DOSIER ZK. - *Nº EXPEDIENTE:*
2024/CO_ASER/0056

PLIEGO DE CLÁUSULAS TÉCNICAS PARTICULARES DEL AYUNTAMIENTO DE VITORIA-GASTEIZ PARA LA CONTRATACIÓN MEDIANTE PROCEDIMIENTO Abierto

Expediente : 2024/CO_ASER/0056

Titulo : Servicios de planificación y gestión de campañas de promoción de Vitoria-Gasteiz como destino turístico y MICE sostenible

Departamento : EKONOMIA,SUSTAPENA,ENPLEGUA,MERKATARITZA ETA TURISMOA
PROMOCIÓN ECONÓMICA, EMPLEO, COMERCIO Y TURISMO

Código CPV : 79930000 Servicios especializados de diseño
79340000 Servicios de publicidad y de marketing

1. ANTECEDENTES, OBJETO Y JUSTIFICACIÓN

El Departamento de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz tiene entre sus competencias las tareas de promoción y marketing para posicionar Vitoria-Gasteiz como destino turístico y MICE (acrónimo inglés para reuniones, incentivos, conferencias y otros eventos).

El presente contrato está impulsado por el Servicio de Proyectos, responsable de la creación, desarrollo y difusión de las campañas de marketing, promoción y comunicación del Servicio de Congresos y Turismo. Siguiendo la Agenda 2030 de Vitoria-Gasteiz, que tiene entre sus objetivos el fomento del turismo inteligente, sostenible y de calidad, la apuesta turística de la ciudad tiene entre sus pilares el elemento diferenciador y de oportunidad que supone la marca “Green Capital” y el estar reconocida como Destino Turístico Sostenible con certificación Biosphere. Junto a la apuesta por el turismo de naturaleza, ecoturismo y turismo activo, se priorizan también otros nichos como el turismo cultural-histórico, enogastronómico, turismo familiar, MICE, turismo de eventos, city breaks y turismo accesible.

Para profundizar en el posicionamiento sostenible y afianzar el resto de líneas de turismo de ocio y turismo MICE, es necesario contar con servicios de planificación y gestión de campañas de promoción, incluyendo campañas en redes sociales, acciones con influencers y otras iniciativas online y offline, con los objetivos de:

- Posicionar Vitoria-Gasteiz como destino turístico y congresual sostenible.
- Desestacionalizar el turismo.
- Atraer flujos turísticos mediante la promoción dirigida a distintos perfiles de demanda.
- Mejorar las cifras de visitantes, entre otros indicadores.

Es por tanto el objeto de este contrato **la planificación de medios y la gestión de inserciones publicitarias on y off line** en las campañas para posicionar Vitoria-Gasteiz como destino turístico y congresual sostenible, incluyendo, entre otras tareas:

- Creación y puesta a punto de ad managers o plataformas similares de propiedad municipal, en las que se llevarán a cabo las campañas.
- Elaboración del documento Plan de Medios de Turismo y MICE, cuyas propuestas estarán dedicadas en un 75% a turismo de ocio y en un 25 % a turismo MICE.
- Ejecución del Plan de Medios, con la realización de campañas publicitarias y la reserva y compra de espacios online y offline, introduciendo, en su caso, las modificaciones que solicite el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz.
- Seguimiento y evaluación de resultados, incluyendo memoria semestral y final de campañas gestionadas.

El presente contrato no incluye la estrategia de marketing, claims o estilo de comunicación de las campañas.

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoen alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.
Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena *Firmado por*	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	3LVGHBJSIMUCWT5DBNYVUUBSKI	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	30/05/2024 12:07:36
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	1/6

3LVGHBJSIMUCWT5DBNYVUUBSKI

La planificación y gestión de inserciones y campañas se llevará a cabo basada en la campaña de Turismo y MICE en vigor: "I love/like Vitoria-Gasteiz". Aparte del claim principal, cuenta con cuatro líneas:

- "I love/like Green Capital" + "I love/like Green Tourism"
- "I love/like Cultura Singular"
- "I love/like Gastronomía" + "I love/like Enoturismo"
- "I love/like Green Congress" + "I love/like Green Knowledge" + "I love/like Green Palace"

En los siguientes enlaces se pueden conocer algunos de los videos y anuncios correspondientes a esta campaña:

- I love Vitoria-Gasteiz-Videos
- I love Vitoria-Gasteiz-Anuncios

El grueso de materiales serán aportados por el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, pero podrá ser necesario aplicar nuevas líneas o adaptar la campaña a formatos o tamaños con los que no cuente el equipo municipal.

2. PRESUPUESTO DE LICITACIÓN Y RÉGIMEN DE PAGOS

El presupuesto establecido es de **80.000 € (IVA incluido)**.

Se abonará mensualmente el importe de los **trabajos realizados**, tras la presentación vía registro electrónico municipal de la correspondiente factura.

Aunque no se contemplan bajas sobre el presupuesto de contratación, el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz no queda comprometido en modo alguno a la ejecución total del mismo, de modo que **se facturarán exclusivamente los servicios realmente prestados**.

3. DURACIÓN DEL CONTRATO Y PRÓRROGA

La duración del contrato será de 12 meses, con inicio tras la firma del contrato.

Se puede prorrogar el contrato otros 12 meses, previo Informe favorable del Servicio de Proyectos del Departamento de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz.

4. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN Y PROPUESTA

La puntuación máxima a obtener por parte de las empresas será de **100 puntos**.

Las empresas licitadoras deberán presentar **una propuesta que incluya los informes, materiales, archivos y cualesquiera otros documentos necesarios para responder a cada apartado puntuable (documento Plan de Medios; Memoria Técnica con la metodología de trabajo y mecanismos de control).** El Departamento de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo comprobará la veracidad de la información aportada mediante listados de trabajos realizados, que, de no corresponderse con la realidad, dará lugar a la asignación de 0 puntos en el apartado correspondiente.

1. Criterios de valoración que dependen de un juicio de valor – Calidad técnica del proyecto	**Puntuación Máxima (49)**
1.1. Plan de Medios	**0 – 36 puntos**
Se deberá presentar un **documento de Plan de Medios** (máximo de 25 páginas).	
Justificación de la propuesta de públicos objetivo y en cuanto soportes/medios elegidos para llegar a ellos, teniendo en cuenta el presupuesto disponible.	12 puntos
Justificación de la idoneidad, coherencia y eficacia de las acciones propuestas (tipo de campaña/inserción, tamaño, formato, número de acciones/inserciones, audiencias), valorando su rentabilidad y el presupuesto disponible.	12 puntos
Justificación de la adecuación del cronograma de acciones del Plan de Medios a los objetivos marcados en el pliego técnico.	12 puntos
1.2. Metodología de trabajo y mecanismos de control	**0 – 13 puntos**
Se deberá presentar una **memoria técnica** (máximo de 8 páginas).	
Justificación de la organización del trabajo del equipo profesional: distribución de tareas, dedicación temporal, disponibilidad, plazos de ejecución, procedimientos internos, procedimientos ante eventuales subcontrataciones, procedimientos ante eventuales solicitudes de modificación del Plan de Medios y coordinación con el equipo técnico municipal.	7 puntos
Justificación de los mecanismos de control propuestos para el seguimiento de los trabajos y para su evaluación, indicando también los estudios o plataformas de audiencias a las que se tendrá acceso como fuentes, así como las métricas que se vayan a utilizar para presentar resultados, y un modelo de informe de evaluación.	6 puntos

Umbral mínimo de puntuación necesaria para continuar en el proceso selectivo: 24,5 puntos.

2. Criterios de valoración que dependen de fórmula matemática	**Puntuación Máxima (51)**

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoen alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.
Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena *Firmado por*	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	3LVGHBJSIMUCWT5DBNYVUUBSKI	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	30/05/2024 12:07:36
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	2/6

3LVGHBJSIMUCWT5DBNYVUUBSKI

2.1. Mejora de la oferta Económica Al presupuesto de licitación se le asignará cero puntos. El resto de ofertas se valorarán con la aplicación de la siguiente fórmula: $$Puntuación_{oferta} = Puntuación_{máxima} x \left(\frac{Baja_{oferta}}{Baja_{máxima}} \right)$$ Siendo: Puntuación $_{máxima}$ = Puntuación máxima posible a obtener Baja $_{oferta}$ = Porcentaje de baja de la oferta a valorar Baja $_{máxima}$= Mayor porcentaje de baja de las ofertas presentadas. Cuando el mayor porcentaje de baja ofertado por las ofertas admitidas sea inferior a un 10%, el valor de este parámetro será 10%.	**0 – 10 puntos**
2.2. Criterios de calidad evaluables mediante formula matematica	**0 – 41 puntos**
2.2.1. Experiencia Se contabilizará la experiencia laboral de la **persona de referencia responsable del desarrollo del proyecto técnico y de la relación con el equipo municipal**. Se concederá 1 punto por cada mes completo de experiencia demostrada en empresas inscritas bajo los grupos / epígrafes 751, 844 o 863 del IAE en los **años 2021, 2022 y 2023**. Para poder puntuar, se deberá aportar certificado de vida laboral de la Seguridad Social, así como certificados de empresa que prueben la relación contractual con la persona y el alta de la empresa en los grupos / epígrafes mencionados del IAE en los años señalados.	36 puntos
2.2.2. Idiomas Se tendrá en cuenta respecto a la **persona de referencia responsable del desarrollo del proyecto técnico y de la relación con el equipo municipal**. Teniendo como referencia el Marco Europeo de Referencia para las Lenguas, se deberán presentar certificaciones oficiales de idiomas. Se valorará con 4 puntos el **euskera** a nivel C1 (o superior). Se valorará con 1 punto el **inglés** a nivel C1 (o superior).	5 puntos

La puntuación total máxima a obtener por cada empresa será de 100 puntos. No se valorarán los criterios de adjudicación no sujetos a juicio de valor de aquéllas empresas que no hayan alcanzado una puntuación mínima de 24,5 puntos en el apartado 1 de "Criterios de adjudicación evaluables mediante un juicio de valor – Calidad técnica del proyecto".

En caso de empate, se primará la propuesta de menor precio.

5. INFORMACIÓN DE INTERÉS Y ALCANCE DEL CONTRATO

Targets

La empresa podrá detectar nuevos públicos a los que la ciudad pueda hacer llegar sus inserciones publicitarias, de acuerdo a los estudios de mercado y de audiencias con los que cuente o a las tendencias detectadas. En cualquier caso, en lo relativo a la parte turística, el punto de partida serán potenciales visitantes que tengan interés en la oferta natural-sostenible, patrimonial, enogastronómica, familiar, deportiva o de eventos de Vitoria-Gasteiz, así como a las personas que busquen escapadas para combinar varias propuestas o que busquen destinos accesibles por razón de una diversidad funcional. Respecto al ámbito MICE, se deberá llegar a empresas, instituciones y profesionales, especialmente a federaciones, asociaciones empresariales y sectoriales, colegios profesionales, empresas o administraciones.

Canales/Medios

Las propuestas irán dirigidas a **medios no locales**. Podrá tratarse de cualquier de los siguientes soportes, siempre que se tenga en cuenta el presupuesto disponible y se justifique adecuadamente su idoneidad: Internet (incluyendo redes sociales, buscadores y medios online), publicidad exterior, revistas, prensa diaria, radio y televisión. Se podrán contemplar fórmulas mixtas informativas-publicitarias, como publirreportajes/advertorials o similares, y se considerarán como medios no locales los suplementos con tirada autonómica, regional o nacional, aunque se incluyan también en medios locales de Álava.

Ámbito geográfico

La empresa podrá proponer ámbitos geográficos a los que la ciudad pueda hacer llegar sus inserciones publicitarias de **turismo de ocio**, de acuerdo a las tendencias que detecte o a la aparición de nuevos medios con difusión en ese ámbito, entre otros. En cualquier caso, se tendrán en cuenta los siguientes datos respecto a la estrategia actual de mercados en las acciones de marketing turístico de Vitoria-Gasteiz:

- Priorización de mercados de proximidad (corta y media distancia), aquellos con mayores facilidades para acceder a Vitoria-Gasteiz, los mercados que aporten mayor rentabilidad ligada a la sostenibilidad y aquellos que representen mercados de oportunidad.
  - **Comunidad de Madrid** (3h. en tren desde Madrid capital): principal mercado de origen según el estudio Ibiltur Ocio.
  - **Cataluña** (5h. en tren desde Barcelona): tras el resto de Euskadi, es el siguiente mercado de origen con más visitantes a Vitoria-Gasteiz según Ibiltur Ocio.
  - **Provincias limítrofes:**

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoen alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.
Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena *Firmado por*	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	3LVGHBJSIMUCWT5DBNYVUUBSKI	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	30/05/2024 12:07:36
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	3/6

3LVGHBJSIMUCWT5DBNYVUUBSKI

- Bizkaia
- Gipuzkoa
- Navarra
- La Rioja
- Burgos
- Cantabria

- **Conexiones aéreas directas:**
  - Sevilla
  - Málaga
  - Palma de Mallorca
  - Alicante
  - Milán-Bérgamo
  - Colonia-Bonn
  - Bruselas (Charleroi)
- **Francia**: principal mercado extranjero de origen de visitantes según el estudio Ibiltur Ocio. Se trata, tras España, del principal destino de corta distancia, especialmente el suroeste.

Respecto a otros mercados de relevancia ascendente para Vitoria-Gasteiz/Álava, Basquetour lleva a cabo acciones de cara a prensa, público final y trade (relaciones comerciales con agencias de viajes, aerolíneas, en ferias, etc.) para atraer visitantes de países como **Reino Unido** (es el segundo mercado de origen de visitantes extranjeros para Vitoria-Gasteiz después de Francia) y **Países Bajos** (mercado en ascenso desde 2020, según datos del ranking de mercados emisores a nivel de Álava). Se plantea tomar en consideración asimismo a **Portugal** por ser tendencia emergente desde 2020, según datos del ranking de mercados emisores a nivel de Álava.

Se tendrán en cuenta también los datos aportados por Eustat, estudios Ibiltur Ocio 2019 e Ibiltur Verano 2022, así como, en su caso, los de próximas ediciones de Ibiltur u otros informes y estadísticas que se publiquen:

	Ibiltur Ocio 2019	**Ibiltur verano 2022**
Medio de transporte principal para llegar a Vitoria-Gasteiz	Vehículo privado (69,57 %)	Vehículo privado (85 %)
Gasto total medio por persona	370,5 €	386 €
Motivaciones principales:	City break (turismo de ciudad, 21,89%), gastronomía y vinos (21,23%), touring (18,57%), cultura y eventos (13,39%), como parte de un viaje de turismo costero (10,43%), naturaleza y aventura (8,28%), como parte de un viaje de turismo rural (6,21%).	City break (turismo de ciudad, 17,3%), gastronomía y vino (16%), touring (15,5%), naturaleza y aventura (14,4%), cultura y eventos (14%), como parte de un viaje de turismo rural (12,6%) o costero (10,2%).
¿Con quiénes viajan?	Con su pareja (46%), con su familia (23%), solo/a (12%), con amigos/as o compañeros/as (9%).	Con su pareja (50,7%), con su familia (23,7%), con amigos/as o compañeros/as (16,6%) y solo/a (8,9%).

Otros datos apuntan que la procedencia de las personas visitantes es mayoritariamente estatal (68%), siendo los mercados de origen principales la Comunidad de Madrid (17,14%), resto de Euskadi (13,91%), Cataluña (10,67%), comunidades autónomas vecinas (7,49%), Francia (6,28%), Andalucía (6,04%), Gran Bretaña (1,49%), Alemania (0,99%), Benelux (0,76%) e Italia (0,51%).

Sobre la edad principal de las personas visitantes, Ibiltur presenta los grupos de 60 y más años (29,96%), 50-59 años (25,56%), 40-49 años (20,47%) y 30-39 años (15,87%).

Eustat cifra la estancia media en establecimientos hoteleros de Vitoria-Gasteiz en 2,08 días en 2023, frente al dato de 1,93 de 2022.

El mes de mayor número de entradas de turistas en Vitoria-Gasteiz según Eustat fue agosto en 2023, con 43.705 visitantes (9,599 más que el mismo mes de 2019) y un promedio de grado de ocupación por habitaciones de establecimientos hoteleros del 87,3% (frente al 79,1% de 2019). El mes con menor número de entradas en 2023 fue febrero con 22.186 (fueron 18.602 en 2019). El mes con el menor promedio de grado de ocupación por habitaciones fue enero con el 56% (fue del 50,9% en 2019).

En cuanto a los medios de transporte secundarios, se deben tener en cuenta las conexiones existentes por tren y las conexiones aéreas directas (Anexo 1).

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoen alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.
Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena *Firmado por*	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	3LVGHBJSIMUCWT5DBNYVUUBSKI	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	30/05/2024 12:07:36
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	4/6

3LVGHBJSIMUCWT5DBNYVUUBSKI

La empresa adjudicataria podrá proponer asimismo ámbitos geográficos a los que la ciudad pueda hacer llegar sus inserciones de **turismo MICE**, teniendo en cuenta que según el informe Ibiltur MICE Euskadi 2019, el último publicado sobre el sector de reuniones y eventos:

- El gasto total por turista MICE es de 590 € de media entre quienes acuden a eventos a Vitoria-Gasteiz.
- La media de edad de las personas congresistas es de 44 años.
- En Vitoria-Gasteiz más del 91% de las personas asistentes a este tipo de eventos es de origen estatal.
- El mayor número de personas asistentes a congresos o convenciones en Vitoria-Gasteiz procede de la Comunidad de Madrid (27,48%), Cataluña (11,87%) y de comunidades autónomas vecinas (11,87%), siendo el mercado interno el 3,81%.
- Como medio de transporte, en Vitoria-Gasteiz el uso del vehículo privado por parte de congresistas es el que mayor porcentaje registra frente a las otras capitales vascas y la media de Euskadi, con un 55,7%.
- Entre quienes se alojan en Vitoria-Gasteiz para asistir a eventos MICE, la estancia media es de 2,1 días; un punto por debajo de la media de Euskadi.
- En Vitoria-Gasteiz, solo el 44% de las y los asistentes a eventos realiza alguna actividad de ocio.
- A nivel de Euskadi, la mayoría de asistentes (53%) se aloja en establecimientos hoteleros y se sigue decantando por los de mayor categoría (4 y 5 estrellas).

Se tendrán en cuenta, durante el periodo de licitación y durante la ejecución del contrato, los nuevos informes que puedan publicarse en los ámbitos de turismo de ocio y MICE.

Hitos

La empresa deberá presentar una propuesta de cronograma temporal de inserciones publicitarias, justificando sus decisiones. A modo orientativo, se enumeran a continuación las principales campañas anuales:

- Campaña Semana Santa – San Prudencio/Ntra. Sra. Estíbaliz
- Campaña de verano
- Campaña de El Pilar
- Campaña de diciembre (Puente de diciembre - Navidad)
- No estacional: campaña MICE

Se tendrá en cuenta en cualquier caso el objetivo de desestacionalización del turismo, por lo que se valorará la idoneidad y justificación de las propuestas, habida cuenta de las distintas posibilidades y variables.

Prestación del servicio

El Servicio de Proyectos:

- Proveerá en la mayor parte de los casos a la empresa de los **originales de comunicación** para su distribución, informando con la debida antelación de los posibles cambios de campañas (creatividades, claims etc.) que puedan producirse.
- Solicitará ocasionalmente la **adaptación de piezas** a nuevos formatos y tamaños.
- Podrá solicitar inserciones publicitarias **aun no estando incluidas en el Plan de medios** presentado, y sin incremento del presupuesto anual del contrato.

La empresa, por su parte, deberá:

- Crear y poner a punto los **ad managers o plataformas similares** de propiedad municipal, en las que se llevarán a cabo las campañas.
- **Elaboración del documento Plan de Medios de Turismo y MICE**, cuyas propuestas estarán dedicadas en un 75% a turismo de ocio y en un 25 % a turismo MICE.
- Llevar a cabo las acciones del contrato **sin aplicar comisiones de agencia superiores a un 5%** sobre el precio total de cada una de las campañas o inserciones publicitarias cuya difusión le sea encomendada por el Servicio de Proyectos.
- Recibida la aprobación de las inserciones, **ejecución del Plan de Medios**, con la realización de campañas publicitarias y la reserva y compra de espacios online y offline, introduciendo, en su caso, las modificaciones que solicite el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, que podrá asimismo, ocasionalmente, proponer proveedores concretos de publicidad programática y otros canales.
- **Verificar el cumplimiento** de las órdenes cursadas y enviar **comprobantes** al Servicio de Proyectos.
- Realizar un informe, **previo a la presentación de facturas, un informe de evaluación** después de cada campaña o inserción publicitaria.
- **Memoria semestral y final** de campañas gestionadas.

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoen alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.
Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena *Firmado por*	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	3LVGHBJSIMUCWT5DBNYVUUBSKI	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	30/05/2024 12:07:36
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	5/6

3LVGHBJSIMUCWT5DBNYVUUBSKI

- Informar de la evolución de la audiencia durante la ejecución del Plan de medios y **sugerir las variaciones necesarias** para mejorar la eficacia de las inserciones.
- Tener en cuenta la normativa vigente de protección de datos y la **política municipal de cookies** (Anexo 2).

ANEXOS

Anexo 1_URL para consulta - Cómo llegar a Vitoria-Gasteiz: v-g.eus/comollegar

Anexo 2_URL para consulta - Política de cookies: v-g.eus/politicacookies

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoen alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.
Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena *Firmado por*	EVA MARIA MESANZA LEGARDA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	3LVGHBJSIMUCWT5DBNYVUUBSKI	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	30/05/2024 12:07:36
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	6/6

3LVGHBJSIMUCWT5DBNYVUUBSKI