

Referencia:	2021/00010722Q
Asunto:	CONTRATO SERVICIOS PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA EL CONTRATO DE SERVICIO DE ELABORACIÓN DE PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA

I. OBJETO DEL CONTRATO

El presente contrato tiene por objeto la elaboración del Plan Estratégico de Turismo de Fuerteventura, que permita disponer de un análisis del sector y su diagnóstico, definir medidas y acciones de recuperación a corto plazo y establecer las líneas estratégicas de actuación y sus indicadores, con la máxima participación de los agentes económicos y sociales implicados, lo que comprende las siguientes prestaciones:

- Elaboración de un diagnóstico estratégico, mediante un análisis del contexto turístico, que aporte conocimiento exhaustivo de la realidad del sector turístico insular y el entorno, y permita identificar productos y recursos turísticos, y oportunidades de negocio.
- Elaboración de un Plan Estratégico Turístico que establezca objetivos, ejes estratégicos y programas de actuación, con los correspondientes indicadores que permitan evaluar su cumplimiento y/o corregir desviaciones, que contenga:
 - Propuesta de medidas de actuación a corto plazo, para la más inmediata y eficaz reactivación del sector.
 - Definición de líneas estratégicas de actuación, en cuanto a mercados, internacionalización, digitalización, posicionamiento, promoción, etc.
- Plan de marketing 2022
- Elaboración de un documento de síntesis del Plan Estratégico de Turismo de Fuerteventura, y acción de comunicación final.
- Participación de los principales agentes económicos y sociales del sector en las distintas fases del proceso de diagnóstico y elaboración del Plan Estratégico.

El objetivo que se persigue es establecer los hitos a alcanzar en relación al turismo, y disponer de un instrumento de planificación y seguimiento que permita identificar las necesidades actuales y futuras, y el modelo de actuación más óptimo, definiendo un conjunto coordinado de programas y acciones que sitúen a Fuerteventura en una posición adecuada para la consecución de los objetivos propuestos, mediante la toma de decisiones eficientes desde la información y el conocimiento.

II. DESCRIPCION DE LOS SERVICIOS OBJETO DEL CONTRATO

- Elaboración de Diagnóstico estratégico.
- Realización de un análisis del contexto turístico insular, mediante el estudio del entorno, la oferta y la demanda, debiendo incluir:
 - Análisis del sector turístico insular, y comparativa con el resto de islas del archipiélago y principales competidores, que contemple:
 - Análisis de la oferta, los recursos y actividad turística, tejido empresarial, recursos humanos, empleo.

- Análisis territorial y de infraestructuras, desde el punto de vista de la conectividad, movilidad, accesibilidad, etc.
 - Análisis del posicionamiento y estrategia de promoción del destino en el contexto.
 - Análisis de la demanda y principales segmentos de actividad, las tendencias y cambios en el comportamiento de la demanda, principales mercados emisores y el consumidor.
- Inventariado y evaluación de los recursos y servicios turísticos insulares, a través de fichas individuales.
 - Inventariado de recursos, infraestructuras y servicios turísticos, públicos y privados: alojamiento, restauración, transporte, oferta complementaria: deportiva, cultural, de naturaleza, patrimonio, expositiva, eventos, salud, experiencias, etc., proveedores turísticos receptivos.
 - Análisis del uso actual de los recursos turísticos.
 - Análisis de la oferta integral del destino para su adaptación a la digitalización.
 - Segmentación de recursos y servicios turísticos, de acuerdo a los criterios de producto y cliente.
 - Creación de base de datos actualizada
 - Elaboración del Plan Estratégico Turístico.

Debe establecer objetivos, ejes estratégicos y programas de actuación, con los correspondientes indicadores que permitan evaluar su cumplimiento y/o corregir desviaciones.

- Definir los elementos y procesos estructurales del modelo turístico insular.
- Elaboración de DAFO de balance, identificando los aspectos sobre los que se articulará la estrategia.
- Identificación y evaluación de recursos susceptibles de conversión en productos turísticos, segmentado por perfiles, productos turísticos y mercados.
- Exploración de nuevos nichos de mercado a partir de los recursos identificados en el destino, segmentado por perfiles, productos turísticos y mercados.
- Tendencias del entorno internacional. Análisis de las tendencias relevantes internacionales y definición de retos de futuro, considerando factores como cambios demográficos y situación económica de los mercados emisores.
- Definición de líneas estratégicas de actuación, en cuanto a mercados, internacionalización, digitalización, posicionamiento, promoción, etc. debiendo abarcar al menos las siguientes:
 - Creación de productos y generación de experiencias, adaptados a los perfiles y mercados potenciales en los que el destino tiene capacidad de atracción.
 - Puesta en valor de la oferta complementaria y la oferta gastronómica. Vinculación del destino a marcas que potencien los valores de ecoturismo.
 - Digitalización, conocimiento e inteligencia turística. Aprovechar las oportunidades que la digitalización y la tecnología aportan al desarrollo turístico.
 - Desarrollo del destino inteligente. Avanzar en la toma de decisiones basadas en la información y el conocimiento
 - Internacionalización turística. Capacidad de las empresas y profesionales del sector turístico insular para incorporarse a nuevos eslabones de la cadena de valor turística.
 - Sostenibilidad ambiental del destino. El cuidado y la conservación del medio ambiente y el entorno constituye hoy un factor de diferenciación y competitividad de empresas y destinos, a través de buenas prácticas e innovaciones ambientales para el sector.

- Infraestructuras y renovación del espacio turístico.
- Adopción de soluciones globales: uso de redes de comunicación inteligentes, eliminación del papel en la promoción turística, implantación de energías renovables en el consumo turístico, aprovechamiento líneas de apoyo europeas...
- Posicionamiento, promoción y comercialización del destino, teniendo presente la innovación y digitalización, y la necesaria capacidad de adaptación en un sector donde las tendencias son volubles en función de variables y circunstancias exógenas.
- Fomento de la coordinación de actuaciones públicas y privadas en materia turística, y establecimiento de un sistema permanente de comunicación y coordinación con el sector turístico.

Los ejes estratégicos deben concretar los programas o acciones que los componen, definidos de forma que sea posible su máxima concreción, y estableciendo una metodología que permita la priorización de las mejores iniciativas en función de su carácter de realizables, toda vez que el objetivo del Plan Estratégico es disponer de una relación de acciones y programas viables a desarrollar en los próximos años.

Se deben definir indicadores de logro de cada una de las acciones y para el Plan Estratégico en su conjunto, debiendo permitir medir el progreso y las desviaciones que se produzcan.

- Propuesta de medidas de actuación a corto plazo.

Se propondrán, de acuerdo al análisis de los datos, las líneas de actuación definidas y las prioridades establecidas, propuestas de acciones a corto plazo que, en un sector cambiante como el turístico, ante circunstancias adversas sobrevenidas, permitan afrontar a corto plazo la recuperación del sector.

- Plan de marketing 2022

Que, de acuerdo a la información y el conocimiento que aporten el Diagnóstico estratégico y el Plan estratégico, y de forma coherente y coordinada con los resultados que arrojen ambos documentos, las tendencias identificadas, los ejes estratégicos definidos y las líneas de actuación y las acciones propuestas, formule una estrategia global de marketing que contemple:

- Posicionamiento del destino.
- Definición del público objetivo.
- Estrategias de promoción y comercialización.

El plan debe identificar distintas estrategias en función del:

- Público objetivo
- Productos y segmentos turísticos
- Mercados, diferenciando entre los identificados como consolidados en el desarrollo del presente estudio, y en los que se estimen emergentes o potenciales.

El plan de marketing tendrá presente la innovación, digitalización, y la necesaria capacidad de adaptación a un sector donde las tendencias son volubles en función de variables y circunstancias exógenas.

- Participación de los principales agentes económicos y sociales del sector

La realización de este análisis, definición de líneas estratégicas y propuesta de acciones requiere de la opinión de los agentes económicos y sociales implicados en el turismo, implementando un sistema de escucha al sector, mediante un proceso de encuestas y entrevistas con agentes clave y coordinando un proceso de debate sobre la situación actual del principal motor de la economía insular, consolidando la participación del sector en las distintas fases de elaboración tanto del Diagnóstico como del Plan Estratégico.

- Elaboración de un documento de síntesis del Plan Estratégico de Turismo de Fuerteventura, y acción de comunicación final.

Se deberá elaborar y entregar un documento de síntesis y un informe de conclusiones de los resultados de los trabajos de elaboración del Diagnóstico y Plan Estratégico de Turismo de Fuerteventura, que permita conocer de forma simplificada los principales datos obtenidos y líneas de actuación definidas.

Este documento de síntesis y conclusiones, una vez recibido y aprobado por el Cabildo de Fuerteventura, debe ser objeto de una acción de comunicación final que permita la divulgación de dichas conclusiones, de forma que se favorezca el conocimiento y la concienciación general sobre las líneas estratégicas de actuación a seguir en un sector transversal y fundamental en la economía de Fuerteventura, lo que contribuirá a la consecución de los objetivos fijados.

Los licitadores deben proponer una estrategia de comunicación eficaz, que incluirá al menos una presentación del diagnóstico, conclusiones y líneas estratégicas definidas a los agentes del sector turístico insular, y acciones generales de divulgación que fomenten su conocimiento, teniendo en cuenta el uso de Internet y redes sociales como canales de información.

III. DOCUMENTACION A ENTREGAR

- Documento de Diagnóstico estratégico del destino Fuerteventura
- Documento del Plan Estratégico de Turismo de Fuerteventura
- Documento del Plan de Marketing 2022
- Relación de acciones, y criterios para su selección y priorización.
- Documento de síntesis y conclusiones

Los estudios y documentos objeto de este contrato se entregarán en soporte papel, por duplicado, acompañado de soporte informático que permita su tratamiento posterior.

Durante el desarrollo de los trabajos, será obligación del contratista entregar cuanta información le sea requerida por el Cabildo de Fuerteventura para comprobar la buena ejecución del mismo.

V. CONDICIONES DEL CONTRATO

El contratista vendrá obligado a aportar, para la realización del trabajo, el equipo humano, los medios técnicos y de organización que sean necesario, siendos estos, como mínimo, los comprometidos en su oferta.

El Cabildo de Fuerteventura, y el Patronato de Turismo de Fuerteventura, facilitarán al contratista cuanta información disponga relacionada con las materias objeto del presente trabajo. Toda la información que proporcione es propiedad del Cabildo de Fuerteventura y no podrá ser utilizada en futuros trabajos, ya sea como referencia o como base de los mismos, a menos que se cuente con la autorización expresa y escrita del Cabildo de Fuerteventura.

VI. CONFIDENCIALIDAD

Toda la información a la que tenga acceso el contratista con ocasión de la ejecución del contrato tiene carácter confidencial. El contratista, así como el personal por él asignado a la ejecución del contrato, no pueden utilizar para sí, ni proporcionar a terceros, dato o información alguna de los trabajos contratados o a la que tengan acceso con ocasión de la ejecución, sin autorización escrita del Cabildo de Fuerteventura, estando, por tanto, obligado a poner todos los medios a su alcance para conservar el carácter confidencial y reservado tanto de la información como de los resultados obtenidos del trabajo realizado.

VII. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS REALIZADOS

Todos los documentos y resultados de los trabajos realizados (y en particular los productos de software, utilidades, etc.) objeto del presente contrato serán propiedad del Cabildo de Fuerteventura, que podrá reproducirlos o divulgarlos total o parcialmente, en la medida que crea conveniente, sin que pueda oponerse a ello el adjudicatario alegando sus derechos de autor.

Será obligatorio que la empresa adjudicataria informe al Cabildo de Fuerteventura de todos los métodos usados para los cálculos y estudios que deriven del presente trabajo con el objeto de que sea replicable en el futuro.

VIII. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución de los trabajos es de tres (3) meses desde la formalización del contrato.