

## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE REGIRÁN LA REALIZACIÓN DEL CONTRATO DE “SERVICIO DE PROMOCIÓN Y MÁRketing DIGITAL” DEL AYUNTAMIENTO DE MÉRIDA DENTRO DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA, FINANCIADO POR EL “PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA-FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA NEXT-GENERATION”**

### **1. ANTECEDENTES**

La actuación se enmarca dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Estado español (PRTR), conforme al marco establecido en el Reglamento (UE) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de febrero de 2021, por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia así como las líneas de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, fundamentándose sobre cuatro transformaciones fundamentales: la transición ecológica, la digital, la igualdad de género y la cohesión social y territorial, para propiciar un crecimiento sostenible e inclusivo en nuestra sociedad. En el “Componente 14” como submedida 2 de la inversión 1 (C14. I1), de este Plan, se engarzan los Planes Territoriales de Sostenibilidad Turística.

El Plan Territorial de Extremadura 2021, con la finalidad de incrementar la calidad de su oferta turística, pretende actuar en los destinos turísticos emblemáticos de la Comunidad, para el posicionamiento del destino *Extremadura*, desde la innovación y a través de soluciones digitales y sostenibles.

El Ayuntamiento de Mérida concurrió a la convocatoria de 2021, con un proyecto bajo el título de “Mérida Arqueológica, Natural e Inteligente”, con el propósito de generar un nuevo impulso en la gestión turística de la ciudad, para que sea más sostenible, resiliente y participativa, basada en el desarrollo sostenido de todos sus recursos y servicios.

### **2. OBJETO DEL CONTRATO.**

El objeto del contrato es el diseño y realización de los procesos de marketing y comunicación digital que proporcionen una nueva y moderna narrativa, destinada a potenciar el destino turístico, poniendo en valor sus atributos como patrimonio histórico, cultural y natural, junto a los valores de sostenibilidad.

Se trata de poner en práctica las actuaciones digitales que proporcionen y establezcan los canales y productos promocionales más adecuados para llegar a un nuevo perfil de turista mucho más próximo al mundo digital, más inmerso en la utilización de los

mecanismos digitales proporcionados por las nuevas tecnologías de comunicación y publicidad

Además, esta aproximación al turista digital, debe realizarse de manera inteligente, basando los impactos promocionales en una segmentación adecuada que tenga en cuenta las características diferenciadoras dentro de ese colectivo de turistas. Se trata de llevar a cabo el diseño de un plan de comunicación digital que incluya el conjunto de los elementos y contenidos promocionales que refuercen las campañas de marketing digital más adecuadas para la promoción del turismo en origen.

Este plan de comunicación digital deberá concretarse en un conjunto de actuaciones, tanto periódicas en el tiempo, como extraordinarias atendiendo a eventos concretos, que incluirán la generación y difusión en los diferentes canales, de todos los contenidos digitales audiovisuales necesarios, a través de inserciones en redes sociales, blogs y publicaciones de todo tipo, orientadas y segmentadas a los diferentes colectivos de turistas y visitantes potenciales. Además y en un entorno de mejora continua, el contrato debe proporcionar las informaciones necesarias para reorientar de la manera más adecuada dichos elementos promocionales y campañas de MKT digital, de forma que progresivamente respondan de manera más certera a los objetivos establecidos en el Plan Estratégico del Ayuntamiento de Mérida.

Finalmente, es importante destacar que esta actividad promocional, realizada a través de los canales digitales, debe tener en cuenta el conjunto de actores que participan en la cadena de valor turística, de forma que se mejore la percepción del destino, generando una atmósfera positiva hacia el mismo a través de todos los canales digitales manejados.

### 3. CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN DE LAS PRESTACIONES OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato se identifica con los códigos siguientes:

Código CPV	Descripción
72222300-0	Servicios de tecnología de la información

#### 4. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS SOLICITADOS

Se solicita la realización de los siguientes servicios necesarios para el diseño e implantación de las actuaciones de promoción y marketing digital destinado a turistas y visitantes potenciales del destino turístico Mérida.

- Servicio de diseño del plan de comunicación digital
- Servicio de ejecución de las campañas promocionales

A continuación se describen los servicios solicitados:

##### 4.1 Diseño del Plan de Comunicación Digital

El adjudicatario deberá llevar a cabo las siguientes actividades:

###### Identificación y caracterización de colectivos de turistas

Identificar los diferentes colectivos de turistas y visitantes potenciales, caracterizándolos y definiendo con el mayor detalle posible, sus intereses, los mecanismos de búsqueda de la información utilizados por los mismos, sus preferencias en las redes sociales, la línea editorial más adecuada para cada caso y las fórmulas de comunicación exigidas por cada colectivo. Este análisis se realizará manejando la información disponible en el propio Ayuntamiento de Mérida, así como aquella que se identifique en observatorios y portales externos, y que resulte útil para el cometido. A partir de este análisis, se debe disponer de un mapa de segmentación con la información suficiente para definir el plan de comunicación más adecuado a cada caso. El entregable de esta actividad será el **Mapa de segmentación de turistas y visitantes** con las informaciones que lo caractericen en sus intereses y medios de comunicación manejados

###### Elaboración del Plan de promoción y MKT digital

Realización de un plan de promoción y marketing digital detallado y adaptado a las necesidades establecidas en el mapa de segmentación de turistas y visitantes elaborado como resultado de la actuación anterior. Este Plan deberá incluir aspectos tales como:

Acciones a realizar para cada segmento identificado, sobre cada una de los canales establecidos, con la periodicidad necesaria y con una descripción del tipo de instrumento de comunicación (video, texto, imagen, ...), la línea editorial y el tono utilizados.

El entregable de esta actividad será el **Plan de promoción y marketing digital** que definirá todas las campañas de presencia en la red que se llevarán a cabo a lo largo del servicio requerido, así como las actuaciones de control y medida de la respuesta obtenida de las mismas.

## 4.2 Ejecución de las campañas promocionales

Este servicio incluye dos actividades complementarias:

- Realización de las campañas promocionales
- Medida del resultado de las campañas promocionales

### Realización de las campañas

Siguiendo el Plan de Promoción y Marketing digital resultante del servicio anteriormente descrito, el adjudicatario llevará a cabo los trabajos derivados de las campañas diseñadas. Como requisito mínimo establecido en dicho plan, el adjudicatario deberá incluir en dicho plan, al menos, las siguientes actuaciones concretas de manera periódica:

CONCEPTO	REQUISITO
Inserciones en Facebook	Cuatro semanales en cada cuenta activa
Inserciones en Instagram	Tres semanales en cada cuenta activa
Inserciones en Twitter	Tres semanales en cada cuenta activa

Actualmente, el Ayuntamiento de Mérida dispone del siguiente número de cuentas en redes sociales, sobre las que hay que actuar en las campañas de MKT Digital:

Redes sociales	Número de cuentas activas
Facebook	3 cuentas
Instagram	3 cuentas
Twitter	3 cuentas

Las características de estas inserciones serán definidas en el plan de promoción y marketing digital, siendo un número medio relativo que deberá adaptarse a las necesidades del calendario concreto, eventos previstos y promociones concretas que se quiera reforzar.

Estos requisitos son, por lo tanto, una referencia que los licitadores deben tener en cuenta en sus ofertas para establecer sus compromisos definitivos en la ejecución de las actuaciones requeridas.

En cualquier caso, el adjudicatario será el responsable de generar el conjunto de los contenidos de las inserciones que formarán parte de las Campañas Promocionales. Estos contenidos deberán ser mostrados a los responsables del Ayuntamiento para su validación, previamente a la publicación en redes sociales.

El entregable de esta actuación, se materializará en un Informe mensual de los impactos realizados a los largo del mes en curso, para todos los canales de comunicación manejados.

Además de estas actuaciones en el plano digital, el adjudicatario deberá prever un total de 500 folletos comerciales físicos que reforzarán las actuaciones de comunicación, en el ámbito de las oficinas de turismo.

#### Medida de la respuesta a las campañas

El adjudicatario llevará a cabo una actividad continua de control y medida de la respuesta ofrecida o conseguida a través de las campañas promocionales ejecutadas, realizando un control, seguimiento y comparativa de todas las métricas de los canales de redes sociales y otros canales o servicios como Google.

Los objetivos de estas actuaciones son los siguientes:

- Generar visualizaciones e informes fáciles y entendibles para el destino.
- Ayuda a analizar los datos para tomar decisiones en marketing y promoción del destino.
- Ver una evolución y comparativa de todas las métricas, partiendo del histórico de las cuentas.
- Controlar la reputación online del destino alertando de todas las acciones configuradas por el destino (marcado como spam, unlikes, etc.).
- Conocer a los seguidores y su comportamiento.
- Medir el impacto de todas las publicaciones y detectar cual es el momento oportuno para publicar.
- Comparativa con otros destinos para controlar su evolución e impacto.
- Monetizar todas las acciones y estadísticas según índices de cotización.
- Seguimiento y comparativa de hashtags, menciones y localizaciones del destino.

El adjudicatario se compromete a elaborar un **informe mensual de analítica de datos** que permita conocer, al menos, las siguientes informaciones:

- Conocer de donde son los seguidores para enfocar las campañas
- Controlar la evolución e incremento de seguidores
- Controlar la reputación online del destino.
- Geolocalización de las publicaciones.
- Vigilancia y comparativa con otros destinos
- Seguimiento de eventos, menciones y hashtags

- Tendencias de búsqueda en Google del destino.

Adicionalmente, el adjudicatario elaborará un informe anual relativo a cada canal monitorizado, con toda la información por meses, permitiendo realizar una comparativa y evolución por meses y años

Todos los informes se deberán presentar en la forma de cuadros de mando con gran capacidad visual que permita una lectura rápida de los datos. Adicionalmente a los informes entregados, el adjudicatario estará obligado a entregar los datos en formato CSV o directamente en páginas de MS Excel.

En cualquier caso será de obligado cumplimiento los hitos recogidos en el convenio de colaboración entre la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes de la Junta de Extremadura y el Ayuntamiento de Mérida para la ejecución del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino denominado "Mérida Arqueológica, Natural e Inteligente", financiado por el "Plan De Recuperación, Transformación y Resiliencia-Financiado por la Unión Europea- Next-GenerationEU", para la consecución de los objetivos previstos en la Componente 14" "Plan de modernización y competitividad del sector turístico" y dentro de esta política-palanca, se incluye la línea de inversión de transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad"

## 5. EQUIPO DE TRABAJO

Los licitadores indicarán en su oferta el equipo de trabajo que destinarán a la ejecución de las actividades requeridas, tanto para el diseño del Plan de Comunicación Digital, como para la ejecución de las campañas promocionales. En cualquier caso, el equipo de trabajo deberá incluir un Especialista en Medios Digitales, con una dedicación mínima de 1.000 horas que estará a disposición de los responsables de turismo del Ayuntamiento de Mérida.

Los licitadores establecerán con detalle la participación de los diferentes perfiles profesionales que consideran necesarios, su dedicación a lo largo del contrato y la estructura organizativa del conjunto de los componentes del equipo de trabajo.

Las actividades del equipo de trabajo se realizarán en las propias oficinas del adjudicatario, pudiendo ser requeridos para la realización de reuniones o acciones concretas en las oficinas del Ayuntamiento de Mérida o en otras localizaciones que se consideren adecuadas para ello.

## 6. PLANIFICACIÓN Y PLAZO DE LOS TRABAJOS

Los oferentes deberán presentar un plan de trabajo destinado a proporcionar el servicio de Promoción y Marketing Digital a lo largo de la ejecución del contrato, que tiene como fecha de finalización el 31 de diciembre de 2024. Este plan de trabajo de incluir el conjunto de requisitos establecidos en el presente pliego.

El plan de trabajo debe responder a una dedicaciones semejantes a las descritas en la siguiente tabla, siendo necesario que los licitadores establezcan un mayor detalle en fechas y actividades para cada servicio.

- Diseño del Plan de Comunicación Digital: **15% de la duración total del contrato**
- Ejecución de las campañas promocionales: **85% de la duración total del contrato.**

## 7. INTERLOCUCIÓN Y SEGUIMIENTO

La prestación del servicio se ejecutará con estricta sujeción a las estipulaciones contenidas en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, observando fielmente lo establecido en el presente pliego de prescripciones técnicas, así como las instrucciones que, en su caso, haya dado el responsable del contrato designado por el órgano de contratación.

El órgano de contratación designará al responsable del contrato al que le corresponderá supervisar su ejecución, adoptar las decisiones y dictar las instrucciones necesarias con el fin de asegurar la correcta realización de la prestación pactada, así como reforzar el control del cumplimiento de éste y agilizar la solución de los diversos incidentes que puedan surgir durante su ejecución.

La persona responsable del contrato, ejerciendo como Responsable de Proyecto, será el órgano capacitado para interpretar el presente pliego y demás condiciones establecidas en el contrato, siendo sus funciones y responsabilidades:

1. Dirigir, supervisar y coordinar la realización y prestación de los servicios.
2. Aprobar la realización de los servicios.
3. Velar por el nivel de calidad de los servicios y el cumplimiento de los objetivos e indicadores asociados a los mismos.
4. Decidir sobre la aceptación de las modificaciones técnicas propuestas por el Equipo de Trabajo a lo largo del desarrollo de la plataforma y realización de los servicios en general
5. Asegurar el seguimiento de la prestación de los trabajos.

6. Hacer cumplir las normas de funcionamiento y las condiciones estipuladas en este pliego.
7. Aprobar la participación en el proyecto de las personas equipo del proyecto aportado por la empresa adjudicataria, así como sugerir o exigir la sustitución de alguna o algunas de las personas miembros del equipo si a su juicio su participación en el mismo dificulta o pone en peligro la calidad o cumplimiento de objetivos e indicadores en la realización de los servicios.
8. Autorizar cualquier alteración de la metodología empleada en la prestación de los servicios y realización de los trabajos.
9. Se elaborarán periódicamente documentos de seguimiento intermedio del contrato, en los que se valorará su avance en las diferentes etapas y el grado de cumplimiento de los objetivos prefijados.
10. Se pondrán a disposición del Ayuntamiento de Mérida los documentos necesarios que permitan un correcto seguimiento del proyecto, y que sirvan de guía en su funcionamiento posterior. Durante la ejecución de los trabajos objeto del contrato, el contratista se compromete, en todo momento, a facilitar a la persona designada por el Ayuntamiento a tales efectos, la información y documentación que éstas soliciten para disponer de un pleno conocimiento de las circunstancias en que se desarrollan los trabajos, así como de los eventuales problemas que puedan plantearse y de las tecnologías, métodos y herramientas utilizados para resolverlos.

El adjudicatario designará un Jefe de Proyecto como interlocutor principal con el Ayuntamiento de Mérida durante la ejecución de las actuaciones. Este Jefe de Proyecto junto con su equipo realizará un seguimiento continuo de la evolución del proyecto y asistirá junto con los técnicos que se estime conveniente a las reuniones de seguimiento y revisiones técnicas que se convoquen por parte del Responsable de proyecto en su sede o en las dependencias del Ayuntamiento, con la periodicidad que se establezca, para llevar a cabo tareas de seguimiento, coordinación y dirección del proyecto.

## **8. CONFIDENCIALIDAD Y PROPIEDAD INTELECTUAL**

El adjudicatario estará obligado a guardar confidencialidad sobre información, datos, documentos, tareas, actividades y conocimientos que se deriven de la ejecución del servicio de campañas online, durante el tiempo de duración del contrato y con posterioridad a su finalización.

Todos los trabajos, documentos, ficheros, programas, materiales audiovisuales, videos en crudo etc., realizados como consecuencia de la ejecución del contrato, serán propiedad del Ayuntamiento de Mérida. Cualquier uso posterior a la finalización del contrato por parte del adjudicatario deberá ser expresamente autorizado por el Ayuntamiento de Mérida.

## 9. IMAGEN CORPORATIVA

Las campañas deberán cumplir las directrices indicadas/aprobadas por el Ayuntamiento de Mérida.

## 10. GARANTÍA Y SOPORTE TÉCNICO

El adjudicatario estará obligado a garantizar el servicio realizado y el conjunto de la documentación elaborada, durante un mínimo de 24 meses contados desde el momento de la puesta en marcha y certificación realizada por el responsable del Ayuntamiento, mediante la firma del acta correspondiente. Esta garantía incluye las siguientes actividades:

- Atención a los responsables del Ayuntamiento a través de diversos canales: e-mail, teléfono y herramienta de gestión y control de incidencias, propuesta por el propio adjudicatario, con un tiempo de respuesta mínimo de 24 horas.
- Resolución de incidencias debidas a errores producidos dentro del servicio. Esta resolución incluirá los trabajos de modificación que sean necesarios en la documentación.

## 11. CONTROL ECONÓMICO Y DE FACTURACIÓN

La facturación se llevará a cabo según la siguiente tabla:

Servicio	Facturación	Observaciones
Servicio de Diseño del Plan de Comunicación digital	Hitos	A la presentación y validación de los entregables
Servicio de Ejecución de las campañas promocionales	Certificación	A la presentación del informe mensual de los impactos realizados

## 12. PLAZO DE EJECUCIÓN DE LOS TRABAJOS

Se establece un **plazo de ejecución máximo a 30 de marzo de 2026** para la realización de los trabajos previstos en el presente pliego de prescripciones técnicas. El contratista está obligado a cumplir el contrato dentro del plazo total fijado para la realización del mismo, así como de los plazos parciales señalados para su ejecución progresiva.

### **13. INSPECCIÓN, CONTROL DE CALIDAD Y EVALUACIÓN**

La Dirección del proyecto, en caso de disconformidad con la calidad de los resultados, elaborará un informe detallando los incumplimientos y/o defectos observados. El informe elaborado será remitido al adjudicatario para que subsane dichos incumplimientos y/o defectos en el plazo máximo de quince días tras su recepción. Concluido el plazo y en el caso de que no se hayan subsanado los incumplimientos y/o defectos observados, podrá mediar la resolución del contrato si la Dirección del proyecto así lo considera, no procediendo a dar por recibido y aceptado el objeto del contrato.

### **14. ESTRUCTURA Y CONTENIDOS DE LA OFERTA**

En orden a facilitar el proceso de valoración de las ofertas, y para garantizar una evaluación exacta y neutral de las mismas, estas deberán estar organizadas como se indica a continuación e incluir exactamente los apartados y contenidos que se especifican en esta sección. No seguir la presente estructura o no incluir todos los contenidos podría ocasionar una valoración defectuosa de la oferta o incluso una exclusión del proceso de licitación por no acatar alguna de las condiciones del Pliego de Prescripciones Técnicas. Cualquier otro contenido adicional al aquí detallado, no será tenido en cuenta en el proceso de valoración de las ofertas.

En cuanto a la extensión de páginas (tamaño DIN A4) para la descripción de los diferentes apartados, está especificado en cada uno de ellos. Se deberá hacer uso del tipo de fuente Calibrí tamaño 11 con un espaciado simple entre líneas. Si es necesario detallar alguna herramienta o metodología específicamente, la misma se detallará en un anexo independiente.

En ningún caso el licitador reflejará en la documentación del sobre número 2, referencia alguna ni documentación que deba incluirse en el sobre número 3, pudiendo ello constituir causa de exclusión si así lo hiciera. Los licitadores realizarán la redacción de la documentación relativa a juicio de valor siguiendo esta misma estructura de contenido que se detalla a continuación.

El licitador deberá incluir en su oferta:

- La identificación de la propuesta: recogiendo, al menos, número, título del expediente, lote, empresa licitadora y datos de contacto del responsable de la propuesta.
- Una cláusula por la que se compromete explícitamente a acatar y cumplir todas las prescripciones técnicas incluidas en los correspondientes Pliegos de Prescripciones Técnicas.

Adicionalmente a lo anterior, el resto de la oferta deberá seguir el siguiente patrón o estructura:

1. Resumen ejecutivo. En este apartado se expresará en un máximo de 3 páginas los puntos clave de la propuesta del licitador, el enfoque utilizado, los aspectos diferenciales o que considera que aportan valor añadido al Ayuntamiento de Mérida y que deseen destacarse especialmente, etc.
2. Descripción de la solución. En este apartado se expresarán en un máximo de 6 páginas los puntos fundamentales en los que se basará el servicio de Promoción y MKT Digital propuesto.
3. Plan de proyecto. En este apartado se expresará en un máximo de 3 páginas los puntos clave de la propuesta del licitador en lo referente al plan de proyecto, metodologías propuesta de trabajo, documentación generada, procesos de generación y publicación de contenidos digitales y equipo de trabajo previsto para la realización de las actuaciones, incluyendo el compromiso mínimo de participación de los perfiles profesionales propuestos, su nivel de cualificación y su experiencia en proyectos similares de promoción y comunicación digital.
4. Seguimiento y evaluación. En este apartado se expresará en un máximo de 3 páginas el detalle de su propuesta de metodología de seguimiento del servicio, plan de calidad y aseguramiento del cumplimiento de la planificación prevista.
5. Mejoras. En este apartado se expresará en un máximo de 3 páginas el detalle de su propuesta de mejoras en relación con la sostenibilidad del servicio, la utilización de herramientas de apoyo y soporte a la ejecución y control de los trabajos, las infraestructuras y procesos previstos.

En ningún caso podrá tener una extensión superior a 50 páginas por una sola cara, sin anexos, escritos en letra tipo Arial, Times New Roman o similar, de tamaño mínimo 12, interlineado sencillo, tal y como se recoge en el PCAP.

## **15. FINANCIACIÓN DEL CONTRATO**

El contrato se encuentra financiado al 100% con cargo a fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la Unión Europea – Next Generation EU – establecido por el Reglamento (UE) 2020/2094 del Consejo, de 14 de diciembre de 2020, por el que se establece un instrumento de Recuperación de la Unión Europea para apoyar la recuperación tras las crisis de la COVID-19, y regulado según Reglamento (UE) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de febrero de 2021 por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia.

Correspondiente al Programa Extraordinario de Sostenibilidad Turística en Destinos 2021- 2023, dirigida a entidades locales, en el contexto de la submedida 2 para la ejecución del denominado “Mérida Arqueológica, Natural e Inteligente”.

## 16. MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

El adjudicatario del contrato estará obligado a la difusión de las actuaciones previstas, incorporando el emblema oficial de PRTR. Deberá destacarse el origen de esta financiación y se velará por dar visibilidad y derecho de uso de la misma, incluyéndose, cuando proceda, mediante el emblema de la Unión y una declaración de financiación adecuada que indique "financiado por la Unión Europea-Next Generation EU", particularmente, cuando promuevan las actuaciones y sus resultados, facilitando información coherente, efectiva y proporcionada dirigida a múltiples destinatarios, incluidos los medios de comunicación y el público.

- El adjudicatario deberá cumplir con las siguientes obligaciones en materia de publicidad:
  - Las relativas a la financiación del Mecanismo, conforme con la normativa europea y nacional aplicable y, específicamente, con las del artículo 9 de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre.
  - En las medidas de información y comunicación de las actuaciones que desarrollan las inversiones (carteles informativos, placas, publicaciones impresas y electrónicas, material audiovisual, páginas web, anuncios e inserciones en prensa, certificados, etc.), se deberán incluir los siguientes logos:
    - 1.º El emblema de la Unión Europea,
    - 2.º Junto a este emblema de la Unión se incluirá el texto «Financiado por la Unión Europea-Next GenerationUE». Esta publicidad se realizará de conformidad con lo establecido en el Manual de Marca del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia confeccionado por la Secretaría de Estado de Comunicación, ([https://planderecuperacion.gob.es/sites/default/files/2021-12/Manual\\_marca\\_logos\\_Plan\\_de\\_Recuperacion.pdf](https://planderecuperacion.gob.es/sites/default/files/2021-12/Manual_marca_logos_Plan_de_Recuperacion.pdf)), Toda referencia en cualquier medio de difusión sobre las inversiones aprobadas deberá incluir que han sido financiadas, igualmente, por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes de la Junta de Extremadura.
- En su caso, todos los carteles informativos y placas deberán colocarse en un lugar bien visible y de acceso al público, y el texto deberá estar redactado en castellano.
- Las actuaciones estarán sometidas al seguimiento y control que se ha establecido para el PRTR, así como a las obligaciones específicas relativas a la información y publicidad, control, verificación, seguimiento y demás obligaciones impuestas por la normativa estatal, autonómica y de la Unión Europea para el Mecanismo y cuya aplicación será de obligado cumplimiento,



## 17. PRESUPUESTO BASE DE LA LICITACIÓN

El presupuesto estimado asciende a la cantidad **55.000 €** (IVA Incluido). El importe de esta oferta económica se desglosa de la siguiente forma atendiendo a los servicios que componen el contrato:

Servicio	2025	2026
<b>Servicio de Diseño Plan de Comunicación</b>		
<b>Servicio de Ejecución de campañas promocionales</b>	<b>40.000,00</b>	<b>15.000,00</b>

El cálculo del presupuesto se ha realizado en base a los precios determinados en la “Resolución de 25 de febrero de 2022, de la Vicepresidenta Primera y Consejera, sobre perfiles y precios de referencia de la contratación de servicios relacionados con las tecnologías de la información”, publicados en el DOE número 50, de fecha lunes, 14 de marzo de 2022, para técnicos con una experiencia mínima de 2 años y precios de mercado, teniendo en cuenta contratos previos de similar naturaleza.

### RESUMEN PRESUPUESTARIO

<b>Total Ejecución Material</b>	<b>36.218,76€</b>
Gastos Generales de Estructura (17,7 %)	6.410,72 €
Beneficio Industrial (7,8%)	2.825,06 €
<b>Presupuesto Base de Licitación</b>	<b>45.454,54 €</b>
IVA (21 %)	9.545,45 €
<b>Total Presupuesto Licitación</b>	<b>54.999,99 €</b>

- Costes Directos (Costes Salariales): 36.218,75 €.
- Costes Indirectos (Gastos Generales de Estructura, Beneficio Industrial, IVA): 18.781,24 €.

## 18. JUSTIFICACIÓN DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS

Se ha constatado la imposibilidad de prestación del servicio por gestión directa por parte del Ayuntamiento, al no disponer de los medios técnicos y humanos imprescindibles para realizar el servicio. En este contexto, se hace necesaria la contratación del servicio, considerando que la actuación que se pretende contratar es adecuada al fin perseguido.

En Mérida, a fecha de firma electrónica

Técnico de Turismo

