PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, DE LOS SERVICIOS PARA LA DEFINICIÓN E IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL Y DE LOS SERVICIOS DE SEGUIMIENTO, MANTENIMIENTO EVOLUTIVO Y ACTUALIZACIÓN DEL PORTAL WEB CORPORATIVO Y DEL ENTORNO WEB DE SAN SEBASTIÁN TURISMO – DONOSTIA TURISMOA, S.A.

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato lo constituyen los servicios de definición e implantación de la estrategia de marketing digital, así como el seguimiento, mantenimiento evolutivo y actualización del portal web y del entorno web asociado de San Sebastián Turismo-Donostia Turismoa, S.A. en los términos recogidos en el presente Pliego de Prescripciones Técnicas, en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y en su Carátula.

2. ALCANCE Y CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS

En esta Cláusula se describen las características que conforman el **alcance del contrato** y los servicios que el contratista deberá prestar. Los referidos requisitos deben entenderse como mínimos (a excepción de que se indique lo contrario) pudiendo los licitadores ampliarlos y mejorarlos en sus ofertas.

El contrato incluirá tanto la ejecución como el seguimiento y el control de todos los procesos y procedimientos asociados a los trabajos de definición e implantación de la estrategia de marketing digital, así como las acciones de actualización del portal web para San Sebastián Turismo, así como a los servicios de soporte especializado (soporte técnico en el desarrollo, corrección de errores y defectos detectados y modificaciones funcionales menores y de evolución del entorno tecnológico y desarrollo de nuevas funcionalidades).

Forman parte del objeto del contrato los siguientes servicios y deberán cumplir las siguientes características mínimas:

DEFINICIÓN E IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

La empresa contratista deberá prestar los servicios de asesoramiento en la definición, implantación y desarrollo de la estrategia de marketing digital del entorno web, del posicionamiento del PORTAL WEB y todas las acciones de marketing online para conseguirlo.

El objetivo de la estrategia de marketing digital será conseguir **reforzar el posicionamiento e imagen de Donostia como un destino turístico internacional de calidad, innovador y sostenible, alcanzar de forma óptima y eficiente los diferentes públicos objetivos de la entidad y, conseguir convertir los objetivos marcados en el plan director y / plan de marketing anual de Donostia Turismoa**. Las empresas interesadas deberán presentar sus propuestas a partir de la información pública disponible, y de los anexos que se adjuntarán en el presente Pliego de Prescripciones Técnicas. (Plan director, Memorias DSS Turismoa, etc.).

A partir de esta reflexión estratégica la empresa adjudicataria propondrá las **líneas de acción, los canales y soportes más apropiados** para alcanzar los objetivos determinados.

Será a cuenta de la empresa contratista, tras la aprobación de DONOSTIA TURISMOA, el establecimiento de una **metodología de medición, analítica y seguimiento de indicadores y estrategias.** La metodología de medición, analítica y seguimiento de indicadores y estrategias se concretará por la empresa contratista partiendo de lo estipulado en Pliegos, de lo ofertado y, asimismo, las necesidades surgidas para DONOSTIA SS TURISMOA.

Será responsabilidad de DONOSTIA SS TURISMOA junto con la empresa contratista **redefinir/establecer los KPIs anuales más adecuados** en función de los objetivos solicitados, pero será la empresa contratista, a su cuenta, la encargada de implantar/emplear las herramientas analíticas necesarias (Google Analytics 4, Looker Studio u otras equivalentes) para el seguimiento de los resultados obtenidos, e informar mensualmente de la evolución empleando un cuadro de mando con los KPIs marcados, así como con el resto de la información complementaría que considere oportuna.

Por tanto, la empresa contratista deberá desarrollar e implantar las siguientes estrategias:

- ✓ Estrategia de posicionamiento orgánico (**SEO** y visibilidad en entornos de búsqueda e IA)
- ✓ Estrategia de medios digitales de pago (**SEM**, Paid Media y Performance Marketing)
- ✓ Estrategia de analítica: **medición, estadísticas web** y posterior tratamiento de la información.

Características de la Estrategia posicionamiento orgánico (**SEO** y visibilidad en entornos de búsqueda e IA)

Dentro del servicio relativo a la **estrategia digital de marketing anual** se deberá definir e implantar una **estrategia SEO en 4 idiomas**- por orden de interés: castellano, inglés, francés y euskera (los idiomas podrán cambiar en el transcurso del contrato)- sostenida en el tiempo.

El objetivo de la estrategia SEO será **aumentar el tráfico de calidad** de usuarios de los mercados prioritarios a páginas de contenido estratégico para DONOSTIA SSTURISMOA, **mejorar el posicionamiento orgánico de las palabras clave** y aumentar la presencia de la marca en internet. Se deberá analizar contenido del PORTAL WEB, competencia, seleccionar contenido a promocionar y mejorar mediante palabras clave y herramientas de SEO más adecuadas.

Los servicios comprenderán, al menos, con carácter no limitativo, los siguientes trabajos:

- ✓ Gestión de la indexación de contenidos de las webs desde las “herramientas de web master” de los principales motores de búsqueda. Corrigiendo los nuevos errores/avisos: indexación de páginas, orientación de los contenidos por países e idiomas, envió de “sitemaps”, enlaces negativos, etc.,
- ✓ Análisis y seguimiento de las keywords actuales, revisión de errores y auditoría de factores de posicionamiento.
- ✓ Optimización SEO de los nuevos contenidos, de los contenidos actuales y de las estructuras de navegación para el correcto posicionamiento en los términos más

relevantes identificados, vía: Títulos, URLS, encabezados (H1, H2,) metas, enlaces, UX para móviles, etc.

- ✓ Optimización SEO para entornos móviles.
- ✓ Optimización de la velocidad de carga de las webs, optimizando el peso de sus elementos (código, imágenes, CSS, scripts), comprimiéndolos y habilitando caches eficientes.
- ✓ Informes de seguimiento.
- ✓ Estudio/Seguimiento de la competencia y de su posicionamiento.
- ✓ Benchmarking de buenas prácticas y casos de éxito en cuanto a posicionamiento de ciudades competidoras.
- ✓ Plan de ejecución de tareas, priorizando aquellas acciones con mayor impacto en el posicionamiento que pasarán a ser evaluadas y ejecutadas.

Estrategia de medios digitales de pago (SEM, Paid Media y Performance Marketing)

La empresa contratista **realizará una propuesta para la estrategia SEM anual y todas las acciones derivadas de la misma,** teniendo en cuenta los objetivos para los mercados de interés y públicos objetivos fijados por DSS Turismoa, así como lo estipulado en Pliegos y en su oferta. Se trabajará de forma conjunta, entre la empresa contratista y TURISMO, en la **definición de objetivos y KPIS anuales para poder establecer la estrategia y acciones** de la misma en función del presupuesto anual.

- ✓ A partir de la estrategia digital general, que tendrá en cuenta las tres grandes líneas estratégicas de la entidad contratante (**punto 3**), también abordará la **estrategia SEM,** con los públicos objetivos establecidos y mercados prioritarios, se llevarán a cabo acciones de marketing on line.

- ✓ La empresa contratista propondrá los canales y medios más adecuados para el desarrollo de cada campaña en función de las necesidades estratégicas y de mercados establecidos previamente por la entidad contratante.

- ✓ Para el desarrollo de estas acciones se realizará una planificación anual de actividades que la empresa contratista deberá consensuar con DSS Turismoa partir de sus propias propuestas. Además de esta planificación anual la empresa contratista deberá atender necesidades de marketing sobrevenidas o puntuales que puedan surgir.

- ✓ En el caso de que se acepten nuevos contenidos multimedia, fotográficos o artísticos, la producción de estos queda fuera del alcance del objeto de este contrato. Sin embargo, la empresa adjudicataria deberá coordinarse con los trabajos de la empresa o productora subcontratada para el correcto desarrollo de los trabajos y que los mismos se realicen de acuerdo con las necesidades de cada campaña o acción concreta. También se realizarán los servicios de: búsqueda de proveedores adecuados para la producción de estas medias, la gestión de presupuestos y la dirección y coordinación de producción de las mismas, de acuerdo a los parámetros artísticos, de comunicación y marketing y temporales de cada proyecto.

- ✓ Todas estas acciones deberán ir acompañadas de soporte técnico avanzado en la implementación de analítica y seguimiento de datos.

- ✓ Desarrollo de cualquier otra nueva propuesta relativa a marketing digital que a juicio de la empresa adjudicataria sea adecuada para satisfacer los objetos finales de este servicio.

Estrategia de analítica: medición, estadísticas web.

La empresa contratista implantará y ejecutará el mejor sistema de informes en el portal web de SAN SEBASTIÁN TURISMO-DONOSTIA TURIESMOA, S.A. para su análisis y presentación de datos.

Se definirán junto a DSS Turismoa los KPIs principales que aparecerán en dichos informes para su revisión mensual para que puedan generarse de forma automática y/o semiautomática, de forma sencilla.

Las analíticas de contenidos y sistemas permitirán hacer informes y monitorizar los servidores, disponibilidad del servicio, etc.

Se procurará una visión de 360 grados sobre las personas usuarias de las webs. A la hora de desarrollar funciones analíticas se incluirán, al menos, funciones de rastreo y trazabilidad con todas las acciones de Paid Media.

SEGUIMIENTO, MANTENIMIENTO Y ACTUALIZACIÓN DEL PORTAL WEB Y DEL ENTORNO WEB ASOCIADO A SAN SEBASTIÁN TURISMO-DONOSTIA TURISMOA, S.A.

La empresa contratista deberá prestar los servicios necesarios para asegurar el correcto funcionamiento del portal web principal de SAN SEBASTIÁN TURISMO-DONOSTIA TURISMOA, S.A. (en adelante, el "**PORTAL WEB CORPORATIVO**") y del entorno web asociado a SAN SEBASTIÁN TURISMO-DONOSTIA TURISMOA, S.A., así como la actualización de contenidos y funcionalidades, y la realización de nuevos desarrollos cuando sean requeridos, a petición de San Sebastián Turismo.

Entre otras actuaciones, la empresa contratista deberá ejecutar las siguientes:

• **Soporte y seguimiento del PORTAL WEB CORPORATIVO**, así como del resto de webs de DSS Turismoa dependientes de dicho PORTAL WEB CORPORATIVO que se identifican en el presente Pliego de Prescripciones Técnicas (en adelante, las "**WEBS DEPENDIENTES**") y que, conjuntamente con el PORTAL WEB CORPORATIVO, configuran el entorno de portales web de DSS Turismoa (en adelante, el "**ENTORNO WEB DSS TURISMOA**").

• **Servicios de apoyo y asesoramiento para posibles modificaciones de la arquitectura de contenidos**, contenido en formato multimedia, gráfico y redaccional, desarrollo y puesta en marcha de planes de difusión/comunicación y dinamización siempre que fuera requerido.

Los servicios prestados por la empresa contratista deben asegurar el acceso, la disponibilidad, la seguridad y el óptimo grado de funcionamiento de los sistemas y aplicaciones de todo el ENTORNO WEB DSS TURISMOA, desde el punto de vista técnico y funcional.

Entran dentro del objeto de este contrato los servicios de **seguimiento y soporte de cualquier nueva WEB DEPENDIENTE o cualquier nueva funcionalidad** que pudiera ponerse en producción en el ENTORNO WEB DSS TURISMOA durante la vigencia de este contrato, ya sea por medios

propios o al amparo de otro contrato o proyecto de sistemas de información, incorporándose dentro del alcance del mismo. En este sentido, el contratista elaborará los procedimientos a seguir y determinará la documentación que deberá ser entregada para la correcta realización de esta tarea.

ANÁLISIS ANUALES

Con el objetivo de **optimizar** el PORTAL WEB CORPORATIVO con todo el ENTORNO WEB DSS TURISMOA se realizarán las siguientes actuaciones anualmente:

- ✓ Análisis de la situación actual en cuanto a contenidos, menús y arquitectura de la información con recomendaciones de mejora.
- ✓ Estudio de Benchmarking de otras webs del sector.
- ✓ Análisis de usabilidad de la web.
- ✓ Informe de accesibilidad de la web.
- ✓ Informe de seguridad de la web.

PREMISAS

Tras la evaluación de los análisis y con sus conclusiones, tras la aprobación de San Sebastián Turismo, se comenzará con las propuestas de mejora del PORTAL WEB CORPORATIVO para el siguiente año o período del contrato, teniendo a la vista lo estipulado en Pliegos, lo ofertado por el contratista, así como las necesidades surgidas a TURISMO.

El portal web deberá priorizar siempre:

- ✓ Facilidad de uso.
- ✓ Cumplir con todos los requisitos mínimos de accesibilidad, usabilidad, navegabilidad y seguridad que se especifican en estos pliegos.

ARQUITECTURA Y CONTENIDOS

La arquitectura y la propuesta de nuevos contenidos deberá tener en cuenta los objetivos de cada sitio web del ENTORNO WEB DSS TURISMOA, lo estipulado en los Pliegos, lo ofertado por el contratista, así como otros aspectos para el desarrollo de contenido como son la igualdad de género, el lenguaje inclusivo, tanto textual como gráfico cumpliendo los criterios de accesibilidad de la WCAG 2.1 o superior (nivel AA), siempre que sea posible.

Donostia
San Sebastián

DISEÑO Y EXPERIENCIA DE LA PERSONA USUARIA

El PORTAL WEB CORPORATIVO, teniendo como finalidad mejorar la experiencia de las personas usuarias, mantendrá un diseño claro y sencillo, especialmente para la experiencia a través de móviles, tablets, etc.

Las nuevas propuestas de estilo gráfico del PORTAL WEB CORPORATIVO y del conjunto de las plantillas, módulos, etc. deberán estar adaptadas e ir en línea con el actual manual de marca actual de DSS Turismo.

ACCESIBILIDAD

Desde el punto de vista de accesibilidad, se deberán seguir las guías del **"World Wide Web Consortium"** (W3C) para que el ENTORNO WEB DSS TURISMOA cumpla con WCAG 2.1, nivel Doble A, siendo ese nivel de exigencia de obligado cumplimiento en la mayoría de contenidos que sea posible. Para ello, la empresa contratista deberá contar/subcontratar, dentro del precio ofertado, con el apoyo de una consultora experta para realizar tantos análisis como sea necesario hasta lograr el objetivo de cumplimiento con el nivel AA y mantener a lo largo de la duración del contrato el nivel de accesibilidad AA (excepto la WEB DEPENDIENTE Accesibility, que deberá cumplir la triple AAA por ir dirigida específicamente al segmento de personas con discapacidad funcional diversa).

COMPATIBILIDAD Y PORTABILIDAD

Visualización óptima y correcta en cualquier navegador en sus últimas versiones. (Edge, Chrome, Firefox, Safari).

Otros Requisitos técnicos mínimos a tener en cuenta, que la empresa contratista podrá mejorar en su propuesta para el mantenimiento y / o mejora del actual Portal WEB:

- ✓ Navegación clara, intuitiva y sencilla.
- ✓ URL´s amigables y sencillas que faciliten la experiencia de la persona usuaria.
- ✓ Uso de etiquetas y meta-tags que faciliten la accesibilidad.
- ✓ Buenas prácticas de optimización SEO tanto en contenido, como texto, imágenes, vídeos y enlaces url.
- ✓ Mapas / Google Mapas/ Geolocalización.

NUEVAS FUNCIONALIDADES

Bajo la petición de San Sebastián Turismo, se podrán solicitar los siguientes tipos de acciones:

- ✓ Nuevos desarrollos y/o funcionalidades para incorporar tanto al PORTAL WEB CORPORATIVO como a las WEBS DEPENDIENTES.
- ✓ Mejoras en programas, funcionalidades, nuevos componentes, propuestas multimedia, etc. siempre que DSS Turismoa lo considere como una mejora para la experiencia de la persona usuaria.

- ✓ La empresa contratista adaptará e incorporará estas nuevas funcionalidades o programas al gestor de contenidos para ser manejados desde el mismo.

SEGURIDAD

La empresa contratista contará y/o subcontratará a su cuenta el asesoramiento de una consultora experta para la realización de trabajos de auditoría de seguridad utilizando la Metodología OSSTMM en su versión 2.2 o superior (Open Source Security Testing Methodology Manual).

En cuanto a la evaluación de las condiciones de seguridad de la aplicación web se utilizará, adicionalmente, la categorización de vulnerabilidades y técnicas de penetración de OWASP (Open Web Security Project; http://www.owasp.org).

Para ello, se deberán realizar las pruebas necesarias en las siguientes áreas de seguridad:

- ✓ Entradas sin validar en las aplicaciones
- ✓ Control de acceso incorrecto
- ✓ Fallos de autenticación y gestión de sesiones
- ✓ Cross Site Scripting (XSS)
- ✓ Desbordamientos de buffer
- ✓ Fallos de Inyección
- ✓ Gestión Incorrecta de Errores
- ✓ Almacenamiento Inseguro
- ✓ Fallos de Configuración
- ✓ Ataques Criptográficos
- ✓ Revelación de Secretos

LICENCIAS Y CERTIFICADOS

La empresa contratista, a su cuenta, deberá identificar y obtener las licencias y certificados necesarios para el desarrollo óptimo de la web.

Quedará incluido en el precio, también, el suministro de las licencias que pudieran ser necesarias (plugins comerciales para las diferentes funcionalidades del PORTAL WEB CORPORATIVO o de soluciones de gestión de cookies), su instalación y su puesta a punto, así como el seguimiento de las mismas durante toda la vigencia del contrato.

Se excluyen las de software base, de base de datos y productos ofimáticos, al estar implementadas en el funcionamiento propio de TURISMO.

La empresa contratista, además, deberá acreditar el cumplimiento de los siguientes requisitos y / o licencias, a saber:

- ✓ Emplear un certificado SSL de organización.
- ✓ Contar con una política y herramientas de respaldo para los diferentes sitios web.

Adicionalmente, el PORTAL WEB CORPORATIVO y las WEBS DEPENDIENTES deberán cumplir los siguientes requisitos:

- ✓ Incorporar el sello de Confianza Online, que es la asociación nacional creada por Autocontrol y Adigital para aumentar la confianza de los usuarios en Internet.
- ✓ Cumplir con las normas actualmente aplicables en materia de comercio electrónico (LSSI) y protección de datos personales (RGPD).
- ✓ Cumplir con las exigencias legales en materia de accesibilidad derivadas del RD 1112/2018.

Conformidad con el Esquema Nacional de Seguridad

La empresa adjudicataria deberá estar en condiciones de acreditar la correspondiente Declaración de Conformidad con el Real Decreto 311/2022, de 3 de mayo, por el que se regula el Esquema Nacional de Seguridad (en adelante, el "ENS"), dando cumplimiento de las siguientes medidas de seguridad del Anexo II del ENS para sistemas de categoría MEDIA:

- Identificación[op.acc.1]
- Requisitos de acceso [op.acc.2]
- Proceso de gestión de los derechos de acceso [op.acc.4]
- Mecanismo de autenticación (Usuarios externos) [op.acc.5]
- Mecanismo de autenticación (Usuarios de la organización) [op.acc.6]
- Configuración de seguridad [op.exp.2]
- Gestión de la configuración [op.exp.3]
- Mantenimiento y actualizaciones de seguridad [op.exp.4]
- Gestión de cambios [op.exp.5]
- Gestión de incidentes [op.exp.7] y Registro de la gestión de incidentes [op.exp.9]
- Registro de actividad [op.exp.8]
- Protección de la confidencialidad [mp.com.2]
- Protección de la integridad y la autenticidad [mp.com.3].
- Desarrollo de aplicaciones (mp.sw.1), Aceptación y puesta en servicio [mp.sw.2] y Protección de los servicios y aplicaciones web [mp.s.2]-

La acreditación de Conformidad con el ENS se hará a cuenta de la empresa adjudicataria, contratando para tal fin a una empresa externa acreditada para este tipo de procesos.

PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y COMERCIO ELECTRÓNICO

El sitio web deberá cumplir en todo momento con las obligaciones legales que, en cada momento, establezca la regulación aplicable en materia de protección de datos personales y/o comercio electrónico, observando, a tal fin, las directrices que el área o áreas competentes de DSS Turismo indiquen.

Contará, por ejemplo, con los mecanismos necesarios para informar al usuario del tratamiento que se va a hacer de sus datos, recabar y gestionar el consentimiento sobre uso de cookies, así como informar con detalle del objeto de cada una de las cookies empleadas.

ALOJAMIENTO WEB. Servidor, Hosting, Dominios

La empresa contratista **revisará anualmente e identificará** para DSS Turismoa en un informe **el alojamiento más adecuado para el ENTORNO WEB DSS TURISMOA**. Incluirá la descripción del Servidor, data center donde se hospedará el servidor, hosting, etc. Adicionalmente, la empresa contratista gestionará la contratación del alojamiento seleccionado a expensas de DSS Turismoa, que asumirá y abonará directamente al proveedor seleccionado el correspondiente precio.

Será prioritario tener en cuenta aspectos como la capacidad de seguridad, respuesta y crecimiento adecuados para soportar la estrategia digital de la entidad a futuro. El hospedaje de las páginas web deberá realizarse en infraestructura ubicada en el Espacio Económico Europeo y sujeta a todas las leyes europeas en materia de protección de datos personales.

DESCRIPCIÓN DEL ACTUAL ENTORNO WEB DSS TURISMOA

DSS Turismo cuenta con diferentes portales web, desarrollados mayoritariamente sobre el CMS WORD PRESS. Cada portal se dirige a un público objetivo determinado y tiene funciones y objetivos diferentes; se resumen brevemente a continuación.

Estructura de los sitios web

A continuación, hacemos referencia al ecosistema de sitios web que son objeto del mantenimiento incluidos en la presente licitación:

DONOSTIA SAN SEBASTIÁN TURISMOA

Página principal de DSS Turismoa donde se concentra el mayor número de información y funcionalidades del portal. La *home* desde donde se despliega todo el entorno digital y las diferentes páginas webs. Es la página con mayor número de visitas y más internacional.

El objetivo de esta página es dar una información clara, objetiva y atractiva sobre el destino, que el usuario encuentre de forma clara lo que necesita, además de sugerirle nuevas opciones en el destino. En caso de un potencial visitante, el objetivo es conseguir una visita de calidad, intentando que interactúe en la página, navegue para descubrir posibilidades, descargue contenido, vea publicaciones, visite empresas del sector y / o llegue a comprar un servicio turístico en la shop-online.

URL: https://www.sansebastianturismoa.eus/
Usuarios: 1.281.273
Páginas Vistas: 3.289.187
PHP: 8.5
BBDD: MariaDB 11.8
CMS: WP: 6.9.4

SAN SEBASTIÁN CONVENTION BUREAU

Página dirigida al organizador profesional de eventos, congresos, reuniones, etc. Página dirigida a un segmento muy específico y profesional, agencias y organizadores de eventos. Buscan información fiable, práctica y concreta. Hoteles y / o sedes reuniones con información detallada sobre capacidades, etc. Empresas y proveedores locales, etc. Lo más visitado, la agenda de congresos.

URL: https://conventionbureau.sansebastianturismoa.eus/
Usuarios: 26.910
Páginas Vistas: 74.614
PHP: 8.3
BBDD: MariaDB 11.8
CMS: WP: 6.9.4

SAN SEBASTIÁN ACCESIBLE

Un sitio web muy específico para las personas con diversidad funcional en sus diferentes variantes. Es una página con poco contenido, pensada, diseñada y construida para hacer llegar información relevante de forma clara y sencilla a personas con dificultades para acceder al contenido turístico de la página general de ocio. Contiene información sobre los diferentes grados de accesibilidad de los diferentes puntos y recursos turísticos estratégicos de la ciudad.
Medios de transporte, estaciones, principales recursos turísticos y fichas sobre las principales empresas turísticas de la ciudad, alojamiento, hostelería y servicios. Unas 50 fichas de recursos de la ciudad con información específica sobre la accesibilidad de los mismos.

URL: https://accessibility.sansebastianturismoa.eus
Accesibility
Usuarios: 60.332
Páginas Vistas: 119.264
PHP: 8.3
BBDD: MariaDB 11.8
CMS: WP: 6.9.4

SAN SEBASTIÁN PREMIUM

Una web con el objetivo específico de posicionar el destino para el cliente premium. Actualmente con poco contenido, estática, con el objetivo de mostrar las empresas y servicios seleccionados para el cliente / agencia premium. En la actualidad unas 43 empresas, podrá y deberá aumentar en contenido, y visibilidad.

URL: https://premium.sansebastianturismoa.eus/
Premium
Usuarios: 27.746
Páginas Vistas: 53.919
PHP: 8.3

BBDD: MariaDB 11.8
CMS: WP: 6.9.4

SAN SEBASTIÁN PROFESSIONAL

Un sitio web específico que se dirige al sector profesional o B2B, con 3 áreas diferenciadas, Prensa, Agentes y Socios.
El contenido de prensa está dirigido a todas aquellas personas del ámbito de la comunicación que deseen documentación y/o ayuda relacionada con esta área.
El área de Agentes está pensada para empresas vinculadas al sector turístico que necesiten precios, cotizaciones o apoyo para preparar viajes de agentes, encontrar un operador local o recibir asesoramiento imparcial y objetivo.
Por último, el área de socios es una zona con información sobre el destino y la sociedad, dirigida a las más de 300 empresas asociadas.

URL: https://professional.sansebastianturismoa.eus/
Usuarios 6.000. (En 2025 no existía esta web como tal, es la unión de dos páginas anteriores "Prensa y Agentes" y "Socios".
Páginas Vistas: 15.000
PHP: 8.3
BBDD: MariaDB 11.8
CMS: WP: 6.9.4

SAN SEBASTIÁN SHOP

E-comerce, tienda on line de venta de productos, entradas a recursos, visitas guiadas, etc. de empresas asociadas a San Sebastián Turismo. Unos 50-60 productos a la venta. Venta online, con pasarela de pago. Buscador por fecha y por tipología de producto.

URL: https://shop.sansebastianturismoa.eus/
Shop
Usuarios: 250.000
Páginas Vistas: 600.000
PHP: 8.3
BBDD: MariaDB 11.8
CMS: WP: 6.9.4

Funcionalidades específicas:

- Como en el caso anterior, la información sobre los productos de la tienda proviene de un ERP y se debe realizar una integración de un webservice cuyos endpoints son suministrados por un proveedor de DSS Turismoa. La empresa contratista deberá integrar el web service en la web.
- Integración con el ERP de ventas para mostrar datos de los productos que están a la venta. Además, las ventas realizadas en la web viajan también hasta el ERP.

- Programación de pop-ups promocionales.
- Backoffice para descargar datos de los pedidos y de los compradores según fecha de compra o fecha en la que disfrutarán de la actividad.

LANDINGS PARA ALEMANIA Y JAPÓN

Landings para mercados específicos: Mercados alemán y japonés.
2 páginas web específicas para mercados concretos desarrolladas de forma estática. El objetivo es dar una breve descripción de los highlits de la ciudad, cómo llegar y renviar al home principal para ampliar información.

URL: https://jp.sansebastianholidays.com/
Usuarios: 600
Páginas Vistas: 1.800

URL: https://de.sansebastianholidays.com/
Usuarios: 10.000
Páginas Vistas: 25.000

san sebastian holidays - de/jp
PHP: 8.3
BBDD: MariaDB 11.8
CMS:WP: 6.9.4

GURERA
https://donostiagurera.eus/

Landing presentada en 2026, dirigida principalmente a la ciudadanía donostiarra. Su objetivo es comunicar la gestión turística que se está desarrollando desde el Ayuntamiento y desde San Sebastián Turismoa.
CMS: WordPress 6.9.4

IDIOMAS

Todos los sitios webs están traducidos a 4 idiomas (euskera, español, inglés, francés) a excepción de las landings japonesa y alemana en un solo idioma (en japonés y alemán, respectivamente), así como cierta información de socios, por estar enfocada a las empresas locales. Gurera también está en dos idiomas, euskera y castellano.

ESTRATEGIA Y OBJETIVOS DE DONOSTIA SAN SEBASTIAN TURISMO

DONOSTIA TURISMOA continúa apostando en su nuevo **Plan director Donostia / San Sebastián** VISIT- BIZI 2023-2027[1] por un modelo de turismo sostenible, situando a las personas en el centro. Los principales ejes del Plan director siguen siendo la **sostenibilidad** – social, medioambiental, económica-, el **equilibrio** – entre ciudadanos, visitantes, empresas- la **calidad** – de vida, de visita, de destino- y la **autenticidad** – identidad, cultura, lengua propia, tradiciones, singularidad…

Dentro de esta estrategia de apuesta por la sostenibilidad y la calidad, toma una especial relevancia el mayor canal de comunicación e imagen de la entidad. La importancia de ofrecer una información objetiva, fiable y de calidad de forma accesible y amigable, así como realizar una promoción sostenible del turismo de la ciudad, seleccionando y dirigiéndonos a públicos objetivos previamente seleccionados, han basado el desarrollo del ENTORNO WEB DSS TURISMOA y toda la estrategia online. Otra parte fundamental de la estrategia de la entidad contratante ha sido y es la de dar visibilidad a las más de 300 empresas asociadas, empresas turísticas de la ciudad y del territorio que trabajan por la calidad y un buen servicio en la ciudad.

EL portal web corporativo y la estrategia digital han sido y son la pieza central y fundamental del posicionamiento y comunicación de la entidad contratante tanto con los y las visitantes, ciudadanía como con las empresas asociadas. Es la herramienta de comunicación donde se invierte un gran esfuerzo económico por entender que es el canal directo donde encontrar a los públicos objetivos, ofrecerles la mejor información y tratar de convertirlos en futuros visitantes.

Por ello desde hace más de 12 años, el ENTORNO WEB DSS TURISMOA, la estrategia digital en general y la estrategia de RRSS han sido una de las grandes apuestas de la entidad contratante para toda su estrategia de posicionamiento y comunicación.

Son las siguientes las tres grandes **líneas estratégicas** de la entidad contratante enmarcadas en su plan director:

1) Gestión del destino, por un turismo y una ciudad más sostenibles. Mejorar la comunicación sobre los aspectos relacionados con la movilidad y la accesibilidad turística, promover la desconcentración (repartir el flujo turístico por distintas áreas de la ciudad y alrededores), la desestacionalización (atraer visitantes fuera de temporada alta), la información del sistema de inteligencia del destino etc. y promover un "consumo" de la ciudad, sus espacios y sus recursos responsable.

2) Promoción del destino y sus ejes estratégicos en los mercados prioritarios: Se prioriza la calidad frente a la cantidad, por lo tanto, no se realizará una comunicación de masas si no acciones estratégicas para atraer a nuestros públicos objetivos en mercados de mayor interés:

Ejes estratégicos:

[1] *En caso de que, durante la vigencia del contrato, se actualice el referido Plan, TURISMO lo facilitará a la empresa contratista.*

i.Turismo de ocio: El turismo que representa más del 90% del turismo de la ciudad, y se divide en diferentes perfiles o motivaciones del turista; turismo gastronómico, turismo cultural, turismo urbano, turismo premium, deportivo.

ii.Turismo MICE El turismo de congresos y eventos, eje prioritario para DONOSTIA TURISMOA.

Mercados prioritarios: España, Francia, Reino Unido, Benelux, Alemania, Escandinavia, Estados Unidos, Canadá, Japón o Australia. Se apuesta por la internacionalización del destino en mercados que ya se interesan por el destino.

Targets/públicos prioritarios (CLIENTE EXTERNO): Los públicos prioritarios que busca captar la ciudad con las acciones de SEO y SEM: Foodie, Premium Cosmopolita y Agencias especializadas sector congresos y eventos (MICE)

3) Comunicación institucional, sensibilización ciudadana y sector turístico. Comunicación de las acciones de sensibilización frente a la ciudadanía, los visitantes y el sector turístico, presencia online de los socios de DONOSTIA TURISMOA, comunicaciones institucionales etc.

Target- Ciudadanía / (CLIENTE INTERNO): Además del visitante, en este apartado, se tendrá en cuenta de forma prioritaria a la ciudadanía Y al sector turístico, en especial a los socios de DONOSTIA TURISMOA (300 establecimientos asociados).

Las acciones, el plan de contenidos y el estilo de la web y las redes sociales deben ser coherentes con los objetivos del Plan director y la imagen de marca.

Más información:

Plan director Donostia San Sebastián Visit- Bizi 2023-2027
https://professional.sansebastianturismoa.eus/informacion-util/plan-director/

Memoria Donostia San Sebastián Turismo 2024
https://professional.sansebastianturismoa.eus/wp-content/uploads/2025/08/Memoria_DSST_2024_CAST.pdf

Marca turística de Donostia / San Sebastián
https://professional.sansebastianturismoa.eus/informacion-util/imagen-corporativa/

KPI´s Actuales portal web (informe anual web)
https://professional.sansebastianturismoa.eus/wp-content/uploads/2025/08/Memoria_DSST_2024_CAST.pdf (Página 65-74)

3. PLAZOS EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS.

El plazo de duración del contrato se prevé en el punto 5 de la Carátula.

En las **6 primeras** semanas de cada anualidad, junto con el equipo de San Sebastián Turismo, la empresa contratista revisará y coordinará la implementación y ejecución de **la estrategia digital de marketing y principales actuaciones derivadas de la misma.** La implementación de acciones se llevará a cabo durante **las 46 semanas siguientes (en total 52 semanas, 1 año).**

En esas 6 primeras semanas de cada anualidad se llevará a cabo un **análisis** del funcionamiento y rendimiento de las webs que componen el entorno web de SS Turismo y la empresa contratista presentará una **propuesta con las conclusiones** de cada sitio web y con las principales actuaciones a llevar a cabo durante el siguiente año.

Se propondrán y fijarán principales actuaciones, canales de comunicación a utilizar para poder conseguir los objetivos del plan anual de Marketing de SS Turismo.

Se realizarán a lo largo de las referidas 46 semanas todas las actuaciones relacionadas con acciones SEO, SEM, incorporación de nuevas funcionalidades, propuesta de contenidos, campañas, etc.

Deberá realizarse por tanto un entregable a las 6 semanas que contenga al menos el siguiente contenido:

- Análisis SEO
- Propuestas Estructura y contenido de las webs
- Propuestas mejora funcionalidades relacionadas con el rendimiento web
- Propuestas SEM
- Calendario actuaciones
- Objetivos a conseguir
- Presupuesto aproximado de cada actuación

4. INCIDENCIAS

Durante la ejecución del contrato las incidencias se calificarán como críticas, importantes y leves conforme al siguiente desglose:

- **Incidencias Críticas** serán aquellas que anulen o provoquen la interrupción del total o de gran parte del servicio de la web, como caídas de servidor, ataques informáticos a la web, etc.

  Estas incidencias deberán ser atendidas y solucionadas en menos de 5 horas naturales.

- **Incidencias Importantes**; serán aquellas que provoquen la interrupción de funcionalidades o de servicios como la posibilidad de compra de la shop, incorrecta visualización de alguna sección de alguna de las webs, falta de entendimiento con los ERP, CRM, bases de datos o web services, servicio de Chat etc…

  Este tipo de incidencias deberán ser atendidas y solucionadas en menos de 48 horas naturales.

- **Incidencias leves**, pequeñas correcciones que se detectan en la web, error de maquetación o de visualización de alguna sección o funcionalidad, imágenes, etc.…

  Este tipo de incidencia habrá de ser subsanada en un plazo máximo de 5 días hábiles

A los efectos del presente Pliego de Prescripciones Técnicas computarán como “horas naturales” aquellas horas comprendidas de lunes a domingo (festivos incluidos) y como “días hábiles” aquellos días que transcurran de lunes a viernes, festivos excluidos.

Para la comunicación de las incidencias la empresa contratista pondrá a disposición de DONOSTIA TURISMOA una **dirección de correo electrónico**. En el asunto de la comunicación DONOSTIA TURISMOA calificará la incidencia como crítica, importante o leve y la empresa contratista deberá dar respuesta y resolución a las mismas en los plazos máximos establecidos para cada tipo de incidencia a contar desde la recepción de cada comunicación emitida por parte de TURISMO, a estos efectos.

5. COMUNICACIONES CON DONOSTIA TURISMOA

La empresa contratista deberá enviar los siguientes documentos y/o entregables:

- El contratista deberá presentar, con carácter mensual, un informe detallado del grado de ejecución de los trabajos realizados, incluyendo el desglose de horas consumidas y el cómputo de horas restantes del proyecto.
- Asimismo, para toda tarea o proyecto solicitado por DSS Turismoa cuya estimación supere las diez (10) horas de trabajo, el contratista deberá presentar, con carácter previo a su ejecución, un presupuesto detallado que incluya la descripción de los trabajos a realizar y la estimación de horas, quedando su inicio supeditado a la aprobación expresa por parte de DSS Turismoa.

6. TRATAMIENTO LINGÜÍSTICO:

Todos los elementos que surjan de este proyecto deberán cumplir con la Ley 10/1982, de 24 de noviembre, de Normalización del Uso del Euskara, así como el Plan de Normalización del Uso del Euskara en el Ayuntamiento de San Sebastián (7º Plan) y su desarrollo, así como los Criterios de Uso de las Lenguas Oficiales aprobados por el Ayuntamiento. A su vez, se dará cumplimiento, en lo que resulte de aplicación, a lo dispuesto en el Decreto 179/2019, de 19 de noviembre, sobre normalización del uso institucional y administrativo de las lenguas oficiales en las instituciones locales de Euskadi y en el Decreto 19/2024, de 22 de febrero, de normalización del uso del euskera en el Sector Público Vasco y, en su caso, en la que resulte de aplicación a las determinaciones contenidas en la Ley 3/2022, de 12 de mayo, del Sector Público Vasco.