

Proyecto

Enhancing SUSTainable tourism attraction in small fascinating med TOWNS – SuSTowns

Priority Axis 3: Protecting and promoting Mediterranean natural and cultural resources.
Specific Objective 3.1: To enhance the development of a sustainable and responsible coastal and maritime tourism in the MED Area.

Términos de Referencia (TdR)

Para la contratación de perfiles de expertos para el diseño, lanzamiento y seguimiento de campañas de marketing

Project Partner in charge: PP1 MUSOL foundation

Project partners involved: -

Contenido

1. ENTIDAD CONTRATANTE	3
2. INFORMACIÓN SOBRE EL PROYECTO	3
Descripción del proyecto.....	3
Antecedentes y justificación del servicio contratado	4
Enfoques de trabajo	5
3. OBJETIVOS Y REQUERIMIENTOS	6
Objetivos y resultados esperados	6
Grupo meta.....	6
Requerimientos técnicos del servicio	6
Lugar y cronograma	7
4. REQUISITOS, MÉRITOS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN	8
Requisitos obligatorios.....	8
Méritos.....	9
5. INSTRUCCIONES PARA PRESENTAR LA PROPUESTA	12
Presentación de propuestas.....	12
Tratamiento de datos personales	13
Forma de pago por lote	14
Coordinación de la consultoría	14
Dudas y consultas	14

1. ENTIDAD CONTRATANTE

MUSOL nace en 1998 de la mano de un grupo de funcionarios, profesionales, expertos e investigadores que centran sus intereses y carreras profesionales en el ámbito de la administración local española.

Desde su fundación, MUSOL tiene una vocación dirigida al trabajo con los entes locales, con el objetivo de fortalecer las capacidades de los actores locales y su papel en el desarrollo local. A lo largo de los años MUSOL ha diversificado su acción, desde el punto de vista geográfico y sectorial. Sin embargo, la organización reafirma su ambición de constituir una referencia en el trabajo con los entes públicos y las organizaciones locales de España y el resto de Europa, África y América Latina.

En MUSOL promovemos el desarrollo sostenible, desarrollando y fortaleciendo las capacidades tanto de los gobiernos regionales y locales como de la sociedad civil española y europea, de África y América Latina, todo ello en el marco de los procesos de desarrollo, descentralización y participación vigentes en los países destinatarios de nuestra actividad.

En el macro sector estratégico de MUSOL denominado “MUSOL desarrollo – Europa” y definido en el plan estratégico de la fundación para el período 2020-2023, junto con otros socios, la Fundación MUSOL está implementando un proyecto sobre Turismo Sostenible en el Mediterráneo (SuSTowns).

2. INFORMACIÓN SOBRE EL PROYECTO

Descripción del proyecto

La Fundación MUSOL forma parte del consorcio del proyecto “Enhancing SUSTainable tourism attraction in small fascinating med TOWNS – SuSTowns” (en adelante, SuSTowns), financiado por los fondos FEDER e IPA en el marco de la 3ª convocatoria para proyectos modulares del programa Interreg MED 2014-20 (UE).

El consorcio del proyecto está liderado por ANCI Lazio (Italia) y conformado por otros 10 socios que ejecutan el proyecto en 7 países (Slovenia, Grecia, Albania, Italia, España, Croacia, Portugal): BSC, Business Support Centre, Kranj (Slovenia), Development agency of eastern Thessaloniki’s local authorities – Center for the development of human resources and the support of local economy (Grecia), Association of Albanian Municipalities (Albania), The most beautiful villages of Italy (Italia), Federación aragonesa de municipios comarcas y provincias (España), Island Development Agency Ltd (Croacia), University of Algarve (Portugal), Make it Better, Association for Innovation & Social Economy (Portugal).

El proyecto ha desarrollado herramientas de planificación y gestión del turismo que eviten el declive de los pequeños pueblos del mediterráneo promoviendo un turismo sostenible y de calidad. Capitalizando las herramientas existentes y aplicando a las políticas públicas las técnicas más innovadoras de la gestión de la calidad total (Total Quality Management), el proyecto ha impulsado procesos participativos de planificación y promoción de pequeños pueblos con

encanto del Mediterráneo anteriormente seleccionados, basándose en el principio de sostenibilidad y en la valorización del patrimonio cultural local.

El proyecto se dirige a 445 actores entre entidades públicas a nivel local, autonómico y nacional y organizaciones de la sociedad civil de Italia, España, Albania, Grecia, Eslovenia, Croacia y Portugal. En particular, la Fundación MUSOL trabaja en la isla de Mallorca con dos municipios piloto en los que se están elaborando planes de acción local para prevenir y hacer frente al declive del turismo utilizando la metodología del Total Quality Management y un enfoque participativo. De acuerdo a los planes de acción local, en cada municipio piloto se diseñará un paquete de turismo sostenible que será promovido a través de campañas de marketing (WP3). Posteriormente, se difundirán los aprendizajes generados en los municipios piloto a nivel nacional e internacional a través de seminarios, cursos y prestando asesoramiento a nuevos municipios que quieran adherirse al proyecto (WP4). Además, dichos aprendizajes se sistematizarán y se incorporarán a un modelo de turismo sostenible que se propondrá a las autoridades autonómicas junto con recomendaciones de mejora de las políticas públicas de turismo sostenible (WP5). Tanto el modelo como las recomendaciones serán objeto de difusión.

Antecedentes y justificación del servicio contratado

La Fundación MUSOL, además de implementar las actividades de los diferentes componentes del proyecto en la Isla de Mallorca (WP3, WP4, WP5), es el socio responsable del paquete de trabajo 3 – testing (WP3). Por lo tanto, la Fundación MUSOL está encargada de coordinar la ejecución de todas las actividades relativas al WP3 en todos los países del consorcio y es responsable de la ejecución de las mismas en los municipios piloto de las Islas Baleares (Mallorca): Montüiri y Ses Salines.

Las acciones principales que se han llevado o se llevarán a cabo en el marco del WP3 son las siguientes:

- Elaboración de una metodología para aplicar el enfoque de la gestión de la calidad total (TQM) en la gobernanza y la gestión del turismo sostenible en áreas escasamente pobladas. Dicha metodología ha sido adoptada por todos los miembros del consorcio (I fase);
- Apoyo a las autoridades locales, al sector privado (empresas de turismo, etc.) y a otros actores interesados (ej. organizaciones de la sociedad civil) en la creación de un grupo de acción local. Fundación MUSOL ha sido responsable de la creación de grupos de acción local en los municipios piloto de Montüiri y Ses Salines en Mallorca (II fase);
- Los grupos de acción local creados elaboran los planes de acción local cuyo objetivo es definir las acciones y tomar medidas para hacer frente y/o prevenir de forma conjunta el declive del turismo en su entorno (III fase).
- Los miembros de los grupos de acción local reciben formación específica sobre: turismo sostenible, gestión de la calidad total y la metodología aplicada por el proyecto (TQM) y diseño, promoción y marketing de un destino y de un producto turístico (IV fase).
- Los planes de acción local ofrecen una línea guía para elaboración de planes de marketing estratégicos de destino y el diseño de productos turísticos sostenibles e innovadores (V fase).

- Los destinos turísticos sostenibles se promoverán a través de **campañas de marketing** (VI fase).

La presente consultoría se enmarca en la fase VI anteriormente descrita y está dividida por lotes.

Enfoques de trabajo

Las campañas de marketing de destino aplicarán los siguientes enfoques transversales:

- **La sostenibilidad del turismo en los pequeños centros o pueblos.** En la elaboración de las campañas de marketing habrá que tener en cuenta los principios de sostenibilidad económica, social, ambiental y cultural (4º pilar promovido por la Asociación Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos – CGLU, que asume especial relevancia a la hora de promover el turismo en pequeños pueblos).
- **Enfoque participativo.** El diseño de las campañas de marketing deberá realizarse con la participación activa de los stakeholders de los grupos de acción local del proyecto (públicos y privados).
- **La desestacionalización.** Las campañas de marketing están orientadas a la eliminación del componente estacional de la oferta turística en los municipios piloto donde se trabaja.

3. OBJETIVOS Y REQUERIMIENTOS

Objetivos y resultados esperados

El presente servicio de consultoría tiene como objetivo general la promoción del turismo sostenible en los municipios de Montuïri y Ses Salines en Mallorca y está dividido en dos lotes principales cuyos objetivos específicos son:

LOTE I – CAMPAÑAS DE MARKETING MONTUIRI – PLA DE MALLORCA

Diseño, lanzamiento y seguimiento de dos campañas de marketing para promover el destino de Montuïri (1 campaña) y de los pueblos de la Mancomunidad del Pla de Mallorca en su conjunto (1 campaña).

LOTE II – CAMPAÑA DE MARKETING SES SALINES

Diseño, lanzamiento y seguimiento de una campaña de marketing para promover el destino de Ses Salines.

Grupo meta

LOTE I y II: Las campañas de marketing están enfocadas a promocionar los destinos locales (Municipios de Montuïri y Mancomunidad del Pla de Mallorca y Ses Salines) y están dirigidas a nichos de mercado nacional e internacional, tal y como estará definido en los planes de marketing estratégicos facilitados por el proyecto.

Requerimientos técnicos del servicio

Productos a entregar por lote

LOTE I - CAMPAÑAS DE MARKETING, MONTUIRI y PLA DE MALLORCA

- PRODUCTO I.1_ Elaboración y diseño de dos campañas de marketing de destino turístico (1 campaña para Montuïri, 1 campaña para el Pla de Mallorca);
- PRODUCTO I.2_ Lanzamiento y seguimiento de las dos campañas de marketing de promoción del destino;
- PRODUCTO I.3_ Elaboración de dos informes de resultado de las campañas de marketing realizadas (1 informe sobre la campaña para Montuïri, 1 informe sobre la campaña para el Pla de Mallorca) (Producto 2).

LOTE II – CAMPAÑA DE MARKETING, SES SALINES

- PRODUCTO II.1_ Elaboración y diseño de una campaña de marketing del destino turístico;
- PRODUCTO II.2_ Lanzamiento y seguimiento de la campaña de marketing de promoción del destino;

- PRODUCTO II.3_Elaboración de un informe de resultado de la campaña de marketing realizada (Producto 2).

Requerimientos específicos

LOTE I y II – CAMPAÑAS DE MARKETING

En la difusión de las campañas de marketing del destino se tendrán que privilegiar aquellos canales de promoción del turismo que basan su negocio en los valores de la sostenibilidad. Además, las campañas de marketing del destino deben ser coherentes con los planes de acción elaborados por el proyecto e incidir en las prioridades de dichos planes en términos de identidad, diversificación y rejuvenecimiento del destino (los planes de acción de los pilotos se entregarán a la(s) consultora(s) ganadora(s) de cada lote). Asimismo, las campañas de marketing de los destinos deberán ser coherentes con los Planes de marketing estratégico elaborados de cada destino piloto e igualmente entregados a la(s) consultora(s) ganadora(s) de cada lote. Cabe destacar que no se implementarán campañas de marketing de productos turísticos sino campañas de marketing de los dos destinos turísticos.

Lugar y cronograma

Lugar:

En ambos lotes, para el diseño y lanzamiento de las campañas de marketing, se prevén reuniones en los municipios de Montüiri (u otros municipios de la Mancomunidad del Pla de Mallorca) y Ses Salines. Algunas de las reuniones podrán realizarse en remoto.

Cronograma

LOTE	PRODUCTO	PLAZOS
LOTE I	Producto I.1	Febrero - Marzo de 2021
	Producto I.2	Marzo – Mayo de 2021
	Producto I.3	Mayo – Junio de 2021
LOTE II	Producto II.1	Febrero - Marzo de 2021
	Producto II.2	Marzo – Mayo de 2021
	Producto II.3	Mayo – Junio de 2021

4. REQUISITOS, MÉRITOS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN

Método de evaluación de requisitos obligatorios y méritos por cada lote:

- **Si se presenta una empresa física (consultor(a) único/a)**, los requisitos obligatorios y los méritos se evaluarán sobre la base del CV del/de la consultor(a) y de los trabajos anteriormente realizados.
- **Si se presenta un equipo de consultores o una empresa**, en la oferta se tendrán que enviar los CV de las personas seleccionadas que realizarán las campañas de marketing para el Lote I y/o II. Requisitos obligatorios y méritos se evaluarán sumando, por cada criterio, la experiencia acumulada de todo el equipo consultor que se presenta. Solo los C.V. enviados serán objeto de evaluación.

La propuesta presentada por un equipo de consultores o por una empresa tendrá que asignar un coordinador/a del trabajo encargado/a de las comunicaciones con la Fundación MUSOL.

La Fundación MUSOL podrá pedir comprobantes de la experiencia (contratos, certificados de empresas contratantes, etc.) y formación (diplomas, etc.) aportada en los CVs adjuntos a las ofertas o podrá contactar directamente las empresas contratantes y/o entidades formadoras para confirmar la veracidad de la información aportada en los CVs.

Requisitos obligatorios

LOTE I – CAMPAÑAS DE MARKETING, MONTUIRI y PLA DE MALLORCA

- Formación nivel Grado o superior en Turismo y/o Marketing;
- Experiencia en la elaboración y/o lanzamiento y/o seguimiento de al menos 1 campaña de marketing o en impartición de al menos 1 curso de formación en turismo sostenible y/o marketing.

LOTE III – CAMPAÑAS DE MARKETING, SES SALINES

- Formación nivel Grado o superior en Turismo y/o Marketing;
- Experiencia en la elaboración y/o lanzamiento y/o seguimiento de al menos 1 campaña de marketing o en impartición de al menos 1 curso de formación en turismo sostenible y/o marketing.

Méritos

Además de los requisitos obligatorios definidos, se evaluarán las ofertas recibidas según la puntuación obtenida en función de los siguientes méritos:

	MÉRITO	CRITERIO EVALUACIÓN	PUNTACIÓN MÁXIMA
COMUNES A TODOS LOS LOTES (Máximo 20 puntos)			
A valorar sobre la base de los CVs / Documentación	Comprobada experiencia en la promoción del turismo sostenible en las Islas Baleares	3 puntos x proyecto de turismo sostenible realizado en las Islas Baleares.	Máximo 9 puntos
	Comprobada experiencia en la promoción del turismo sostenible	1 punto x proyecto de turismo sostenible realizado fuera de Baleares	Máximo 4 puntos
	Master o formación específica en turismo y/o marketing y promoción del turismo	7 puntos por máster 5 puntos por curso hasta 500 horas 3 puntos cursos hasta 200 horas 1 puntos cursos hasta de entre 25 a 100 horas	Máximo 7 puntos
LOTE I (Máximo 80 puntos)			
A valorar sobre la base de la oferta técnica y económica presentada para la presente licitación	Originalidad de las ideas para las campañas de marketing	A valorar según ofertas recibidas	Máximo 10 puntos
	Coherencia con el concepto de turismo sostenible	A valorar según ofertas recibidas	Máximo 10 puntos
	Oferta económica	Precio	Respecto al precio total ofertado por el licitador, se considerarán anormales o desproporcionadas las ofertas que sean inferiores al

			presupuesto base de licitación (8.700 €, IVA no incluido) en más de 20 unidades porcentuales. Por ello, cada unidad porcentual de rebaja respecto al presupuesto base obtendrá 2 puntos en la valoración del criterio “oferta económica” y la puntuación máxima a obtener en este criterio es de 40 puntos. Por ejemplo, una oferta con una rebaja del 10% respecto al presupuesto base, obtendrá 20 puntos.
A valorar sobre la base de los CVs / Documentación	Experiencia en la elaboración, lanzamiento y seguimiento de campañas de marketing de destinos turísticos sostenibles	1,25 punto x campaña de marketing 2 punto x campaña de marketing de destinos rurales y de interior * Se podrán contabilizar solo aquellas campañas que no hayan servido para cumplir los requisitos mínimos obligatorios, siempre que no se hayan tenido en cuenta para evaluar otros méritos	Máximo 10 puntos
	Experiencia en la elaboración de análisis de impacto/resultados de campañas de marketing	1 punto x análisis de impacto/resultados de campañas de marketing realizado	Máximo 10 puntos
LOTE II (Máximo 80 puntos)			
A valorar sobre la base de la oferta técnica y económica presentada para	Originalidad de las ideas para las campañas de marketing;	A valorar según ofertas recibidas	Máximo 10 puntos
	Coherencia con el concepto de turismo sostenible;	A valorar según ofertas recibidas	Máximo 10 puntos

<p>la presente licitación</p>	<p>Oferta económica</p>	<p>Precio</p>	<p>Respecto al precio total ofertado por el licitador, se considerarán anormales o desproporcionadas las ofertas que sean inferiores al presupuesto base de licitación (4.000 €, IVA no incluido) en más de 20 unidades porcentuales. Por ello, cada unidad porcentual de rebaja respecto al presupuesto base obtendrá 2 puntos en la valoración del criterio “oferta económica” y la puntuación máxima a obtener en este criterio es de 40 puntos. Por ejemplo, una oferta con una rebaja del 10% respecto al presupuesto base, obtendrá 20 puntos.</p>
<p>A valorar sobre la base de los CVs / Documentación</p>	<p>Experiencia en la elaboración, lanzamiento y seguimiento de campañas de marketing de destinos turísticos sostenibles</p>	<p>1,25 punto x campaña de marketing 2 punto x campaña de marketing de destinos costeros</p> <p>* Se podrán contabilizar solo aquellas campañas que no hayan servido para cumplir los requisitos mínimos obligatorios, siempre que no se hayan tenido en cuenta para evaluar otros méritos</p>	<p>Máximo 10 puntos</p>
	<p>Experiencia en la elaboración de análisis de impacto/resultados de campañas de marketing</p>	<p>1 punto x análisis de impacto/resultados de campañas de marketing realizado</p>	<p>Máximo 10 puntos</p>

5. INSTRUCCIONES PARA PRESENTAR LA PROPUESTA

Presentación de propuestas

Los profesionales o empresas interesadas en presentarse en la presente licitación, deberán enviar la siguiente documentación:

LOTE I – CAMPAÑAS DE MARKETING, MONTUIRI y PLA DE MALLORCA

- El **Curriculum** (personal en el caso de profesional; en el caso de ofertas presentadas por empresas, el Curriculum del personal que prestará el servicio).
- **Anexo I**_ La oferta económica y la declaración de cumplimiento de requisitos técnicos, conforme al **Anexo I_ Formulario de candidatura**.
- **Anexo II_ Tabla de baremo de méritos**_ Hoja general + Hoja Lote I debidamente rellenada.
- **Propuesta técnica** que incluya: esbozo de las líneas generales en que se basará la campaña, destacando coherencia con el concepto de turismo sostenible, innovación.

LOTE II – CAMPAÑAS DE MARKETING, SES SALINES

- El **Curriculum** (personal en el caso de profesional; en el caso de ofertas presentadas por empresas, el Curriculum del personal que prestará el servicio).
- **Anexo I**_ La oferta económica y la declaración de cumplimiento de requisitos técnicos, conforme al **Anexo I_ Formulario de candidatura**.
- **Anexo II_ Tabla de baremo de méritos**_ Hoja general + Hoja Lote II debidamente rellenada.
- **Propuesta técnica** que incluya: esbozo de las líneas generales en que se basará la campaña, destacando coherencia con el concepto de turismo sostenible, innovación.

A considerar para todos los lotes:

- En los CV se tendrá que evidenciar claramente la experiencia requerida en el punto 4 (requisitos obligatorios) del presente documento y la experiencia que pueda ser valorada de acuerdo a la tabla de méritos (punto 4). Tanto en el caso de ofertas presentadas por empresas como en el caso de ofertas presentadas por personas físicas, el personal propuesto en este apartado deberá ser el que ejecutará el contrato, salvo que se sustituya por otra persona que reúna los mismos requisitos y previa autorización de la Fundación MUSOL.
- Cada curso/proyecto (etc.) que se aporte como requisitos obligatorios, méritos comunes a todos los lotes y/o méritos por lote, solo podrán ser tomados en consideración una sola vez.
- Las ofertas económicas por lote tendrán que indicar el importe total propuesto, incluyendo todos los impuestos (IVA, etc.), en formato .pdf. La oferta económica deberá incluir todos

los gastos del servicio, tanto los honorarios, como cualquier otro gasto necesario para llevar a cabo la consultoría.

- A la firma del contrato, se entregará al profesional y/o empresa ganadora de cada lote toda la documentación necesaria para el desarrollo de la misma y, en particular, se entregarán los planes de acción y los planes de marketing estratégicos de Montuiri y Ses Salines elaborados por el proyecto.
- Cada profesional y/o empresa licitadora podrá presentarse a uno o a ambos lotes de la presente convocatoria.
- Cada profesional y/o empresa licitadora que se presente a más de un lote, tendrá que rellenar la hoja "general" del Anexo II_ Tabla de baremo de méritos una sola vez.

La(s) oferta(s) tiene que ser enviada por email (dirección email: francesco.proyectos@musol.org, con copia a illesbalears@musol.org). Por favor, tenga en cuenta que se aceptará únicamente una oferta por lote y por licitador, que cada licitador se puede presentar a todos los lotes, pero no será posible presentar una oferta conjunta a todos los lotes. Los licitadores que envíen más de una oferta serán eliminados del proceso de selección. La oferta debe de ser enviada antes de las 23:59 horas (CET) del día **22 de enero de 2021**.

Los licitadores serán informados sobre el resultado del proceso de selección solo por email. Es responsabilidad del licitador comunicar una dirección de correo electrónico válida en los detalles de contacto de la oferta y controlar regularmente dicha dirección de correo electrónico.

El envío de una propuesta en respuesta a esta invitación implica automáticamente la aceptación por parte del licitador de todos los términos y condiciones previstos por los documentos de contratación (TDR y Anexo I). Las determinaciones de los anexos de la presente invitación a licitar forman parte del contenido de las obligaciones del licitador.

Tratamiento de datos personales

Ya que la presentación de la oferta en respuesta a la presente invitación implicará el registro y procesamiento de datos personales (tal y como, nombres, direcciones, etc.), tales datos serán procesados de acuerdo a Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Forma de pago por lote

El pago se efectuará por transferencia bancaria a la cuenta indicada por el/la consultora(a) y/o la empresa ganadora y se efectuará de acuerdo al siguiente calendario:

LOTE I – CAMPAÑAS DE MARKETING, MONTUIRI y PLA DE MALLORCA

- 20% del importe total a la entrega del producto 1_ Elaboración y diseño de dos campañas de marketing de destino turístico (1 campaña para Montuiri, 1 campaña para el Pla de Mallorca);
- 50% del importe total a la entrega del producto 2_ Lanzamiento y seguimiento de las dos campañas de marketing de promoción del destino;
- 30% del importe total a la entrega del producto 3_ Elaboración de dos informes de resultado de las campañas de marketing realizadas (Producto 2).

LOTE II – CAMPAÑAS DE MARKETING, SES SALINES

- 20% del importe total a la entrega del producto 1_ Elaboración y diseño de una campaña de marketing del destino turístico;
- 50% del importe total a la entrega del producto 2_ Lanzamiento y seguimiento de la campaña de marketing de promoción del destino;
- 30% del importe total a la entrega del producto 3_ Elaboración de un informe de resultado de la campaña de marketing realizada.

Si uno o más productos de cada lote fuera manifiestamente deficiente, previa audiencia al adjudicatario, la Fundación MUSOL, podrá optar por dar por concluido el contrato, aplicando una penalización de hasta el 25 por ciento del importe del pago que correspondería por la entrega o realización del producto en objeto y sin derecho a percibir la cantidad total prevista. En todo caso se deberá motivar suficientemente la baja calidad y dar audiencia al adjudicatario por un plazo mínimo de diez días.

Coordinación de la consultoría

Se organizarán periódicamente reuniones de seguimiento del trabajo, que podrán realizarse por videoconferencia, durante toda la duración del/de los contrato(s).

Dudas y consultas

Los documentos de contratación deberían ser suficientemente claros para evitar que los licitadores pidan información adicional durante el procedimiento. No obstante, si un licitador lo requiriera, MUSOL puede proveer aclaraciones y/o información adicional únicamente para aclarar los documentos de contratación y/o el objeto del contrato. Si un licitador tiene dudas, éstas deben ser sometidas por escrito y por email, a francesco.proyectos@musol.org con copia a illesbalears@musol.org. No se aceptarán solicitudes de aclaraciones y/o información adicional realizadas por teléfono.