

DOCUMENTO DE SOLICITUD DE OFERTAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CREACIÓN DE CONTENIDOS Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES DE LA RED DE VILLAS TERMALES

Expediente CM_53_2026

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 más de 70 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 contenidos y gestión de las redes sociales de la Red de Villas Termales.

1.- OBJETO.

El objeto del presente contrato es la prestación de servicios profesionales de creación de contenidos, gestión de redes sociales y apoyo a la comunicación digital de la Red de Villas Termales de la FEMP, con el fin de fortalecer su posicionamiento institucional, incrementar su visibilidad y notoriedad en los entornos digitales y redes sociales, así como potenciar la difusión de la actividad institucional, los proyectos, iniciativas y eventos promovidos por la Red de Villas Termales.

Las actuaciones objeto del presente contrato deberán contribuir al cumplimiento de los siguientes objetivos generales de comunicación y posicionamiento:

1. **Posicionamiento de la Red:** Reforzar el posicionamiento de la Red de Villas Termales como referente nacional en los ámbitos de turismo termal, bienestar, salud, patrimonio y desarrollo territorial sostenible.
2. **Identidad comunicativa y marca:** Consolidar una identidad comunicativa homogénea, coherente y reconocible en todos los canales digitales de la Red, fortaleciendo su imagen de marca y su presencia online.
3. **Notoriedad de la marca:** Mejorar el conocimiento y reconocimiento de la marca Villas Termales FEMP entre públicos institucionales, profesionales, medios de comunicación y potenciales visitantes.
4. **Generación de contenidos:** Favorecer la generación y difusión de contenidos digitales innovadores y de calidad, que contribuyan a proyectar una imagen homogénea, atractiva y actualizada de los destinos termales asociados.
5. **Crecimiento de audiencias e interacción:** Mejorar de forma progresiva el alcance, la comunidad y los niveles de interacción de los canales digitales de la Red, tomando los indicadores de rendimiento como referencia de evolución y no como obligación de resultado.
6. **Visibilidad de asociados:** Incrementar la presencia y visibilidad de los municipios asociados, entidades colaboradoras y observadores de la Red, promoviendo sus recursos, iniciativas, buenas prácticas y proyectos de interés para el ecosistema termal.
7. **Web corporativa:** Mantener actualizado el apartado de noticias y los contenidos directamente vinculados a las actuaciones objeto del contrato en la página web de la Red de Villas Termales FEMP (www.villastermales.es), siempre que la FEMP facilite los accesos, materiales y soporte técnico necesarios.
8. **Tráfico web:** Incrementar el tráfico hacia la página web de la Red de Villas Termales y mejorar la difusión, consulta y aprovechamiento de sus contenidos informativos.
9. **Generación de conocimiento:** Contribuir a la generación y transferencia de conocimiento, favoreciendo la profesionalización y el intercambio de experiencias entre los agentes vinculados al turismo termal.
10. **Captación de nuevos miembros:** Contribuir, mediante la difusión de la actividad y los valores de la Red, a mejorar su conocimiento entre municipios, diputaciones provinciales, entidades colaboradoras y otros agentes de interés.
11. **Medición y mejora continua:** Implantar un sistema de seguimiento, evaluación y mejora

continua de la comunicación digital, basado en el análisis periódico de resultados y en la optimización de contenidos, formatos y acciones.

El grado de consecución de estos objetivos será objeto de seguimiento a través de los indicadores de rendimiento (KPIs) definidos en el diagnóstico inicial y analizados en los informes periódicos de seguimiento previstos en el presente documento.

El contrato se regirá por lo dispuesto en el presente documento, cuyo contenido tendrá carácter contractual y formará parte integrante del mismo, obligando a las partes en cuanto a la ejecución de los servicios y al cumplimiento de las condiciones establecidas.

2. – ACTUACIONES.

Las actuaciones objeto del presente contrato deberán contribuir al cumplimiento de los objetivos generales de comunicación y posicionamiento de la Red de Villas Termales:

2.1. Redes Sociales.

La Red de Villas Termales requiere apoyo especializado para la gestión y dinamización de sus perfiles corporativos en LinkedIn, Instagram, Facebook, X y YouTube, con una planificación coordinada y aprovechamiento transversal de los contenidos.

La adjudicataria deberá garantizar, como mínimo:

- La elaboración de tres (3) contenidos bases semanales, que podrán adaptarse y distribuirse en LinkedIn, Facebook y X en función de la idoneidad de cada canal. No se exigirá la creación de tres contenidos diferenciados por cada red social.
- La publicación de dos (2) contenidos semanales en el feed de Instagram y hasta dos (2) stories semanales, pudiendo reutilizarse o adaptarse contenidos desarrollados para otros canales cuando resulte adecuado.
- La publicación en YouTube de los contenidos audiovisuales producidos en el marco del contrato o facilitados por la FEMP y los destinos asociados, incluyendo su adaptación básica, carga, titulación y descripción. No se exige una producción audiovisual específica adicional para este canal.

La estrategia de publicación deberá orientarse a incrementar la visibilidad de la Red de Villas Termales, fortalecer la interacción con sus públicos de interés y mejorar el posicionamiento digital de sus destinos asociados.

La FEMP podrá adaptar durante la vigencia del contrato la intensidad o el peso relativo de cada

red social en función de la evolución de los canales digitales y de los objetivos de comunicación, siempre que dicha adaptación no implique incrementar el volumen global de contenidos y prestaciones mínimas previsto en el contrato.

2.2. Generación de Contenidos para los canales de comunicación de la Red de Villas Termales.

La adjudicataria prestará servicios de creación, adaptación y publicación de contenidos para los canales de comunicación de la Red de Villas Termales, incluyendo las redes sociales y la actualización de contenidos del apartado de noticias del portal www.villastermales.es. La prestación web se limitará a la carga, edición y actualización de contenidos mediante las funcionalidades existentes y los accesos facilitados por la FEMP, quedando excluidos desarrollos técnicos o nuevas funcionalidades.

Entre las actuaciones a desarrollar se incluirán, al menos:

- La elaboración de contenidos y dinámicas para redes sociales, incorporando información facilitada por los municipios asociados, noticias de interés del sector termal, contenidos especializados y materiales originales diseñados específicamente para reforzar el posicionamiento de la Red y la visibilidad de sus destinos.
- La redacción y publicación de notas de prensa relativas a la Asamblea Anual de la Red de Villas Termales y a otras actividades de especial relevancia en las que participe la Red, hasta un máximo de cuatro (4) notas de prensa durante la vigencia del contrato, incluida la vinculada a la Asamblea.

Con carácter mínimo, la adjudicataria deberá garantizar la siguiente producción de contenidos originales durante el año:

- Seis (6) piezas audiovisuales originales al año para redes sociales. Las piezas generadas con motivo de la Asamblea podrán computar dentro de este mínimo.
- Una (1) pieza gráfica original semanal, hasta un máximo de cincuenta y dos (52) piezas durante la vigencia del contrato.
- Hasta dos (2) entrevistas audiovisuales al año a representantes institucionales, responsables técnicos o agentes relevantes vinculados al turismo termal. Estas entrevistas podrán computar dentro del mínimo anual de piezas audiovisuales.

Estas producciones podrán adaptarse a las necesidades de comunicación de la Red, previa validación de la FEMP, manteniendo el volumen global anual comprometido y permitiendo la compensación entre formatos de complejidad equivalente cuando ambas partes lo acuerden.

2.3. Cobertura y Producción Audiovisual de las Asambleas Anuales de la Red de Villas Termales.

La adjudicataria desplazará, al menos, a un profesional técnico para cubrir la Asamblea y Encuentro de la Red de Villas Termales, que será determinada previamente de común acuerdo con la FEMP. Cualquier ampliación de la cobertura presencial deberá acordarse dentro del volumen global de prestaciones del contrato.

La Asamblea 2026 tendrá lugar en Archena (Murcia), previsiblemente del 4 al 6 de noviembre.

Los gastos de desplazamiento y alojamiento correrán a cargo de la Red de Villas Termales.

La cobertura incluirá la captación de imágenes, vídeos y testimonios durante la jornada acordada, así como la elaboración de una pieza audiovisual resumen y una selección de materiales breves reutilizables en redes sociales. No se exige cobertura audiovisual continuada durante todos los días del evento ni producción multicámara.

Adicionalmente, la adjudicataria será responsable del diseño, desarrollo, actualización y mantenimiento de un microsite específico para cada Asamblea Anual que se celebre durante la vigencia del contrato dentro de la página web de la Red (www.villastermales.es).

Este espacio deberá contar con una estructura, funcionalidades y contenidos similares a los utilizados en las ediciones anteriores de la Asamblea, accesibles en la web de la Red, e incluirá, al menos, información general del evento, programa actualizado, sede anfitriona, información práctica para asistentes, inscripciones cuando proceda, noticias relacionadas, materiales de comunicación y contenidos audiovisuales generados durante el encuentro.

El espacio web deberá actualizarse con antelación suficiente para apoyar la difusión previa del evento y durante su celebración, dentro de las funcionalidades y medios técnicos existentes.

2.4. Seguimiento de los Asociados.

La FEMP centralizará y facilitará a la adjudicataria la información remitida por los municipios integrantes de la Red. La adjudicataria realizará la selección, edición y adaptación de dichos contenidos y, cuando sea necesario, podrá mantener contactos puntuales con asociados concretos previa coordinación con la FEMP. No se exige una labor permanente de prospección o interlocución individual con el conjunto de municipios de la Red.

La estrategia de contenidos procurará una presencia equilibrada y representativa de los destinos asociados, atendiendo a la actualidad, relevancia y disponibilidad de materiales recibidos.

Asimismo, se promoverá la publicación de aquellos contenidos remitidos por los asociados que

resulten coherentes con los objetivos de comunicación del contrato y aporten valor informativo a la comunidad digital de la Red.

2.5. Gestión, planificación y seguimiento del servicio.

La adjudicataria utilizará una herramienta de gestión de redes sociales o, cuando resulte suficiente, las funcionalidades nativas de las propias plataformas, para facilitar la planificación, validación, programación y seguimiento de contenidos. No será exigible la contratación de una licencia de pago específica salvo que sea ofrecida por la adjudicataria sin coste adicional.

Durante los quince primeros días de ejecución del contrato, la adjudicataria elaborará un Diagnóstico Inicial de Situación de alcance operativo que incluirá:

- Auditoría de los perfiles sociales existentes.
- Benchmarking de una selección de hasta cinco (5) destinos o entidades de referencia nacionales o internacionales.
- Análisis de audiencias.
- Definición de indicadores clave de rendimiento (KPIs).
- Propuesta de estrategia digital y línea editorial.

Este documento constituirá la línea base para la evaluación de resultados durante la ejecución del contrato.

La propuesta de publicaciones se presentará con carácter general con un margen aproximado de diez (10) días naturales respecto de la fecha prevista de publicación, sin perjuicio de contenidos de actualidad o institucionales que requieran plazos inferiores.

La FEMP dispondrá de un plazo máximo de cinco días hábiles para efectuar observaciones o validar la planificación propuesta.

Se presentará un único plan editorial mensual, con la propuesta de dinámicas, contenidos e hitos previstos para el periodo, a validar por la FEMP.

La planificación mensual de contenidos estará vinculada a los hitos institucionales, campañas estacionales, municipios adheridos y efemérides relacionadas con el ecosistema termal (salud, bienestar, turismo sostenible, envejecimiento activo, cultura y patrimonio, etc.).

Al final de cada mes se elaborará un resumen de seguimiento de carácter ejecutivo, preferentemente en formato cuadro de mando y con una extensión orientativa máxima de dos (2) páginas, que recoja las principales métricas, contenidos con mejor rendimiento e incidencias relevantes. Con periodicidad trimestral se realizará un análisis más detallado con recomendaciones de mejora.

El resumen mensual recogerá, en la medida en que las métricas estén disponibles en las plataformas y accesos facilitados, los indicadores que se relacionan a continuación:

Área	Indicador
Audiencia	Seguidores, crecimiento y evolución
Visibilidad	Alcance e impresiones
Interacción	Engagement, comentarios y compartidos
Web	Tráfico derivado a www.villastermales.es
Contenidos	Publicaciones realizadas por tipo
Vídeo	Reproducciones y tiempo de visualización
Asociados	Socios que han aportado contenidos
Rendimiento	Top 5 publicaciones del mes
Mejora continua	Recomendaciones para el mes siguiente

La adjudicataria celebrará las reuniones de seguimiento que se indican a continuación. Las coordinaciones ordinarias adicionales se realizarán preferentemente por correo electrónico o mediante la herramienta de trabajo acordada; las reuniones adicionales requerirán acuerdo entre las partes:

- Una reunión inicial de lanzamiento del contrato.
- Una reunión trimestral de seguimiento y evaluación de resultados.
- Una reunión final de cierre y valoración del contrato.

Las reuniones podrán celebrarse presencialmente o por medios telemáticos y tendrán por objeto analizar la evolución de los indicadores definidos, validar las líneas de trabajo y acordar eventuales ajustes de la estrategia de comunicación.

2.6. Gestión de crisis y reputación digital.

La adjudicataria dispondrá de un protocolo básico de gestión de incidencias reputacionales detectadas en los canales digitales objeto del contrato durante la prestación ordinaria del servicio. El contrato no incluye un servicio de escucha social permanente, guardia 24/7 ni monitorización específica mediante herramientas de pago.

Dicho protocolo deberá contemplar, al menos:

- Sistemas básicos de detección y seguimiento mediante las alertas y funcionalidades disponibles en los canales gestionados.
- Procedimiento de comunicación y escalado con la FEMP.
- Criterios de respuesta ante comentarios críticos o consultas sensibles.
- Actuaciones frente a errores de publicación o difusión de información incorrecta.
- Medidas de mitigación, seguimiento y cierre de incidencias.

La adjudicataria comunicará a la FEMP, tan pronto como sea razonablemente posible dentro del horario ordinario de prestación, cualquier incidencia relevante detectada que pueda afectar a la reputación, imagen institucional o actividad digital de la Red de Villas Termales. Las incidencias críticas detectadas en dicho horario se escalarán con carácter prioritario.

2.7. Indicadores de seguimiento y evaluación.

Con el fin de evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos del contrato y la eficacia de las acciones desarrolladas, la adjudicataria realizará el seguimiento de los indicadores cuantitativos y cualitativos disponibles en las plataformas y accesos facilitados por la FEMP, conforme al sistema de informes previsto en la cláusula 2.5.

Los indicadores de seguimiento se estructurarán, al menos, en los siguientes ámbitos:

a) Indicadores de actividad y producción de contenidos

- Número de publicaciones realizadas en cada red social.
- Número de contenidos audiovisuales producidos y publicados.
- Número de noticias, reportajes, entrevistas u otros contenidos elaborados para la página web.
- Número de campañas, acciones temáticas o especiales desarrolladas.
- Grado de cumplimiento del calendario editorial y de publicaciones aprobado.

b) Indicadores de audiencia, alcance y comunidad digital

- Evolución del número de seguidores en cada canal.
- Alcance e impresiones de las publicaciones.
- Número de visualizaciones de contenidos audiovisuales.
- Tasa de interacción o engagement de las publicaciones.
- Número de comparticiones, comentarios, menciones o guardados, según las métricas disponibles en cada plataforma.
- Evolución de la comunidad digital y nivel de participación de los usuarios.

c) Indicadores de rendimiento web y difusión de contenidos, siempre que la FEMP facilite acceso a la herramienta de analítica web correspondiente

- Número de usuarios y sesiones registradas en la página web.
- Tráfico derivado desde las redes sociales hacia la web.
- Páginas más visitadas y contenidos con mayor rendimiento.
- Tiempo medio de permanencia y otros indicadores de comportamiento de los usuarios.
- Evolución de la difusión y consulta de los contenidos publicados.
- Rendimiento de campañas específicas de promoción de contenidos o eventos.

d) Indicadores de impacto institucional y visibilidad de la Red

- Número de publicaciones dedicadas a municipios asociados, entidades colaboradoras y observadores.
- Alcance e interacción generados por los contenidos relacionados con los asociados de la Red.
- Acciones de promoción realizadas para la difusión de proyectos, iniciativas y buenas prácticas.
- Evolución del alcance, interacción y presencia digital de la marca Villas Termales FEMP a partir de las métricas disponibles.
- Consultas, solicitudes de información o contactos recibidos a través de los canales digitales de la Red.
- Identificación de oportunidades de mejora y propuestas de optimización de las acciones de comunicación.

La adjudicataria presentará los resúmenes mensuales y los informes trimestrales previstos en la cláusula 2.5, así como un informe final de evaluación global del servicio, con síntesis de resultados, evolución de los principales indicadores y recomendaciones para la continuidad de la estrategia de comunicación digital de la Red de Villas Termales.

Todas las actuaciones deberán alinearse con los valores y objetivos de la Red de Villas Termales, contribuyendo a la promoción del turismo termal como producto turístico vinculado a la salud, el bienestar, la sostenibilidad, el patrimonio cultural y el desarrollo económico de los municipios integrantes de la Red.

3.- PLAZO DE EJECUCIÓN.

El plazo máximo de ejecución de las prestaciones objeto del contrato será de un (1) año desde la fecha de su adjudicación.

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 adjudicataria, por causas imputables a la misma, 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 adjudicataria no precisará intimación previa por parte de la FEMP.

4.- REQUISITOS DE PERSONAL.

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

La empresa adjudicataria deberá adscribir al contrato un equipo técnico suficiente y proporcionado al alcance y presupuesto del servicio para garantizar la correcta ejecución de los trabajos.

Como mínimo, la oferta identificará nominalmente los siguientes perfiles funcionales, que podrán recaer en una o varias personas:

- Responsable de proyecto, contenidos, gestión de redes sociales y analítica digital.
- Perfil de apoyo especializado en diseño gráfico y producción audiovisual.

La composición del equipo podrá adaptarse a la estructura organizativa de cada licitador. Una misma persona podrá asumir ambos perfiles funcionales cuando acredite experiencia y cualificación suficientes, sin que sea exigible una dedicación exclusiva al contrato.

La oferta deberá incluir una breve descripción de las funciones asignadas a cada perfil, así como su experiencia profesional relevante.

La sustitución de cualquiera de los perfiles incluidos en la oferta técnica requerirá comunicación previa a la FEMP.

El profesional sustituto deberá acreditar una experiencia, formación y capacidades equivalentes o superiores a las del perfil inicialmente propuesto.

La FEMP podrá solicitar información complementaria sobre el perfil propuesto y formular observaciones cuando considere que la sustitución puede afectar a la calidad de la prestación contratada.

Se presentarán referencias curriculares de las personas adscritas al proyecto y se acreditará su experiencia relevante en trabajos similares. No se exigirá un organigrama complejo ni un número mínimo de personas distinto del necesario para cubrir los perfiles funcionales indicados.

5.- PRECIO DEL CONTRATO

El precio del contrato será el que oferte la adjudicataria, sin que en ningún caso pueda exceder de ONCE MIL QUINIENTOS SETENTA EUROS (11.570,00 €), IVA no incluido. Serán excluidas las ofertas

que superen dicha cantidad. El presupuesto tendrá carácter máximo y fijo para el conjunto de las prestaciones definidas en el contrato. No se establece una parte variable de la retribución vinculada a resultados de audiencia o engagement.

El importe máximo de ONCE MIL QUINIENTOS SETENTA EUROS (11.570,00 €) IVA no incluido, retribuirá la totalidad de los servicios descritos en la cláusula 2, conforme al alcance y volúmenes máximos allí establecidos.

El precio responde al carácter continuado de las prestaciones y a su alcance ajustado, que comprende planificación, creación y publicación de contenidos, gestión de redes sociales, actualización de contenidos web mediante funcionalidades existentes, seguimiento de resultados y coordinación con la FEMP.

El presupuesto señalado tiene la consideración de presupuesto global y en él se entienden incluidos los gastos generales, financieros, beneficios, seguros, honorarios, sueldos, seguros sociales y medios ordinarios necesarios para la ejecución. Quedan expresamente excluidos los gastos de desplazamiento y alojamiento de la cobertura de la Asamblea, que serán asumidos por la Red de Villas Termales conforme a la cláusula 2.3, así como inversiones en publicidad, licencias extraordinarias de terceros o desarrollos técnicos no incluidos expresamente en el alcance.

6.- EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

La ejecución del contrato se realizará a riesgo y ventura de la adjudicataria, con estricta sujeción a lo establecido en el presente documento, en la oferta presentada y en las instrucciones que, para la correcta prestación del servicio, pueda dictar la FEMP.

La adjudicataria desarrollará los trabajos en coordinación con la FEMP y atenderá las observaciones, indicaciones y solicitudes de ajuste o corrección que se formulen, siempre que se mantengan dentro del objeto, los volúmenes y el alcance definidos en el contrato y no impliquen prestaciones adicionales.

La adjudicataria será responsable de la calidad técnica de los trabajos y deberá subsanar, sin coste adicional, errores o deficiencias imputables a su ejecución. Las modificaciones sustanciales solicitadas después de la validación de una pieza o las prestaciones nuevas deberán acomodarse al volumen global contratado o ser objeto, en su caso, del correspondiente acuerdo.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 192 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, en caso de cumplimiento defectuoso de las prestaciones objeto del contrato, la FEMP podrá imponer penalidades de hasta el diez por ciento (10%) del precio del contrato, IVA excluido, graduándose su cuantía en función de la gravedad, reiteración y consecuencias del incumplimiento.

A efectos orientativos, podrán considerarse incumplimientos susceptibles de penalización:

- El incumplimiento reiterado del calendario de publicaciones o de los plazos de entrega acordados por causas imputables a la adjudicataria, siempre que la FEMP haya facilitado en plazo los materiales, accesos y validaciones necesarios.
- La no atención injustificada de las instrucciones o requerimientos formulados por la FEMP.
- La prestación deficiente o insuficiente de los servicios contratados.
- El incumplimiento injustificado de los mínimos de publicaciones, contenidos audiovisuales o entregables previstos en la cláusula 2.
- La falta de entrega de los informes de seguimiento previstos en el contrato.
- El incumplimiento de las obligaciones relativas a la confidencialidad, propiedad intelectual o protección de datos, cuando resulten aplicables.

La imposición de penalidades será independiente de la obligación de la adjudicataria de subsanar los incumplimientos detectados y de las restantes responsabilidades que pudieran derivarse conforme a la normativa aplicable.

7.- PAGO DEL PRECIO.

El abono del precio del contrato se efectuará mediante cuatro pagos trimestrales iguales, cada uno equivalente al veinticinco por ciento (25 %) del importe de adjudicación, previa acreditación de la correcta prestación de los servicios correspondientes al trimestre y conformidad de la persona responsable del contrato.

- El abono del precio del contrato se efectuará mediante cuatro pagos trimestrales iguales, cada uno equivalente al veinticinco por ciento (25 %) del importe de adjudicación, previa acreditación de la correcta prestación de los servicios correspondientes al trimestre y conformidad de la persona responsable del contrato. El primer pago se efectuará al término del primer trimestre de ejecución, previa presentación del resumen mensual correspondiente y de los entregables previstos para dicho periodo.
- El segundo pago se efectuará al término del segundo trimestre en las mismas condiciones.
- El tercer pago se efectuará al término del tercer trimestre en las mismas condiciones.
- El cuarto y último pago se efectuará a la finalización del contrato, previa entrega del informe final y conformidad de los trabajos realizados.

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.

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 adjudicataria.

8.- PROPIEDAD INTELECTUAL.

Los contenidos y materiales creados específicamente por la adjudicataria para la FEMP en ejecución del presente contrato serán de titularidad de la FEMP en los términos de la cesión de derechos prevista en esta cláusula, una vez entregados y aceptados.

La adjudicataria cede a la FEMP, para todo el mundo y durante el plazo máximo legal, los derechos de explotación necesarios para reproducir, distribuir, comunicar públicamente, poner a disposición, transformar y adaptar los materiales creados específicamente en ejecución del contrato, sin perjuicio de los derechos morales y de las limitaciones previstas por la legislación aplicable.

La cesión comprenderá los textos, publicaciones, vídeos, fotografías, piezas audiovisuales, diseños gráficos, infografías e ilustraciones creados específicamente para la FEMP. Quedan excluidos los métodos de trabajo, herramientas, plantillas preexistentes, tipografías, software, bancos de recursos y demás elementos de terceros o preexistentes sujetos a sus propias licencias.

La adjudicataria garantiza que los materiales entregados son originales o que dispone de las autorizaciones y licencias necesarias para su utilización y cesión a la FEMP, manteniéndola indemne frente a cualquier reclamación de terceros derivada de la vulneración de derechos de propiedad intelectual o industrial.

La adjudicataria entregará, cuando proceda y sean de creación específica para la FEMP, los archivos fuente o editables de los materiales producidos. Esta obligación no comprenderá software, herramientas, plantillas preexistentes ni recursos de terceros cuya licencia no permita su cesión.

9.- USO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL.

La utilización de herramientas de inteligencia artificial para la generación, edición o apoyo a la creación de contenidos será admisible siempre que:

- Exista supervisión humana efectiva.
- Se garantice la calidad y adecuación institucional de los contenidos.
- Se respeten los derechos de propiedad intelectual y protección de datos.
- Los contenidos finales mantengan la coherencia con la identidad de marca de la Red de Villas Termales.

La adjudicataria será responsable en todo caso de los contenidos entregados y publicados.

10.- REQUISITOS DE CAPACIDAD Y SOLVENCIA DE LOS LICITADORES.

De conformidad con 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 físicas o jurídicas, españolas o extranjeras, que tengan plena capacidad de obrar, no estén incurso en ninguna de las prohibiciones para contratar previstas en la citada Ley y acrediten la solvencia económica, financiera y técnica necesaria para la ejecución del contrato.

10.1. Capacidad para contratar

Los licitadores deberán acreditar, mediante declaración responsable, que cumplen los requisitos de capacidad de obrar y que no se encuentran incurso en ninguna de las prohibiciones para contratar con el sector público previstas en la normativa vigente.

10.2. Solvencia técnica o profesional

Los licitadores deberán acreditar experiencia en la prestación de servicios relacionados con la comunicación digital, la gestión de redes sociales, la creación de contenidos o la promoción turística e institucional.

Para ello, deberán presentar una relación de los principales trabajos realizados durante los últimos tres años, indicando:

- Entidad contratante o destinataria del servicio.
- Objeto de los trabajos realizados.
- Periodo de ejecución.
- Importe del contrato o servicio, cuando proceda.

- Breve descripción de los resultados obtenidos.

Se valorará especialmente la experiencia acreditada en alguno de los siguientes ámbitos:

- Promoción turística de destinos.
- Comunicación institucional.
- Gestión de redes sociales para entidades públicas.
- Asociaciones sectoriales, redes de municipios o entidades de promoción territorial.
- Turismo de bienestar, salud, termalismo o productos turísticos especializados.

10.3. Equipo profesional

Los licitadores deberán identificar a las personas que se propone adscribir a la ejecución del contrato, aportando su perfil profesional y currículum. La experiencia requerida podrá acreditarse de forma conjunta por el equipo propuesto.

El equipo, considerado en su conjunto, deberá contar con experiencia acreditable en:

- Gestión profesional de redes sociales.
- Creación de contenidos digitales.
- Diseño gráfico y producción audiovisual.
- Comunicación corporativa o institucional.

10.4. Medios técnicos

Los licitadores deberán disponer de los medios técnicos necesarios para la correcta prestación del servicio, pudiendo utilizar herramientas propias, de terceros o funcionalidades nativas de las plataformas para planificación, programación, seguimiento y análisis de redes sociales.

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

Las ofertas deberán presentarse en castellano e incluir, como mínimo, la siguiente documentación:

- Datos identificativos de la persona física o jurídica licitadora. En el caso de personas jurídicas, deberán incluirse asimismo los datos de la persona representante y de la persona de contacto designada para las comunicaciones relacionadas con el procedimiento.
- Memoria técnica descriptiva de los trabajos a realizar, incluyendo la metodología propuesta para su ejecución.
- Plan de trabajo y cronograma de ejecución.
- Descripción del equipo de trabajo adscrito al contrato, incluyendo el perfil profesional y currículum de sus integrantes.

- Oferta económica, expresada en euros, con indicación separada del importe correspondiente al IVA.
- Presupuesto desglosado, con detalle de los distintos conceptos que integran la oferta económica.

La documentación técnica presentada no podrá exceder de diez (10) páginas, redactadas en letra Times New Roman, tamaño 12 e interlineado 1,5. A estos efectos, no computarán la portada, el índice ni los currículos del personal adscrito al contrato.

Junto con la oferta, las entidades licitadoras deberán presentar una Declaración Responsable, firmada electrónicamente por la persona con capacidad suficiente para representar a la entidad, conforme al modelo que se incorpore al anuncio de licitación.

El plazo y la forma de presentación de las ofertas se establecerán en el correspondiente anuncio de licitación, que será publicado en la página web de la FEMP. No se admitirán ofertas presentadas fuera del plazo o por medios distintos de los expresamente previstos en dicho anuncio.

Se valorará positivamente la aportación de referencias o casos de éxito acreditados en servicios similares, especialmente aquellos desarrollados para destinos turísticos, administraciones públicas, asociaciones sectoriales, redes de municipios o proyectos de promoción territorial.

La presentación de una oferta implica la aceptación de las condiciones establecidas en el presente documento y no generará derecho alguno a favor de las entidades licitadoras hasta que, en su caso, se produzca la adjudicación del contrato.

12.- 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. Criterios evaluables mediante juicio de valor (70 puntos)

A.1. Propuesta técnica y estrategia de comunicación (hasta 30 puntos)

Se valorará la calidad, coherencia y adecuación de la propuesta presentada para el cumplimiento de los objetivos definidos en el contrato.

En particular se tendrá en cuenta:

- Adecuación de la estrategia digital a los objetivos de la Red de Villas Termales.
- Propuesta de posicionamiento y línea editorial.
- Adaptación de los contenidos a los distintos públicos objetivo.

- Coherencia entre acciones, canales y resultados esperados.

A.2. Plan de contenidos y creatividad (hasta 25 puntos)

Se valorará la calidad y viabilidad de la propuesta de contenidos, la creatividad de los formatos y su capacidad para generar notoriedad, participación y visibilidad dentro de los volúmenes mínimos fijados en el contrato. No se valorará el mero incremento cuantitativo de piezas por encima de dichos mínimos.

Se considerarán especialmente:

- Diversidad de formatos propuestos.
- Innovación en la presentación de contenidos.
- Uso de recursos audiovisuales.
- Propuestas para incrementar la participación de los asociados.

A.3. Metodología de trabajo y seguimiento (hasta 15 puntos)

Se valorará:

- Sistema de planificación y validación de contenidos.
- Herramientas de gestión colaborativa propuestas.
- Sistema de seguimiento y evaluación de resultados.
- Capacidad de respuesta y coordinación con la FEMP.

B. Criterios evaluables mediante fórmulas (30 puntos)

B.1. Oferta económica (hasta 30 puntos)

Se otorgará la máxima puntuación a la oferta económica más baja admitida.

La puntuación del resto de ofertas se calculará mediante la siguiente fórmula:

$$P = (\text{Oferta más baja} / \text{Oferta valorada}) \times 30$$

Donde:

- P = puntuación obtenida.
- Oferta más baja = oferta económica más baja admitida.
- Oferta valorada = oferta económica objeto de valoración.

Cláusula de desempate.

En caso de empate entre dos o más ofertas, tendrá preferencia la propuesta que obtenga mayor puntuación en el criterio A.1. Propuesta técnica y estrategia de comunicación.

Si persistiera el empate, se atenderá sucesivamente a la mayor puntuación obtenida en:

1. Plan de contenidos y creatividad.
2. Metodología de trabajo y seguimiento.
3. 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 mayor puntuación total.