



Junta de Andalucía

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A. PARA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS CONSISTENTES EN PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN EL MARCO DE LA CAMPAÑA DE MARKETING DIGITAL INTERNACIONAL "SEVILLA ENAMORA", ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DIGITAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE "SEVILLA ENAMORA" MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO DE VALOR ESTIMADO INFERIOR O IGUAL A 100.000 EUROS NO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA. LICITACIÓN ELECTRÓNICA (SIREC).

Expediente: C101-06PH-0723-0057

Título: PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN EL MARCO DE LA CAMPAÑA DE MARKETING DIGITAL INTERNACIONAL "SEVILLA ENAMORA", ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DIGITAL.

Código CPV: 79341000-6

1. OBJETO Y MEMORIA JUSTIFICATIVA

El objeto del presente pliego es fijar las prescripciones técnicas para la contratación, por procedimiento abierto, de la prestación de servicios para la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante Turismo y Deporte de Andalucía) de agencia de publicidad, de conformidad con el art. 13 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, para la PLANIFICACIÓN, COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS Y EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN/ MARKETING DIGITAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE "SEVILLA ENAMORA" A NIVEL INTERNACIONAL.

Se tratará de una campaña de promoción turística de la provincia de Sevilla "Sevilla Enamora" en los siguientes medios de los países de Francia, Reino Unido, Alemania, Italia y Marruecos.

- 1.1 Acciones publicitarias con OTA's/ Metabuscadores: Este procedimiento se apoya en el establecimiento de vías de comunicación directas con el turista potencial a nivel internacional de los mercados emisores a través de la campaña "Sevilla Enamora".
- 1.2 Principales medios de comunicación digitales especializados "Travel & Tourism" de los mercados emisores.
- 1.3 Publireportajes específicos del destino.

2. CONTENIDO

2.1 Ámbito y Público destinatario

Las acciones de comunicación y promoción se desarrollarán, con carácter general, en el ámbito internacional, en Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Marruecos.

El público objetivo destinatario será aquel que visite los diferentes portales o plataformas turísticas.



Se le facilitará a la empresa adjudicataria los diferentes soportes y adaptaciones de la campaña (puede darse el caso de tener que adaptar algunas medidas en base a las plataformas/webs), con la antelación suficiente para elaborar la planificación de soportes.

2.2 Objetivos y mensajes

Los objetivos y mensajes de esta campaña serán determinados por Turismo y Deporte de Andalucía y Prodetur MP SAU.

- Conectar la provincia de Sevilla con los principales públicos objetivos, generando un interés por viajar y conocer nuestro destino.
- Informar que la provincia de Sevilla tiene un carácter acogedor y que tal y como muestra la campaña de comunicación "Sevilla Enamora", genera un sentimiento de pertenencia al propio destino.
- Diferenciar el destino provincia de Sevilla, de otros destinos con características similares y posicionarse como el próximo viaje que realice el usuario.
- Aumentar la cuota de mercado del turismo en los principales mercados emisores de turistas a la provincia de Sevilla, como son Francia, Reino Unido, Italia, Marruecos y Alemania.
- Propiciar la llegada de turistas a la provincia de Sevilla, durante todo el año (desestacionalización)
- Posicionar la imagen de marca de la provincia de Sevilla, como destino moderno, sostenible y auténtico.
- Captar turistas con una mayor capacidad de gasto.
- Incrementar la estancia del turista en la provincia de Sevilla.

2.3 Periodo de campaña

1 mes.

2.4 Trabajos a realizar

- Planificación, reserva y compra de espacios publicitarios.
- Mediación, en usuarios únicos y cursado a los distintos soportes de las acciones de comunicación que se vayan a realizar, por un tercero.
- Ejecución de los planes de medios y seguimiento de las acciones de comunicación a través de informes de activación, de seguimiento y post-acción, en los que se analicen los resultados, así como la audiencia, impacto y cobertura alcanzada. Dichos deberán ser entregados a Turismo y Deporte de Andalucía y Prodetur MP SAU.
- Distribución de las piezas que conformen la acción de comunicación, en aquellos casos en que se requiera.

3. PARÁMETROS BÁSICOS DE PLANIFICACIÓN

Para alcanzar la máxima eficacia, las empresas adjudicatarias deberán atenerse a criterios técnicos en lo relativo a la planificación de medios y soportes de comunicación, de acuerdo con el público objetivo y táctica de medios, dentro de las limitaciones económicas fijadas.

Deberán ser portales y medios de comunicación especializados en viajes que operen en Internet en alguno o todos de los mercados anteriormente mencionados.



La planificación se desarrollará referente a la prestación de servicios de operadores turísticos digitales para el desarrollo de acciones de mercadotecnia y comunicación que repercutan en los mercados anteriormente mencionados y según los segmentos en cuestión.

4. CONDICIONES GENERALES:

En su debido momento, por Prodetur MP SAU se facilitará a la Empresa adjudicataria una copia original de cada pieza creativa y, en el idioma correspondiente, para la difusión en los medios, debiendo realizar ésta las copias de emisión y el envío en caso de ser necesario.

En cada acción de comunicación, el adjudicatario deberá elaborar el correspondiente plan de medios en función del presupuesto máximo que se le indique, de los objetivos de comunicación y del público objetivo, habiendo de aportar dicho plan en un plazo máximo de 5 días desde su solicitud (salvo que se hubiera ofertado otro plazo inferior).

Propondrá los soportes y su presupuesto, una vez analizadas las audiencias y su adecuación al producto a anunciar, su penetración y rentabilidad, con el objetivo de optimizar la inversión publicitaria.

Previo y durante la realización de los trabajos objeto de la presente contratación, Turismo y Deporte de Andalucía podrá efectuar cuantas sugerencias y propuestas de modificación se consideren necesarias sobre la planificación de medios propuesta, cuando así lo requieran las necesidades de la campaña para su buen funcionamiento.

La empresa adjudicataria, en el caso de que algún soporte conllevara cambios que afectarán a su audiencia o ante cualquier otra incidencia debidamente justificada, deberán adaptar la planificación propuesta, previo informe y consulta a Turismo y Deporte de Andalucía y Prodetur MP SAU.

De forma general, cualquier cambio en la planificación, debido a causas extraordinarias y ajenas a la empresa adjudicataria, deberá ser comunicado previamente a Turismo y Deporte de Andalucía, a la mayor brevedad posible, para la aprobación de la propuesta alternativa presentada por la misma.

La empresa adjudicataria se obligan a asumir el 100% de costes sobrevenidos no imputables a las partes.

La empresa adjudicataria deberá presentar informes de seguimiento durante la acción y al finalizar la acción, con el fin de garantizar que los objetivos iniciales se están cumpliendo, así como un informe final donde se muestre que los objetivos iniciales establecidos han sido cumplidos.

Finalizada cada acción de comunicación, el adjudicatario deberá remitir un informe de ejecución, evaluando su rentabilidad y con la información pedida arriba demostrando que la campaña/acción se ha desarrollado de forma planificada y en caso de que hubiera detallado y justificando las derivaciones, de forma que permita estructurar adecuadamente la futura compra de espacios.



5. PRESUPUESTO

El presupuesto destinado para esta Acción Especial es de 100.000 euros más IVA, distribuidos de la siguiente forma:

Reparto por mercados

1. Francia	Presupuesto	25.000 € más IVA
2. Reino Unido	Presupuesto	25.000 € más IVA
3. Alemania	Presupuesto	20.000 € más IVA
4. Italia	Presupuesto	15.000 € más IVA
5. Marruecos	Presupuesto	15.000 € más IVA

En Málaga a 21 de septiembre de 2023