

DOCUMENTO DE SOLICITUD DE OFERTAS PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PARA LA
CREACIÓN DE CONTENIDO Y GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES DE LA RED DE VILLAS
TERMALES

Expediente CM_19_2025

31 de marzo de 2025

ANTECEDENTES

La Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) es la Asociación de Entidades Locales de ámbito estatal con mayor implantación, constituida al amparo de lo dispuesto en la Disposición Adicional Quinta de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local y fue declarada como Asociación de Utilidad Pública mediante Acuerdo de Consejo de Ministros de 26 de junio de 1985, que agrupa a municipios, provincia e islas.

La FEMP cuenta con la red de Villas Termales, hoy conformada por 77 municipios, cuyo fin es el de promocionar las entidades locales con aguas mineromedicinales y termales, promoviendo la organización, coordinación y vertebración del desarrollo socioeconómico local en torno a este recurso tan preciado.

Con estos antecedentes, la FEMP pone en marcha el presente procedimiento de adjudicación con el objeto de contratar los servicios para la creación de contenido y gestión de las redes sociales de la red de Villas Termales.

1.- OBJETO

El objeto del contrato estará constituido por la prestación, por parte de la adjudicataria, de los servicios profesionales para la creación de contenido y gestión de las redes sociales de la red de Villas Termales, pretendiéndose conseguir los siguientes objetivos:

- Unificar la imagen de todos los materiales que se utilizan en la promoción de los 77 destinos asociados a la red de Villas Termales.
- Conseguir un crecimiento del número de seguidores y del engagement de las publicaciones, con indicadores objetivables.
- Difundir la importancia del turismo termal de los 77 destinos asociados a la red de Villas Termales.
- Posicionar a la red de Villas Termales como un interlocutor objetivo para la generación de contenido tanto informativo e inspiracional, como técnico sobre el turismo termal.
- Aportar valor añadido a los destinos asociados a la red de Villas Termales, mejorando el conocimiento sobre las últimas tendencias del sector Termal.
- Generar conocimiento y mejorar la profesionalización de los stakeholders del turismo termal.

El contrato se ajustará al presente documento, cuyo contenido se considerará parte integrante de aquel y cuyas cláusulas y prescripciones deben regir la ejecución y condiciones de la prestación.

2. – ACTUACIONES

Las actuaciones a realizar por la adjudicataria serán:

2.1. Redes Sociales

La Red de Villas Termales requiere apoyo para creación de contenidos, dinamización y gestión de sus perfiles en las siguientes Redes sociales (RRSS): LinkedIn, Instagram, Facebook, X y Youtube.

Se requiere la publicación de un mínimo de 3 posts semanales en cada una de las siguientes redes: LinkedIn, Facebook y X.

Se requiere la publicación de un mínimo de 3 posts semanales en el Feed de Instagram y 2 stories semanales en esta misma red social.

Se requiere el uso de Youtube para la publicación extraordinaria de archivos audiovisuales vinculados a actividades de la red de Villas Termales como su Asamblea anual o videos proporcionados por los destinos asociados a la red.

2.2. Generación y publicación de Contenidos para los soportes y canales de comunicación de la red de Villas Termales

Se requiere un servicio de generación de contenidos para su publicación en los diferentes canales de comunicación de la Red Villas Termales, incluyendo sus Redes Sociales y su Web (www.villastermales.es).

Para ello, se realizarán las siguientes actuaciones:

- La empresa adjudicataria creará contenidos propios para dinamizar las RRSS de la red de villas termales, además podrá incluir el aprovechamiento y la difusión de artículos de prensa termal especializada, y contenidos proporcionados por las Entidades Locales asociadas a la Red. Para ello se requiere hacer un seguimiento periódico de las entidades locales asociadas para recopilar las noticias de interés para el sector del turismo termal.
- La empresa adjudicataria redactará y publicará Notas de Prensa para la Red de Villas Termales. Las notas serán publicadas en la web de Villas Termales con carácter mensual. Adicionalmente, se realizará la publicación de una específica tras la realización de la Asamblea Anual de la Red así como tras la participación de la red de Villas Termales en eventos, encuentros y actividades de Promoción.

2.3. Gestión y actualización de los contenidos en la web de la Red de Villas Termales

Se requiere un servicio de gestión y actualización de los contenidos publicados en la Web (www.villastermales.es).

La empresa adjudicataria se encargará de la creación, edición, gestión y publicación de contenidos en la Web de la Red de Villas Termales.

2.4. Cobertura y creación de Contenido Audiovisual durante la Asamblea anual de la red de Villas Termales en Vega de Tirados (Salamanca)

Se requerirá el traslado de al menos una persona de perfil técnico a la Asamblea y el Encuentro de la red de Villas Termales cuya celebración está prevista en Vega de Tirados (Salamanca), del 23 al 25 de octubre.

Durante los días en los que se desarrolla este evento se dará la cobertura, por la empresa adjudicataria, a través de grabaciones de entrevistas e imágenes que serán usadas para la animación de píldoras audiovisuales para las RRSS durante la celebración del evento. Las entrevistas se realizarán en formato de Vídeo y Video Opiniones a las autoridades y stakeholders del turismo termal en España.

2.5. Gestión del trabajo

Para la gestión del día a día del trabajo se requiere proporcionar una herramienta de colaboración en redes sociales que permita al adjudicatario del presente contrato y al equipo de la FEMP, optimizar los procesos de validación, planificación y publicación de contenidos.

Se requiere presentar periódicamente la propuesta de publicaciones en dicha herramienta con un margen mínimo de 15 días previo a la fecha de publicación estimada.

En los primeros 10 días de vigencia del contrato, la adjudicataria presentará un plan de comunicación, que incluya un benchmarking, objetivos y actuaciones a seguir durante todo el contrato, y que refleje las frecuencias de publicación, tono y tipos de contenidos a generar y/o compartir en cada RRSS.

Asimismo, trimestralmente la adjudicataria presentará un plan de acción con una propuesta de dinámicas y tipos de contenido previstos para dicho periodo, a validar por la FEMP.

En línea con lo anterior, finalizado el trimestre la adjudicataria elaborará un Informe que refleje el comportamiento de las RRSS de Villas Termales durante ese periodo y sirva de apoyo para la propuesta de los contenidos del siguiente trimestre.

A la finalización del contrato la adjudicataria presentará un Informe Anual que refleje el comportamiento de las RRSS de Villas Termales junto a una propuesta de mejoras.

3.- PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo máximo de ejecución de las prestaciones objeto del contrato será de un (1) año desde el 22 de mayo de 2025, o desde la fecha de su adjudicación si se produce con posterioridad.

De acuerdo con lo establecido en el art. 193 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, cuando la contratista, por causas imputables al mismo, incurra en demora con respecto al cumplimiento del plazo de ejecución la FEMP podrá optar, atendidas las circunstancias del caso, por la resolución del contrato o por la imposición de las penalidades diarias en la proporción de 0,60 euros por cada 1.000 euros del precio del contrato, IVA excluido. La constitución en mora de la contratista no precisará intimación previa por parte de la FEMP.

4.- REQUISITOS DE PERSONAL

Para la realización de las prestaciones objeto del contrato el adjudicatario deberá aportar profesionales con la formación adecuada y con experiencia en proyectos similares.

Se presentarán referencias curriculares de los integrantes del equipo que va a efectuar el proyecto y se acreditará su experiencia en la realización de proyectos similares, así como el organigrama de dicho equipo.

El adjudicatario deberá identificar a la persona que ejercerá las tareas de control de calidad y dirección de los trabajos desarrollados (Director de Proyecto).

5.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN

El presupuesto base de licitación asciende a la cantidad de DOCE MIL EUROS CON SETENTA Y OCHO CÉNTIMOS DE EURO (12.000,78 €) IVA incluido. Este presupuesto se desglosa en dos partes:

1. **Parte fija:** HASTA EL 75 % DEL PRESUPUESTO OFERTADO, que corresponde a los servicios descritos en la cláusula 2 del contrato.
2. **Parte variable:** HASTA EL 25 % DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN, sujetos a la consecución de objetivos de mejora en el rendimiento de las redes sociales gestionadas. El cálculo del importe variable se basará en los siguientes tramos objetivos de crecimiento de seguidores reales y engagement alcanzados en cada red social, medidos en el informe a presentar al inicio y al final del contrato:
 - a. **Para el objetivo de seguidores:**

Red Social	LinkedIn			Instagram			Facebook		X (Twitter)	
Seguidores Actuales	131			683			3.503		694	
Objetivo de Seguidores	De 200 a 600 seguidores	De 600 a 1.500 seguidores	Más de 1.500 seguidores	De 750 a 1.150 seguidores	De 1.150 a 2.000 seguidores	Más de 2.000 seguidores	De 3.600 a 4.000 seguidores	Más de 4.000 seguidores	De 750 a 1150 seguidores	Más de 1.150 seguidores
Presupuesto variable máximo	100,00 €	250,00 €	400,00 €	100,00 €	250,00 €	400,00 €	100,00 €	200,00 €	100,00 €	200,00 €

b. Para el objetivo de Engagement:

Red Social	LinkedIn		Instagram		Facebook		X (Twitter)	
Objetivo de Engagement	Crecimiento del 5-10 % en interacción mensual promedio	Crecimiento superior al 10 % en interacción mensual promedio	Crecimiento del 5-10 % en interacción mensual promedio	Crecimiento superior al 10 % en interacción mensual promedio	Crecimiento del 5-10 % en interacción mensual promedio	Crecimiento superior al 10 % en interacción mensual promedio	Crecimiento del 5-10 % en interacción mensual promedio	Crecimiento superior al 10 % en interacción mensual promedio
Presupuesto variable máximo	100,00 €	200,00 €	100,00 €	200,00 €	100,00 €	200,00 €	100,00 €	200,00 €

El presupuesto señalado tiene la consideración de presupuesto global y, por tanto, en el mismo se entienden incluidos toda clase de gastos y tributos, incluido el IVA. A todos los efectos se entenderá que en las ofertas económicas que se presenten, y en el precio ofertado en ellas, estarán incluidos la totalidad de los gastos que deba realizar la contratista para el cumplimiento de la asistencia contratada, como son los generales, financieros, beneficios, seguros, honorarios de personal técnico a su cargo, sueldos y seguros sociales de los trabajadores a su servicio, etc.

6- EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

El contrato se ejecutará a riesgo y ventura de la contratista, con sujeción a lo establecido en el presente Documento y en la oferta que presente.

El desarrollo de los trabajos se realizará en constante comunicación y colaboración con la FEMP, siguiendo las directrices de ésta y asumiendo las posibles modificaciones y/o correcciones que la misma formule.

De acuerdo con lo establecido en el art. 192 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, para el caso de cumplimiento defectuoso de la prestación objeto del contrato, la FEMP podrá imponer penalidades a la contratista de hasta el 10 por 100 del precio del contrato, IVA excluido, en función de la gravedad del incumplimiento.

7.- PAGO DEL PRECIO.

El pago del precio del contrato se hará de la siguiente forma:

- 25 % del importe total de adjudicación de la parte fija, al inicio de la vigencia del contrato, tras la presentación del Plan de Comunicación.
- El 75 % del importe total de adjudicación de la parte fija, a la finalización de la vigencia del contrato, previa recepción de los trabajos y verificación por parte de la persona designada por la FEMP como responsable del contrato de su calidad y a plena satisfacción de este.
- Pago variable: El importe correspondiente a la parte variable (hasta 1.800,00 €) se abonará de acuerdo con el rendimiento obtenido en la gestión de las redes sociales. El cálculo de la mejora en el número de seguidores y el engagement se realizará según los indicadores establecidos en la cláusula 5. Este pago se efectuará en base al informe final de evolución entregados por la adjudicataria y verificados por la FEMP.

El pago se realizará contra factura expedida de acuerdo con la normativa vigente y una vez conformada por la persona designada por la FEMP como responsable del contrato.

Las facturas deberán ir acompañadas de un informe de la adjudicataria en el que detalle las actuaciones llevadas a cabo para la ejecución del contrato.

La FEMP deberá abonar el importe de las facturas, dentro de los treinta (30) días siguientes a la fecha de su expedición, salvo que el responsable del contrato comunique a la adjudicataria, en el plazo de los cinco (5) días hábiles siguientes a la recepción de la factura, reparos a los trabajos facturados. En este caso, el plazo de los treinta (30) días comenzará a contar a partir del siguiente al que el responsable del contrato dé su conformidad a la subsanación de los reparos.

En todo caso, el pago se realizará mediante transferencia a la entidad de crédito señalada por la contratista.

8.- PROPIEDAD INTELECTUAL.

Será obligación de la contratista reconocer los derechos de propiedad intelectual de la FEMP sobre el resultado de la prestación de los servicios contemplados en esta solicitud de ofertas, renunciando a ejercitar cualesquiera derechos sobre los mismos. La FEMP será la titular en exclusiva los derechos de explotación que pudieran derivarse de los trabajos realizados, por el plazo máximo de duración de los mismos previsto en el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, es decir, hasta su paso al dominio público. La cesión de los derechos de explotación se extiende a todos los países del mundo.

9.- REQUISITOS DE CAPACIDAD Y SOLVENCIA DE LOS OFERTANTES

Conforme a lo establecido en el artículo 318,a) de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transpone al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero, podrán presentar ofertas las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, que tengan plena capacidad de obrar y no estén incurso en una prohibición de contratar con el Sector Público.

10.- CONTENIDO DE LAS OFERTAS, PLAZO Y FORMA DE PRESENTACIÓN.

Las ofertas se presentarán en castellano y constarán al menos de los siguientes contenidos:

- Datos identificativos persona física o jurídica que presenta la oferta. En caso de persona jurídica, además, datos identificativos de su representante y de la persona de contacto.
- Descripción detallada de los trabajos a realizar y a entregar y metodología para su ejecución
- Plan y cronograma de trabajo.
- Equipo de trabajo, con en currículo de sus componentes.
- Oferta económica, expresando su valor en euros e incluyendo como partida independiente el importe del IVA.
- Presupuesto detallado con expresión de los diferentes conceptos que integran la oferta económica.

La oferta no podrá tener una extensión superior a quince (15) páginas mecanografiadas en formato Times New Roman, tamaño 12, espaciado 1,5.

Junto a la Oferta los licitadores deberán presentar una Declaración Responsable firmada electrónicamente, conforme al modelo que se publique en el anuncio de licitación.

El plazo y la forma de presentación de las ofertas se fijarán en el anuncio de licitación, el cual se publicará en la página web de la FEMP. No se aceptará ninguna oferta que se presente después del día y hora que se indique en el anuncio.

El plazo y la forma de presentación de las ofertas se fijarán en el anuncio de licitación, el cual se publicará en la página web de la FEMP. No se aceptará ninguna oferta que se presente después del día y hora que se indique en el anuncio.

La presentación de ofertas no genera ningún derecho para los ofertantes.

11.- VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

En la valoración de las ofertas recibidas se tendrá en cuenta la calidad y pertinencia de la propuesta, considerando, en concreto, los siguientes aspectos.

- a. La adaptación de la propuesta a los objetivos de la contratación.
- b. La claridad y adecuación del plan de trabajo, la metodología y el cronograma propuestos.
- c. El equipo de trabajo
- d. El enfoque innovador de la propuesta.:
- e. La oferta económica.

La adjudicación del contrato, por parte del Órgano de Contratación de la FEMP, recaerá en la empresa cuya oferta sea la que técnicamente mejor se ajuste a los contenidos definidos en los apartados 1 y 2 de este documento y sea la oferta con la mejor relación calidad-precio.