

## CONVOCATORIA PARA LA CREACIÓN DE LA IDENTIDAD DE PUNTA DEL ESTE

REF. BP - IDENTIDAD

---

### I. INFORMACIÓN GENERAL

---

“PUNTA DEL ESTE CONVENTION & VISITORS BUREAU” es una Asociación Civil sin fines de lucro con sede en Punta del Este, Departamento de Maldonado, Uruguay. La misma ejerce su función como una Organización de Gestión de Destino (OGD) y tiene por objeto básico y permanente atraer, generar y estimular el turismo en todos sus aspectos, procurando la captación y realización de eventos, congresos y ferias, nacionales e internacionales, principalmente los de naturaleza empresarial y de negocios, técnica, científica, cultural y de entretenimientos, así como promover el turismo de ocio en todos los segmentos de la demanda y destinado a visitantes de todas las nacionalidades para la ciudad de Punta del Este. Actúa como órgano de apoyo y dinamización junto al mercado y a los diversos sectores ligados al segmento del turismo, posibilitando el desarrollo, la articulación y la difusión de la actividad empresarial y de negocios, cultural, científica, tecnológica, artística y de entretenimientos de la ciudad de Punta del Este, estimulando e incrementando el flujo turístico de cualquier naturaleza, potenciando a su vez distintos productos turísticos que permitan facilitar la consolidación de Punta del Este como un destino turístico de excelencia, sostenible los 365 (trescientos sesenta y cinco) días del año.

En 2018 **Punta del Este Bureau** recibe la Certificación OGD por parte de la Organización Mundial de Turismo, validando su propósito y la calidad de su plan operativo para el quinquenio 2020-2025.

En diciembre 2019, **Punta del Este Bureau** obtiene un financiamiento del Fondo Bienes Públicos Regionales de la ANDE para el proyecto “Puesta en marcha del Plan Estratégico de Turismo de Punta del Este” en el cual la Universidad Católica del Uruguay es entidad ejecutora.

Al cabo de este proyecto se espera haber definido las bases para mejorar la experiencia de Punta del Este como destino, a través de la definición de su identidad y la construcción de una plataforma online de captación de interés de potenciales visitantes y residentes.

Como parte del proceso de diseño de la experiencia del destino, se han llevado a cabo varias instancias de trabajo. En primer lugar, se ha realizado un diagnóstico en el desarrollo de la **certificación UNWTO-QUEST**, que incluyó una consultoría con expertos en la gestión de destinos turísticos, y un proceso de auditoría. Además, se han realizado talleres con los propios actores público-privados y de la sociedad civil del destino, recabando aprendizajes, iniciativas, casos de éxito y oportunidades de mejora.

Por último, se han realizado encuentros con referentes en el área de comunicación y tecnología, analizado casos internacionales y participado de encuentros con otros Bureaus del mundo, para conocer las últimas tendencias y casos de éxito.

Dentro del proyecto de Puesta en Marcha respaldado por ANDE, están presentes dos actividades para lo cual se abren dos llamados.

- Definir la identidad de Punta del Este como destino turístico, como corolario de un trabajo de análisis y co-creación para establecer su narrativa, el posicionamiento del destino, y otros elementos clave como el brand voice.
- Construir un portal web que materialice la identidad y potencie la experiencia del visitante de Punta del Este en el medio online, como lugar de referencia donde confluyan sus necesidades antes, durante y luego de su estadía.

El **Punta del Este Bureau** en su rol como Organismo Gestor de Destino tiene como objetivo la definición de la marca e identidad de Punta del Este.

Este asunto ha sido objeto de numerosos encuentros, intercambios y debates entre los diversos actores, coincidiendo que Punta del Este es una marca en sí misma, que por sus múltiples facetas ha sido difícil construir un posicionamiento claro, pero conscientes que aun así con solo nombrarla denota valores de tipo aspiracional e inspiracional. Jerarquiza su acompañamiento, y es fácilmente reconocible como una ciudad con diversidad de experiencias que responden a múltiples exigencias por parte de los turistas. Ofrece un sinfín de estilos de vida enriquecidos por las particularidades de la población local, que se caracteriza por su trato amable y vocación de colaborar y recibir a los visitantes. Resumiendo, el conjunto de acciones de marketing determinadas para el trabajo de las diferentes experiencias turísticas, pretenden contribuir a un posicionamiento que reúna los valores de la identidad de marca que define Punta del Este y esté presente en cada producto.

Al cabo de este proyecto se pretende haber definido la marca, identidad y Brand voice del destino, valorizando sus atributos y atractivos, capaz de mostrar su valor diferencial, y unificando las voces de los actores público-privados, en especial, la de sus propios habitantes.

En este sentido, se resaltarán no solo las cualidades geográficas de Punta del Este sino la de sus propios habitantes, que por nacimiento o elección han ido construyendo este territorio, conscientes de la importancia de no perder su esencia. Lo mencionado anteriormente se alinea a la visión compartida en el diagnóstico "Punta del Este, reconocido como destino internacional inteligente y sostenible que brinda diversidad de experiencias de calidad y excelencia, procurando la constante disposición al cambio y la cooperación de todos los actores comprometidos, en el marco de los principios éticos que rigen la actividad turística".

---

## II. OBJETIVO DEL LLAMADO

---

El objeto del llamado es la contratación de Servicios para la **creación de la Identidad de Punta del Este.**

---

## III. DESCRIPCIÓN

---

### III.1 Propósito

Identificación de los valores de la identidad y narrativa del destino, con el propósito de brindar una visión compartida de lo que debe incluir o excluir esta imagen objetivo, como compromiso consensuado de los actores públicos, privados y de la sociedad civil, en la forma que van a contribuir en el desarrollo de la oferta del destino, con plena conciencia del triple impacto a futuro (social, medioambiental, económico)

### III.2 Principales necesidades que resolverá el desarrollo de la Identidad de Punta del Este

- **Singularidad** - Identificar y definir el carácter único y distintivo de Punta del Este.
- **Autenticidad** – Mantener la coherencia entre estos tres elementos: la singularidad del lugar, la imagen proyectada y el diseño de experiencias únicas, personalizadas y co-creadas.
- **Memorable** – Hacer foco en marketing de experiencias
- **Co-Creación** – Ejercer la articulación y gobernanza de los actores del destino.
- **Place Making** – Acompañar la estrategia integral para cautivar la atención y los corazones de los visitantes, desde inversiones hasta acciones simbólicas.

---

#### IV. PRODUCTOS A DESARROLLAR

---

Los interesados en el llamado deberán desarrollar:

- Manual conceptual de identidad
- Identidad visual, eslogan o lema, palabras clave y dominios
- Brand Voice
- Decálogo de identidad del ciudadano
- Definir un pacto de compromiso de los *stakeholders* para el buen ejercicio de la identidad.

---

#### V. PROPIEDAD INTELECTUAL

---

Los derechos de autor, de la marca y otros elementos en el marco de esta contratación, así como cualquier otro derecho intelectual, pertenecerán exclusivamente al BUREAU.

Los trámites y gastos de registro de propiedad intelectual incluidos dominios serán gestionados por el Bureau, al finalizar el trabajo.

La agencia sí se acertará e incluirá los gastos de búsqueda de antecedentes fonéticos en el MIEM.

La información a la cual accederá el adjudicatario para el desarrollo del proyecto será de carácter confidencial.

---

#### VI. METODOLOGÍA DE TRABAJO

---

La metodología de trabajo será propuesta por el proveedor, en base al cronograma estipulado en el siguiente punto.

Dado que estamos planteando un contrato de Proyecto Cerrado (en alcance y costo), en caso de ser necesario algún cambio en los requerimientos aquí propuestos, el mismo se hará de común acuerdo.

---

## VII. PLAZOS

---

Detallamos en el siguiente cuadro, cronograma de planificación:

Cronograma para el Proyecto de Identidad	
Apertura	18/09/20
Cierre convocatoria	15/10/20
Adjudicación proveedor	23/10/20
Inicio diseño identidad	30/10/20
Concluir y entrega trabajo	31/01/21

El proveedor podrá proponer alternativas a estas fases si considera necesario.

El proveedor adjudicado deberá tener disponibilidad para comenzar la ejecución en forma inmediata a la notificación de la adjudicación, la cual será máximo a los 10 días del cierre de la convocatoria.

---

## VIII. CONDICIONES DE CONTRATACIÓN Y FORMA DE PAGO

---

El monto total del proyecto tendrá un tope máximo de **\$ 430.000** (pesos uruguayos cuatrocientos treinta mil) por todo concepto.

El proveedor seleccionado facturará por sus servicios y estará bajo la responsabilidad de la Coordinadora del Proyecto, quién será la que otorgue el visto bueno para la liberación del pago de los honorarios.

La forma de pago será contra entrega de producto de acuerdo a lo siguiente:

- 20% contra entrega de un Plan de Trabajo, especificando la metodología a seguir, el cronograma correspondiente, y las consideraciones que se entiendan relevantes de cada actividad a realizar.
- 50% en la mitad del tiempo estipulado si se cumple con el cronograma
- 30% en la entrega del trabajo finalizado

---

## IX. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

---

Los interesados en la convocatoria deberán presentar sus propuestas conteniendo:

- Datos generales de la empresa incluyendo nombre y residencia fiscal del proveedor principal, otros miembros del consorcio, si los hay (nombre y nacionalidad). En caso de ser una empresa extranjera, la eventual retención de impuestos correrá por cuenta del proveedor.
- Metodología de Trabajo y Cronograma
- Antecedentes de la empresa y experiencia en trabajos similares anteriores, con al menos 3 referencias.
- Formación y experiencia relevante, del equipo de trabajo asignado al proyecto (por medio de Currículum Vitae); explicitando antecedentes. El proveedor que resulte contratado se compromete a mantener el nivel del equipo en caso de que alguno de sus integrantes, por la razón que sea, se vea imposibilitado de continuar participando de este proyecto.
- Propuesta económica expresada en pesos uruguayos, si ésta divergiera del presupuesto total asignado.

---

## X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

---

Para la evaluación de los proponentes se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- Antecedentes y experiencia de la empresa en desarrollo de Marcas
  - Formación y experiencia del equipo de trabajo presentado
  - Detalle de la propuesta y alcance del proyecto
  - Metodología de trabajo
  - Cronograma de trabajo
-

## XI. PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

---

Los interesados en la convocatoria deberán presentar sus propuestas vía mail a [coordinacionbp@ucu.edu.uy](mailto:coordinacionbp@ucu.edu.uy)

El plazo para presentar las propuestas vence el **Jueves 15 de Octubre a las 17:00 hs.**