

«Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia- Financiado por la Unión Europea – Next Generation EU»

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CREACIÓN Y DISEÑO DE LA “IDENTIDAD DE MARCA Y RELATO TURÍSTICO” QUE REPRESENTA AL TERRITORIO DEL VALLE DEL ALAGÓN.

Dentro Del Marco Por El “Plan De Recuperación, Transformación Y Resiliencia - Financiado Por La Unión Europea Next-Generation Eu”. (Exp. XPS056/2025 ADS).

PRIMERA ANTECEDENTES

En respuesta a la crisis de la pandemia provocada por el COVID-19, en el Consejo Europeo del 21 de julio de 2020, acordó un paquete de medidas de gran alcance, conocido como Instrumento de Recuperación de la Unión Europea (Next Generation EU), compuesto por dos instrumentos:

1. El Mecanismo para la Recuperación y la Resiliencia (MRR)
2. La Ayuda a la Recuperación para la Cohesión y los Territorios de Europa (REACT-EU).

Ambos instrumentos han permitido al estado español dotar de financiación para revertir los efectos negativos provocados por la pandemia COVID-19, garantizando, asimismo, que sus economías emprendan las transiciones ecológica y digital para ser más sostenibles y resiliente, con inversiones que aceleren la recuperación y refuercen el crecimiento a largo plazo para que el mercado interior funcione correctamente con pequeñas y medianas empresas (PYME) sólidas, que puedan aumentar la capacidad de respuesta y afrontar otros retos.

Con base en lo anterior, el Gobierno de España elabora el *Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (En adelante PRTR)* que incluye *diez políticas palancas* que van a incidir directamente en aquellos sectores productivos con mayor capacidad de transformación del tejido económico y social.

El contrato se encuadra en la **Política palanca V del PRTR** referente a la: “Modernización y digitalización del tejido industrial y de la PYME, recuperación del turismo e impulso a una España nación emprendedora” y dentro de esta política-palanca, se incluye la línea de inversión de transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad, titulado “**Componente 14**”, denominado específicamente “Plan de modernización y competitividad del sector turístico”.

Componente 14 del Plan de Recuperación, tiene el objetivo de transformar y modernizar el sector turístico en España a través de sostenibilidad y la digitalización, aumentando su competitividad y resiliencia; en la **Inversión 1 Transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad**, donde se engarzan los “Planes Territoriales de Sostenibilidad Turística en Destinos” (en adelante PSTD), como Submedida 2 de esta inversión 1 (C14. I1), en tanto que mecanismo de actuación cooperada entre los tres niveles de las administraciones con competencia en materia de turismo: Administración General del Estado, la autonómica y la de las entidades locales, con la finalidad de implementar actuaciones de impulso a la sostenibilidad turística en su triple vertiente: medioambiental, socioeconómica y territorial. Actuaciones que beneficiarán al destino turístico Valle del Alagón, a sus agentes sociales y a los operadores privados del sector.

La Excm. Diputación Provincial de Cáceres, a través del Área de Desarrollo Sostenible y Turismo, concurriendo a la **2ª convocatoria extraordinaria del ejercicio 2022**, es la entidad local destinataria, ejecutora, de las actuaciones del “**Plan de Sostenibilidad Turística en Destino en el territorio Valle del Alagón**”.

Este plan persigue convertir al destino en referente turístico en el entorno rural de Extremadura, contemplando actuaciones de creación de equipamientos y servicios turísticos atractivos y rentables para diversificar la oferta turística, al tiempo que integrar la sostenibilidad en el desarrollo turístico de la comarca a través de la innovación, el uso de la tecnología, la mejora de la accesibilidad y la capacidad de gobernanza del destino, con el fin de desestacionalizar la demanda turística y promover la mejora del posicionamiento en los mercados de estos destinos turísticos, con el fin primordial de generar empleo para combatir la despoblación y afrontar el reto demográfico provincial.

Entre las actuaciones aprobadas en el proyecto dentro del eje 4 de Competitividad, se encuentra la acción número **18 “Identidad y relato turístico Valle del Alagón”**, objeto de contratación en este documento. Concretamente esta actuación está enmarcada en la aplicación 04.43233.2270623 financiado al 100% por Fondos Next Generation



SEGUNDA OBJETO DE CONTRATO

El objeto del presente contrato es el servicio de creación y diseño de una identidad de marca y el storytelling del destino Valle del Alagón con la cual el territorio se sienta unificado y representado, potenciando la imagen del territorio como un destino turístico con personalidad propia.

Por lo tanto, la empresa cumpliendo con los requisitos recogidos en las especificaciones técnicas, deberá desarrollar:

- ✓ Definición, diseño y desarrollo de una marca del destino Valle del Alagón, que incluya el diseño de la imagen gráfica y del relato turístico del destino Valle del Alagón.
- ✓ Diseño del Plan de activación de la misma.

Entre las actuaciones aprobadas en el proyecto PSTD del Valle del Alagón, se incluye dentro del **eje 4 de Competitividad**, la acción número **18 “Identidad y relato turístico Valle del Alagón”**, objeto de contratación en este documento. Dentro del Marco por el “Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea Next-Generation Eu.

TERCERA ÁMBITO DE ACTUACIÓN

El trabajo se realizará en el ámbito territorial que abarca el Plan de Sostenibilidad Turística en Destino Valle del Alagón, que comprende los siguientes municipios, en los cuales la empresa adjudicataria deberá tener en cuenta los municipios:

Aceituna, Acehúche, Alagón del Río, Aldehuela de Jerte, Cachorrilla, Calzadilla, Carcaboso, Casas de Don Gómez, Casillas de Coria, Ceclavín, Coria, Galisteo, Guijo de Coria, Guijo de Galisteo, Holguera, Huélaga, Montehermoso, Morcillo, Pescueza, Portaje, Portezuelo, Pozuelo de Zarzón, Riobobos, Torrejoncillo, Valdeobispo, Villa del Campo.

CUARTA. - PERIODO DE EJECUCIÓN

La empresa tendrá un período de **ejecución de 4 meses** desde la formalización del contrato.

QUINTA. - OBLIGACIONES ESENCIALES: TRABAJOS A REALIZAR Y ENTREGABLES

A continuación, se recoge con detalle el alcance de los trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria. Estos trabajos se habrán de ejecutar bajo la supervisión y coordinación del Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Diputación Provincial de Cáceres (en adelante el Área).

Como preámbulo a las actuaciones recogidas en el presente pliego, la empresa mantendrá una reunión (online o presencial) con los responsables del Área para aprobar los procedimientos y plazos en la ejecución del contrato.

Para la realización de estos trabajos, se tendrá en cuenta en todo momento,

- Plan de Marketing Estratégica de Turismo Sostenible de la provincia de Cáceres. [LINK](#).
- Plan de Marketing Turístico Sostenible del Valle del Alagón. [LINK](#)

Tienen el carácter de obligaciones esenciales de conformidad con lo establecido en el art. 211.1.f) de la Ley de Contratos del Sector Público 9/2017 de 9 de noviembre, las siguientes prestaciones:

- ✓ *Trabajo 1:* Definición de la marca turística y storytelling del Valle del Alagón.
- ✓ *Trabajo 2.* Representación gráfica de la misma.
- ✓ *Trabajo 3.* Plan de activación de la marca.



Trabajo 1: Definición de la marca turística y storytelling del Valle del Alagón.

1.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA MARCA

La metodología del proyecto se realizará teniendo en cuenta la documentación existente. Todos los pasos dados hacia la conceptualización de la marca que deba realizar la empresa adjudicataria deberán motivarse suficientemente y ser validadas previamente por el equipo del Área y después **ser aprobado por los agentes del territorio, donde la empresa adjudicataria deberá realizar una presentación.**

La mejor manera de identificar un territorio en turismo, es creando de base **una identidad que represente y unifique, siendo una imagen clara, diferenciada y atractiva, que el ciudadano interiorice como suya.**

Para lograr este objetivo, el primer trabajo consistirá en plasmar en un **manual de identidad** las características que debe determinar la imagen de marca o identidad turística más acorde con el Valle del Alagón.

Es importante contar con la opinión de los principales actores turísticos del Valle del Alagón, teniendo reuniones con ellos. De estas reuniones con el territorio se podrá obtener los primeros borradores para un listado de **Atributos de Marca**, de aquellos recursos turísticos que el territorio sienta más propio.

1.2. STORYTELLING

De la misma forma, se plantea la creación de un "storytelling o narrativa turística", un relato para el territorio Valle del Alagón que realce los principales atributos y elementos diferenciadores, de forma que los turistas reales y potenciales del destino asocien la comarca con los principales valores de la misma.

El relato debe conectar emocionalmente con el público y contará con una historia escrita, una locución y elementos audiovisuales que resalten los principales mensajes de fortaleza.

Este relato tendrá diversas utilidades, pudiendo emplearse en diversas acciones de comunicación turística (ferias, redes sociales, jornadas, eventos culturales, etc.)

Para el desarrollo del concepto del storytelling se tendrá en cuenta:

1. Definición de la Temática Central

Definir el eje principal sobre el cual se construirá toda la narrativa del destino turístico. Un concepto unificador que resuma la esencia del lugar y su propuesta de valor única.

2. Narrativa

La narrativa debe ser una historia cohesiva y envolvente que resalte las características únicas del destino. Esta historia debe ser atractiva y capaz de conectar emocionalmente con la audiencia.

3. Tono y Estilo

Para determinar cómo se presenta la historia. Deben ser consistentes a lo largo de todo el contenido para mantener una identidad clara y reconocible.

4. Puntos de Diferenciación

Identificar y resaltar qué hace único al destino en comparación con otros lugares. Estos puntos de diferenciación deben ser integrados en la narrativa.

5. Mensajes Clave

Determinar los mensajes clave que se quieren comunicar a lo largo de la narrativa. Estos mensajes deben ser claros y repetirse estratégicamente en los diferentes formatos de contenido.

6. Elementos Sensoriales

Incluir descripciones y elementos que apelen a los sentidos de los visitantes. Esto puede hacer la experiencia más inmersiva y memorable.

7. Emociones a Evocar



«Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia- Financiado por la Unión Europea – Next Generation EU»

Identificar las emociones que se quieren evocar en la audiencia a través del storytelling. Estas emociones deben alinearse con la temática central y la narrativa.

1.3. Elaborar un claim o eslogan asociado a la identidad turística, teniendo en cuenta:

- *Creativo*, que capten la atención del territorio apelando a sus emociones, que subraye el valor diferencial del Valle del Alagón.
- *Destacado*, que no pase desapercibido, que resalte ante los demás destinos turísticos competitivos.
- *Recordable*, que sea recordado de manera fácil y sencilla y evoque a la comarca con su mención.
- *Atrayente*, Creando curiosidad por un destino nuevo, y que pueda ser usados como copias para diferentes medios de comunicación. Logrando la asimilación e interiorización del nombre Valle de Alagón.

Entregable trabajo 1:

- Creación de marca y desarrollo.
- Storytelling
- Naming /claim asociado a la marca o identidad turística.

Trabajo 2: Representación gráfica de la marca.

2.1. IDENTIDAD VISUAL DE MARCA

Se desarrollará la **identidad visual y verbal**, el cual deberá incluir las reglas, la tipografía, la paleta de colores, las aplicaciones offline y online visuales; qué rasgos de personalidad presenta el destino, tono, lema, matriz de mensajes, y un listado de palabras claves, que más representen al Valle del Alagón.

Para la identidad visual, la empresa adjudicataria deberá presentar **como mínimo 3 propuestas**, debiendo seguir las instrucciones del equipo de Diputación de Cáceres hasta su diseño definitivo.

Se tendrá en cuenta las siguientes características para la creación de la marca:

- *Inteligible, Distinguible*: tiene que ser claro, sencillo y descriptivo, de fácil interpretación y reconocimiento.
- *Reproducible, Multifuncional*: Debe poder imprimirse en diferentes escalas para utilizarlo en cualquier tipo de soporte pudiendo de esta forma adaptarlo a toda la papelería, sitios web, o cualquier otro soporte.
- *Original*: Mientras más original sea, más destacará por encima de los otros destinos turísticos.
- *Vigente, atemporal*: Se debe intentar crear un logotipo que no quede obsoleto con el paso del tiempo, es decir que sea atemporal.
- *Adaptable*: ya que va a convivir con diversos logotipos, tanto institucionales como promocionales.

Estará formada por imagen y tipografía, ya sea en forma de **imagnetipo o isologo**. Deberá utilizarse una **tipografía universal** que no genere derechos de uso. Deberá ser **fácilmente adaptable a los diferentes tipos de formatos**, soportes de comunicación e idiomas.

Se realizará una **presentación final de los trabajos realizados en el territorio**, donde la empresa adjudicataria deberá convocar tanto al sector público como privado, a través de una sesión informativa que podrá ser online o presencial según necesidad y por decisión previa de la Diputación de Cáceres.

2.2. ELABORACIÓN MANUAL DE MARCA

El manual a su vez, deberá marcar el **uso de la marca turística y que aplicaciones debe tener**. Cuál es la **ruta para instaurar la identidad** en el territorio, partiendo dentro del territorio para luego externalizar la marca. Así como explicar, cómo debe incluirse en las futuras acciones promocionales del destino.

Deberá contener un apartado donde se localice la terminología que no debería usarse para el destino, bien por no resultar atractiva, o repetida en otros destinos, o por no concordar con la imagen clara y moderna, de destino sostenible que se pretende conseguir y que se adecua a los cánones exigidos por la Unión Europea.

Entregables Trabajo 2

- Manuales de Identidad, visual y verbal en pdf y Word que incluya sistema de Brand advisory y co-branding. Los contenidos mínimos del manual serán:
 - Concepto de la marca



«Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia- Financiado por la Unión Europea – Next Generation EU»

- Normas básicas de construcción y desarrollo de identidad visual.
 - Aplicación del logotipo en las distintas plataformas de comunicación.
 - Tipografías.
 - Áreas de reservas.
 - Anchos mínimos.
 - Tratamiento de colores.
 - Tratamiento de negativos a todo color.
 - Tratamiento de escala en grises.
 - Tratamiento de blanco y negro.
 - Aplicaciones específicas en las distintas plataformas de comunicación.
 - Usos prohibidos.
 - Distintos usos y aplicaciones de identidad visual para distintos mercados.
 - Relación con eslogan publicitario.
 - Convivencia con los logotipos turísticos territoriales
 - Estilo para elementos gráficos
 - Manual de estilo para web promocional
 - Manual de estilo para publicaciones
 - Fotografías: estilo y mensajes que deben transmitir
 - Iconos e ilustraciones: conjuntos que encajan con el estilo de la marca
 - Patrones: imágenes utilizados para crear fondos
 - Material promocional
- Diseño de la identidad visual: Logotipo/imagotipo/isologo en versión color y monocromático, ambas versiones con herramientas vectoriales, en formato jpg y pdf y vectorial.

Trabajo 3. Plan de activación de la marca.

Se definirá un **plan de activación** para comunicar y posicionar la marca con un horizonte temporal de un año, tanto para soportes online como offline.

Este plan incluirá actuaciones comunes para el territorio buscando una promoción del destino.

El plan incluirá como mínimo:

- Argumentos comunicativos
- Acciones de comunicación para el mercado turístico, tanto público final como agentes intermediarios y medios de comunicación.
- Acciones de comunicación internas, tanto para la población como para los agentes turísticos de la provincia.
- Herramientas para medición de la penetración y reconocimiento de la marca.

En base a los resultados obtenidos en cada una de las dos fases anteriores se procederá al establecimiento de unas directrices y planes de acción para el posicionamiento de la nueva marca.

Entregables Trabajo 3

- Plan de activación de la marca en formato digital

3. TALLERES DE TRABAJO CON AGENTES TERRITORIALES

Se organizará al menos:

- Dos talleres presenciales con los agentes del territorio (inicial y de presentación de la marca y plan de activación)
- Sesiones de trabajo online necesarias, según indicaciones de la Diputación de Cáceres a lo largo de la ejecución del contacto

De todas estas sesiones, la empresa emitirá:

- Acta de la sesión
- Hoja de firmas, en el caso de las sesiones presenciales.
- Imágenes
- Nota de prensa de las sesiones presenciales



«Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia- Financiado por la Unión Europea – Next Generation EU»

SEXTA. -CONDICIONES GENERALES Y OBLIGACIONES TÉCNICAS

La relación y descripción de los distintos trabajos a ejecutar, así como sus especificaciones técnicas, que en todo caso han de considerarse mínimas y de obligado cumplimiento se encuentran definidas a continuación:

- La empresa adjudicataria deberá gestionar todas las tareas asociadas a las actuaciones presentadas en este pliego.
- La empresa adjudicataria deberá revisar y actualizar junto con la Diputación de Cáceres el plan de trabajo y cronograma presentado en su propuesta técnica, adecuando a la puesta en marcha del proyecto la secuencia de actuaciones y tiempos necesarios para la ejecución del contrato.
- La empresa adjudicataria será la responsable de suministrar todos los recursos necesarios para que el equipo de profesionales asociado al contrato pueda desarrollar con éxito las tareas planificadas.
- La empresa adjudicataria deberá atender en todo momento las indicaciones verbales o escritas que le transmita el técnico responsable nombrado por el Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de Diputación de Cáceres.
- La empresa adjudicataria queda obligada a comunicar al Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de Diputación de Cáceres, cualquier anomalía que pudiera observarse durante la marcha y ejecución de los trabajos.
- Deberá dejar constancia del desarrollo de las actuaciones previstas a través de evidencias acordadas con antelación con la Diputación de Cáceres, tales como partes de firmas, fotografías e informes.
- Todos los entregables, soluciones y demás elementos que formen parte del presente Pliego, deberán estar alineados con la identidad visual del proyecto PSTD Valle del Alagón de la Provincia de Cáceres y se entregarán a la finalización de cada fase contrato como documentación generada en el proceso de desarrollo de los servicios o suministros.

SEPTIMA. RESPONSABLE, SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LOS TRABAJOS

La responsable del contrato es la jefa de servicio de Desarrollo Sostenible D^a. Verónica Nacarino Muriel. Siendo la responsable del seguimiento técnico y ejecución del presente contrato D^a. Verónica Doncel Fanjul.

La empresa adjudicataria deberá designar un interlocutor único con la Administración en el ámbito del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Para el debido control y seguimiento por parte de esta Administración del cumplimiento de los principios transversales al Plan, la empresa contratista deberá aportar toda la documentación que le sea requerida en este ámbito.

Corresponde a la Diputación de Cáceres ejercer de una manera continuada y directa el control y vigilancia de los trabajos. A este fin, la adjudicataria facilitará el examen de cualquier proceso o fase del trabajo, por lo que la empresa adjudicataria deberá fijar un calendario de reuniones de seguimiento.

La dirección de los trabajos será ejercida por un representante del Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Diputación de Cáceres que actuará de coordinador y supervisor. Así mismo, toda actuación deberá contar con el visto bueno y conformidad de la Diputación de Cáceres que en todo momento podrá indicar variaciones en las directrices del trabajo.

Además, la empresa adjudicataria deberá dar respuesta a los requerimientos que efectúen las personas arriba descritas y que pudieran hacerse sobre la información, documentación y cualquier otro extremo relativo a la correcta coordinación y ejecución del contrato, todo ello, en un plazo máximo de cuarenta y ocho horas desde la comunicación de la necesidad que surja.

OCTAVA. VALORACIÓN DE LA PROPUESTA

Ponderación sobre 100 puntos.

El contrato se adjudicará al licitador que presente la oferta más ventajosa conforme a los siguientes criterios de valoración, siendo de aplicación el art. 145 de la LCSP.

Para la valoración de las proposiciones y la determinación de la oferta económicamente más ventajosa se tendrán en cuenta una **pluralidad de criterios de adjudicación**.

Resultará adjudicataria de la presente contratación aquella empresa que presente la mejor oferta, atendiendo a la relación calidad-precio de su propuesta.



«Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia- Financiado por la Unión Europea – Next Generation EU»

Descripción de los criterios	
A. Criterios cuantificables de forma automática	Hasta 51 puntos
A.1. Oferta económica	Hasta 39 puntos
A.2. Adaptación de la marca a subproductos turísticos	Hasta 12 puntos
B. Criterios valorables mediante juicios de valor	Hasta 49 puntos
B.1. Propuesta técnica	Hasta 49 puntos
Total	Hasta 100 puntos

A. CUANTIFICABLE DE FORMA AUTOMÁTICA: hasta 51 puntos

A.1. Oferta económica (Hasta 39 puntos)

Se valorarán las ofertas económicas (máximo 39 puntos) en aplicación de la fórmula siguiente:

$$\text{Puntuación (P)} = 39 \times \frac{\text{Oferta más baja (OMB)}}{\text{Oferta Licitador (OL)}}$$

Procedimiento:

- Se calculará la puntuación de cada una de las ofertas (P) aplicando la fórmula indicada anteriormente.
- La oferta más baja (OMB) obtendrá el máximo de puntos asignados al criterio económico.

La justificación de la fórmula precio viene determinada porque valora de forma proporcional la oferta presentada por los distintos licitadores, teniendo en cuenta el esfuerzo y la mejora realizada respecto al precio de licitación. Además, es una fórmula que ha sido empleada durante años en la Diputación de Cáceres por recomendación de la Intervención, cumpliendo con el planteamiento que atiende a la mejor relación coste-eficacia, sobre la base del precio.

A.2. Adaptación de la marca a subproductos turísticos (Hasta 12 puntos)

Se otorgarán **2 puntos por cada adaptación de la marca**, una para cada uno de los diferentes subproductos turísticos. Deberá corresponderse el mismo número de adaptaciones, hasta un máximo de 6 adaptaciones en total.

Este apartado se valorará con un máximo de 12 puntos.

Se justifica este criterio en orden a la calidad de la prestación del servicio. Desarrollar la segmentación de la marca por productos turísticos denota la capacidad de la empresa para desarrollar adaptaciones y variantes de la marca principal.

B. CRITERIOS VALORABLES MEDIANTE JUICIO DE VALOR: Hasta 49 puntos

Características de la prestación cuya cuantificación depende de un juicio de valor.

B.1. Propuesta técnica (Hasta 49 puntos)

La propuesta técnica se entregará en formato digital dará respuesta al enfoque de las prestaciones objeto del contrato. Se valorará la calidad, claridad, concreción, capacidad de síntesis e idoneidad.

Se desarrollarán los siguientes apartados diferenciados en la propuesta:

B.1.1. Plan de trabajo hasta 22 puntos.

Se valorará la calidad descriptiva de los procesos, metodología y herramientas, la pertinencia del cronograma de actuaciones y la organización del equipo de trabajo.

B.1.2. Memoria de proyectos similares de comunicación realizados por el equipo técnico adscrito al contrato en los últimos tres años (máximo dos páginas por cada trabajo aportado. Hasta 15 puntos)

Eficiencia, claridad, detalle y coherencia de los proyectos de marca e storytelling aportados.

B.1.3. Propuesta de presentación final de la marca y del plan de activación hasta 12 puntos.

Se valorará la calidad y originalidad de las acciones propuestas.



En todo caso, la propuesta deberá incluir información suficiente para valorar la capacidad del licitador para aportar a la Diputación de Cáceres un modelo operativo y eficiente en el ámbito del contrato u ofrecer rapidez y flexibilidad en la respuesta a sus requerimientos.

En la propuesta técnica no se podrá hacer alusión a los criterios automáticos.

Se justifica este criterio en orden a la calidad en la prestación del servicio. Conocer el plan de trabajo, metodología y cronograma, pone de manifiesto la calidad de planificación de la empresa.

Para garantizar debidamente la calidad de la prestación del objeto de este contrato las empresas licitadoras deberán alcanzar una puntuación mínima y, por lo tanto, serán excluidas de la continuación en el proceso selectivo aquellas ofertas que en criterios de juicios de valor no superen el 50% de la puntuación total (24,5 puntos). Esta medida está justificada porque aquellas licitadoras que no superen el umbral mínimo establecido no podrán garantizar una correcta ejecución del objeto del contrato.

El procedimiento de valoración en cada apartado se realizará de acuerdo a la escala cuantitativa siguiente:

VALORACIÓN	PORCENTAJE	DESCRIPCIÓN
EXCELENTE	100%	Máximo nivel de detalle y rigor técnico de la oferta y máximo nivel de viabilidad y aplicabilidad en la prestación del servicio.
MUY BUENO	80%	Muy buen nivel de detalle y rigor técnico de la oferta, muy buen nivel de viabilidad y aplicabilidad en la prestación del servicio.
ACEPTABLE	60%	Buen nivel de detalle y rigor técnico regular y buen nivel de viabilidad y aplicabilidad en la prestación del servicio.
REGULAR	40%	Oferta con un nivel de detalle y rigor técnico regular y un nivel regular de viabilidad y aplicabilidad en la prestación del servicio.
POCO ADECUADO	20%	Oferta con un nivel de detalle y rigor técnico poco adecuados.
INEXISTENTE	0%	Oferta incompleta en cuanto al rigor técnico y nivel de detalle y/o nivel insuficiente de viabilidad y aplicabilidad.

El resultado de la valoración se obtiene aplicando el porcentaje a la puntuación asignada al criterio. La valoración de este apartado lo convierte en obligación contractual sujeto a penalidades en caso de incumplimiento.

La justificación de este criterio está basada en puntuar a los licitadores que tengan en cuenta el conocimiento que ponga en alza las necesidades a cubrir con el contrato y de las prescripciones técnicas previstas para su satisfacción; la metodología y coherencia ejecutiva de los trabajos a realizar y las calidades.

D. CRITERIOS DE DESEMPATE.

En caso de darse un empate se aplicará según lo establecido en el art. 147.2 de la LCSP.

NOVENA. PROCEDIMIENTO, PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN, PRECIO Y PAGO DEL CONTRATO.

El **procedimiento** de contratación será el **Contrato Menor** y se adjudicará a la empresa que presente la oferta económica más ventajosa. Se fija como tipo máximo de licitación el que se detalla:

Aplicación presupuestaria		04.43233.2270623
Acción	Eje 4 Competitividad, Actuación 18. Identidad y relato turístico en Valle del Alagón	Sin IVA 14.876,03 €
		21% IVA 3.123,97 €
Total		18.000€
Financiado al 100% por Fondos Next Generation Dentro de PRTR		100%



«Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia- Financiado por la Unión Europea – Next Generation EU»

- **Por cumplimiento defectuoso de la prestación objeto del contrato.** Se impondrá una penalidad equivalente al 10% del precio del contrato, IVA excluido. En todo caso, la imposición de las penalizaciones no eximirá al contratista de la obligación que legalmente le incumbe en cuanto a la reparación o subsanación de los defectos.
- **Por incumplimiento de las obligaciones esenciales de ejecución.** Se impondrá una penalidad equivalente al 10% del precio del contrato, IVA excluido.
- **Por incumplimiento de las condiciones especiales de ejecución.** Se impondrá una penalidad equivalente al 10% del precio del contrato, IVA excluido.
- **Por incumplimiento de plazos.** Se impondrá una penalidad equivalente al 10% del precio del contrato, IVA excluido.
- **Por incumplimiento de los criterios de adjudicación.** Se impondrá una penalidad equivalente al 10% del precio del contrato, IVA excluido.

En todo caso, la imposición de las penalizaciones no eximirá al contratista de la obligación que legalmente le incumbe en cuanto a la reparación o subsanación de los defectos.

UNDÉCIMA. RÉGIMEN JURÍDICO

El contrato tiene carácter administrativo, a tenor de lo señalado en el artículo 25 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, en adelante LCSP, por la que se trasponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, y se registrará en cuanto a su preparación, adjudicación, efectos, modificación y extinción, por esa Ley y sus disposiciones de desarrollo.

Al tratarse de un procedimiento de contratación pública en el que se recibe financiación a través del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (MRR) en ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), será de aplicación la siguiente normativa:

- 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.
- Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Estado español, aprobado por Acuerdo del Consejo de Ministros de 27 de abril de 2021, así como mediante la Decisión de Ejecución del Consejo Europeo relativa a la aprobación de la evaluación por parte de la Comisión Europea del PRTR.
- Real Decreto-ley 36/2020, de 30 de diciembre, por el que se aprueban medidas urgentes para la modernización de la Administración Pública y para la ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (BOE nº 341, de 31 de diciembre de 2020).
- Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (BOE de 30 de septiembre).
- Orden HFP/1031/2021, de 29 de septiembre, por la que se establece el procedimiento y formato de la información a proporcionar por las Entidades del Sector Público Estatal, Autonómico y Local para el seguimiento del cumplimiento de hitos y objetivos y de ejecución presupuestaria y contable de las medidas de los componentes del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (BOE de 30 de septiembre).
- Orden HFP/55/2023, de 24 de enero, relativa al análisis sistemático del riesgo de conflicto de interés en los procedimientos que ejecutan el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.
- Resolución 1/2022, de 12 de abril, de la Secretaría General de Fondos Europeos, por la que se establecen instrucciones a fin de clarificar la condición de entidad ejecutora, la designación de órganos responsables de medidas y órganos gestores de proyectos y subproyectos, en el marco del sistema de gestión del PRTR.
- Real Decreto 1072/2021, de 7 de diciembre, por el que se regula el Fondo Financiero del Estado para la Competitividad Turística en el marco del PRTR.
- Resolución de 19 de diciembre de 2022, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se publica el Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Turismo de 14 de diciembre de 2022, por el que se fijan los criterios de distribución, y el reparto resultante para las comunidades autónomas, del crédito destinado a la financiación de actuaciones



«Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia- Financiado por la Unión Europea – Next Generation EU»

de inversión por parte de entidades locales, en el marco del Componente 14 Inversión 1 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

- Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos, marco del Programa de Sostenibilidad Turística en Destinos, en el contexto de la submedida 2 de la inversión 1 del Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico, componente 14 del PRTR.
- Resolución de 4 de enero de 2022, de la Secretaría de Estado de Turismo (BOE nº 11, de 13 de enero), por la que se acuerda la distribución de los créditos a las comunidades autónomas, y se formalizan los compromisos financieros derivados del Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Turismo de 21 de diciembre de 2021 mencionado más arriba.
- Resolución de 11 de abril de 2022, de la Secretaría de Estado de Turismo (BOE nº 90, de 15 de abril), por la que 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, una vez considerada la posibilidad de que los impuestos indirectos puedan ser parte de las transferencias realizadas en el marco del Mecanismo.

Así mismo, la propia comunidad autónoma ha desarrollado un conjunto de disposiciones generales para facilitar la programación, presupuestario, gestión y ejecución de las actuaciones financiables con estos fondos europeos. Entre ellas:

- Decreto-ley 3/2021, de 3 de marzo, de medidas urgentes para la modernización de la Administración Pública y para la ejecución del PRTR (DOE nº 45, de 8 de marzo de 2021).
- Decreto-ley 1/2022, de 2 de marzo, de medidas urgentes de mejora de la calidad en la contratación pública para la reactivación económica (DOE nº 45, de 7 de marzo).
- Corrección de errores del Decreto-ley 1/2022, de 2 de marzo, de medidas urgentes de mejora de la calidad en la contratación pública para la reactivación económica (DOE nº 47, de 9 de marzo).
- Resolución de 29 de abril de 2021, de la Vicepresidenta Primera y Consejera, por la que se ordena la publicación en el Diario Oficial de Extremadura del Acuerdo del Consejo de Gobierno de la Junta de Extremadura por el que se autorizan los modelos de pliego de cláusulas administrativas particulares para contratos de servicios, suministros y obras por procedimiento abierto con varios criterios de adjudicación. (DOE nº 83, 4 de mayo de 2021).
- Resolución de 29 de abril de 2021, de la Vicepresidenta Primera y Consejera, por la que se ordena la publicación en el Diario Oficial de Extremadura del Acuerdo del Consejo de Gobierno de la Junta de Extremadura por el que se autorizan los modelos de pliego de cláusulas administrativas particulares para contratos de servicios, suministros y obras por procedimiento abierto simplificado.
- Resolución de 29 de abril de 2021, de la Vicepresidenta Primera y Consejera, por la que se ordena la publicación en el Diario Oficial de Extremadura del Acuerdo del Consejo de Gobierno de la Junta de Extremadura por el que se autorizan los modelos de pliego de cláusulas administrativas particulares para contratos de servicios, suministros y obras por procedimiento abierto simplificado sumario.
- Resolución de 29 de junio de 2021, de la Vicepresidenta Primera y Consejera, por la que se ordena la publicación en el Diario Oficial de Extremadura del Acuerdo del Consejo de Gobierno de la Junta de Extremadura por el que se autorizan los modelos de pliego de cláusulas administrativas particulares para contratos de servicios, suministros y obras por procedimiento negociado sin publicidad.

DUODÉCIMA. – PROPIEDAD DEL RESULTADO DE LOS TRABAJOS

Todos los productos y resultados de los trabajos realizados objeto del contrato serán propiedad de Excm. Diputación Provincial de Cáceres, que tendrán todos los derechos sobre esta producción en exclusiva y sin limitaciones de uso de ningún tipo.

En Cáceres a fecha de firma electrónica



ANEXOS

ANEXO V

MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE

modelo de declaración responsable que el adjudicatario deberá cumplimentar y entregar junto a la oferta económica.

Contrato:

N.º EXPEDIENTE

D/Dña., con DNI N.º.....en representación de la asociación/em-
presa ..., con CIF nº....., con poder bastante para ello y a efectos de acreditar el cumplimiento
de los requisitos exigidos por la vigente legislación de contratos administrativos. Como firmante de
este documento,

DECLARO BAJO MI RESPONSABILIDAD:

1º Que el firmante ostenta: la titularidad como persona física propietaria de la empresa que presenta
la oferta o la representación de la Sociedad/entidad que presenta la oferta.

2º.- Que la empresa a la que represento dispone de capacidad de obrar y de la habilitación profesional
legalmente exigida para concertar con la Diputación de Cáceres la realización de la prestación definida
anteriormente.

3º Que la citada empresa/sociedad/entidad, sus administradores y representantes legales, así como
el firmante, no se hallan comprendidos en ninguna de las prohibiciones e incompatibilidades para
contratar señaladas en el artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector
Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Eu-
ropeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (BOE nº 272, de
09/11/2017), en los términos y condiciones previstos en la misma.

En a de de

En Cáceres a fecha de firma electrónica

