por parte de los adjudicatarios en cada uno de los lotes. Esta decisión se justifica en que las actividades de comunicación necesarias ya están integradas en el alcance del contrato, incluyendo la creación y gestión de contenido para redes sociales, la inversión en promoción digital, y la organización de eventos promocionales, lo cual asegura el cumplimiento de los objetivos de visibilidad y promoción establecidos. Además, se garantiza el cumplimiento de los compromisos relativos a comunicación y logotipos conforme a lo establecido en la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre.

1.3.CPV

El objeto contractual se corresponde con los siguientes códigos de la nomenclatura Vocabulario Común de Contratos (CPV) de la Comisión Europea:

- **LOTE 1:**

79411000-8: Servicios generales de consultoría en gestión.

79314000-8: Servicios de estudios de mercado.

79342200-5- Servicios de promoción.

75125000-8: Servicios administrativos relacionados con asuntos turísticos.

- **LOTE 2:**

79340000-9 - Servicios de publicidad y de marketing

79413000-2 Servicios de consultoría en marketing

79411000-8 Servicios generales de consultoría en gestión

79822500-7 Servicio de diseño gráfico

75125000-8 Servicios administrativos relacionados con asuntos turísticos



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

2. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

El plazo para la ejecución del contrato, en función de cada lote, es el siguiente:

LOTE 1: Análisis y creación de productos turísticos para Santa Cruz de Tenerife: El plazo de ejecución es de **OCHO (8)** meses a contar desde el día siguiente al de la fecha de formalización del contrato.

Conforme a lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares, se establecen los siguientes entregables:

Entregable / Mes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
E1. Plan de trabajo								
E2. Diagnóstico de oportunidades estratégicas para el desarrollo de productos, servicios y experiencias turísticas.								
E3. Priorización de productos y experiencias turísticas para Santa Cruz de Tenerife para el horizonte 2025-2028								
E4. Propuesta inicial de desarrollo de Clubes de productos de Santa Cruz de Tenerife 2025-2028								
E5. Documento de análisis (con ventajas y desventajas) de la herramienta tecnológica del inventario y selección de la mejor alternativa								
E6. Inventario de recursos, productos, ofertas y experiencias turísticas								
E7. Manual del gestor del inventario								



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Entregable / Mes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
E8. Manual de los Clubes de productos turísticos y sus anexos								
E9. Repositorio con todos los elementos audiovisuales volcados en el inventario.								
E10. Memoria de diseño y desarrollo de las jornadas de dinamización de los Clubes de producto y de la acción formativa								
E11. Memoria final de las jornadas de dinamización y de la ejecución de la acción formativa que incorpore, entre otros aspectos, indicadores de resultado y fotografías								
E12. Informe de actualizaciones bimestrales del inventario								
E13. Desarrollo del marketing y promoción del Club de producto: piezas creativas. Producción de elementos identificativos								

LOTE 2: Diseño y ejecución del plan de promoción y marketing turístico para Santa Cruz de Tenerife: El plazo de ejecución es de **DOCE (12)** meses a contar desde el día siguiente al de la fecha de formalización del contrato.

Conforme a lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares, se establecen los siguientes entregables:

Entregable / Mes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
E1. Plan de trabajo												
E2. Análisis del destino turístico.												



Este documento, emitido por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, incorpora firma electrónica reconocida. Su autenticidad se puede comprobar introduciendo el código 15252525160205644512 en la siguiente dirección: <https://sede.santacruzdetenerife.es/validacion>

PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Entregable / Mes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
E3. Plan de Marketing y Promoción												
E4. Social Media Plan												
E5. Plan para el fam trip												
E6. Plan para el press trip												
E7. Calendarios de publicación mensual en el Social Media Plan												
E8. Memorias de ejecución y resultados del fam trip y press trip*												
E9. Informe de seguimiento del Plan de Marketing y Promoción												
E10. Informe de resultados y grado de cumplimiento de los objetivos												
E11. Informe de ejecución y resultados del Social Media Plan												
E12. Informe ejecutivo de valoración y conclusiones finales												



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Entregable / Mes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
E13. Disco duro con todo el material producido durante la ejecución del contrato												

*Nota: El E8 se entregará al finalizar la ejecución de las actividades.

3. SOLVENCIA

3.1. SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA

El criterio para la acreditación de la solvencia económica y financiera, para los dos lotes, de acuerdo con el artículo 87.1 a) de la LCSP, será el siguiente:

Volumen anual de negocios referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles, en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades de la empresa y de presentación de las ofertas, por los siguientes importes para cada uno de los lotes:

- **Lote 1:** importe igual o superior a **97.663,56 €**.
- **Lote 2:** importe igual o superior a **143.925,23 €**

La determinación de la solvencia económica y financiera necesaria para la correcta ejecución de las prestaciones se ha establecido de conformidad con lo regulado en el artículo 87.1. a) LCSP y el artículo 38 de la Ley 4/2021, de 2 de agosto. Se considera suficiente y adecuado al principio de proporcionalidad, fijar un importe coincidente con el valor estimado del lote correspondiente.

3.2. SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL

La solvencia técnica o profesional de los empresarios, se acreditará, teniendo en cuenta lo dispuesto en el artículo 90.1. apartados a) y e) de la LCSP para los lotes 1 y 2, con los siguientes medios:



Este documento, emitido por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, incorpora firma electrónica reconocida. Su autenticidad se puede comprobar introduciendo el código 15252525160205644512 en la siguiente dirección: <https://sede.santacruzdetenerife.es/validacion>

PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

3.2.1 LOTE 1: Análisis y creación de productos turísticos para Santa Cruz de Tenerife.

a) Una relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza

que los que constituyen el objeto del contrato en el curso de, como máximo los tres últimos años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos.

El importe de los servicios a acreditar en el año de mayor ejecución, dentro de los tres últimos, a contar desde la fecha de fin de presentación de proposiciones, deberá ser al menos igual a **48.831,78 euros, IGIC no incluido.** (mitad del valor estimado).

Para determinar que el objeto del contrato es de igual o similar naturaleza, se atenderá al objeto del mismo, es decir, que se trate de servicios de análisis y creación de productos turísticos. También se tendrán en cuenta los tres primeros dígitos de cualquiera de los códigos CPV aplicables al presente lote de la contratación.

Teniendo en cuenta la naturaleza de los servicios a contratar, se considera adecuado y suficiente el importe mínimo exigido, el cual se corresponde con la mitad del importe del valor estimado del correspondiente lote, en aras de favorecer la concurrencia y atender al criterio de la proporcionalidad.

b) Títulos académicos y profesionales del empresario y de los directivos de la empresa y, en particular, del responsable o responsables de la ejecución del contrato, así como de los técnicos encargados directamente de la misma:

De acuerdo a lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas que rige el presente contrato, en concreto y como mínimo, se exige:

UN JEFE/A DE PROYECTO, que ostente alguna de las siguientes titulaciones o equivalentes, y que acredite al menos **5 años de experiencia** y que haya participado en la gestión de **2 proyectos similares**:

- Licenciatura o grado en Turismo, Administración de Empresas, Marketing, o cualquier otra titulación equivalente relacionada con el turismo y la gestión de productos turísticos.

Dado que este contrato de servicios se caracteriza por su elevado nivel de complejidad técnica y especificidad, se exige como requisito de solvencia técnica, contar con el citado perfil el cual debe ostentar alguna de las titulaciones señaladas. Al tratarse de un servicio con importante repercusión en los diferentes sectores turísticos de la ciudad y de la isla, se necesita un jefe de proyecto con experiencia en la gestión de 2 proyectos de similar naturaleza al del objeto del contrato. Por tanto, se trata de asegurar la experiencia en ejecución de contratos similares, y al mismo tiempo, garantizar que se cuenta con el equipo mínimo e imprescindible.

El jefe/a de proyecto deberá ser el mismo durante toda la duración del servicio, salvo que, por razones justificadas, se requiera su sustitución y siempre y cuando los sustitutos cumplan con los requisitos señalados.



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Asimismo, el jefe/a de proyecto deberá presentar, como mínimo, el siguiente porcentaje de dedicación:

Perfil	Dedicación	Duración
JEFE/A DE PROYECTO	50%	Totalidad del contrato

Cuando el contratista sea una **empresa de nueva creación**, entendiéndose por tal aquella que tenga una antigüedad inferior a cinco años, su solvencia técnica se acreditará únicamente a través del criterio de contar con jefe/a de proyecto, sin que en ningún caso sea aplicable el relativo a la ejecución de un número determinado de servicios.

Acreditación de los requisitos de solvencia técnica:

- La **relación de servicios realizados** se acreditará mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación; en su caso, estos certificados serán comunicados directamente al órgano de contratación por la autoridad competente.
- La **acreditación de la titulación** se realizará mediante el título académico correspondiente, o documento acreditativo equivalente que justifique la superación de los estudios, que podrá sustituirse, en su caso, por el certificado colegial si corresponde.
- Respecto a la **acreditación de los años de experiencia**, se entenderán acreditados si han transcurrido los años previsto desde la fecha de emisión del título correspondiente o fecha de finalización de los estudios.
- En cuanto a la **experiencia en los proyectos específicos señalados**, se podrán acreditar mediante: certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación.

En ambos casos, a efectos de acreditar la participación del jefe/a de proyecto en los proyectos citados, en el certificado/documento aportado deberá constar su identidad, el proyecto realizado, y la titulación/función en virtud de la que participó en dicho proyecto, **o bien una declaración responsable del licitador sobre la participación del**



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

jefe/a de proyecto en la realización de la prestación, acompañada de los citados certificados públicos o privados de que se traten.

- A efectos de acreditar la **dedicación mínima**, deberá presentarse una declaración responsable en la que el contratista se comprometa a cumplir los porcentajes de dedicación establecidos.

3.2.2 LOTE 2: Diseño y ejecución del plan de promoción y marketing turístico para Santa Cruz de Tenerife.

a) Una relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato en el curso de, como máximo los tres últimos años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos.

El importe de los servicios a acreditar en el año de mayor ejecución, dentro de los tres últimos referidos arriba, a contar desde la fecha de fin de presentación de proposiciones, deberá ser al menos igual a **71.962,62 euros, IGIC no incluido (mitad del valor estimado)**.

Para determinar que el objeto del contrato es de igual o similar naturaleza, se atenderá al objeto del mismo, es decir, que se trate de servicios de diseño y ejecución de planes de promoción y marketing. También se tendrán en cuenta los tres primeros dígitos de cualquiera de los códigos CPV aplicables al presente lote de la contratación.

Teniendo en cuenta la naturaleza de los servicios a contratar, se considera adecuado y suficiente el importe mínimo exigido, el cual se corresponde con la mitad del importe del valor estimado del correspondiente lote, en aras de favorecer la concurrencia y atender al criterio de la proporcionalidad.

b) Títulos académicos y profesionales del empresario y de los directivos de la empresa y, en particular, del responsable o responsables de la ejecución del contrato.

De acuerdo con lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas que rige el presente contrato, en concreto y como mínimo, se exige:

UN/A DIRECTOR/A DE CUENTAS, que ostente algunas de las siguientes titulaciones o equivalentes, y que acredite al menos **6 años de experiencia** y que haya participado en la gestión de **2 planes de marketing digital**:

- Licenciatura o grado en Publicidad, Relaciones Públicas, Marketing, Administración de Empresas o titulación asimilable o, en su defecto, otra licenciatura o grado y máster en comunicación, marketing, gestión de proyectos o materia asimilable.

Además, es imprescindible que **el/la director/a de cuentas o alguno de los perfiles señalados en el punto 3.3. del presente informe relativo a la adscripción de medios personales**, disponga de un **certificado oficial de inglés nivel B2** del Marco Común Europeo o equivalente.



Este documento, emitido por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, incorpora firma electrónica reconocida. Su autenticidad se puede comprobar introduciendo el código 15252525160205644512 en la siguiente dirección: <https://sede.santacruzdetenerife.es/validacion>

PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

El/la director/a de cuentas deberá ser el mismo durante toda la duración del servicio, salvo que, por razones justificadas, se requiera su sustitución y siempre y cuando los sustitutos cumplan con los requisitos señalados.

Asimismo, el director/a de cuentas deberá presentar, como mínimo, el siguiente porcentaje de dedicación:

Perfil	Dedicación	Duración
DIRECTOR/A DE CUENTAS	20%	Totalidad del contrato

Dado que este contrato de servicios se caracteriza por su elevado nivel de especialización y el público destino del plan de promoción será extranjero, se exige como requisito de solvencia técnica, contar con el citado perfil que además ostente algunas de las titulaciones señaladas y la certificación en idiomas exigida.

Por otro lado, al tratarse de un servicio con importante repercusión en los diferentes sectores turísticos de la ciudad y de la isla, se necesita un director/a de cuentas con experiencia en la gestión de 2 planes de marketing de similar naturaleza al del objeto del contrato. Por tanto, se trata de asegurar la experiencia en ejecución de contratos similares, y al mismo tiempo, garantizar la gestión del equipo mínimo e imprescindible.

Cuando el contratista sea una **empresa de nueva creación**, entendiéndose por tal aquella que tenga una antigüedad inferior a cinco años, su solvencia técnica se acreditará únicamente a través del criterio de contar con un director/a de cuentas, sin que en ningún caso sea aplicable el relativo a la ejecución de un número determinado de servicios.

Acreditación de los requisitos de solvencia técnica:

- La **relación de servicios realizados** se acreditará mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación; en su caso, estos certificados serán comunicados directamente al órgano de contratación por la autoridad competente.
- La **acreditación de la titulación** se realizará mediante el título académico correspondiente, o documento acreditativo equivalente que justifique la superación de los estudios, que podrá sustituirse, en su caso, por el certificado colegial si corresponde.



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

- Respecto a la **acreditación de los años de experiencia**, se entenderán acreditados si han transcurrido los años previsto desde la fecha de emisión del título correspondiente o fecha de finalización de los estudios.
- En cuanto a la **experiencia en la gestión de los planes de marketing señalados**, se podrán acreditar mediante: certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación.

En ambos casos, a efectos de acreditar la participación del director/a de cuentas en los planes de marketing citados, en el certificado/documento aportado deberá constar su identidad, el proyecto realizado, y la titulación/función en virtud de la que participó en dicho proyecto, **o bien una declaración responsable del licitador sobre la participación del director/a de cuentas en la realización de la prestación, acompañada de los citados certificados públicos o privados de que se traten.**

- En caso de que el perfil que disponga del certificado B2 de inglés sea el director/a de cuentas, la **acreditación** se realizará mediante declaración responsable del licitador y compromiso de aportación del correspondiente título o certificado oficial expedido por la entidad correspondiente en caso de resultar propuesto como adjudicatario.
- A efectos de **acreditar la dedicación mínima**, deberá presentarse una declaración responsable en la que el contratista se comprometa a cumplir los porcentajes de dedicación establecidos.

3.3. ADSCRIPCIÓN DE MEDIOS PERSONALES

3.3.1. LOTE 1: Análisis y creación de productos turísticos para Santa Cruz de Tenerife

Se exige al licitador que, independientemente de la acreditación de la solvencia indicada en los apartados anteriores, se comprometa a adscribir a la ejecución del contrato un equipo de trabajo compuesto por los siguientes profesionales, que acompañarán al jefe/a de proyecto:

UN CONSULTOR/A EN TURISMO Y/O MARKETING TURÍSTICO, que ostente alguna de las siguientes titulaciones o equivalentes, que acredite al menos **3 años de experiencia**:

- Licenciatura o grado en Turismo, Geografía, Administración de Empresas, Economía, Marketing o campos afines.

UN/A ANALISTA DE DATOS, que ostente alguna de las siguientes titulaciones o equivalentes, que acredite al menos **2 años de experiencia**:



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

- Licenciatura o grado en Estadística, Matemáticas, Economía, Ingeniería Informática, Marketing, o cualquier otra titulación equivalente relacionada con el análisis de datos.

Al tratarse de un servicio con importante repercusión en los diferentes sectores turísticos de la ciudad y de la isla, se necesita contar con un equipo que posea alguna de las mencionadas titulaciones. Por tanto, estos dos perfiles deben estar adscritos al contrato puesto que se considera que se trata del equipo mínimo e imprescindible para asegurar la buena ejecución del servicio.

El equipo de trabajo deberá ser el mismo durante toda la duración del servicio, salvo que, por razones justificadas, se requiera su sustitución y siempre y cuando los sustitutos cumplan con los requisitos señalados.

Asimismo, el equipo adscrito al contrato deberá presentar, como mínimo, los siguientes porcentajes de dedicación:

Perfil	Dedicación	Duración
CONSULTOR/A EN TURISMO Y/O MARKETING TURÍSTICO	100%	Totalidad del contrato
ANALISTA DE DATOS	100%	Mes 1 - 5

Acreditación de los requisitos de los medios personales adscritos:

- La **acreditación de la titulación** se realizará mediante el título académico correspondiente, o documento acreditativo equivalente que justifique la superación de los estudios, que podrá sustituirse, en su caso, por el certificado colegial si corresponde.
- Respecto a la **acreditación de los años de experiencia**, se entenderán acreditados si han transcurrido los años previsto desde la fecha de emisión del título correspondiente o fecha de finalización de los estudios.
- A efectos de **acreditar la dedicación mínima**, deberá presentarse una declaración responsable en la que el contratista se comprometa a cumplir los porcentajes de dedicación establecidos.
- Declaración suscrita por el profesional respectivo en el que se manifieste que estará adscrito a la ejecución del presente contrato.

3.3.2. LOTE 2: Diseño y ejecución del plan de promoción y marketing turístico para Santa Cruz de Tenerife



Este documento, emitido por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, incorpora firma electrónica reconocida. Su autenticidad se puede comprobar introduciendo el código 15252525160205644512 en la siguiente dirección: <https://sede.santacruzdetenerife.es/validacion>

PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Se exige al licitador que, independientemente de la acreditación de la solvencia indicada en los apartados anteriores, se comprometa a adscribir a la ejecución del contrato un equipo de trabajo compuesto por los siguientes profesionales, que acompañarán al director/a de cuentas:

UN/A EJECUTIVO DE CUENTAS, que ostente algunas de las siguientes titulaciones o equivalentes, y que acredite al menos **5 años de experiencia**:

- Licenciatura o grado en Comunicación, Marketing, Publicidad, Relaciones Públicas o titulación asimilable.

UN/A SOCIAL MEDIA MANAGER, que ostente algunas de las siguientes titulaciones o equivalentes, y que acredite al menos **3 años de experiencia**:

- Licenciatura o grado en Comunicación, Marketing, Publicidad, Relaciones Públicas o titulación asimilable.

Al tratarse de un servicio con importante repercusión en los diferentes sectores turísticos de la ciudad y de la isla, se necesita contar con un equipo que posea alguna de las mencionadas titulaciones. Por tanto, estos dos perfiles deben estar adscritos al contrato puesto que se considera que se trata del equipo mínimo e imprescindible para asegurar la buena ejecución del servicio.

Además, es imprescindible que **el/la director/a de cuentas o alguno de los perfiles señalados en este apartado**, disponga de un **certificado oficial de inglés nivel B2** del Marco Común Europeo o equivalente.

Dado que este contrato de servicios se caracteriza por su elevado nivel de especialización y el público destino del plan de promoción será extranjero, se exige como requisito que alguno de los perfiles señalados posea la certificación en idiomas exigida.

Asimismo, el equipo adscrito al contrato deberá presentar, como mínimo, los siguientes porcentajes de dedicación:

Perfil	Dedicación	Duración
EJECUTIVO DE CUENTAS	80%	Totalidad del contrato
SOCIAL MEDIA MANAGER	60%	Totalidad del contrato

Acreditación de los requisitos de los medios personales adscritos:

- La **acreditación de la titulación** se realizará mediante el título académico correspondiente, o documento acreditativo equivalente que justifique la superación de los estudios, que podrá sustituirse, en su caso, por el certificado colegial si corresponde.



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

- Respecto a la **acreditación de los años de experiencia**, se entenderán acreditados si han transcurrido los años previsto desde la fecha de emisión del título correspondiente o fecha de finalización de los estudios.
- En caso de que el perfil que disponga del certificado B2 de inglés sea uno de los anteriores (ejecutivo de cuentas o social media manager), la **acreditación** se realizará mediante declaración responsable del licitador y compromiso de aportación del correspondiente título o certificado oficial expedido por la entidad correspondiente en caso de resultar propuesto como adjudicatario.
- A efectos de **acreditar la dedicación mínima**, deberá presentarse una declaración responsable en la que el contratista se comprometa a cumplir los porcentajes de dedicación establecidos.
- Declaración suscrita por el profesional respectivo en el que se manifieste que estará adscrito a la ejecución del presente contrato.

4. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

La valoración de las proposiciones presentadas por los licitadores se realizará aplicando una pluralidad de criterios de adjudicación basados en el principio de mejor relación calidad – precio, con la siguiente distribución:

LOTE 1: Análisis y creación de productos turísticos para Santa Cruz de Tenerife.

CRITERIOS AUTOMÁTICOS (60 puntos)		PUNTUACIÓN
Precio		30
CRITERIOS DE CALIDAD (30 Puntos)	Incremento en la experiencia del equipo	12
	Proyectos de análisis y creación de productos turísticos gestionados	10
	Criterio Social (formación)	8

CRITERIOS SUJETOS A JUICIO DE VALOR (40 puntos)	PUNTUACIÓN
Propuesta técnica del proyecto y metodología	40



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

LOTE 2: Diseño y ejecución del plan de promoción y marketing turístico para Santa Cruz de Tenerife.

CRITERIOS AUTOMÁTICOS (60 puntos)		PUNTUACIÓN
Precio		30
CRITERIOS DE CALIDAD (30 Puntos)	Incremento en perfiles del equipo	10
	Planes de marketing digital de destinos turísticos gestionados	8
	Publicaciones	8
	Criterio Social (formación en idiomas)	4

CRITERIOS SUJETOS A JUICIO DE VALOR (40 puntos)	PUNTUACIÓN
Propuesta técnica del proyecto y metodología	40

4.1. CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS (60 PUNTOS)

LOTE 1: Análisis y creación de productos turísticos para Santa Cruz de Tenerife.

Precio: 30 puntos

Para la valoración de este criterio se adoptará la siguiente fórmula:

Se valorará la reducción en el presupuesto de licitación previsto para la prestación del servicio hasta un máximo de 30 puntos y un mínimo de 0 puntos. La fórmula para su valoración:

$$\text{Puntuación oferta } i = 30 * \sqrt{\frac{(P_{\text{licitación}} - P_{\text{oferta},i})}{(P_{\text{licitación}} - P_{\text{oferta},\text{min}})}}$$

Se puntuará las ofertas admitidas con un máximo de 30 puntos y un mínimo de cero puntos, que se asignará a la oferta que iguale el Presupuesto de Licitación.

A los efectos de este apartado se denominará:

- P licitación: Presupuesto de Licitación (sin IGIC)
- P oferta, i = Oferta económica presentada por el licitador i, sin IGIC.



Este documento, emitido por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, incorpora firma electrónica reconocida. Su autenticidad se puede comprobar introduciendo el código 15252525160205644512 en la siguiente dirección: <https://sede.santacruzdetenerife.es/validacion>

PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

- P oferta,min = Oferta económica más baja presentada entre todos los licitadores admitidos, sin IGIC.
- P(A)=Puntuación unitaria para cada licitador (valor comprendido entre 0 y 30)

Se motiva la fórmula planteada atendiendo al criterio de otorgar la máxima puntuación a la oferta más baja, con dos coeficientes lineales de proporcionalidad que permitan otorgar la puntuación a la oferta económica con un criterio más ajustado a los precios de mercado.

Criterios de calidad: 30 puntos

1.- Incremento en la experiencia del equipo: 12 puntos

Se otorgará hasta un máximo de 12 puntos por la experiencia que exceda de los mínimos exigidos al personal adscrito al contrato.

Para la valoración de la experiencia se tendrá en cuenta el incremento en los años de experiencia mínima exigida para los perfiles obligatorios, **valorándose si se excede el doble de lo exigido como mínimo**, en los siguientes términos:

Incremento en 5 años de la experiencia mínima del JEFE/A DE PROYECTO hasta alcanzar 10 años o más de experiencia	4 puntos
Incremento en 3 años de la experiencia mínima del CONSULTOR/A EN TURISMO Y/O MARKETING TURÍSTICO hasta alcanzar 6 años o más de experiencia	4 puntos
Incremento en 2 años de la experiencia mínima del ANALISTA DE DATOS hasta alcanzar 4 años o más de experiencia	4 puntos

De acuerdo al artículo 145.2.2º. LCSP, la experiencia del personal adscrito a la ejecución del contrato afecta de forma significativa a la mejor ejecución del mismo, por la especialidad y complejidad técnica que requiere esta actuación. Así, este criterio se establece motivado por la singularidad de los trabajos y la necesaria especialización de los componentes del equipo, que deben estar especializados en una materia muy singular como es la creación de productos turísticos a medida.

La **acreditación de experiencia** se realizará mediante el título académico correspondiente, o documento acreditativo equivalente que justifique la superación de los estudios, que podrá sustituirse, en su caso, por el certificado colegial si corresponde. Así, se entenderán acreditados si han transcurrido los años previstos desde la fecha de emisión del título correspondiente o fecha de finalización de los estudios.

2.- Incremento en el número de proyectos de análisis y creación de productos turísticos gestionados por el Jefe/a de Proyecto: 10 puntos.



Este documento, emitido por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, incorpora firma electrónica reconocida. Su autenticidad se puede comprobar introduciendo el código 15252525160205644512 en la siguiente dirección: <https://sede.santacruzdetenerife.es/validacion>

PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Se valorará si el jefe/a de proyecto ha participado en la gestión de más de dos proyectos similares (mínimo exigido como Solvencia Técnica), otorgando un máximo de 10 puntos, puntuados de la siguiente manera:

Si se acredita haber gestionado un proyecto más sobre los dos exigidos como mínimo. Total: 3 proyectos similares	5 puntos
Si se acredita haber gestionado dos o más proyectos sobre los dos exigidos como mínimo. Total: 4 o más proyectos similares	10 puntos

Este criterio se justifica en la conveniencia de que el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife cuente con un/a Jefe/a de proyecto con la mayor experiencia posible para llevar a cabo las tareas solicitadas en el presente documento, prestando así el servicio de calidad que requieren los trabajos de esta índole. Por tanto, dicho criterio redundará en una mejora para el Ayuntamiento dado que contará con un/a Jefe/a experto/a en la materia.

Respecto a la **experiencia en los proyectos específicos señalados**, se podrán acreditar mediante:

-Mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario haya sido una entidad del sector público.

-Cuando el destinatario haya sido un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación.

En ambos casos, a efectos de acreditar la participación del jefe/a de proyecto en los proyectos citados, en el certificado/documento aportado deberá constar su identidad, el proyecto realizado, y la titulación/función en virtud de la que participó en dicho proyecto, **o bien una declaración responsable del licitador sobre la participación del jefe/a de proyecto en la realización de la prestación, acompañada de los citados certificados públicos o privados de que se traten.**

3.- Criterio social formación: 8 puntos.

Se valorará que el personal adscrito a la ejecución del contrato cuente con certificados de asistencia y/o aprovechamiento o impartición a cursos de formación en materia de Metodologías de planificación estratégica, Marketing turístico y promoción digital, Herramientas tecnológicas para la gestión de inventarios, Sostenibilidad y turismo responsable, Análisis de datos, Business Intelligence y Gestión de proyectos, por un mínimo de 40 horas:

Si el número de horas ofertadas no alcanza las 40 horas	0 puntos
--	-----------------



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Si el número de horas ofertadas está entre 40 horas y 50 horas	4 puntos
Si el número de horas ofertadas superan las 50 o más horas	8 puntos

Para la valoración de los cursos de formación, se tendrán en cuenta tanto los cursos realizados por una única persona como los cursos realizados por varias personas que forman parte del equipo asignado a la ejecución del contrato.

La **acreditación de la formación** se realizará mediante declaración responsable del licitador y compromiso de aportación del correspondiente título o certificado expedido en caso de resultar propuesto como adjudicatario.

Esta formación del equipo se considera necesaria para una mayor agilidad en la ejecución y calidad en la definición de los trabajos, a la vista de la especificidad técnica que requiere este tipo de proyectos.

LOTE 2: Diseño y ejecución del plan de promoción y marketing turístico para Santa Cruz de Tenerife.

Precio: 30 puntos

Para la valoración de este criterio se adoptará la siguiente fórmula:

Se valorará la reducción en el presupuesto de licitación previsto para la prestación del servicio hasta un máximo de 30 puntos y un mínimo de 0 puntos. La fórmula para su valoración:

$$\text{Puntuación oferta } i = 30 \times \sqrt[3]{\frac{(P \text{ licitación} - P \text{ oferta, } i)}{(P \text{ licitación} - P \text{ oferta, min})}}$$

Se puntuará las ofertadas admitidas con un máximo de 30 puntos y un mínimo de cero puntos, que se asignará a la oferta que iguale el Presupuesto de Licitación.

A los efectos de este apartado se denominará:

- P licitación: Presupuesto de Licitación (sin IGIC)
- P oferta, i = Oferta económica presentada por el licitador i, sin IGIC.
- P oferta,min = Oferta económica más baja presentada entre todos los licitadores admitidos, sin IGIC.

P(A)=Puntuación unitaria para cada licitador (valor comprendido entre 0 y 30)



Este documento, emitido por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, incorpora firma electrónica reconocida. Su autenticidad se puede comprobar introduciendo el código 15252525160205644512 en la siguiente dirección: <https://sede.santacruzdetenerife.es/validacion>

PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Se motiva la fórmula planteada atendiendo al criterio de otorgar la máxima puntuación a la oferta más baja, con dos coeficientes lineales de proporcionalidad que permitan otorgar la puntuación a la oferta económica con un criterio más ajustado a los precios de mercado.

Criterios de calidad: 30 puntos

1.- Incremento en los perfiles del equipo mínimo: 10 puntos

Se otorgará hasta un máximo de 10 puntos por el incremento de perfiles ofertados sobre los mínimos exigidos como solvencia técnica de la siguiente manera:

PERFIL	CARACTERÍSTICAS	PUNTUACIÓN
UN/A COMMUNITY MANAGER	-Al menos 3 años de experiencia -Licenciatura, grado o FP Grado Superior en Comunicación, Marketing, Publicidad, Relaciones Públicas o titulación asimilable	5 puntos
UN/A CONTENT CREATOR	-Al menos 2 años de experiencia - Licenciatura, grado o FP Grado Superior en Comunicación Audiovisual, Periodismo, Publicidad, Bellas Artes o titulación asimilable.	5 puntos

De acuerdo con el artículo 145.2.2º. LCSP, la formación y experiencia del personal adscrito a la ejecución del contrato afecta de forma significativa a la mejor ejecución del mismo, por la especialidad y complejidad técnica que requiere esta actuación. Así, este criterio se establece motivado por la singularidad de los trabajos y la necesaria especialización de los componentes del equipo, que deben estar especializados en una materia muy singular como es el marketing digital.

La **acreditación de las titulaciones** exigidas se realizará mediante la presentación del título académico correspondiente o documento acreditativo equivalente que justifique la superación de los estudios, que podrá sustituirse, en su caso, por el certificado colegial correspondiente.

La **acreditación de experiencia** se realizará mediante el título académico correspondiente, o documento acreditativo equivalente que justifique la superación de los estudios, que podrá sustituirse, en su caso, por el certificado colegial si corresponde. Así, se entenderán acreditados si han transcurrido los años previstos desde la fecha de emisión del título correspondiente o fecha de finalización de los estudios.

2.- Incremento en el número de planes de marketing digital de destinos turísticos gestionados: 8 puntos



Este documento, emitido por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, incorpora firma electrónica reconocida. Su autenticidad se puede comprobar introduciendo el código 15252525160205644512 en la siguiente dirección: <https://sede.santacruzdetenerife.es/validacion>

PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Se valorará el aumento del número de planes de marketing similares gestionados por el/la **Directora/a de Cuentas** sobre el mínimo exigido como Solvencia Técnica, otorgando un máximo de 8 puntos, puntuados de la siguiente manera:

Si se acredita haber gestionado un plan de marketing más sobre los dos exigidos como mínimo. Total: 3 planes similares	4 puntos
Si se acredita haber gestionado dos o más planes de marketing sobre los dos exigidos como mínimo. Total: 4 o más planes similares	8 puntos

Este criterio se justifica en la conveniencia de que el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife cuente con un/a director/a de cuentas con la mayor experiencia posible para llevar a cabo las tareas solicitadas en el presente documento, prestando así el servicio de calidad que requieren los trabajos de esta índole. Por tanto, dicho criterio redundará en una mejora para el Ayuntamiento dado que contará con un director/a de cuentas experto/a en la materia.

Respecto a la **experiencia en los proyectos específicos señalados**, se podrán acreditar mediante:

-Mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario haya sido una entidad del sector público.

-Cuando el destinatario haya sido un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación.

En ambos casos, a efectos de acreditar la participación del director/a de cuentas en los proyectos citados, en el certificado/documento aportado deberá constar su identidad, el proyecto realizado, y la titulación/función en virtud de la que participó en dicho proyecto, **o bien una declaración responsable del licitador sobre la participación del director/a de cuentas en la realización de la prestación, acompañada de los citados certificados públicos o privados de que se traten.**

3.- Publicaciones: 8 puntos

Se otorgará un máximo de 8 puntos por aumentar el número mínimo de publicaciones. Los mínimos establecidos en la cláusula 4.3.1. del PPT, se corresponden con los siguientes:



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Instagram	4 publicaciones semanales	1 carrusel
		1 reel
		1 estática
		1 stories diarios
Facebook	4 publicaciones semanales	2 post galería (≥ 3 fotos)
		1 estático/link
		1 vídeo
Tik tok	2 publicaciones semanales	
X	3 publicaciones diarias, es decir, 15 publicaciones semanales	

Por tanto, se otorgará la siguiente puntuación al licitador que se comprometa a la realización de las publicaciones que cumplan características especificadas a continuación:

RED SOCIAL	NÚMERO DE PUBLICACIONES	CONTENIDO DE LAS PUBLICACIONES (a elegir entre las siguientes opciones)	PUNTUACION
Instagram	1 publicación semanal adicional a las mínimas (en total 5 publicaciones)	1 carrusel	2 puntos
		1 reel	
		1 stories diarios	
Facebook	1 publicación semanal	1 post galería (≥ 3 fotos)	2 puntos



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

	adicional a las mínimas (en total 5 publicaciones)	1 vídeo	
Tik tok	1 publicación semanal adicional a las mínimas (en total 3 publicaciones)		2 puntos
X	1 publicación diaria adicional a las mínimas (en total 4 publicaciones diarias, es decir 20 publicaciones semanales)		2 puntos

Al tratarse de un contrato cuyo objeto es la elaboración y ejecución de un plan de promoción y marketing turístico, la presencia redes sociales resulta imprescindible. Las plataformas Facebook, X, Instagram y TikTok son las más utilizadas por las principales nacionalidades de turistas que visitan la isla. Por ello, se valorará positivamente que, a parte de las publicaciones semanales establecidas como mínimas, el licitador oferte publicaciones adicionales con la finalidad de dar una mayor visibilidad al plan, favoreciendo su ejecución.

4.- Criterio Social (mejora en formación en idiomas): 4 puntos

Se valorará que en cualquiera de las personas que componen el personal mínimo que se especifica en el apartado 4.2.2 del presente documento, cuente con certificados de capacitación en idiomas, otorgando un **máximo de 4 puntos** siguiendo los siguientes parámetros:

Certificar un nivel de inglés C1 o superior del Marco Común Europeo o equivalente en cualquiera de los perfiles exigidos, hasta un máximo de 2 puntos	2 puntos
Por cada idioma certificado de alemán o francés con nivel mínimo de B2 del Marco Común Europeo o equivalente hasta un máximo de 2 puntos	1 punto

Esta formación del personal adscrito se considera necesaria para una mayor calidad en la ejecución de los trabajos, a la vista de la especificidad técnica que requiere este tipo de proyectos y la especial relevancia de las funciones de promoción, íntimamente vinculadas al sector del turismo. Dado que el perfil del turista en Santa Cruz de Tenerife es predominantemente internacional, se considera muy valorable que al menos uno de los perfiles cuente con formación avanzada en inglés (C1 o superior). Además, aunque el conocimiento de otros idiomas como alemán y francés mejora significativamente la capacidad del equipo para atender y promocionar eficazmente en mercados turísticos clave, se establece que la puntuación máxima alcanzable para la capacitación en alemán y francés es de 2 puntos en total,



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

para asegurar que la formación en inglés reciba una valoración prioritaria debido a su mayor demanda y utilidad en el contexto turístico de Santa Cruz de Tenerife.

En cuanto a la **acreditación de los idiomas ofertados**, se realizará mediante declaración responsable del licitador y compromiso de aportación del correspondiente título o certificado oficial expedido en caso de resultar propuesto como adjudicatario.

4.2. CRITERIOS SUJETOS A JUICIO DE VALOR (40 PUNTOS).

LOTE 1: Análisis y creación de productos turísticos para Santa Cruz de Tenerife.

La elección de estos criterios se considera determinante, ya que se trata de un servicio donde el enfoque, la orientación, credibilidad, y viabilidad de la propuesta, son elementos determinantes a la hora de evaluar las soluciones propuestas. Conocer qué se va a hacer, es decir, el enfoque de los servicios y su planteamiento es esencial para conseguir los objetivos perseguidos.

Se valorará dentro de este apartado la profundidad del estudio de las particularidades del servicio a desarrollar y planificación para el desarrollo del contrato, en función de los subcriterios siguientes:

Propuesta técnica del proyecto y metodología: 40 puntos

La propuesta técnica del proyecto y la metodología tendrá un máximo de 40 puntos y se evaluará la solución global propuesta por la empresa licitadora. Para la valoración de este criterio, las empresas deberán presentar en su oferta una memoria técnica en la que se detalle la prestación de los servicios descritos en el pliego de prescripciones técnicas, explicitando claramente y con suficiente detalle el enfoque y metodología que se seguirá para la realización de los trabajos.

En la propuesta técnica deberá realizarse un análisis de cualquier normativa, estrategias y planes concurrentes, tanto a nivel europeo, como nacional, regional y local, relacionados con los objetivos del contrato, de tal forma que la estrategia resulte congruente con el resto de las políticas del entorno.

Para ello, se valorará en función de los cumplimientos de los siguientes criterios:

- **Enfoque y metodología de trabajo (0-15 puntos):**

En este apartado se evaluará la claridad y precisión del enfoque y la metodología de trabajo propuesta por la empresa licitadora. La presentación debe incluir una descripción detallada de las actividades a ejecutar durante la duración del contrato y, en concreto, deberá contar con los siguientes apartados:

- **Planificación detallada del proyecto:** Deberá incluirse un desglose de todas las fases del proyecto, incluyendo las tareas e hitos a alcanzar para la entrega de los documentos



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

exigidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas, así como los perfiles que se encargarán de su ejecución.

- **Metodología:** Se deberá especificar la metodología utilizada para la ejecución del proyecto, así como metodologías específicas necesarias para la ejecución del proyecto en función de las necesidades de cada fase. Deberán incluirse entrevistas, mesas de trabajos, análisis de documentación y cualquier otro que se considere necesario, también técnicas de recogida de datos.
- **Organización de los medios adscritos al proyecto (0-15 puntos):**

Este criterio evaluará cómo la empresa organiza y asigna los medios necesarios para la ejecución del proyecto. El licitador deberá reflejar los siguientes puntos:

- **Responsabilidades del jefe/a de proyecto:** Se deberá exponer con claridad los roles y responsabilidades que tendrá el jefe/a de proyecto, indicando el modelo de gobernanza entre el equipo de trabajo y quien determine el Ayuntamiento.
- **Asignación de recursos:** Deberá incluirse una descripción de los medios técnicos y materiales que se asignarán al proyecto, así como su adecuación a las necesidades de este.
- **Medios tecnológicos:** Descripción de las herramientas tecnológicas y software que se utilizarán, como la herramienta para el inventario inicial y el Manual del Gestor del Inventario.

NOTA IMPORTANTE: En este apartado únicamente se hará referencia al personal mínimo exigido como solvencia técnica y como compromiso de adscripción de medios personales, sin que en ningún caso se pueda hacer referencia a aspectos valorables en el archivo electrónico C (experiencia adicional o formación del equipo).

- **Diseño y desarrollo de los Clubes de Producto (0-10 puntos):**

Este apartado valorará la propuesta específica para la creación y desarrollo de los Clubes de Producto Turístico, incluyendo las estrategias de dinamización y formación del sector turístico local, y las acciones de marketing y comunicación. Se evaluará:

- **Estrategias de dinamización y formación:** Propuestas claras y detalladas sobre cómo se dinamizará el sector turístico local y cómo se proporcionará formación a sus miembros.
- **Acciones de marketing y comunicación:** Propuesta de acciones de marketing y comunicación para promover los Clubes de Producto, incluyendo la propuesta de creación de piezas promocionales y la propuesta de acciones formativas y jornadas de dinamización.
- **Sostenibilidad y crecimiento:** Propuestas para asegurar la participación continua del sector turístico y el crecimiento sostenible de los Clubes de Producto.

En todos estos puntos se valorará la originalidad y capacidad estratégica y creativa del contenido.



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Se puntuará con la siguiente horquilla de puntuación:

Para el enfoque y metodología de trabajo, así como para la organización del equipo de trabajo y los medios adscritos al proyecto:

Contenido óptimo	14-15
Insuficiente detalle	10-13
Insuficiente detalle y escaso contenido	5-9
Falta de información coherente	0-4

En cuanto a el diseño y desarrollo de clubes de producto:

Contenido óptimo	9-10
Insuficiente detalle	6-8
Insuficiente detalle y escaso contenido	3-5
Falta de información coherente	0-2

Las diferentes calidades de contenido se definirán en el apartado 5.3.

LOTE 2: Diseño y ejecución del plan de promoción y marketing turístico para Santa Cruz de Tenerife.

La elección de estos criterios se considera determinante, ya que se trata de un servicio donde el enfoque, la orientación, credibilidad, y viabilidad de la propuesta, son elementos determinantes a la hora de evaluar las soluciones propuestas. Conocer qué se va a hacer, es decir, el enfoque de los servicios y su planteamiento es esencial para conseguir los objetivos perseguidos.

Se valorará dentro de este apartado la profundidad del estudio de las particularidades del servicio a desarrollar y planificación para el desarrollo del contrato, en función de los subcriterios siguientes:

Propuesta técnica del proyecto y metodología: 40 puntos

Tendrá un máximo de 40 puntos y se evaluará la solución global propuesta por la empresa licitadora. Para la valoración de este criterio, las empresas deberán presentar en su oferta una memoria técnica en la que se detalle la prestación de los servicios descritos en el pliego de prescripciones técnicas, explicitando claramente y con suficiente detalle el enfoque y metodología que se seguirá para la realización de los trabajos.



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Se deberá realizar el análisis de cualquier normativa, estrategias y planes concurrentes, tanto a nivel europeo, como nacional, regional y local, relacionados con los objetivos del contrato, de tal forma que la estrategia resulte congruente con el resto de las políticas del entorno.

Para ello, se valorará en función de los cumplimientos de los siguientes criterios:

- **Enfoque y metodología de trabajo (0-15 puntos):**

En este apartado se evaluará la claridad y precisión del enfoque y la metodología de trabajo propuesta por la empresa licitadora. La presentación debe incluir una descripción detallada de las actividades a ejecutar durante la duración del contrato y, en concreto, deberá contar con los siguientes apartados:

- Planificación detallada del proyecto: Deberá incluirse un desglose de todas las fases del proyecto, incluyendo las tareas e hitos a alcanzar para la entrega de los documentos exigidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas.
- Metodología: Se deberá especificar la utilizada para la ejecución del proyecto, así como metodologías específicas necesarias para la ejecución del proyecto en función de las necesidades de cada fase.

- **Organización de los medios adscritos al proyecto (0-15 puntos):**

Este criterio evaluará cómo la empresa organiza y asigna los medios necesarios para la ejecución del proyecto. El licitador deberá reflejar los siguientes puntos:

- Responsabilidades del director/a de cuentas: Se deberá exponer con claridad los roles y responsabilidades que tendrá el/la directora/a de cuentas, indicando el modelo de gobernanza entre el equipo de trabajo y quien determine el Ayuntamiento.
- Asignación de recursos: Deberá incluirse una descripción de los medios técnicos y materiales que se asignarán al proyecto, así como su adecuación a las necesidades de este.
- Medios tecnológicos: Descripción de las herramientas tecnológicas y software que se utilizarán, como el software de gestión de redes sociales y las herramientas de análisis de datos.

NOTA IMPORTANTE: En este apartado únicamente se hará referencia al personal mínimo exigido como solvencia técnica y como compromiso de adscripción de medios personales, sin que en ningún caso se pueda hacer referencia a aspectos valorables en el archivo electrónico C (perfiles adicionales, experiencia adicional o formación del equipo).

- **Promoción de los recursos y productos turísticos de Santa Cruz de Tenerife (0-10 puntos):**

Este apartado valorará la propuesta específica para la promoción de los recursos y productos turísticos de Santa Cruz de Tenerife. Se evaluará:



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

- Propuesta de acciones específicas: Detalle de las acciones de promoción a llevar a cabo, incluyendo propuestas de fam trips y press trips, y cómo estas acciones contribuirán a aumentar la visibilidad y notoriedad de Santa Cruz de Tenerife como destino turístico.
- Estrategias de marketing y comunicación: Planes específicos de marketing y comunicación, incluyendo la creación de piezas promocionales, la planificación y ejecución del Social Media Plan, y la gestión de campañas publicitarias en redes sociales.
- Sostenibilidad y crecimiento: Propuestas para asegurar la participación continua del sector turístico y el crecimiento sostenible de las actividades promocionales.

NOTA IMPORTANTE: En ningún caso se podrá hacer referencia en la memoria a aspectos a valorar en el archivo electrónico C (publicaciones ofertadas, en su caso).

En todos estos puntos se valorará la originalidad y capacidad estratégica y creativa del contenido.

Se puntuará con la siguiente horquilla de puntuación:

Para el enfoque y metodología de trabajo, así como para la organización del equipo de trabajo y los medios adscritos al proyecto:

Contenido óptimo	14-15
Insuficiente detalle	10-13
Insuficiente detalle y escaso contenido	5-9
Falta de información coherente	0-4

Para la promoción de los recursos y productos turísticos de Santa Cruz de Tenerife, se puntuará con la siguiente horquilla de puntuación:

Contenido óptimo	9-10
Insuficiente detalle	6-8
Insuficiente detalle y escaso contenido	3-5
Falta de información coherente	0-2

Las diferentes calidades de contenido se definirán en el apartado 5.3.



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

4.3. Valoración de los criterios sujetos a juicio de valor

- **Contenido óptimo:** aquellas memorias que aborden las tareas o actividades de manera específica, clara, demostrando un grado alto de conocimiento de los problemas y dinámicas asociadas a todo el ciclo de trabajo derivado del diseño y ejecución de un Plan de Marketing y Promoción en Santa Cruz de Tenerife, y siendo capaces de garantizar la viabilidad de la aplicación de la solución planteada para el desarrollo de los servicios.
- **Insuficiente detalle:** aquellas memorias que aborden las tareas o actividades expuestas y que, aunque sea de manera general, presenten un planteamiento teórico claro y con un elevado nivel de detalle, pero algunos de los aspectos a valorar hayan sido tratados de manera insuficiente o con escaso detalle.
- **Insuficiente detalle y escaso contenido:** aquellas memorias en las que, además de presentar algunos aspectos a valorar de manera insuficiente o escaso detalle, tengan escaso contenido porque no haya aportaciones específicas, o se limiten a meras referencias y se puedan aplicar, tanto al modelo objeto del trabajo, como a cualquier otro, abordando todas las tareas requeridas en el contrato de una manera teórica y general.
- **Falta de información coherente:** aquellas memorias que no traten, ni de manera genérica, ni específica, las líneas y tareas requeridas en el contrato o la información contenida en la memoria sea incoherente considerando los requerimientos del PPTP.

Se exige un umbral mínimo de puntuación conjunta en los criterios sujetos a juicio de valor de la mitad de los máximos posibles. El no alcanzar este umbral, supondrá la no continuación en el proceso de licitación. Es decir:

Lote	Puntuación máxima sujeta a juicio de valor	Puntuación mínima exigida
1	40	20
2	40	20

4.4. Forma de presentación

Para facilitar el análisis de las propuestas presentadas por los licitadores en este apartado, se establece un límite máximo de páginas indicado en el siguiente cuadro para la memoria descriptiva y metodológica. Este documento deberá ser presentado en **formato A-4**, con tipo de letra **Arial de 12 puntos** y un **interlineado de 1,5**. En caso de que la propuesta exceda el número de páginas indicado, únicamente se valorarán las primeras 20 páginas para el Lote 1 y 25 páginas para el Lote 2.



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Cabe destacar que las páginas dedicadas a portadas, contraportadas, divisiones de capítulos e índices no se considerarán dentro del límite máximo de páginas. Sin embargo, los anexos sí se incluirán en el cómputo total de las páginas disponibles. Las memorias a presentar por los licitadores se relacionan a continuación, para cada uno de los lotes.

Lote	Memoria	Extensión máxima (páginas)
1	Propuesta técnica del proyecto y metodología	20
2	Propuesta técnica del proyecto y metodología	25

**Contenido mínimo obligatorio de la memoria:*

Para ambos lotes:

- Enfoque y metodología de trabajo, incluyendo:
 - a. Planificación detallada
 - b. Metodología
- Organización del equipo de trabajo y medios adscritos al proyecto:
 - a) Estructura del equipo.
 - b) Asignación de recursos.
 - c) Medios tecnológicos.

Lote 1:

- a) Estrategias de dinamización y formación.
- b) Acciones de marketing y comunicación.
- c) Sostenibilidad y crecimiento.

Lote 2:

- a) Propuesta de acciones específicas.
- b) Estrategias de marketing y comunicación.
- c) Sostenibilidad y crecimiento.



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

NOTA IMPORTANTE: En las memorias detalladas en el presente apartado no podrá desvelarse información relativa a los criterios evaluables mediante fórmulas, ya que tal circunstancia podrá dar lugar a la exclusión del correspondiente licitador cuando la información desvelada suponga un menoscabo en los principios de igualdad y no discriminación de licitadores.

4.5 Puntuación final

La puntuación total para cada oferta será la resultante de la suma de las puntuaciones unitarias descritas anteriormente.

5. ABONOS AL CONTRATISTA

5.1.- El contratista tendrá derecho al abono del precio relativo a los servicios efectivamente prestados, previa aportación de las facturas expedidas de acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, y la Ley 25/2013, de 27 de diciembre. El abono del precio se realizará de la forma siguiente, tras la finalización de los entregables especificados en el apartado 2. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO y aplicando el porcentaje indicado a la oferta económica seleccionada:

Lote 1: Análisis y creación de productos turísticos para Santa Cruz de Tenerife.

Lote	Actuación asociada	Mes	Entregables	% de la oferta económica a facturar
1	Análisis y creación de productos turísticos	1	E1, E2	25% a la finalización del mes 2
		2	E3, E4, E5	
		3	E10	25% a la finalización del mes 4
		4	E7, E12	
		5	E6	25% a la finalización del mes 6
		6	E8, E9, E12	
		7	E13	25% a la finalización del mes 8
		8	E11, E12	



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

Lote 2: Diseño y ejecución del plan de promoción y marketing turístico para Santa Cruz de Tenerife.

Lote	Actuación asociada	Mes	Entregables	% de la oferta económica a facturar
2	Diseño y ejecución del plan de promoción y marketing turístico para Santa Cruz de Tenerife.	1	E1, E2	25% a la finalización del mes 3
		2	E3, E4	
		3	E7, E9	
		4	E5, E6, E7	25% a la finalización del mes 6
		5	E7, E9	
		6	E7	
		7	E7, E9	25% a la finalización del mes 9
		8	E7	
		9	E7, E9	
		10	E7, E9	25% a la finalización del mes 12
		11	E7	
		12	E10, E11, E12, E13	

Nota: El E8 se entregará al finalizar la ejecución de las actividades.

5.2.- El pago se realizará contra factura que se presentará en formato electrónico, y habrá de reunir los requisitos exigidos en la normativa aplicable. Las facturas deberán incluir un desglose claro y detallado de los servicios prestados, los entregables elaborados y los hitos alcanzados, de acuerdo con lo especificado en el contrato.

6. CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

En aplicación de lo previsto en el artículo 202 LCSP, y teniendo en cuenta el sector principal relacionado con el objeto del contrato, esto es, el turismo, se establecen las siguientes condiciones especiales de ejecución:

LOTE 1: Inclusión en el diagnóstico de recursos y productos turísticos, servicios y experiencias turísticas, de los siguientes aspectos:



Este documento, emitido por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, incorpora firma electrónica reconocida. Su autenticidad se puede comprobar introduciendo el código 15252525160205644512 en la siguiente dirección: <https://sede.santacruzdetenerife.es/validacion>

PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

- **Perspectiva de género en el análisis del destino turístico de Santa Cruz:** incorporar la perspectiva de género en los distintos ámbitos objeto de análisis: oportunidades estratégicas para el desarrollo de productos y experiencias turísticas, análisis de la demanda y de la oferta, priorización de productos y experiencias turísticas para Santa Cruz de Tenerife, segmentos de demanda y los factores clave de éxito, etc., en los que se aborde el fomento de la participación de las mujeres en todos los planos de la gestión turística local, y el impulso de la visibilidad de la mujer en el sector turístico de la ciudad y en diferentes ámbitos (gastronomía, artesanía, agricultura, etc.). Asimismo, se deberán proponer medidas para evitar la discriminación y estereotipación por razón de sexo, evitar estereotipos en las campañas publicitarias, inclusión de publicidad turística digital con perspectiva de género, y, en general, incluir la perspectiva de género en la estrategia de marketing y promoción.
- **Fomento de la sostenibilidad turística:** promoción del uso responsable y sostenible de los recursos naturales de la ciudad, fomento de un turismo sostenible que estimule la producción a través del consumo local y que ofrezca modelos de negocio respetuosos con el medioambiente y las costumbres locales, inclusión de acciones dirigidas a integrar la sostenibilidad como parte de la imagen del destino y de su calidad, de tal forma que el turismo sostenible pueda ser visto como un activo que genera valor a la ciudad, promocionando el desarrollo de actividades turísticas que mantengan y respeten la biodiversidad y valores naturales de la ciudad y la isla, y pongan en valor la producción y potenciación de actividades generadoras de empleo que aporten calidad de vida a la población local.

LOTE 2: Inclusión en el plan de marketing y promoción, de los siguientes aspectos:

- **Perspectiva de género en el análisis del destino turístico de Santa Cruz:** incorporar la perspectiva de género en los distintos ámbitos objeto de análisis: tendencias y oportunidades, análisis de competencia, identificación de agentes influyentes, evaluación de redes sociales, segmentación del público objetivo, recursos y productos turísticos, estudios de mercado, en los que se aborde el fomento de la participación de las mujeres en todos los planos de la gestión turística local, y el impulso de la visibilidad de la mujer en el sector turístico de la ciudad y en diferentes ámbitos (gastronomía, artesanía, agricultura, etc.). Asimismo, se deberán proponer medidas para evitar la discriminación y estereotipación por razón de sexo, evitar estereotipos en las campañas publicitarias, inclusión de publicidad turística digital con perspectiva de género, y, en general, incluir la perspectiva de género en la estrategia de marketing y promoción.
- **Fomento de la sostenibilidad turística:** promoción del uso responsable y sostenible de los recursos naturales de la ciudad, fomento de un turismo sostenible que estimule la producción a través del consumo local y que ofrezca modelos de negocio respetuosos con el medioambiente y las costumbres locales, inclusión de acciones dirigidas a integrar la sostenibilidad como parte de la imagen del destino y de su calidad, de tal forma que el



PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA «NEXT GENERATION EU»

turismo sostenible pueda ser visto como un activo que genera valor a la ciudad, promocionando el desarrollo de actividades turísticas que mantengan y respeten la biodiversidad y valores naturales de la ciudad y la isla, y pongan en valor la producción y potenciación de actividades generadoras de empleo que aporten calidad de vida a la población local.

Las presentes condiciones especiales de ejecución se establecen con el fin de garantizar que en la promoción y marketing turística se tengan en cuenta los necesarios aspectos en materia de igualdad y sostenibilidad.

Por un lado, se trata de incluir la dimensión de género, recogiendo lo establecido en la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, de tal manera que se diseñe la prestación contractual con perspectiva de género, considerando las diferentes situaciones, necesidades, intereses, y problemáticas específicas de mujeres y hombres en el sector de la comunicación, diseño, promoción y marketing turística.

Y por otro lado, se trata de incluir en los servicios de promoción y marketing la dimensión en materia de sostenibilidad y medio ambiente, con el fin de que se promocionen los aspectos de la ciudad teniendo en cuenta la necesidad de mantener y respetar la biodiversidad y valores naturales de la ciudad y la isla, y compatibilidad con la calidad de vida de la población local, de conformidad con lo previsto en el artículo 56 de la Ley 6/2022, de 27 de diciembre, de cambio climático y transición energética de Canarias.

Todo ello teniendo en cuenta que se trata de actuaciones subvencionadas por el Plan de sostenibilidad turística.

Ambas son condiciones que se integran en las prestaciones que deben realizarse en virtud del contrato, esto es, en el proceso de análisis y desarrollo de los planes y productos turísticos, incluyendo las dimensiones y aspectos señalados en la ejecución de la prestación.

7. MODIFICACIÓN DEL CONTRATO

Se prevén como causas de modificación del contrato la orden de la autoridad responsable para adoptar medidas correctoras en materia de DNSH y etiquetado verde y etiquetado digital.

El coste acumulado de todas las causas de modificación anteriormente indicadas no podrá superar el 10% del precio inicial del contrato.

