# PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE SERVICIOS PARA EL MANTENIMIENTO, ACTUALIZACIÓN Y DINAMIZACIÓN DEL PORTAL DE TURISMO DE EUSKADI DURANTE EL AÑO 2022 (TCC 2022-01).

## 1.- INTRODUCCIÓN

En el presente documento se especifican las instrucciones de carácter técnico que han de regir la ejecución de la prestación del contrato del servicio de mantenimiento, actualización y dinamización del portal de turismo durante el año 2022, de conformidad con los requisitos que para los contratos de servicios establece la Ley de Contratos del Sector Público.

## 2.- ESTRATEGIA

Partimos de una serie de contextos sobre los que sustentar la licitación que se tramita. Por un lado, la realidad social en la que cada vez son más las personas usuarias de las nuevas tecnologías y con perfiles muy diversos en cuanto a edad, procedencia, situación económica, etc. Por otro lado, desde el Gobierno Vasco se vienen promoviendo actuaciones encaminadas a potenciar la incorporación plena de la sociedad vasca a la Sociedad de la Información, poniendo al servicio de las personas el nuevo e importante espacio digital. El portal de turismo es buena prueba de ello.

La necesidad de actualizar y dinamizar el portal de turismo y las redes sociales asociadas al mismo justifica esta licitación. Teniendo en cuenta que nos encontramos ante un nuevo paradigma turístico, la empresa adjudicataria deberá realizar su trabajo basándose en la nueva estrategia vasca de turismo que se plasmará en el futuro Plan Estratégico del Turismo Vasco 2021-2025.

En efecto, la crisis originada por la COVID-19 ha lastrado el crecimiento del turismo en el ámbito mundial y Euskadi se ha visto igualmente afectada. El escenario al que nos enfrentamos está marcado por la necesidad de una recuperación turística que tiene como base una industria turística y de ocio claramente mermada por la pandemia. Estos condicionantes suponen un reto que obliga a combinar estrategias de captación de mercados viables junto con acciones de recuerdo encaminadas a la recuperación de mercados emisores lejanos.

Euskadi ha apostado por un modelo de turismo sostenible basado en la gobernanza, la inteligencia turística, la digitalización, la calidad y la competitividad, lo que ha permitido un crecimiento sostenido y sostenible, con una clara tendencia a la desestacionalización.

El futuro Plan Estratégico del Turismo Vasco 2021-2025 identificará líneas y acciones clave que, a grandes rasgos, pivotarán sobre 3 ejes fundamentales: sostenibilidad, digitalización e innovación. Junto a ello, se apuesta por la consolidación de Euskadi como destino turístico inteligente en aras a lograr mayor competitividad. En este sentido hemos de destacar que nos encontramos ante una etapa de disrupción tecnológica y nuevas demandas que exigen transitar hacia modelos de digitalización e innovación.

*Marca país*

La nueva estrategia vasca de turismo impulsará la promoción de la marca de país "Euskadi Basque Country" asociándola a un destino turístico seguro, acogedor, sostenible, variado y responsable, desarrollando acciones para vincular Euskadi con los atributos asociados a un turismo excelente, inteligente y competitivo.

*Diversificación, turismo de naturaleza y sostenibilidad*

Se impulsará la excelencia en la oferta turística de Euskadi vinculada a la diversificación del destino asociada a sus singularidades y su correspondencia con la oferta gastronómica, enológica, rural, deportiva y cultural, así como la promoción del turismo de naturaleza, el turismo industrial, familiar, de compras, responsable, de bienestar o de negocio.

Se dotará de mayor peso a los recursos de naturaleza ya que, como afirman los expertos, el turismo de naturaleza se va a convertir en una de las motivaciones principales para viajar tras la pandemia y el ecoturismo es un sector turístico claramente al alza.

Dentro de la estrategia encaminada a la promoción de productos y experiencias turísticas sostenibles, se apuesta por posicionar Euskadi como destino de naturaleza y sostenible mediante el impulso de productos turísticos relacionados con la naturaleza y el ecoturismo como el cicloturismo, uno de los sectores con mayor potencial de crecimiento en los próximos años.

En efecto, el cicloturismo abarca diversas vertientes de la apuesta turística de Euskadi. Allí donde utiliza las vías verdes, supone un aprovechamiento de espacios en desuso y una puesta en valor de nuestro patrimonio cultural y memoria industrial. Asimismo, fomenta el turismo activo relacionado con la naturaleza y el respeto al medio ambiente. Y, finalmente, favorece tres pilares fundamentales de la sostenibilidad turística: la

distribución del turismo por todo el territorio, el alargamiento de la estancia y la desestacionalización, impulsando zonas que menos flujos reciben, como son el turismo de interior y los recursos menos conocidos. Contribuye, además, a un desarrollo equilibrado, de protección del patrimonio natural y cultural, de fomento de la economía local y, en esencia, de implicación del turista en el destino. El objetivo es fomentar un turismo sostenible que contribuya al enriquecimiento del país, no sólo desde un punto de vista económico, sino también cultural y social.

## 3.- OBJETO

El objeto de la licitación que se tramita es la actualización y creación de nuevos contenidos y secciones y dinamización del portal de turismo de Euskadi y de las redes sociales asociadas al mismo, así como la dinamización y asesoramiento a los establecimientos de alojamiento turístico y a las oficinas de turismo de la Red Itourbask a través de la aplicación de recursos turísticos Gaurkotu.

Así, el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo está interesado en el mantenimiento, actualización y dinamización del Portal de Turismo en internet, con contenidos propios en euskera, castellano, inglés, francés y alemán a fin de configurar un canal de comunicación temático que cumpla con los objetivos arriba enunciados.
Se debe destacar la realización de diferentes acciones que den dinamismo al portal de turismo https://turismo.euskadi.eus y, por lo tanto, implican un mayor número de visitas.
En este ámbito hay que resaltar las siguientes acciones:

1.- Actualización constante de la oferta turística de Euskadi en el portal de turismo.
2.- Ofrecer al visitante productos turísticos concretos.
3.- Mostrar al visitante una imagen atractiva de Euskadi.

Con el fin de dar cobertura a estas líneas de actuación la empresa adjudicataria deberá realizar un trabajo constante en la actualización de destacados, imágenes, textos, etc. y en la búsqueda de noticias, nuevas experiencias y productos turísticos, eventos, etc., de manera que el portal de turismo de Euskadi sea un sitio dinámico y actualizado.

## 4.-CONTENIDOS

La empresa adjudicataria deberá encargarse de la actualización, dinamización y edición del actual portal de turismo. Para ello llevará a cabo diversos trabajos, tales como la generación de nuevos recursos y eventos de agenda en cinco idiomas, actualizaciones mensuales de las imágenes o destacados de la *home* y *subhomes*, mantenimiento de contenidos y propuestas de nuevas secciones, propuestas de mejora en las secciones

existentes y otras mejoras referentes a agrupación de contenidos, buscadores, accesibilidad, etc. Además, la empresa adjudicataria también deberá realizar la programación de las redes sociales (diseño, redacción y edición de *copies*, elección de imágenes y videos, y publicación) de todas las cuentas de Euskadi Turismo.

La empresa adjudicataria deberá sustituir los contenidos destacados en la *home* o cualquiera de las *subhomes* del portal antes de las 09:30 del día siguiente al que caduquen. Para ello a la empresa adjudicataria se le facilitará el acceso desde sus propias instalaciones a las siguientes aplicaciones informáticas: Gestor de contenidos y portales del Gobierno vasco euskadi.eus; AA30-Portal de turismo; AA80T-Gestor de recursos turísticos; AA80A-Gaurkotu, dirigida a actualizar los contenidos de los alojamientos turísticos y oficinas de turismo de la red de Itourbask. Asimismo, se pondrá a disposición de la empresa adjudicataria cualquier otra infraestructura tecnológica necesaria para la correcta realización de las tareas asignadas.

Es importante que la empresa adjudicataria esté en contacto permanente con el equipo de la Dirección de Turismo y Hostelería y con los informáticos -Ejie- acudiendo a reuniones periódicas para asegurar la correcta marcha del proyecto.

Todos los diseños que realice la empresa adjudicataria deberán tener un diseño adaptable (*responsive design*) ajustándose el diseño a diferentes dispositivos y resoluciones.

Además, todas las páginas, contenidos y diseños deberán cumplir los siguientes puntos:

1.- Adecuación al Decreto 108/2004, de 8 de junio, del Modelo de Presencia de la Administración Pública de la CAE en Internet https://www.euskadi.eus/bopv2/datos/2004/07/0403888a.pdf

   La empresa adjudicataria deberá realizar la maquetación y desarrollo en el entorno proporcionado por las herramientas comunes de euskadi.eus establecidas en el citado Decreto, así como adecuarse a los libros de estilo y pautas establecidas por la Dirección de Atención a la Ciudadanía y Servicios Digitales http://www.euskadi.eus/webzerbitzua

2.- Accesibilidad y adecuación al Real Decreto 1112/2018, de 7 de septiembre, sobre la accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles del sector público https://www.boe.es/buscar/pdf/2018/BOE-A-2018-12699-consolidado.pdf

La Norma Europea EN 301 549 http://www.etsi.org/deliver/etsi_en/301500_301599/301549/01.01.02_60/en_301549v010102p.pdf "Requisitos de accesibilidad adecuados para la contratación pública de productos y servicios TIC en Europa", que ya sido adoptada por UNE en España, establece los requisitos funcionales que garantizarán que los productos y servicios TIC sean accesibles para todas las personas; desde teléfonos móviles hasta ordenadores, pasando por páginas web.

Del mismo modo, el Real Decreto 1112/2018, de 7 de septiembre, establece que todos los contenidos, páginas, documentos y/o aplicaciones deberán cumplir con las Pautas de Accesibilidad de Contenidos Web 2.0 (WCAG 2.1) establecidas por la WAI https://www.w3.org/WAI/ (Web Accessibility Initiative) a nivel AA.

En los siguientes puntos se detallan los trabajos y contenidos a realizar por la empresa adjudicataria.

**4.1.- Redes Sociales.**

En coordinación con la Dirección de Turismo y Hostelería se realizará la dinamización, actualización y mantenimiento de los perfiles de Euskadi Turismo en las diferentes redes sociales en las que está presente Euskadi Turismo: Twitter (@i_euskadi y @VisitBasqueCrty) Facebook (Visit Euskadi y Visit Basque Country), Instagram y el canal Youtube.

Es labor de la empresa adjudicataria la búsqueda de temas de actualidad que resulten relevantes, divertidos o atractivos para las redes sociales.

Por lo que respecta a los criterios lingüísticos, en principio los perfiles en redes sociales deben respetan la realidad lingüística de Euskadi y utilizar las dos lenguas oficiales de nuestra Comunidad. Sin embargo, en las cuentas de Twitter y Facebook de Euskadi Turismo rige una excepción basada en condicionantes específicos determinados por criterios profesionales de promoción y mercadotecnia segmentada de país en nuestros mercados externos.

En los perfiles de Twitter y Facebook la norma se modifica debido a su finalidad comercial y por el *target* del público al que se dirigen:

- Por una parte, Visit Basque Country está enfocada a los turistas y viajeros del mercado internacional que no hablan nuestros idiomas y a los que se les informa en inglés, lengua mayoritaria en el intercambio comercial y cultural a nivel global.

- Por otra parte, el perfil Visit Euskadi opta por castellano ya que realiza una labor de marketing segmentado, en base a informes como Ibiltur Ocio que señalan que el turista mayoritario que acude a Euskadi procede de otras regiones de España. A este *target* del mercado estatal específico se dirige este perfil concreto.

Esa labor de segmentación del marketing es necesaria por motivos estratégicos de posicionamiento y puramente profesionales, está orientada a la adecuada promoción del sector turístico vasco y ha sido testada confirmándose los óptimos resultados. En concreto, Euskadi fue reconocida en el año 2019 como la Comunidad Autónoma española más competitiva en el ámbito turístico en el informe Exceltur. Ese informe destacaba, precisamente, la labor de mercadotecnia por segmentos digitales del Gobierno Vasco como una de las razones para este reconocimiento.

En todo caso, y aunque en principio el criterio lingüístico a seguir en redes será el de segmentación por mercados, la empresa adjudicataria deberá publicar los contenidos también en euskera cuando así se lo solicite la Dirección de Turismo y Hostelería por razones de necesidad u oportunidad.

Las tareas que deberá realizar la empresa adjudicataria serán las siguientes:

- Se redactarán al menos seis mensajes diarios para las diferentes redes sociales, para los 365 días del año. Los mensajes dirigidos al público nacional y al internacional deberán ser diferentes puesto que los ámbitos de interés son distintos; asimismo, serán diferentes en su redacción los mensajes de Facebook, Twitter e Instagram.

- La empresa adjudicataria deberá editar seis pequeños vídeos mensuales de al menos 30 segundos de duración (3 en castellano y 3 en inglés) para ilustrar los mensajes en redes sociales.

- Búsqueda de vídeos para el canal de Youtube y propuesta a la Dirección de Turismo y Hostelería.

- Envío de propuesta de programación quincenal a la Dirección de Turismo y Hostelería para cada una de las redes en la que necesariamente deberá incluirse:

    - Mensaje para cada una de las redes.

- Fotos y/o vídeos para cada uno delos mensajes adaptados a cada red.

La Dirección de Turismo y Hostelería corregirá las propuestas tantas veces como sea necesario.

- La empresa adjudicataria realizará la programación de las redes sociales en la cuenta de Hootsuite creada al efecto por la Dirección de Turismo y Hostelería.

- La empresa adjudicataria deberá mantener y actualizar el *token* de Instagram en el portal de turismo, así como realizar cualquier otra actualización necesaria.

**4.2.- Nuevos recursos.**

El portal de turismo es un *site* dinámico que requiere de la incorporación periódica de nuevos contenidos. Por ello es importante que la empresa adjudicataria conozca la estrategia de turismo de Euskadi, las experiencias turísticas, los clubes de producto de turismo de Euskadi, las marcas geográficas turísticas, los recursos turísticos (naturales, patrimoniales, culturales...), etc. y que además este al corriente de las novedades turísticas que se produzcan en Euskadi. Así, deberá proponer para su aprobación por la Dirección de Turismo y Hostelería la publicación de nuevos recursos tales como: rutas de especial interés, nuevos museos, recursos patrimoniales, noticias de interés turístico, *landing pages*…

El número de nuevos recursos a realizar durante el 2022 será mínimo de 200 recursos. Ejemplos de modelos de ficha de diferentes recursos:

- Museos: https://turismo.euskadi.eus/es/museos/artium-centro-museo-vasco-de-arte-contemporaneo/aa30-12375/es/

- Planes: https://turismo.euskadi.eus/es/top-viajes/fin-de-semana-a-bordo-de-un-velero-por-la-costa-con-base-en-getxo/aa30-12378/es/

- Grandes Rutas: https://turismo.euskadi.eus/es/rutas/camino-ignaciano/aa30-12379/es/

- Rutas: https://turismo.euskadi.eus/es/rutas/de-zarautz-a-getaria/aa30-12375/es/

- Restaurantes: https://turismo.euskadi.eus/es/restaurantes/restaurante-arzak/aa30-12375/es/

- Recursos con ficha reducida: https://turismo.euskadi.eus/aa30-18001x/es/s12PortalWar/buscadoresJSP/buscadorN3.jsp?r01kLang=es&sectorType=A

La metodología de trabajo incluye:

- Contacto directo con los responsables de los recursos para recabar información, imágenes, vídeos y toda la documentación que sea necesaria.
- Creación de los recursos aprobados en euskera, castellano, inglés, francés y alemán. La redacción de los textos deberá ser original. No se admitirán textos literalmente copiados de otras fuentes.
- Introducción en el gestor de contenidos de los contenidos mencionados.
- Búsqueda y adaptación de los contenidos multimedia a los formatos y tamaños del portal y su posterior introducción en la aplicación.

Las tareas a realizar dependerán del tipo de recurso, pero deberán cumplir las siguientes directrices:

- Redacción atractiva y sugerente de textos, los cuales se dividirán en pequeños párrafos para facilitar su lectura.
- Localización: Es importante asegurarse de la correcta localización del recurso en el gestor de recursos. Así, una vez publicado y visible en el portal, el usuario podrá ver otros tipos de recursos (alojamientos, restauración, agenda, rutas...) situados a su alrededor.
- Imágenes: deben incluir título y descripción, de acuerdo con los criterios de accesibilidad y SEO, además de toda la información que se considere oportuna.
- Posicionamiento: títulos y descripciones SEO y redacción del texto siguiendo las pautas para un buen posicionamiento on-line (SEO): utilización adecuada de encabezados, urls amigables, selección de palabras clave, etc.
- Diseño y redacción siguiendo las pautas de accesibilidad de manera que los nuevos contenidos cumplan al menos con el nivel de conformidad AA de la WCAG 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines 2.1).
- Incluir los servicios ofertados por el recurso.

- Catalogación por temática.
- Determinación de enlaces externos.
- Literal "más información": son enlaces que se generan automáticamente, pero hay que comprobar el funcionamiento de los mismos.

**4.3.- Mantenimiento de contenidos de los recursos turísticos.**

El mantenimiento y actualización de los contenidos publicados en el portal es una constante, para continuar con esta labor es necesario el mantenimiento como mínimo de 1.000 recursos al año, en los cinco idiomas mencionados anteriormente, a fin de tener actualizados en todo momento los contenidos del portal de turismo de Euskadi.

La empresa adjudicataria propondrá y acordará con La Dirección de Turismo y Hostelería el calendario de los recursos a actualizar durante 2022.

Entre las tareas a realizar se incluyen las siguientes:

- Planificación del mantenimiento trimestral.
- Contacto con los responsables del recurso para su actualización.
- Comprobación de la información práctica: nombre, textos, teléfonos, dirección, precios, horarios, web, email, PDFs con información, información complementaria ...
- Comprobación y actualización de los servicios ofrecidos.
- Comprobación y actualización de la localización en el mapa.
- Comprobación de textos. En el caso de necesidad de actualización de descripciones, la redacción de los textos deberá ser original. No se admitirán textos literalmente copiados de otras fuentes.
- Verificación del buen funcionamiento de enlaces externos.
- Actualización si procede de imágenes, vídeos y archivos multimedia en general.
- Revisión de urls amigables y prácticas SEO.
- Revisión, y adecuación si procede, de las pautas de accesibilidad de manera que se cumpla al menos con el nivel de conformidad AA de la WCAG 2.1 (Web

Content Accessibility Guidelines 2.1).

Para el mantenimiento y actualización de los recursos la empresa adjudicataria revisará los campos de este en el gestor de contendidos y corregirá los datos que sean necesarios. Todo aquel cambio o corrección que se realice en las versiones idiomáticas base (euskera y castellano) se corregirá también en las versiones de inglés, francés y alemán.

**4.4.- Noticias.**

La empresa adjudicataria redactará un máximo de 36 noticias de interés turístico para la sección de noticias del portal de turismo.

La metodología de trabajo que se plantee para la redacción de noticias deberá incluir las siguientes tareas:

- Localización de temas de interés para la sección de noticias y propuesta de los mismos a la Dirección de Turismo y Hostelería.
- Redacción de las noticias en los cinco idiomas del portal mencionados anteriormente.
- Introducción de las noticias en el gestor de contenidos.
- Búsqueda y adaptación de fotografías y/o vídeos en el tamaño exigido por el tipo de recurso y su posterior introducción en la aplicación.
- Incorporación de enlaces relacionados.

Además, el diseño y redacción se deberá realizar siguiendo las pautas de accesibilidad de manera que se cumpla al menos con el nivel de conformidad AA de la WCAG 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines 2.1).

**4.5.- Bolsa de horas de contenidos.**

La empresa adjudicataria deberá poner a disposición del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo al menos una bolsa de 785 horas para la dinamización del *site* en general realizando tareas tales como actualización de contenidos, de ofertas, de imágenes de cabecera en la *home* y *subhomes* (hay que tener en cuenta que son alrededor de 100 *subhomes*), así como para realizar cambios en los destacados de las diferentes secciones del portal, etc., o cualquier otra actualización necesaria.

La metodología que se plantee deberá incluir:

- Ofertas: traducción y adecuación de los textos e imágenes y elementos multimedia de las ofertas que incorporen los establecimientos y las oficinas de turismo de la Red Itourbask desde Gaurkotu.
- Imágenes: actualización de las imágenes.
- Vídeos: edición y actualización de los mismos.
- Redacción y traducción de los textos de las páginas o apartados nuevos del portal, banners, literales, etc.
- Traducciones de los nuevos títulos y descripciones de las páginas del portal para su optimización en el posicionamiento.
- Actualización mensual de destacados o imágenes en las *subhomes* del portal (rutas y planes, enogastronomía, Costa Vasca, Montes y Valles Vascos, Rioja Alavesa, capitales...).

Todos los nuevos contenidos tienen que seguir las pautas de accesibilidad de manera que se cumpla al menos con el nivel de conformidad AA de la WCAG 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines 2.1).

**4.6.- Bolsa de horas de diseño.**

La empresa adjudicataria deberá poner a disposición del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo al menos una bolsa de 500 horas tanto para actualizar la imagen del portal, como para realizar nuevos diseños (nuevas secciones, páginas, *landing pages*, *banners*...), que gracias a su carácter novedoso y creativo contribuyan a aumentar el dinamismo y atractivo del portal. La empresa adjudicataria deberá realizar al menos 4 *landing pages* durante el 2022. El objetivo de las mismas será ofrecer de una forma atractiva y moderna a las personas turistas recursos, experiencias y eventos agrupados a través de una línea temática, mostrándose en las mismas imágenes y vídeos impactantes. La metodología que se plantee deberá incluir al menos las siguientes tareas:

- Diseños: *banners*, actualización y creación de *subhomes* y páginas, etc.
- Creación de *landings*.

Además, los nuevos contenidos tienen que seguir las pautas de accesibilidad de manera

que se cumpla al menos con el nivel de conformidad AA de la WCAG 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines 2.1).

**4.7.- Bolsa de horas de accesibilidad.**

A fin de garantizar el acceso al portal de turismo de Euskadi al mayor número de personas posible, la empresa adjudicataria deberá reservar al menos 30 horas mensuales para la realización de mejoras de accesibilidad web en el portal de turismo de Euskadi. Todas las páginas del portal de turismo deberán cumplir al menos con el nivel de conformidad AA de la WCAG 2.1.

Trimestralmente la empresa adjudicataria deberá realizar una revisión en profundidad de accesibilidad (revisión manual del *site* desarrollado) utilizando para ello una herramienta de auditoría externa. Como resultado de esta auditoría la empresa adjudicataria obtendrá un informe con las mejoras a realizar, mejoras que tendrán que aplicarse, salvo causa debidamente justificada, con anterioridad a la siguiente revisión de accesibilidad.
La metodología que se plantee en este apartado deberá incluir al menos las siguientes tareas:

- Revisión del texto alternativo de las imágenes.
- Revisión y mejoras en la estructura de contenidos y encabezados.
- Revisión y mejora de la adaptabilidad de los contenidos en diferentes formatos.
- Análisis del contraste de colores en la creación de landings, subhomes, banners, etc.
- Mejora de la navegación facilitando a la persona usuaria la búsqueda de contenidos.

**4.8.- Posicionamiento SEO.**

El posicionamiento SEO es importante tanto para los usuarios como para los motores de búsqueda, por ello la empresa adjudicataria realizará continuamente acciones para mejorar el posicionamiento orgánico del portal de turismo. Para ello dedicará 30 horas mensuales a estrategia SEO.

Las labores que deberá realizar al menos serán las siguientes:

- A principio del año: una auditoría preliminar de la situación del portal de

turismo, especificando los aspectos a mejorar y las acciones a realizar para corregir los errores o deficiencias detectados.

- Además de la auditoría inicial, a lo largo del año se realizarán tres auditorías SEO del portal. Los principales elementos a analizar, y adecuar si fuera necesario, serán al menos los siguientes:

  - Contenido: enlaces internos, errores 404 o enlaces rotos, optimización de imágenes, títulos y descripciones correctas, revisión de imágenes inexistentes, estructura de páginas correcta con encabezados H1, etc.

  - Valor del contenido: tiempo de permanencia en el portal, tasa de rebote, optimización de enlaces (fáciles de leer e indexar), sitios externos que enlazan al portal, etc.

  - Revisión del nivel de indexación del portal en Google.

  - Estudio de palabras clave: palabras clave más buscadas en relación con el contenido del portal y el posicionamiento del portal en cada una de ellas.

  - Rendimiento del portal o velocidad de carga

  - Inclusión y actualización del *sitemap*.

  - Revisión del posicionamiento de las páginas de destinos competidores.

- Mensualmente se realizará un informe en el que se analizarán todas las acciones realizadas y su impacto teniendo en cuenta las auditorías realizadas durante el año, destacando los temas que se han mejorado o solucionado con el trabajo realizado en SEO. En los informes mensuales de seguimiento se incluirán los siguientes datos sobre la labor SEO desarrollada:

  - Análisis de *keywords* realizados en los diferentes idiomas.

  - Páginas o contenidos optimizados y acciones llevadas a cabo en cada uno.

  - Acciones off-page realizadas.

- Resultados de auditorías realizadas.
- Otras tareas SEO que se hayan llevado a cabo.

- Identificación de un *keyword research* o listado de palabras clave en el que apoyarnos.
- SEO on-page: acciones de mejora dentro del portal, entre las que se incluirán al menos las siguientes:
  - Títulos y descripciones siguiendo pautas de SEO (palabras clave, entre 55 y 70 caracteres, etc.).
  - Encabezados H1 con palabras clave.
  - Imágenes.
  - Enlaces internos.
  - Congruencia de Keywords.
  - Mejoras de código.
  - *Sitemaps* y robots.
- SEO off-page: acciones para apoyar la estrategia SEO fuera del portal, entre las que se encontrará la generación de *backlinks*, es decir, la obtención de links de calidad o de sitios con alta autoridad.

Para realizar el análisis y las correcciones o mejoras de SEO la empresa adjudicataria deberá utilizar herramientas tales como Google Analytics, Google Search Console, Semrush, Sreamming Frog, Xenu, etc. En caso de ser necesaria alguna suscripción a estas herramientas para su uso, el coste correrá a cargo de la empresa adjudicataria.

**4.9.- Agenda Turística.**

Los eventos de la sección de agenda turística aportan un plus de actualidad al portal siendo esta una de las secciones más visitadas del mismo, por ello se deberán realizar un mínimo de 120 contenidos nuevos de agenda al año en las cinco versiones idiomáticas: euskera, castellano, inglés, francés y alemán. Es tarea de la empresa adjudicataria del contrato la búsqueda de eventos significativos y la propuesta a la Dirección de Turismo y Hostelería.

Además de la creación de esos 120 contenidos, la empresa adjudicataria deberá actualizar los cerca de 200 eventos de agenda ya introducidos en la base de datos que se repiten anualmente realizando al menos las siguientes tareas: repaso de los textos descriptivos y de la información práctica del evento (horarios, precios y fechas, web e email del evento, venta de entradas, localización...), revisión de las URLs amigables, actualización de las fotografías y del programa del evento, etc. Para ello deberá recabar información directamente de la propia organización del evento.

La actualización de recursos deberá hacerse al menos con un mes de antelación a la fecha en la que se celebren los eventos.

Los nuevos eventos deberán estar publicados al menos con una semana de antelación a su celebración.

En cualquier caso, la Dirección de Turismo y Hostelería podrá solicitar a la empresa adjudicataria la creación de eventos de manera urgente. En este caso, y dado que es una excepción puntual, el evento se publicará en euskera y castellano.

La metodología de trabajo para la generación de recursos de agenda deberá incluir entre otras, las siguientes tareas:

- Localización de eventos turísticos más relevantes.
- Contacto con la entidad organizadora del evento para recabar información, imágenes, vídeos...
- Aprobación por la Dirección de Turismo y Hostelería de nuevos eventos de agenda.
- Redacción e introducción en el gestor de contenidos los eventos seleccionados en los cinco idiomas.
- Catalogación.
- Búsqueda de imágenes que se adapten al portal de turismo.
- Introducción del PDF de la programación de los eventos

Además, los recursos de agenda deben cumplir con las siguientes características:

- Textos: deben ser atractivos y sugerentes y estar divididos en pequeños párrafos. La redacción de los textos deberá ser original. No se admitirán frases literalmente

copiadas de otras fuentes de internet.

- Localización: Es Importante confirmar la localización exacta del evento. Así, una vez publicado y visible en el portal, el usuario podrá ver otros recursos (alojamientos, restaurantes, museos...) situados a su alrededor o a la distancia seleccionada.
- Imágenes: deben incluir título y descripción, de acuerdo con los criterios de accesibilidad, además de toda la información que se considere.
- Inclusión de vídeos del evento si los hubiere.
- Posicionamiento: títulos y descripciones SEO y redacción del texto siguiendo las pautas para un buen posicionamiento on-line: utilización adecuada de encabezados, urls amigables, estudio y selección de palabras clave, etc.
- Inclusión del programa del evento si los hubiere.
- Definición de fechas del evento: Inicio y fin.
- Definición de fechas de publicación despublicación.
- Asignación de un número del 1 al 4 en base a la importancia.
- Catalogación por temática.
- Determinación de enlaces externos.
- Comprobación del funcionamiento de los enlaces que se generan automáticamente dependiendo del tipo de recurso.

**4.10.- Mantenimiento y asesoramiento a los establecimientos turísticos y dinamización de Gaurkotu.**

A fin de mantener actualizados los recursos de alojamiento turístico se dispone de una aplicación denominada GAURKOTU, que ofrece la ventaja de que son los propios establecimientos y las oficinas de turismo de la Red Itourbask quienes, a través de un usuario y contraseña, actualizan sus datos promocionales a la vez que tienen la oportunidad de realizar ofertas de servicios dirigidas a las personas consumidoras.

Además, para la dinamización de esta aplicación de alojamientos y oficinas de turismo se deberá contar con:

- Línea telefónica que será atendida por el personal técnico bilingüe en euskera y castellano de lunes a viernes en horario de 09:30 a 13:30 horas.

- Atención inmediata al correo electrónico en el mismo horario que la línea telefónica.

Con respecto a esta aplicación, la empresa adjudicataria se encargará principalmente de las siguientes labores:

- Asistencia técnica a los usuarios de la misma en horario ininterrumpido 09:30 a 13:30 horas.

- Dinamizar la introducción de nuevos contenidos.

- Garantizar el correcto funcionamiento de la misma.

- Hacer un seguimiento permanente del trasvase de datos entre Gaurkotu y:

  - Las aplicaciones que dan soporte al portal de turismo integrado en https://turismo.euskadi.eus hasta la correcta visualización de los contenidos aportados por las personas usuarias en el portal.

  - Las bases de datos de otros organismos públicos o privados a los que interese aportar información.

Por ello se realizarán las siguientes tareas en coordinación con la Dirección de Turismo y Hostelería y los responsables informáticos de Ejie:

- Control de utilización y nivel de actualizaciones.

- Difusión del funcionamiento de GAURKOTU entre los empresarios y la Red de Itourbask.

- Impulso a la utilización de Gaurkotu. La empresa adjudicataria deberá realizar acciones específicas para conseguir que los alojamientos y las oficinas de turismo suban ofertas y actualizaciones de contenidos.

- Atención a posibles dificultades o fallos.

- Comprobación diaria de las actualizaciones que realicen los usuarios.

- Edición de las ofertas: mejora de títulos, textos, fotos...

- Fomentar la actualización de datos y envío de ofertas en fechas clave como por ejemplo Semana Santa, verano, puentes, etc. Para ello la empresa adjudicataria realizará al menos las siguientes tareas:

    - Comunicaciones a los establecimientos de alojamiento: la empresa adjudicataria deberá diseñar y enviar al menos 4 *newsletters* bilingües (euskera y castellano) animando a los mismos a mantener sus datos actualizados.

    - Comunicaciones a las oficinas de turismo de la red Itourbask: la empresa adjudicataria deberá diseñar y enviar al menos 4 *newsletters* bilingües (euskera y castellano) animando a las mismas a mantener los datos de los recursos de sus ámbitos de influencia actualizados.

- Adecuación de los contenidos a las características del portal (textos, formatos de archivos multimedia ...).

- Contacto con las personas usuarias en caso de que la información no se ajuste a la aplicación de Gourkotu.

- Revisión, traducción, validación y publicación de las ofertas.

- Control y comunicación de plazos de actualización.

- Envío de datos a otros organismos públicos o privados interesados en información.

- Revisión de campos de precios.

- Seguimiento del funcionamiento.

- Informe mensual detallado de la actividad.

**4.11.- Informes estadísticos.**

Elaboración de informes estadísticos mensuales, cuatro informes trimestrales y uno anual, incluyendo la variable sexo del portal de turismo, un informe trimestral y uno anual de las marcas y *landings* del portal e informes mensuales, trimestrales y uno anual de las cuentas de redes sociales asociadas a Euskadi Turismo.

Informes estadísticos del portal de turismo.

Los informes estadísticos del portal de turismo se realizarán con la herramienta de Google Analytics y serán mensuales (12 informes), trimestrales (4 informes) y un informe anual. Los informes se entregarán dentro de los 9 primeros días del mes siguiente en el caso de los informes mensuales, en el caso de los informes trimestrales, se entregarán en los 9 primeros días del comienzo del trimestre natural respectivo, y en el caso del informe anual, durante el mes de enero siguiente al año del informe.

Además, la empresa adjudicataria deberá aportar las tablas que solicite la Dirección de Turismo y Hostelería.

Los informes deberán contener al menos la siguiente información:

- Datos absolutos y relativos del periodo correspondiente en cada versión idiomática.
- Datos comparativos referentes al mismo periodo del año anterior (en caso de que la Semana Santa caiga en mes distinto en dos años consecutivos la comparación se hará entre los meses en los que haya caído la festividad).
- Gráficas que ilustren los datos.
- Al inicio del informe se deberá realizar un resumen de los principales hitos que hayan acontecido en el período.
- Al final del informe se deberán incluir las conclusiones de los datos presentados y las tendencias más relevantes.

La Dirección de Turismo y Hostelería se reserva el derecho de poder solicitar incluir alguna otra variable que se considere estratégica.

Informe de marcas

Dentro de los 9 primeros días del comienzo de cada trimestre se deberá aportar el informe de marcas del portal, donde además de estadísticas de navegación de las páginas de las marcas, también se incluirán las estadísticas de las *landings* y de los planes que se promocionan desde el portal. Para la realización de los informes se utilizará la herramienta Google Analytics.

Los informes deberán contener al menos la siguiente información:

- Datos absolutos y relativos del periodo correspondiente en cada versión idiomática.
- Datos comparativos referentes al mismo periodo del año anterior.
- Gráficas que ilustren los datos.

Además, al final del año se realizará un informe anual de marcas que tendrá que entregarse durante el mes de enero del año siguiente.

La Dirección de Turismo y Hostelería se reserva el derecho de poder solicitar incluir alguna otra variable que se considere estratégica.

Informes estadísticos de las Redes Sociales.

Se realizarán informes estadísticos que incluyan la actividad de cada una de las redes sociales en la que esté presente Euskadi Turismo utilizando las herramientas estadísticas disponibles en cada una de las redes sociales. Estos informes serán mensuales (12 informes), trimestrales (4 informes) y un informe anual. Los informes se entregarán dentro de los 9 primeros días del mes siguiente en el caso de los informes mensuales, en el caso de los informes trimestrales, se entregarán en los 9 primeros días del comienzo del trimestre natural respectivo, y en el caso del informe anual, durante el mes de enero del siguiente año al del informe.

Además, la empresa adjudicataria deberá aportar las tablas que solicite la Dirección de Turismo y Hostelería.

Los informes de las redes sociales deberán contener al menos la siguiente información:

- Datos absolutos y relativos del periodo a analizar de cada red social y su evolución durante el último año (número de seguidores, visualizaciones, interacciones, etc.).
- Identificación de los post con mayor interacción en cada red social.
- Gráficas que ilustren los datos.
- Principales hitos que hayan acontecido en el período al principio del informe.

- Las conclusiones de los datos presentados y las tendencias más relevantes al final del informe.

La Dirección de Turismo y Hostelería se reserva el derecho de poder solicitar incluir alguna otra variable que se considere estratégica.

**4.12.- Contenidos de las instalaciones audiovisuales.**

La empresa adjudicataria se encargará del diseño y maquetación de los contenidos que se muestran en las pantallas táctiles de las instalaciones audiovisuales de la Oficina de Información Turística del Aeropuerto de Bilbao, y en los tótems tecnológicos de información turística ubicados en la Oficina de Turismo de Portugalete y en el Aeropuerto de San Sebastián.

**4.13.- Banco de imágenes.**

La empresa adjudicataria, además de las 200 imágenes que aporte al proyecto, deberá realizar una búsqueda activa de imágenes y videos de los recursos que actualice y genere en el portal de turismo. Así, a lo largo de la duración del contrato deberán aportar un mínimo de 120 atractivas e impactantes imágenes turísticas (fotos distintas de las que dispone el portal de turismo) distribuidas proporcionalmente entre las 6 marcas turísticas (las tres capitales, Rioja Alavesa, Montes y Valles y Costa Vasca) y fotos de enogastronomía vasca cuyos derechos de uso y reproducción en soportes digitales e impresos promocionales y publicitarios pasarán a ser de la Viceconsejería de Turismo y Comercio sin límite temporal alguno.

Las imágenes se deberán almacenar de una manera ordenada y en una carpeta accesible tanto para la empresa adjudicataria como para la Dirección de Turismo y Hostelería.
Todas las imágenes deberán ser aprobadas por la Dirección de Turismo y Hostelería.

**4.14.- Gestión y coordinación.**

La empresa adjudicataria designará una persona responsable como encargada de la supervisión y gestión del proyecto para asegurar la calidad del trabajo que deberá estar disponible en el siguiente horario en días laborables:

De lunes a jueves de 08:00 a 17:00
Los viernes de 08:00 a 15:00.

Asimismo, asignará una persona sustituta para este puesto de forma que esté atendido todos los días laborables del año.

La empresa adjudicataria pondrá a disposición del proyecto a un equipo de personas redactoras, diseñadoras, programadoras y traductoras, coordinado por la figura de una persona editora que mantendrá una relación directa con el equipo de la Dirección de Turismo y Hostelería.

La empresa adjudicataria editará, gestionará y coordinará la información del portal. De ese modo, la empresa tendrá relación directa con la Dirección de Turismo y Hostelería y acudirá periódicamente a reuniones de seguimiento del proyecto con el objetivo de asegurar la correcta marcha del portal. El número de reuniones no excederá de 24 reuniones anuales y los gastos de personal y traslado correrán a cargo de la empresa adjudicataria.

Además, la empresa adjudicataria deberá acudir a las sesiones de formación de las aplicaciones informáticas que sean necesarias para poder llevar a cabo las tareas encomendadas. Los gastos de personal y traslado por este motivo correrán a cargo de la empresa adjudicataria.

Asimismo, la empresa llevará a cabo la dirección del proyecto, coordinará las tareas del portal y dará servicio ante cualquier duda o petición de la Dirección de Turismo y Hostelería.

La empresa adjudicataria mensualmente entregará un informe de seguimiento del proyecto en el que figurará el desglose pormenorizado de las tareas realizadas: mantenimiento, creación de nuevos recursos, diseños, actualizaciones y tareas realizadas, y las horas de trabajo consumidas. El pago se realizará mensualmente en base al trabajo realizado.

A final de año se entregará un informe con conclusiones, imágenes y gráficos de los datos más relevantes del portal, redes sociales SEO, Gaurkotu, etc.

## 5.- OTRAS CONDICIONES DE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO

La empresa adjudicataria, en los trabajos a llevar a cabo que son objeto del contrato deberá ofrecer garantías de disponibilidad del personal que conformará el equipo destinado específicamente al contrato y la capacidad de respuesta inmediata en los trabajos y servicios a prestar.

La empresa deberá presentar un plan de trabajo, organización del personal, turnos y horarios para que el servicio quede correctamente cubierto durante los 12 meses del año.

Además, deberá haber todos los días laborables del año alguna persona que atienda el servicio de lunes a jueves entre las 8:00 y las 17:00 horas y los viernes entre las 8:00 y las 15:00.

Se deberá desarrollar la metodología de trabajo a utilizar y, asimismo, se deberá presentar un plan temporal de ejecución que incluya las horas de trabajo previstas y el personal que desarrollará el mismo, especificando según los contenidos del punto 2 del pliego de bases técnicas.

- Todos los contenidos, tanto del portal como de redes sociales, tendrán que ajustarse a los art.18.4 y 3.6 de la Ley 4/2005, del 18 de febrero para la Igualdad de Mujeres y Hombres. Del mismo modo, se debe promover, como parte de la imagen de Euskadi, el concepto de "igualdad respetuosa con la diversidad e integradora de las especificidades de mujeres y hombres".

- Los trabajos encargados por la Dirección de Turismo y Hostería siempre conllevarán un plazo de entrega que la empresa adjudicataria deberá respetar.

- Dentro de las funciones de la Dirección de Turismo se podrán hacer cuantas sugerencias y modificaciones se consideren necesarias para el buen fin de los objetivos pretendidos.

Las cantidades incluidas en este Pliego solo tienen efectos orientativos, La Dirección de Turismo y Hostelería no está obligada a solicitar un mínimo de encargos.

El portal web de turismo, al igual que el resto de sitios web o portales dependientes de euskadi.eus, tienen el compromiso de garantizar el acceso universal, independientemente de las limitaciones técnicas, físicas, sensoriales o intelectuales de las personas que los consultan y del contexto de uso en que lo hacen. Por todo ello, la empresa adjudicataria deberá adaptar los contenidos del portal de turismo a las Pautas de Accesibilidad de Contenidos Web 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines 2.1) establecidas por la WAI (Web Accessibility Initiative) del consorcio W3C (World Wide Web Consortium). Información en: https://www.euskadi.eus/accesibilidad-euskadieus/web01-a2wz/es/

## 6.- CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL, USO Y COMERCIALIZACIÓN

La empresa adjudicataria acepta expresamente que la propiedad de todos los textos entregados elaborados al amparo del presente contrato corresponde al Gobierno Vasco,

con exclusividad y a todos los efectos. Todos los documentos (textos, imágenes, videos…) así como los productos y subproductos elaborados por la empresa adjudicataria como consecuencia de la ejecución del presente contrato serán propiedad del Gobierno Vasco, quien podrá reproducirlos, publicarlos y divulgarlos, total o parcialmente, sin que pueda oponerse a ello la empresa adjudicataria autor material de los trabajos.

La empresa adjudicataria renunciará expresamente a cualquier derecho que sobre los trabajos realizados como consecuencia de la ejecución del presente contrato pudieran corresponderle, y no podrá hacer ningún uso o divulgación de los documentos utilizados o elaborados en base a este pliego de condiciones, bien sea en forma total o parcial, directa o extractada, original o reproducida, sin autorización expresa del Gobierno Vasco.

La empresa adjudicataria no podrá utilizar la información obtenida en la actividad desarrollada como consecuencia de este contrato, no pudiendo transmitir dicho conocimiento sin el consentimiento escrito del Gobierno Vasco.

Vitoria-Gasteiz, 31 de mayo de 2021.

Izp/ Fdo: Goyo Zurro Tobajas
TURISMO ETA OSTALARITZAKO ZUZENDARIA
DIRECTOR DE TURISMO Y HOSTELERÍA