



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE SERVICIOS PARA EL MANTENIMIENTO, ACTUALIZACIÓN Y DINAMIZACIÓN DEL PORTAL DE TURISMO DE EUSKADI.

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 de Euskadi, de conformidad con los requisitos que para los contratos de servicios establece la Ley de Contratos del Sector Público.

A través de esta prestación se pretende garantizar un canal digital actualizado, accesible, multilingüe y alineado con la estrategia turística del Gobierno Vasco. Así mismo, se busca reforzar el posicionamiento de Euskadi como destino sostenible, competitivo y de calidad, ofreciendo contenidos atractivos y relevantes que favorezcan la interacción con visitantes, profesionales y agentes del sector, contribuyendo a la transformación digital y a la promoción eficaz del territorio.

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 justifica esta licitación. Teniendo en cuenta que nos encontramos ante un nuevo paradigma turístico, la empresa contratista deberá realizar su trabajo basándose en el Plan Estratégico de Turismo y Comercio: “La estrategia Vasca de Turismo 2030 y el Plan 2025”.

La Estrategia Vasca de Turismo 2030 y Plan 2025 identifican líneas y acciones clave que, a grandes rasgos, se articulan en torno a cuatro grandes ejes palanca que representan los grandes ámbitos de la actuación del sector turístico vasco: destino, industria, marketing y gobernanza. Euskadi tiene la ambición de consolidar un modelo sostenible y responsable que fomente la distribución justa de los beneficios e impactos derivados de la actividad turística, así como liderar un ecosistema turístico de referencia que le permita posicionarse como uno de los principales

destinos turísticos del eje atlántico europeo y que se diferencie por una oferta turística competitiva, diversa y singular.

Destino, Industria, Marketing y Gobernanza.

Euskadi es un lugar ideal para disfrutar, en poco tiempo, de numerosos atractivos turísticos: un paisaje diverso, una cultura milenaria y una afamada gastronomía a lo que le acompaña el recorrido verde de sus montañas y valles y el azul de su costa insólita inigualable. Un destino especial en el que la vanguardia de sus capitales va unida a la tradición del mundo rural y a la lengua viva más antigua de Europa. Un territorio con un gran potencial turístico en el que cada uno de sus pequeños rincones presentan multitud de planes distintos para los que lo visitan y en el que todos los agentes del ecosistema turístico se alinean para garantizar una propuesta de alto valor añadido, apalancada en la maximización de su experiencia turística, satisfacción y fidelización.

El tejido empresarial –empresas y establecimientos turísticos– son verdaderos motores a la hora de plantear propuestas de valor que permitan dar respuesta a todos los puntos de contacto entre el visitante y el propio destino. Con el propósito de maximizar la experiencia turística del visitante en Euskadi, la Estrategia Vasca de Turismo Sostenible 2030 deberá comprender tanto el nivel de madurez como el rol futuro que juega cada agente clave como habilitador en la propia cadena de valor. De forma se ha de incorporar la filosofía de la ética turística, en las que todos los agentes deben estar comprometidos con una serie principios básicos que fomenten la responsabilidad en su actividad.

Por otro lado, resulta indispensable contar una estrategia clara de marketing que establezca las directrices sobre el posicionamiento, marca, productos, mercados, segmentos y cualquier otra acción vinculada a la comercialización, promoción y comunicación del destino. Euskadi cuenta con un planteamiento de posicionamiento turístico a futuro centrado en los principales atributos del territorio: autenticidad, carácter, cultura, gastronomía, modernización, naturaleza, costa, capitales, confianza y calidad. Y, alineado con el posicionamiento turístico y como expresión de la identidad, personalidad, imagen y valores, la marca turística –Euskadi Basque Country – da respuesta a los mensajes que se quieren trasladar al público objetivo que persigue el destino.

Y, dado el carácter transversal del sector turístico, resulta fundamental una gestión coordinada para asegurar su sostenibilidad y potenciar su impacto positivo en el territorio. El éxito del turismo en Euskadi depende de una gobernanza eficaz que garantice una correcta gobernanza, gestión y organización. Que vele por los intereses del ecosistema turístico, asegure su sostenibilidad, y supervise su marcha, respetando las normas legales y la ética de una forma participativa, transparente y sostenida. También resulta vital la ordenación de los recursos turísticos de modo que se pueda: compatibilizar su disfrute y protección, orientar su planificación a nivel territorial y

urbanístico y, especialmente, considerar la capacidad de carga de los destinos que caracterizan al territorio.

El turismo en Euskadi se encuentra en una etapa clave de transformación y consolidación. Apostar por un modelo sostenible, responsable e innovador permitirá que el sector continúe generando valor para la economía, el medioambiente y la sociedad. A través de una oferta auténtica, una industria alineada con las nuevas tendencias, estrategias de marketing eficaces y una gobernanza sólida, Euskadi se posicionará como un destino turístico de referencia en el ámbito europeo. La colaboración entre todos los agentes del ecosistema será esencial para garantizar un desarrollo equilibrado, maximizando la experiencia del visitante y asegurando el bienestar del territorio y su gente.

3.- OBJETO

El objeto del presente expediente es la contratación del servicio de mantenimiento, actualización y dinamización del portal de turismo de Euskadi.

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 enunciados en el punto anterior.

Así, 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, así como la dinamización y asesoramiento a los establecimientos de alojamiento turístico y a las oficinas de turismo de la red de Itourbask, a las empresas de turismo activo, y a las personas habilitadas como guías de turismo a través, en su caso, de la aplicación de recursos turísticos Gaurkotu. Asimismo, incluye la formación en estrategia digital, la dinamización y envío de newsletters a las oficinas de la red i-Tourbask, así como el mantenimiento de los contenidos de las instalaciones audiovisuales de los puntos de información.

Se debe destacar la realización de diferentes acciones que den dinamismo al portal de turismo <https://turismo.euskadi.eus/es/> y, por lo tanto, implican un mayor número de sesiones, usuarios y páginas visitadas. 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 contratista deberá realizar un trabajo constante en la actualización de destacados, imágenes, videos, 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 contratista 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 de todas las secciones destacadas 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.

Asimismo, la empresa contratista asesorará a los establecimientos de alojamiento turístico, a las oficinas de turismo integradas en la red i-Tourbask, a las personas habilitadas como guías de turismo y a las empresas de turismo activo inscritas en el REATE (Registro de Empresas y Actividades Turísticas de Euskadi), con el objetivo de facilitar su promoción en el portal a través de la aplicación de recursos turísticos Gaurkotu. Igualmente, será responsable de la redacción, diseño y envío de boletines informativos (Newsletters) dirigidos a los usuarios registrados en las plataformas i-Tourbask y Gaurkotu, o a usuarios registrados en cualquier otra plataforma que se habilite a tal efecto.

La empresa contratista deberá sustituir los contenidos de las secciones destacadas 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 contratista se le facilitará el acceso desde sus propias instalaciones a los gestores de contenidos y portales de Euskadi.eus en las áreas de trabajo y portales correspondientes, que actualmente corresponden a las siguientes aplicaciones informáticas: R01-Gestor de contenidos y portales del Gobierno Vasco «euskadi.eus»; webtur00-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; y Matomo: sistema de analítica web en los portales de Euskadi.eus. Así mismo, se le permitirá el acceso y uso, desde sus propias instalaciones, a las siguientes aplicaciones externas utilizadas por el Departamento: a las herramientas de análisis web y gestión de etiquetas Google Analytics 4 (GA4) y Google Tag Manager (GTM), o con otras que pudieran sustituirlas durante la vigencia del contrato.

Es importante que la empresa contratista esté en contacto permanente con el equipo de la Dirección de Turismo y Hostelería y con el personal informático de Ejie-Sociedad Informática del Gobierno Vasco-, y con el equipo de Marketing de Basquetour -Agencia Vasca de Turismo-, acudiendo a reuniones periódicas para asegurar la correcta marcha del proyecto.

Todos los diseños que realice la empresa contratista deberán tener un diseño adaptable (*responsive design*) ajustándose el diseño a diferentes dispositivos y resoluciones. Además deberá cumplimentar el libro de estilo para Entes y portales temáticos que se establece en <https://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/servicio-web/manuales-euskadi.eus-berria/-/nueva-euskadi-eus-libro-de-estilo-para-portales-de-ente-y-tematicos/>

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

- 1.- Adecuación al Decreto 91/2023, de 20 de junio, de atención integral y multicanal a la ciudadanía y acceso a los servicios públicos por medios electrónicos.
<https://www.euskadi.eus/web01-bopv/es/bopv2/datos/2023/06/2303141a.pdf>

La empresa contratista 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 e Innovación Administrativa
<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 UNE-EN 301 549:2022, “*Requisitos de accesibilidad de productos y servicios TIC aplicables a la contratación pública en Europa*”
https://administracionelectronica.gob.es/pae_Home/pae_Estrategias/pae_Accesibilidad/pae_normativa/pae_eInclusion_Normas_Accesibilidad.html, que ya ha sido adoptada por UNE en España, establece los requisitos funcionales que garantizarán que los productos y servicios TIC sean accesibles para todas las personas; por ejemplo, desde un teléfono móvil, hasta ordenadores, pasando por páginas web; así, los requisitos para la web se basan en las directrices de accesibilidad de contenidos web WCAG 2.1, desarrolladas por W3C.

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 2.1 (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 contratista.

4.1.- 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 contratista 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 esté 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 plazo de duración inicial del contrato (12 meses) 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/webtur00-content/es/>
- Planes: <https://turismo.euskadi.eus/es/top-viajes/avistamiento-de-cetaceos-en-barco/webtur00-content/es/>
- Grandes Rutas: <https://turismo.euskadi.eus/es/rutas/camino-ignaciano/webtur00-contrutasesp/es/>
- Rutas: <https://turismo.euskadi.eus/es/rutas/de-zarautz-a-getaria/webtur00-contrutas/es/>
- Restaurantes: <https://turismo.euskadi.eus/es/restaurantes/restaurante-arzak/webtur00-content/es/>
- Recursos con ficha reducida: <https://turismo.euskadi.eus/webtur00-agenciasviajes/es/s12PortalWar/buscadoresJSP/buscadorN3.jsp?r01kLang=es§orType=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 innovadora, creativa y atractiva 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, la persona usuaria 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.

4.2.- 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 durante el plazo de duración inicial del contrato (12 meses), en los cinco idiomas mencionados anteriormente, a fin de tener actualizados en todo momento los contenidos del portal de turismo de Euskadi.

La empresa contratista propondrá y acordará con la Dirección de Turismo y Hostelería el calendario de los recursos a actualizar.

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 contratista revisará los campos de este en el gestor de contenidos 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.

4.3.- Investigación de usuarios segmentada por procedencia y tipología de visitante

Con el objetivo de mejorar la adecuación del portal de turismo de Euskadi a las necesidades reales de las personas usuarias y orientar la evolución futura del mismo desde una perspectiva centrada en el visitante, la empresa contratista deberá destinar una bolsa de al menos 300 horas para desarrollar acciones de investigación de usuarios, segmentadas por procedencia (mercado estatal y mercados estratégicos internacionales) y tipología de visitante.

La investigación de usuarios permitirá comprender las motivaciones, expectativas, necesidades de información, comportamientos de navegación y posibles fricciones en el uso del portal, aportando una base sólida para la toma de decisiones en relación con la mejora de contenidos, funcionalidades, estructura y experiencia de uso del portal.

Las tareas a desarrollar en este apartado incluirán, al menos, las siguientes:

a) Cuestionarios online.

Diseño, elaboración y análisis de cuestionarios online dirigidos al público objetivo, con el fin de identificar motivaciones de viaje y de consulta de información turística; necesidades de información previas, durante y posteriores a la visita; grado de satisfacción con los contenidos y servicios ofrecidos en el portal; y valoración de la claridad, utilidad y accesibilidad de la información disponible. Los cuestionarios deberán diseñarse de forma clara y accesible, en las versiones idiomáticas necesarias, y permitir la segmentación de resultados en función de criterios como procedencia, tipología de visitante o intereses turísticos. Además, será necesaria la validación de la Dirección de Turismo y Hostelería para su difusión.

b) Entrevistas personales y dinámicas grupales.

Realización de entrevistas personales y, cuando proceda, grupos de discusión (focus group) con diferentes tipologías de visitantes, con el objetivo de obtener información cualitativa más profunda que permita: identificar insights relevantes sobre expectativas, percepciones y experiencias; detectar problemas, barreras o dificultades en el acceso y uso de la información; comprender los procesos de decisión y planificación del viaje en relación con el portal. Previamente a la realización de estas técnicas, será imprescindible la aprobación, por parte de la Dirección de Turismo y Hostelería, del guión de la entrevista y la definición de la muestra seleccionada, para garantizar la adecuación metodológica y representatividad de los participantes.

c) Test con personas usuarias.

Diseño y ejecución de tests de personas usuarias, centrados en distintas tipologías de visitante, que permitan analizar cómo y para qué utilizan actualmente el portal de turismo ; qué secciones o contenidos consultan con mayor frecuencia; en qué puntos abandonan la navegación y por qué motivos; y dificultades de uso, comprensión o localización de la información. Previo a la realización de estos tests, será necesaria la validación del protocolo y de la muestra seleccionada, con el fin de garantizar la adecuación metodológica y representatividad de los perfiles participantes. Estos tests deberán aportar conclusiones claras sobre la experiencia de usuario (UX) y la usabilidad del portal.

d) Informe de conclusiones.

Los resultados de la investigación deberán presentarse en un informe de conclusiones que resuma las conclusiones del trabajo realizado en los cuestionarios on line, en los focus group y en los tests de personas usuarias, junto con una definición de historias de usuarios que servirán como herramienta para identificar necesidades funcionales, oportunidades de mejora, y recomendaciones que puedan ser utilizadas como base para futuras acciones de mejora del portal de turismo de Euskadi. Además las historias de usuario ayudarán a identificar funcionalidades, contenidos o mejoras necesarias en el portal. De esta investigación se derivará la identificación de nuevos diseños, rediseños de secciones y páginas concretas. El informe deberá ser entregado y validado en un plazo máximo de cinco (5) meses desde el inicio del contrato, con el fin de permitir la planificación y desarrollo de las mejoras posteriores.

e) Consultoría y diseño de mejoras

En caso de prórroga del contrato, la empresa contratista deberá destinar la bolsa de horas asignada para investigación de usuarios a actividades de consultoría y diseño centradas en la implementación de los nuevos diseños, rediseños de secciones y páginas concretas identificados en la investigación inicial. No se contemplará la realización de una nueva investigación de usuarios durante la prórroga, sino que el esfuerzo deberá enfocarse en materializar las mejoras derivadas del análisis previo, garantizando la optimización del uso de los recursos y la continuidad en el desarrollo del portal.

4.4.- Noticias.

La empresa contratista redactará un mínimo de 36 noticias de interés turístico para la sección de noticias del portal de turismo. Se establece además la obligación de publicar al menos una noticia por mes, garantizando que ningún mes del período contractual quede sin contenido nuevo en dicha sección.

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.- Redacción de entradas para el blog “*Turista maitea*”.

La empresa contratista deberá redactar dos artículos mensuales para su publicación en el blog “Turista Maitea” integrado en el portal de turismo de Euskadi. Estas entradas de blog deberán contener alrededor de 1.000 palabras y combinar de manera equilibrada y atractiva textos, imágenes y otros elementos multimedia. Asimismo, deberán versar sobre temas originales, de actualidad y de interés estratégico para la promoción de Euskadi como destino turístico.

Además, la redacción y diseño de los textos se tiene que elaborar de manera que contribuya a mejorar el posicionamiento SEO del portal de turismo de Euskadi en los principales motores de búsqueda, cuidando en todos los textos los meta títulos y descripciones.

Por último, las entradas del blog se tienen que redactar en las cinco versiones idiomáticas del portal: euskera, castellano, inglés, francés y alemán.

4.6.- 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 en las cinco versiones idiomáticas: euskera, castellano, inglés, francés y alemán. Es tarea de la empresa contratista del contrato la búsqueda de eventos de interés turístico y la propuesta a la Dirección de Turismo y Hostelería.

Además de la creación de esos 120 contenidos, la empresa contratista deberá actualizar todos los 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 contratista 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, la persona usuaria 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 y 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.

4.7.- Formación en estrategia digital y dinamización de las oficinas de la red de i-Tourbask y mantenimiento de contenidos de las instalaciones audiovisuales de los puntos de información.

Con el objetivo de reforzar la coordinación entre las oficinas de turismo y el portal de turismo de Euskadi, la empresa contratista deberá destinar una bolsa de al menos trescientas (300) horas para mejorar los flujos de información, fortalecer las competencias digitales del personal de las oficinas de turismo, optimizar la difusión de recursos, actividades y contenidos del destino y asegurar la calidad, actualidad y coherencia de la información mostrada en los distintos canales y soportes de información turística, así como para garantizar la correcta actualización de los contenidos de las instalaciones audiovisuales de los puntos de información turística. De esta bolsa de horas, un mínimo de doscientas (200) deberán ser destinadas específicamente a acciones de formación dirigidas al personal de las oficinas de turismo.

Las tareas a desarrollar en este apartado incluirán, al menos, las siguientes:

4.7.1.- Acciones de formación en estrategia digital para las oficinas de la red de oficinas de i-Tourbask

Con el objetivo de reforzar la coherencia, calidad y eficacia de la comunicación digital de las oficinas de turismo integradas en la red i-Tourbask, la empresa contratista deberá desarrollar labores de formación en estrategia digital, en estrecha colaboración con las oficinas de turismo y con el equipo gestor del portal de turismo de Euskadi. Estas actuaciones estarán orientadas a mejorar la alineación entre las oficinas de turismo y el portal, facilitar el uso adecuado de las herramientas digitales disponibles y contribuir a una comunicación más homogénea, eficaz y

orientada a la persona usuaria.

Las actuaciones previstas en este apartado se desarrollarán en base a las necesidades identificadas, y deberán al menos, las siguientes líneas de trabajo:

a) Recogida y análisis de necesidades de comunicación y diagnóstico de madurez digital.

La empresa contratista deberá llevar a cabo acciones de diagnóstico de las necesidades de comunicación digital y del grado de madurez digital de las oficinas de turismo y de los puntos de información turística integrantes de la red i-Tourbask, que deberán incluir, entre otras: visitas a las oficinas de turismo; entrevistas con las personas trabajadoras; sesiones de trabajo o cuestionarios específicos.

Este diagnóstico permitirá identificar, entre otros aspectos las necesidades específicas de comunicación y difusión; el grado de conocimiento y dificultades en el uso de herramientas digitales y del portal, el nivel de conocimiento previo en materia de estrategia digital; y los diferentes niveles de madurez digital entre las oficinas. El informe de diagnóstico deberá ser presentado y validado en un plazo máximo de dos (2) meses desde el inicio del contrato.

b) Acciones formativas en estrategia digital.

La empresa contratista deberá diseñar, impartir y poner a disposición de las oficinas de turismo de la red i-Tourbask un programa de formación en estrategia digital, con un enfoque práctico y aplicado, que cumpla, al menos, las siguientes condiciones:

- El programa deberá incluir un mínimo de cuatro (4) cursos de formación online.
- Cada curso tendrá una duración mínima de cuatro (4) horas, divididos en dos (2) sesiones de dos (2) horas de duración cada una.
- Se facilitarán manuales para la impartición de la formación.
- Los cursos deberán ser grabados, de modo que puedan ser consultados posteriormente por las oficinas de turismo.
- Los contenidos formativos deberán presentar diferentes niveles de profundidad, evitando un enfoque exclusivamente básico.

A partir del diagnóstico de madurez digital realizado, los contenidos formativos deberán adaptarse a los conocimientos previos de las oficinas, pudiendo estructurarse en diferentes bloques formativos en función de las necesidades detectadas.

Las acciones formativas podrán abordar, entre otros, los siguientes contenidos:

- Estrategia digital aplicada a las oficinas de turismo.
- Redacción de textos orientados a la persona usuaria y a entornos digitales.
- Elaboración y uso de formularios y cuestionarios digitales.
- Gestión y optimización de fichas de Google My Business.
- Nociones básicas sobre el uso de herramientas de inteligencia artificial aplicadas a la

comunicación y gestión turística.

- Principios básicos y aplicados de posicionamiento SEO.
- Uso avanzado del portal de turismo de Euskadi como herramienta de información y apoyo.
- Buenas prácticas en la gestión y actualización de contenidos.

En todos los casos, el contenido a de los cursos de formación requerirán la aprobación de la Dirección de Turismo y Hostelería. Asimismo, estas acciones formativas, en principio, no podrán duplicar contenidos que ya se ofrecen en las siguientes plataformas de formación:

<https://learning.basquetour.eus/es/catalogue/formacion>

<https://www.turismo-formacion.com/>

No obstante, en el caso de que se detecte una demanda significativa por parte de las oficinas de turismo para una acción formativa que coincida con contenidos ya disponibles en las plataformas indicadas, se podrá valorar la inclusión de dicha acción formativa, atendiendo a las necesidades específicas de la red.

Se establece que al menos dos (2) de estas acciones formativas deberán realizarse en los dos (2) meses posteriores a la entrega y validación del informe de diagnóstico de madurez digital.

c) Informes de seguimiento y evaluación de la formación.

La empresa contratista deberá elaborar y entregar informes periódicos de seguimiento que detallen las acciones formativas realizadas. Estos informes deberán incluir, como mínimo, la descripción de los contenidos impartidos, el número de personas participantes en cada acción, los resultados obtenidos en los test de evaluación, en caso de realizarse, y los resultados de encuestas de satisfacción aplicadas a los asistentes. La aplicación de dichas encuestas se considerará conveniente para medir la eficacia y calidad de la formación ofrecida, permitiendo realizar ajustes y mejoras continuas en el programa formativo. Los informes de seguimiento deberán ser presentados conforme al calendario acordado con la Dirección de Turismo y Hostelería.

d) Formación en caso de prórroga del contrato.

En caso de prórroga del contrato, la empresa contratista continuará impartiendo cursos de formación en estrategia digital para las oficinas y punto de información de la red i-Tourbask. En esta fase se dará prioridad a aquellas personas que no hayan participado en jornadas formativas anteriores, garantizando así una cobertura formativa más amplia y equitativa entre el personal de las oficinas de turismo.

4.7.2.- Dinamización y envío de newsletters a las oficinas de la red de oficinas de i-Tourbask.

Con el objetivo de mejorar la comunicación interna, la coordinación y el flujo de información entre la Dirección de Turismo y Hostelería y las oficinas de turismo integradas en la red i-

Tourbask, la empresa contratista deberá encargarse del diseño, elaboración y envío de newsletters dirigidas específicamente a las oficinas de turismo. Éstas actuarán como una herramienta de comunicación periódica orientada a compartir información relevante, favorecer la coordinación entre agentes y reforzar el conocimiento de las acciones, recursos y actividades vinculadas al destino Euskadi.

Las tareas a desarrollar en este apartado incluirán, al menos, las siguientes:

a) Diseño y planificación de las newsletters.

La empresa contratista, en colaboración con la Dirección de Turismo y Hostelería, deberá definir el enfoque, estructura y línea editorial de las newsletters, garantizando la claridad, utilidad y orientación práctica de los contenidos; la coherencia con la estrategia global de comunicación del portal de turismo de Euskadi; y la adaptación al perfil y necesidades de las oficinas de turismo de la red i-Tourbask.

b) Elaboración de contenidos.

La empresa contratista será responsable de la redacción y maquetación de los contenidos de las newsletters, que podrán incluir, entre otros, los siguientes temas:

- Información sobre recursos turísticos y novedades relevantes del destino.
- Llamar a la participación de las oficinas en la elaboración de contenidos en recursos del portal o contenidos del blog.
- Comunicación de acciones formativas y cursos de interés para las oficinas de turismo de la red.
- Información sobre el inicio, desarrollo y resultados del diagnóstico de madurez digital de las oficinas.
- Difusión de contenidos del blog del portal y de las publicaciones realizadas.
- Información relativa a fam trips realizados con la participación de las oficinas de turismo.
- Comunicación sobre la programación y actividades del stand de Euskadi en ferias y eventos turísticos, como FITUR, entre otros.
- Otras informaciones de interés para las oficinas de turismo relacionadas con la actividad del portal y del destino.

La empresa contratista deberá entregar los contenidos solicitados para su redacción y maquetación en un plazo máximo de siete (7) días naturales desde la recepción de la solicitud correspondiente, garantizando así la puntualidad en la elaboración y envío de las newsletters.

c) Envío y periodicidad.

Se deberá elaborar y enviar un mínimo de seis (6) newsletters al año dirigidas a las oficinas de turismo de la red i-Tourbask. La periodicidad de envío podrá adaptarse a la planificación anual y a las necesidades de comunicación detectadas.

d) Seguimiento de envíos y reporte de resultados.

La empresa contratista deberá realizar un seguimiento del envío de las newsletters, centrado en identificar a las personas destinatarias que no hayan abierto el mensaje tras su envío inicial. En estos casos, será responsable de realizar un reenvío dirigido a dicho colectivo, con el objetivo de optimizar la cobertura y efectividad de la comunicación.

Posteriormente, la empresa deberá elaborar y remitir a la Dirección de Turismo y Hostelería un informe detallado que incluya un listado de las personas usuarias que han abierto y no han abierto las newsletters; así como un informe estadístico que recoja métricas clave sobre las tasas de apertura, reenvío y alcance de las comunicaciones, facilitando así el análisis integral de la recepción y el impacto de las newsletters.

4.7.3.- Mantenimiento y actualización de contenidos de las instalaciones audiovisuales

Cuando así lo solicite la Dirección de Turismo y Hostelería, la empresa contratista se encargará del mantenimiento, actualización, diseño y maquetación de los contenidos que se muestran en las instalaciones audiovisuales de información turística, concretamente en las pantallas táctiles y tótems tecnológicos ubicados en los siguientes puntos:

- Oficina de Información Turística del Aeropuerto de Bilbao.
- Oficina de Turismo de Portugalete.
- Aeropuerto de San Sebastián (Hondarribia).

Estas instalaciones audiovisuales actúan como puntos de información turística para personas visitantes y requieren una actualización periódica de sus contenidos para garantizar la calidad, actualidad y coherencia de la información ofrecida. Las tareas a desarrollar en este apartado incluirán, al menos, las siguientes:

a) Mantenimiento y actualización de contenidos.

La empresa contratista deberá realizar las labores necesarias para asegurar que los contenidos mostrados en las pantallas táctiles y tótems tecnológicos se encuentren actualizados y alineados con la información vigente del portal de turismo de Euskadi; correctamente estructurados y fácilmente accesibles para las personas usuarias; y adaptados al formato y características técnicas de las instalaciones audiovisuales. Una vez recibida la orden de modificación, actualización o corrección de cualquier contenido por parte de la Dirección de Turismo y Hostelería, la empresa contratista deberá realizar los cambios solicitados en un plazo máximo de siete (7) días naturales. Los contenidos se gestionarán desde la aplicación interna AA80T – Gestor de recursos turísticos.

b) Diseño y maquetación de contenidos

Cuando sea necesario, la empresa contratista se encargará del diseño y maquetación de nuevos contenidos o de la adaptación de los existentes, teniendo en cuenta la usabilidad y experiencia

de uso en pantallas táctiles; la claridad y jerarquización de la información y la coherencia visual con la identidad del portal de turismo de Euskadi.

4.8.- Mantenimiento y asesoramiento a los establecimientos turísticos, a las empresas de turismo activo, y a las personas habilitadas como guías de turismo; y dinamización de Gaurkotu.

A fin de mantener actualizados los recursos de alojamiento turístico, de las empresas de turismo activo y de las personas habilitadas como guías de turismo, se dispone de una aplicación denominada GAURKOTU, que ofrece la ventaja de que son los propios usuarios quienes, a través de un usuario y contraseña, o a través de medios de identificación electrónica, actualizan sus datos promocionales.

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 dentro del mismo horario que la línea telefónica a las peticiones que lleguen al correo electrónico de asistencia gaurkotu@euskadi.eus, que se gestiona desde el departamento, y que serán remitidos a la empresa adjudicataria.

Con respecto a esta aplicación, la empresa contratista 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 contratista deberá realizar acciones específicas para conseguir que los alojamientos, las empresas de turismo activo, las personas habilitadas como guías de turismo y las oficinas de turismo suban actualizaciones de contenidos.
- Redacción, diseño y envío de boletines informativos (Newsletters) dirigidos a los usuarios registrados en la plataforma.
- Atención a posibles dificultades o fallos.
- Comprobación diaria de las actualizaciones que realicen los usuarios.
- Fomentar la actualización de datos y envío de ofertas en fechas clave como por ejemplo Semana Santa, verano, puentes, etc. Para ello la empresa contratista realizará al menos las siguientes tareas:
 - Comunicaciones a los establecimientos de alojamiento , **a las empresas de turismo activo, y a las personas habilitadas como guías de turismo:** la empresa contratista deberá diseñar y enviar al menos 2 *newsletters* bilingües (euskera y castellano) animando a los mismos a mantener sus datos 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 Gaurkotu.
- 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.

4.9.- Bolsa de horas de contenidos.

La empresa contratista deberá poner a disposición del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo al menos una bolsa de 800 horas para la dinamización del *site* en general realizando tareas tales como actualización de contenidos, de ofertas, de imágenes de cabecera y secciones destacadas 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:

- Traducciones de los nuevos títulos y descripciones de las páginas del portal para su optimización en el posicionamiento.

- Redacción y traducción de los textos de las páginas o apartados nuevos del portal, banners, literales, etc.
- Imágenes: actualización de las imágenes.
- Vídeos: edición y actualización de los mismos.
- 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.
- Actualización mensual de las secciones destacadas en la home, o imágenes en las *subhomes* del portal (rutas y planes, gastronomía vasca, 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).

4.10.- Bolsa de horas de consultoría y diseño.

La empresa contratista deberá poner a disposición del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo al menos una bolsa de 600 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 contratista deberá realizar al menos 4 *landing pages* durante la duración inicial del contrato. 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).

4.11.- 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 contratista 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.

En el segundo semestre del contrato, la empresa contratista deberá realizar un “Informe de Revisión de Accesibilidad”(IRA) del portal de turismo, según lo establecido en el artículo 52 del Decreto 91/2023 y en el artículo 17 del Real Decreto 1112/2018. Las plantillas e instrucciones para la elaboración de dicho informe estarán disponibles en <https://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/servicio-web/inicio/>, debiendo la empresa contratista subsanar los defectos detectados en el IRA, siempre que estos se den en elementos generados por la empresa contratista y no sean consecuencia directa de la infraestructura tecnológica de euskadi.eus.

Trimestralmente, la empresa contratista 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 contratista 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.

4.12.- Posicionamiento SEO.

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

Las labores que deberá realizar serán al menos las siguientes:

- Durante el primer mes de la ejecución del contrato: 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 contrato 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 contratista deberá utilizar herramientas tales como Matomo, Google Analytics, Google Search Console, Semrush, Page Speed, GTmetrix, Screaming Frog, Xenu, etc. En caso de ser necesaria alguna suscripción a estas herramientas para su uso, el coste correrá a cargo de la empresa contratista.

4.13.- Informes estadísticos.

La empresa contratista deberá realizar los siguientes informes estadísticos:

Informes estadísticos del portal de turismo.

Los informes estadísticos del portal de turismo se realizarán con la herramienta de Google Analytics, o Matomo, o con otras que puedan sustituirla durante la vigencia del contrato, y serán mensuales (12 informes), trimestrales (4 informes), un informe anual coincidiendo con el año natural y un informe a la finalización del plazo inicial del contrato. 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 siguiente, en el caso del informe del año natural, durante el mes de enero siguiente al año del informe, y el informe correspondiente a del plazo inicial del contrato durante el mes siguiente a la finalización del plazo.

Además, estos informes estadísticos podrán ser elaborados con el apoyo de Power BI, herramienta disponible en el departamento. Para a ello, la empresa contratista tendrá acceso a la herramienta desde sus propias instalaciones mediante un usuario con licencia Power BI Pro, cuya titularidad corresponderá a la empresa contratista.

Además, la empresa contratista deberá aportar las tablas y datos 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 e interpretaciones 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 natural 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, o Matomo, o cualquier otras que puedan sustituirla durante la vigencia del contrato. Igualmente, estos informes estadísticos podrán ser elaborados con el apoyo de Power BI, herramienta disponible en el departamento. Para a ello, la empresa contratista tendrá acceso a la herramienta desde sus propias instalaciones mediante un usuario con licencia Power BI Pro, cuya titularidad corresponderá a la empresa contratista.

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 natural 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.

in

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

4.14.- Banco de imágenes.

La empresa contratista, 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 gastronomía vasca cuyos derechos de uso y reproducción

se ajustarán al punto 6 “*Cláusula de propiedad intelectual, uso y comercialización*” del presente pliego de prescripciones técnicas.

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

4.15.- Gestión y coordinación.

La empresa contratista 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.

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

La empresa contratista 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 contratista editará, gestionará y coordinará la información del portal de turismo. 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 durante el plazo de ejecución del contrato y los gastos de personal y traslado correrán a cargo de la empresa contratista. Además, la empresa contratista 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 contratista.

Asimismo, la empresa contratista 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 contratista 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.

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

4.16 - Seguimiento y justificación de tareas.

La empresa contratista deberá elaborar y remitir mensualmente a la Dirección de Turismo y Hostelería un informe detallado que incluya el desglose de horas dedicadas a cada línea de trabajo, tarea o actuación realizada, la descripción de las actividades ejecutadas, el periodo de referencia correspondiente. Este informe deberá enviarse tras el cierre de cada mes, junto con la correspondiente factura a través de la plataforma de facturación electrónica correspondiente.

Se establecen a continuación las tareas que deben incluirse en el informe:

- **Agenda - Nuevos eventos:** número de eventos creados.
- **Agenda - Actualización eventos:** número de eventos actualizados.
- **Nuevos recursos:** número de recursos creados.
- **Mantenimiento de recursos:** número de recursos actualizados.
- **Noticias:** número de noticias publicadas en el mes.
- **Artículos blog:** número de artículos publicados en la sección del blog “Turista maitea!
- **Horas de auditoría y diseño:** número de horas destinadas a diseño y detalle de las tareas realizadas.
- **Horas de contenido:** número de horas destinadas a diseño y detalle de las tareas realizadas.
- **Horas de accesibilidad:** número de horas destinadas a accesibilidad y detalle de las tareas realizadas.
- **Horas de SEO:** número de horas destinadas a análisis SEO y detalle de las tareas realizadas.
- **Landings / subhomes:** número de landings o subhomes creadas o actualizadas.
- **Newsletters:** número de newsletter enviadas.
- **Informes estadísticos mensuales:** número de informes mensuales entregados.
- **Informes estadísticos trimestrales:** número de informes trimestrales entregados.
- **Informe estadístico anual:** número de informes anuales entregados.
- **Informe de marcas trimestral:** número de informes trimestrales entregados.
- **Informe de marcas anual:** número de informes de marca anuales entregados.
- **Informe seguimiento proyecto:** número de informes de seguimiento del proyecto entregados.
- **Informes SEO:** número de informes SEO entregados.
- **Banco de imágenes durante el proyecto:** número de imágenes libres de derechos entregadas.

El informe de seguimiento de horas y tareas deberá presentarse con la periodicidad establecida por la Dirección de Turismo y Hostelería y estará sujeto a validación, constituyendo un elemento esencial para el control de la correcta ejecución del contrato.

5.- OTRAS CONDICIONES DE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO

La empresa contratista, 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 contratista deberá presentar un plan de trabajo, organización del personal, turnos y horarios para que el servicio quede correctamente cubierto durante los doce (12) meses de la duración del contrato.

Además, deberá haber 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.

Los trabajos encargados por la Dirección de Turismo y Hostelería siempre conllevarán un plazo de entrega que la empresa contratista 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 contratista 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-euskadi.eus/web01-a2wz/es/>

Adecuación a enfoque de género y uso no sexista del lenguaje

La empresa adjudicataria deberá garantizar que todos los contenidos, desarrollos, comunicaciones, documentación, estadísticas, estudios, informes, formularios, interfaces, materiales y cualesquiera otros elementos derivados de la ejecución del contrato se adecuen al enfoque de género y al uso no sexista del lenguaje.

Todos los contenidos tendrán que ajustarse a los artículos 3.7 y 19.4 del Decreto Legislativo 1/2023, de 16 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley para la Igualdad de Mujeres y Hombres y Vidas Libres de Violencia Machista contra las Mujeres. 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".

Asimismo, en lo relativo a la elaboración, tratamiento y presentación de datos, el diseño técnico de los sistemas, aplicaciones y herramientas objeto del contrato deberá garantizar que las estadísticas y estudios incorporen la variable sexo y permitan un análisis desagregado por sexo, de conformidad con lo previsto en el artículo 17 del Decreto Legislativo 1/2023 de 16 de marzo, y con lo dispuesto en la Circular 1/2023, de 7 de julio, de la Dirección de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

6.- CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL, USO Y COMERCIALIZACIÓN

La empresa contratista acepta expresamente que la propiedad de todo el contenido entregado (imágenes, texto, vídeos...) elaborado al amparo del presente contrato corresponde a la Administración General de la Comunidad Autónoma de Euskadi, quien adquirirá los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública sobre dicho material. Del mismo modo, dicha Administración adquirirá el derecho de transformación indispensable para la reproducción del contenido en su página web oficial (euskadi.eus). Se entiende por transformación la ampliación o disminución de su tamaño, así como los diferentes encuadres, ajustes en el color y retoques que se requieran normalmente para su correcta impresión, reproducción o representación.

Los derechos de propiedad intelectual se adquirirán en régimen de exclusiva, por el plazo máximo de duración previsto en el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual y con un ámbito territorial que se extiende a todos los países del mundo sin excepción.

La empresa contratista responderá ante dicha Administración de la autoría y originalidad de las fotografías, textos, vídeos y demás contenido elaborado al amparo del presente contrato, y del ejercicio de los derechos cedidos, y correrá a su cargo toda reclamación relativa a dichos derechos, debiendo indemnizar a dicha Administración por todos los daños y perjuicios que para ésta pudieran derivarse de la interposición de reclamaciones, incluidos los gastos derivados de representación y de defensa que eventualmente pudieran originarse.

La empresa contratista 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 de la Administración General de la Comunidad Autónoma de Euskadi.

La empresa contratista no podrá utilizar la información obtenida en la actividad desarrollada como consecuencia de este contrato, no pudiendo transmitir dicho conocimiento sin el consentimiento escrito de la Administración General de la Comunidad Autónoma de Euskadi.

7.- PROTECCIÓN DE DATOS

La Dirección de Turismo y Hostelería será la responsable del tratamiento de datos de carácter personal.

La empresa contratista será la encargada del tratamiento de datos de carácter personal. A estos efectos, la empresa contratista designará a una persona responsable como encargada de la supervisión y gestión del proyecto para asegurar la calidad del trabajo y que deberá estar disponible en el horario señalado en el Pliego de Prescripciones Técnicas. Esta persona también velará por el cumplimiento de las obligaciones que corresponden al contratista como encargado del tratamiento de datos de carácter personal.

La empresa contratista, como encargada del tratamiento de los datos personales que pueda conocer con razón de la prestación del servicio objeto del presente contrato, tendrá las siguientes obligaciones:

- a)** Tratará los datos personales únicamente siguiendo instrucciones documentadas del responsable, inclusive con respecto a las transferencias de datos personales a un tercer país o una organización internacional, salvo que esté obligado a ello en virtud del Derecho de la Unión o de los Estados miembros que se aplique al encargado; en tal caso, el encargado informará al responsable de esa exigencia legal previa al tratamiento, salvo que tal Derecho lo prohíba por razones importantes de interés público.
- b)** Garantizará que las personas autorizadas para tratar datos personales se hayan comprometido a respetar la confidencialidad o estén sujetas a una obligación de confidencialidad de naturaleza estatutaria.
- c)** Tomará todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad del tratamiento.
- d)** El encargado del tratamiento no recurrirá a otro encargado sin la autorización previa por escrito, específica o general, del responsable. En este último caso, el encargado informará al

responsable de cualquier cambio previsto en la incorporación o sustitución de otros encargados, dando así al responsable la oportunidad de oponerse a dichos cambios.

e) Asistirá al responsable, teniendo en cuenta la naturaleza del tratamiento, a través de medidas técnicas y organizativas apropiadas, siempre que sea posible, para que este pueda cumplir con su obligación de responder a las solicitudes que tengan por objeto el ejercicio de los derechos de los interesados.

f) Ayudará al responsable a garantizar el cumplimiento de las obligaciones legales a las que deba dar cumplimiento, teniendo en cuenta la naturaleza del tratamiento y la información a disposición del encargado.

g) A elección del responsable, a la finalización del contrato, suprimirá o devolverá todos los datos personales una vez finalice la prestación de los servicios de tratamiento, y suprimirá las copias existentes a menos que se requiera la conservación de los datos personales en virtud del Derecho de la Unión o de los Estados miembros.

h) Pondrá a disposición del responsable toda la información necesaria para demostrar el cumplimiento de las obligaciones legales a las que venga obligado, así como para permitir y contribuir a la realización de auditorías, incluidas inspecciones, por parte del responsable o de otro auditor autorizado por dicho responsable.

i) En todo caso, el tratamiento de datos de carácter personal se llevará a cabo de conformidad con lo establecido en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, así como en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos.

Vitoria-Gasteiz, a fecha de la firma electrónica.

CLARA NAVAS
ROMANO -
16259560D

Firmado digitalmente por
CLARA NAVAS ROMANO -
16259560D
Fecha: 2026.02.16 09:02:36
+01'00'

Izp/ Fdo: Clara Navas Romano
TURISMO ETA OSTALARITZAKO ZUZENDARIA
DIRECTORA DE TURISMO Y HOSTELERÍA