DOSIER ZK. - *Nº EXPEDIENTE:*
2022/EU_ASER/0064

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

AVISO A LICITADORES: PARA PRESENTAR LA OFERTA ATENDER FUNDAMENTALMENTE A LOS PUNTOS:

3) OBJETO DEL CONTRATO
6) CARÁCTERISTICAS DE LAS CAMPAÑAS
8) CONDICIONES DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO
10) CONTENIDO DE LA PROPUESTA A PRESENTAR
11) CRITERIOS DE VALORACIÓN

Con el fin de evitar confusión a la hora de realizar las propuestas técnicas, los puntos 2, 5 y 12 del presente Informe Técnico contienen información referente al marco general de las actuaciones integradas en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia Financiado por al Unión Europea- Next Generation EU, y no es información especifica a la hora de elaborar las propuestas de las empresas licitadoras.

Expediente : 2022/EU_ASER/0064

Titulo : Creación de campañas de comunicación y plan de marketing de Vitoria-Gasteiz como destino turístico y destino MICE

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

Código CPV : 79930000-2 Servicios especializados de diseño
79340000-9 Servicios de publicidad y de marketing

ÍNDICE

1_ Departamento que inicia la contratación 2
2_ Antecedentes y justificación 2
3_ Objeto del contrato 2
4_ Presupuesto del contrato 3
5_ Financiación externa 3
6_ Características de las campañas 4
6.1_ Campaña Vitoria-Gasteiz Destino Turístico 5
6.2_ Campaña Vitoria-Gasteiz Destino MICE 7
7_ Plazo de ejecución del contrato 9
8_ Condiciones de la prestación del servicio 9
9_ Forma y plazos de pago 10
10_ Contenido de la propuesta a presentar 10
11_ Criterios de valoración 11
12_ Hitos y objetivos del Plan de modernización y competitividad 14

1 DEPARTAMENTO QUE INICIA LA CONTRATACIÓN

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	1/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

Departamento de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz.

2 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Esta actuación está integrada en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia Financiado por al Unión Europea- Next Generation EU.

Este contrato de **CREACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y PLAN DE MARKETING DE VITORIA-GASTEIZ COMO DESTINO TURÍSTICO Y CONGRESUAL** se lleva a cabo dentro de la **Convocatoria de Sostenibilidad Turística** realizada en el marco de las actuaciones objeto de financiación recogidas en la **Resolución de 23 de diciembre de 2021, de la Secretaría de Estado de Turismo**, por la que se publica el Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Turismo, por el que se fijan los criterios de distribución, así como el reparto resultante para las comunidades autónomas, del crédito destinado a la **financiación de actuaciones de inversión por parte de entidades locales en el marco del Componente 14 Inversión 1 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.**

La actuación objeto de este contrato se enmarca dentro del eje programático "3 Transición digital**. Actuación: "Acciones de comercialización"** de la Submedida 2 Planes de Sostenibilidad Turística en Destino, Inversión 1 Transformación del Modelo Turístico hacia la Sostenibilidad, del componente 14 Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

3 OBJETO DEL CONTRATO

Dentro de las acciones previstas dentro de este marco general: el Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico, el presente contrato tiene como objeto la creación de **dos Campañas de comunicación y su correspondiente Plan de marketing** para posicionar y promocionar Vitoria-Gasteiz como destino turístico y congresual:

1_ Campaña Vitoria-Gasteiz Destino Turístico

2_ Campaña Vitoria-Gasteiz Destino MICE

Cada una de estas campañas deberá desarrollar el planteamiento estratégico, la creación y desarrollo de los elementos y piezas de comunicación y el diseño del plan de marketing.

Aunque ambas campañas deben partir del mismo posicionamiento "Vitoria-Gasteiz un destino sostenible de referencia" se pretende que cada uno de estos sectores de la actividad turística, ocio y MICE, disponga de una campaña específica, diseñada teniendo en cuenta la particularidad de las características y objetivos de cada uno de ellos

El presente contrato NO INCLUYE:

— La gestión, contratación y ejecución de las acciones de los Planes de marketing desarrollado para estas campañas, que serán objeto de otro expediente.

4 PRESUPUESTO DEL CONTRATO

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	2/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

LIZITAZIO-MOTA – TIPO DE LICITACIÓN: 82.644,60 €
BEZ - IVA: 17.355,37 € (21%)
GUZTIZKO AURREKONTUA - PRESUPUESTO TOTAL: 99.999,97 €

El presupuesto base del contrato se cifra en un importe máximo de 82.644,60 € (sin IVA) mejorable a la baja por las empresas licitadoras, repartido de la siguiente forma:

1_ Campaña Vitoria-Gasteiz Destino Turístico: hasta 62.000,00 € (sin IVA)

2_ Campaña Vitoria-Gasteiz Destino MICE: hasta 20.644,60 € (sin IVA)

ES IMPORTANTE tener en cuenta que la gestión y ejecución de las acciones de los Planes de marketing serán financiadas con un presupuesto aparte. Para ello se pondrá en marcha un expediente de contratación que contará con un presupuesto de 99.999,97 euros (IVA inc.), repartidos de la siguiente forma:

— Ejecución Plan de Marketing Destino Turístico: hasta 62.000,00 € (75%)

— Ejecución Plan de Marketing Destino Mice: hasta 20.644,60 € (25%)

5 FINANCIACIÓN EXTERNA

Financiado por la Unión Europea – Next Generation EU dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Este procedimiento de contratación para la CREACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y PLAN DE MARKETING DE VITORIA-GASTEIZ COMO DESTINO TURÍSTICO Y DESTINO MICE, se realiza en el marco de las actuaciones objeto de financiación recogidas en la Resolución de 23 de diciembre de 2021, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se publica el Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Turismo, por el que se fijan los criterios de distribución, así como el reparto resultante para las comunidades autónomas, del crédito destinado a la financiación de actuaciones de inversión por parte de entidades locales en el marco del Componente 14 Inversión 1 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Conforme a dicha Resolución se realiza la correspondiente distribución territorial de créditos correspondiendo al Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz para la aplicación del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD) la ayuda por importe de 2.800.000 €.

La actuación objeto de este procedimiento de contratación se engloba dentro del eje programático 3 “Acciones de comercialización” de la Submedida 2 Planes de Sostenibilidad Turística en Destino, Inversión 1 Transformación del Modelo Turístico hacia la Sostenibilidad del componente 14 Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Numero de Expediente: PSTD de Vitoria-Gasteiz

Beneficiario: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz

Presupuesto total presentado Plan de Sostenibilidad Turística en Destino: 3.388.000,00 euros.

Cuantía total ayuda concedida Plan de Sostenibilidad Turística en Destino: 2.800.000,00 euros.

Concepto financiable: Transición digital//Actuación: Acciones comercialización: 200.000,00 euros

Subconcepto: CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y PLAN DE MARKETING DE VITORIA-GASTEIZ COMO DESTINO TURÍSTICO Y DESTINO MICE

Presupuesto: 99.999,97 euros (presupuesto con iva); 82.644,60 euros (presupuesto sin iva).

Ayuda actuación: 100 % presupuesto sin iva (82.644,60)

Aportación Ayuntamiento Vitoria-Gasteiz (Importe IVA): 17.355,37 euros.

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	3/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

6 CARACTERÍSTICAS DE LAS CAMPAÑAS

Para diseñar las campañas y las acciones de comunicación y marketing las empresas licitadoras deberán tener en cuenta el posicionamiento y las acciones priorizadas para el desarrollo turístico de la ciudad.

Para ello puede consultarse el documento:

Anexo 1: Cuestiones a tener en cuenta para la elaboración de un Plan Director de Turismo de Vitoria-Gasteiz. (Extracto) que se adjunta con el presente pliego técnico y reúne información útil para diseñar la estrategia de las acciones de comunicación y marketing.

POSICIONAMIENTO

VITORIA-GASTEIZ UN DESTINO SOSTENIBLE DE REFERENCIA.

Este es el posicionamiento establecido para ambas campañas: Destino turístico y Destino MICE, y debe tener un carácter transversal en todas las manifestaciones y acciones de promoción.

Además será importante consolidar la marca turística de la ciudad: **Vitoria-Gasteiz Green Capital**! Y tener en cuenta los valores de las certificaciones recibidas y compromisos:

- European Green Capital, 2012.
- Certificado Biosphere, 2016
- Global Green City award, 2019.
- Destino Turístico Inteligente, 2020. Compromiso con el desarrollo hacia un destino sostenible con una metodología centrada en las nuevas tecnologías y la innovación.
- Código Ético de Turismo de Euskadi. Compromiso con la responsabilidad social y la sostenibilidad medioambiental y económica. Respeto a la igualdad de género, la inclusión y la tolerancia.

TAREAS A REALIZAR POR LA EMPRESA ADJUDICATARIA

En el periodo de ejecución del presente contrato, la empresa deberá realizar para cada campaña:

— La estrategia de comunicación y marketing.

— La construcción del relato, el estilo gráfico y los elementos de comunicación (imágenes, lemas, redacción, guión, videos, música, …)

— El diseño del Plan de Marketing con la descripción de las acciones publicitarias y promocionales propuestas, el cronograma y el presupuesto estimado para las mismas.

— La creación de las piezas así como las adaptaciones necesarias para ejecutar las acciones del Plan de Marketing: labores de diseño, redacción, guión, fotografía, grabación, doblaje, traducción, o cualquier otra necesaria para llevar a cabo las acciones previstas.

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	4/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

— La gestión, coordinación y pago de los contratos, si los hubiese, relacionados con la producción de las piezas (fotográfos, cámaras, sonido, agencias de modelos, alquiler de espacios, de materiales,…) y la gestión de los contratos derivados de derechos de imagen, reproducción, y distribución de las campañas durante el periodo de vigencia de la mismas.

Partiendo de este planteamiento común, cada una de las campañas se diseñará de manera independiente según las características particulares de su ámbito, las cuales se exponen en los puntos: 6.1 Destino turístico y 6.2 Destino MICE de este pliego técnico.

6. CARACTERÍSTICAS DE LA CAMPAÑA VITORIA-GASTEIZ DESTINO TURÍSTICO

6.1.1	OBJETIVOS TURÍSTICOS A CONSEGUIR: — **Incrementar el número de personas que nos visitan,** promoviendo la desestacionalización del flujo de visitantes, y en especial el de visitantes pertenecientes a los siguientes target: § Ecoturistas y amantes del turismo activo y las actividades outdoor. § Personas interesadas en turismo cultural-histórico, enogastronómico, turismo familiar, turismo de eventos. — **Incrementar el número de pernoctaciones**. Potenciando la ciudad como centro desde el que visitar nuestra provincia y territorios limítrofes: Euskadi, Navarra, La Rioja, Norte de Castilla. — Percibir Vitoria-Gasteiz como un destino ideal para realizar una escapada. **CityBreak,** destino ecoturístico urbano, vinculando cultura y naturaleza. — Atraer visitantes a través de la **promoción de los eventos** de la ciudad (festivales musicales, eventos deportivos, fiestas y tradicionales,…) — **Promoción en nuevos mercados emisores,** teniendo en cuenta ciudades conectadas (carretera, tren, avión), pertenencia a redes temáticas (Camino de Santiago, Ruta Napoleónica, rutas enológicas, etcetera)
6.1.2	PRESUPUESTO CAMPAÑA DESTINO TURÍSTICO El presupuesto destinado a la creación de la Campaña Destino Turístico será el 70% del valor estimado de contrato: **hasta 62.000,00 € euros** (sin IVA). *A la hora de diseñar el Plan de Marketing de la campaña Destino Turístico hay que tener en cuenta que, para la ejecución de las acciones planteadas en el mismo, se contará con un presupuesto aparte de hasta 62.000,00 € (sin IVA).*
6.1.3	SEGMENTACIÓN Y ESTRATEGIA Atendiendo a los objetivos planteados, la empresa adjudicataria debe plantear la estrategia de comunicación y proponer la segmentación de públicos a los que dirigir la campaña. Se deben establecer al menos **4 target prioritarios** a los que dirigir la campaña. Las características de cada target y su afinidad a diferentes canales serán fundamentales a la hora de plantear las líneas de comunicación y las acciones del Plan de Marketing. Incentivando acciones que permitan interactuar con los target: (comunicación viral, tv y radio en internet, influencers,…) y propuestas que creen notoriedad y diferenciación: bien por el grado de originalidad de las piezas creativas (recursos empleados, guión, relato, tratamiento gráfico,..) bien por la selección de canales de difusión y acciones de promoción innovadoras.
6.1.4	CREATIVIDAD Y PIEZAS DE LA CAMPAÑA. La empresa adjudicataria será la encargada de diseñar los elementos creativos y realizar los

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	5/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

	originales y adaptaciones a los canales seleccionados. El plan de marketing propuesto por la empresa licitadora determinará el tipo de creatividades y piezas de comunicación necesarias para llevarlo a cabo, que la empresa tendrá que realizar. No obstante, se requiere la realización de las siguientes piezas de comunicación: **Vídeo/s de campaña.** Debe ser un elemento fundamental de la campaña Destino Turístico, al que destinar una parte importante del presupuesto. Se realizará un guión original e incluirá todas las labores de producción (actores, figurantes, escenarios, recursos humanos y técnicos, espacios, estilismo, sonido) grabación, montaje y realización (efectos sonoros, música, grafismo, titulares, doblaje, versión 4 idiomas). La grabación "en bruto", audio, música y resto de elementos empleados en los vídeos así como los derechos derivados de los mismos, estarán a disposición del contratante durante el tiempo de vigencia de la campaña para posibilitar la creación de nuevas piezas y adaptaciones. Se generarán como mínimo: — 1 video en alta calidad de 60 segundos de duración. — 4 spots de 30" dirigidos a los 4 target principales (y versión idiomas) — Adaptación de estos 4 spots a: § Pantallas digitales verticales 1080x1920 HD. 10 " § Pantallas digitales (horizontal) 16:9 HD. 10 " — Adaptaciones para canales digitales en Internet **Fotografías de campaña**. Galería de imágenes con calidad suficiente para reproducir a gran formato. (Mínimo 12 imágenes) Variedad de encuadres que permitan su disposición en soportes verticales y horizontales. Con los derechos necesarios para su reproducción, distribución y transformación. **Piezas de comunicación para los canales habituales**: • **Artes finales en formato 1080x1920.** 72 dpi vertical (una para cada target prioritario, en cada uno de los 4 idiomas). Al menos una de las composiciones se realizará también en formato horizontal • **Banner:** Originales para cada uno de los target prioritarios: 300x250 px I 300x600 px I 728x90 px en formato estático. 300x250 px formato gif animado o flash. • **Stories** para redes sociales. • **Cuñas o audios:** Originales de los 4 target (y versión idiomas) • **Anuncios medios impresos DinA4:** Originales de los 4 target Y el resto de **creatividades necesarias** para llevar a cabo las acciones propuestas en el Plan de marketing desarrollado por la empresa.
6.1.5	PLAN DE MARKETING Y ACCIONES DE PROMOCIÓN La empresa adjudicataria debe presentar un Plan de Marketing con las acciones publicitarias y promocionales propuestas y el cronograma de las mismas. La gestión y ejecución de las acciones del Plan de marketing, así como la financiación del mismo no forman parte del presente contrato. — El Plan tendrá una duración de 12 meses, comenzando en enero de 2023 — La dotación económica para la ejecución de las acciones será de hasta 62.000,00 € (sin IVA) y no está incluida en el presupuesto de este contrato. — El Plan de Marketing debe proponerse de manera que posibilite la gestión y ejecución del mismo a la empresa contratada para este fin, que lo seguirá como hoja de ruta, pero,

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	6/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

	podrá, siempre bajo la supervisión y visto bueno del Servicio de Proyectos realizar las variaciones en forma, fecha, frecuencia, canal o medio que fuesen necesarias, e incluso proponer nuevas acciones o desestimar alguna de las previstas. El plan de marketing deberá contemplar en alguna medida, acciones innovadoras, que añadan notoriedad y diferenciación y que incluyan formas de interactuar con los públicos finales (a través de redes sociales, canales TV y radio en Internet, y plataformas generadoras de comunidad, acciones de patrocinio, en eventos, etc…) El Plan de Marketing Incluirá: § Definición de la estrategia de marketing y objetivos. § Descripción de las acciones de promoción propuestas y su objetivo: target a quien se dirige, canales de difusión, hitos, frecuencia y cronograma. § Relación de las piezas de comunicación y adaptaciones que se requieren. § Presupuesto estimado de cada una de las acciones propuestas.
6.1.6	PERIODO DE VIGENCIA Aunque el Plan de Marketing a desarrollar se plantea con una duración de 12 meses, la vigencia de la campaña Destino Turístico tendrá una duración de hasta 5 años desde la presentación pública de la misma. El Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz podrá utilizar los elementos y piezas de la campaña para realizar las adaptaciones, actualizaciones y difusiones que considere convenientes durante el periodo de vigencia, que pueden ser realizadas por el Servicio de Proyectos o contratadas a empresas diferentes a la adjudicataria.

6.2 CAMPAÑA VITORIA-GASTEIZ DESTINO MICE

6.2.1	OBJETIVOS A CONSEGUIR: — Promocionar la imagen de Vitoria-Gasteiz como ciudad destino MICE, desde su posicionamiento como destino sostenible (prestigio, innovación, calidad de vida) — Potenciar la imagen del Palacio Europa como sede principal de congresos y emblema de sostenibilidad. Certificado Lead Oro 2016, Certificación Passivhause XXL 2017 — Apoyar la comercialización del Producto MICE, con piezas de comunicación o acciones de difusión. — Promocionar y difundir los eventos celebrados o que se celebran en Vitoria-Gasteiz relacionados con temas del ámbito de la sostenibilidad, medioambiente, calidad de vida…)
6.2.2	PRESUPUESTO CAMPAÑA DESTINO TURÍSTICO El presupuesto destinado a la creación de la Campaña Destino MICE es el 25% del valor estimado de contrato: **hasta 20.644,60 €** (sin IVA). *A la hora de diseñar el Plan de Marketing de la campaña Destino MICE hay que tener en cuenta que, para la ejecución de las acciones planteadas en el mismo, se contará con un presupuesto aparte de hasta 20.644,60 € (sin IVA).*
6.2.3	ESTRATEGIA Plantear una estrategia para promocionar Vitoria-Gasteiz como ciudad Destino MICE, desde su posicionamiento como **destino sostenible de referencia**. El Palacio de Congresos Europa como el **emblema de sostenibilidad**, tendrá un papel relevante. La campaña debe dirigirse a un público profesional y sectorial relacionado con la actividad MICE o el turismo de negocios: viajes motivados por actividades laborales o profesionales, asistencia a reuniones, congresos, convenciones y viajes de incentivo.

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	7/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

	La estrategia debe basarse en la diferenciación del destino y más allá de la sostenibilidad, apoyarse en conceptos como CALIDAD, DINAMISMO, SEGURIDAD, ATRACTIVO DEL TERRITORIO basados en valores de la ciudad como la calidad de vida, alto nivel empresarial, buenas comunicaciones, capitalidad de Euskadi, cultura propia singular y calidad de producto (enogastronomía). A la hora de desarrollar esta campaña se debe tener en cuenta el **Plan de comercialización del Producto Mice** vigente que se va a llevar a cabo durante el año 2023. El ámbito de comercialización será fundamentalmente nacional. Existen acciones de promoción internacional ligadas a ferias sectoriales y foros profesionales.
6.2.4	CREATIVIDAD Y PIEZAS DE LA CAMPAÑA MICE La empresa adjudicataria será la encargada de diseñar los elementos creativos de la campaña, realizar los originales y adaptaciones necesarias para las acciones del Plan de marketing. No obstante, se realizarán las piezas de comunicación de los canales habituales: — **Piezas de comunicación** para distribuir en los siguientes canales: • Medios de prensa y revistas especializadas del setor MICE y/o relacionas con sectores económicos y profesionales: • Creatividades para realizar anuncios impresos. • Banner: 300x250 px I 300x600 px . 300x250 px formato gif animado. • Al menos 10 noticias / branded content. • Grandes soportes y pantallas digitales: • 4 artes finales (vídeo y/o motion graphic) en formato 1080x1920 72 dpi.10” Y versión estática para displays papel o lonas. • Piezas audiovisuales spots y/o motion graphics 9:16 Alta calidad. 10” • Youtube y redes sociales • Spots y/o motion graphics • Presentaciones, ponencias y reuniones. • Cabeceras y plantillas para realización de presentaciones y elementos de apoyo para acciones comerciales, asistencia a ferias, congresos y reuniones profesionales. — **El resto de originales y piezas necesarias** para llevar a cabo las acciones propuestas en el plan de Marketing.
6.2.5	DIFUSIÓN Y ACCIONES DE PROMOCIÓN **La empresa adjudicataria debe presentar un Plan de marketing** para la difusión de la campaña según la estrategia y planteamiento de la misma. — El Plan de Marketing tendrá una temporalidad de 18 meses como máximo. — La gestión y ejecución de las acciones del Plan de marketing, así como la financiación del mismo no forman parte del presente contrato. La dotación económica para la ejecución de las acciones será de hasta 20.644,60 € *(sin IVA).* — Se valoran acciones innovadoras, que creen afinidad, que añadan valor al posicionamiento de la ciudad, como por ejemplo: • Acciones con prescriptores y embajadores (personas, empresas o entidades que

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	8/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

	contribuyan al prestigio y posicionamiento de VG ciudad de congresos) • Poner en marcha programa de patrocinio y mecenazgo en eventos, programas de radio, TV, webs… afines a los valores de la marca que apoyen su posicionamiento y ganar notoriedad — Se debe proponer el Plan a modo de **hoja de ruta** de manera que posibilite la gestión y ejecución del mismo a la empresa contratada para este fin, que lo seguirá como hoja de ruta, pero, podrá, siempre bajo la supervisión y visto bueno del Servicio de Proyectos realizar las variaciones en forma, fecha, frecuencia, canal o medio que fuesen necesarias, e incluso proponer nuevas acciones o desestimar alguna de las previstas. El Plan de Marketing Incluirá: § Definición de la estrategia de marketing y objetivos. § Descripción de las acciones de promoción propuestas y su objetivo: target a quien se dirige, canales de difusión, hitos, frecuencia y cronograma. § Relación de las piezas de comunicación y adaptaciones que se requieren. § Presupuesto estimado de cada una de las acciones propuestas.
6.2.6	PERIODO DE VIGENCIA Aunque el Plan de Marketing a desarrollar se plantea con una duración de 12 meses, la vigencia de la campaña Destino Turístico tendrá una duración de hasta 5 años desde la presentación pública de la misma. El Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz podrá utilizar los elementos y piezas de la campaña para realizar las adaptaciones, actualizaciones y difusiones que considere convenientes durante el periodo de vigencia, que pueden ser realizadas por el Servicio de Proyectos o contratadas a empresas diferentes a la adjudicataria.

OTRAS CUESTIONES A TENER EN CUENTA PARA EL DISEÑO DE LAS CAMPAÑAS

A la hora de desarrollar las creatividades hay que tener en cuenta que:

— La campaña se va a desarrollar en 4 idiomas: castellano, euskera, inglés y francés. Los eslóganes deberán funcionar en cada una de las lenguas, no tratándose de meras traducciones. Se crearán versiones para cada uno de los idiomas: ES, FR, EN, y ES-EU (versión bilingüe)

— Los artes finales de las piezas de campaña se entregarán en formatos originales o editables para poder realizar las adaptaciones que fueran necesarias durante la vigencia de la campaña. (5 años) El contratante tiene potestad para realizar nuevas piezas y adaptaciones durante el periodo de vigencia de la campaña.

— Los mensajes deberán garantizar el tratamiento igualitario de ambos sexos, aplicándose el principio de igualdad e integración en todos los elementos de comunicación (fotografías, videos, audios y textos)

— La marca Ciudad Vitoria-Gasteiz! Green Capital estará presente en todas las piezas de comunicación de manera destacada. Se deberán tener en cuenta las normas de Identidad Corporativa municipal: Marca Institucional y certificaciones en materia de turismo sostenible (Biosphere) y Calidad Turística.

El Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz tendrá la propiedad de todo el material elaborado por la empresa adjudicataria durante la ejecución del contrato, y, en particular, todos los derechos de propiedad intelectual que deriven de los mismos.

Los derechos de explotación, reproducción y distribución de los trabajos realizados al amparo del presente contrato serán asimismo propiedad del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, con exclusividad y a todos los efectos, durante el periodo de vigencia de las campañas en orden a su difusión, exhibición o cualquier otra forma de

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	9/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

divulgación.

Los gastos derivados de derechos de autor por el material creativo y cualquier otro derivado del desarrollo de la campaña, si los hubiera, serán por cuenta de la empresa adjudicataria, que será la responsable ante cualquier posible acción o recurso y quien deberá asumir la defensa, pago o indemnización a que pudiera dar lugar.

7 PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

El contrato tendrá una duración de **5 meses** contados desde el día 1 de septiembre de 2022, o desde la fecha de formalización del contrato (en el caso de que ésta sea posterior).

El desarrollo del trabajo se realizará por fases:

Fase I. Campaña Destino Turístico**.** 3 meses.

Desarrollo del plan de marketing propuesto y elaboración de las piezas de campaña necesarias para llevarlo a cabo. A los tres meses desde la firma de contrato se realizará el Visto Bueno final y se llevará a cabo la presentación de la Campaña Destino Turístico.

Fase II. Campaña Destino MICE. 2 meses.

Desarrollo del plan de marketing propuesto y elaboración de las piezas de campaña necesarias para llevarlo a cabo. A los dos meses desde la firma de contrato se dará el Visto Bueno final y se llevará a cabo la presentación de la Campaña Destino MICE.

8 CONDICIONES DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La empresa adjudicataria deberá trabajar en coordinación con el Equipo Técnico designado por el Servicio de Proyectos del Departamento de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo durante la ejecución del contrato.

La empresa adjudicataria presentará en la documentación técnica a la persona que figurará como "**Coordinador del servicio"** y que cumplirá con los requisitos curriculares exigidos en el pliego.

Será responsable de asegurar el correcto desarrollo del Plan de trabajo. Asistirá a las reuniones periódicas de coordinación con el equipo técnico municipal, y será el encargado de presentar:

- El Plan de Trabajo para el desarrollo de cada campaña con la previsión de las actuaciones a llevar a cabo.
- Un informe mensual de las actividades realizadas y resultados obtenidos, que habrá de ser aprobado por el Servicio de Proyectos.
- Una memoria final de cada campaña, que habrá de ser aprobada por el Servicio de Proyectos, que cerrará cada fase de ejecución y deberá acompañar antes de presentar la factura de los mismos.

Asimismo dará las órdenes oportunas a su empresa, al objeto de cubrir las prestaciones que se determinen en el contrato. La empresa adjudicataria será el responsable de la calidad técnica de los trabajos y servicios realizados. Será obligación específica de la empresa la preparación de la documentación justificativa necesaria que demuestre que las acciones propuestas en la oferta técnica han sido efectivamente realizadas.

Corresponde al Equipo Técnico designado por el Departamento la total supervisión de los trabajos de la Contrata, que confirmará la materialización y calidad de los servicios prestados, pudiendo contactar en cualquier momento con el coordinador nombrado al efecto, con el fin de recabar información sobre la marcha general del servicio.

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	10/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

El proyecto de trabajo presentado por la empresa puede estar sometido a variaciones y adaptaciones para garantizar la total adecuación del mismo a los objetivos del proyecto, siempre que sean acordadas por ambas partes y no afecten al importe de la adjudicación.

La empresa adjudicataria y el personal asignado a la ejecución de este contrato mantendrán la debida confidencialidad respecto a toda la información, documentación y datos obtenidos en la ejecución del contrato, que no podrá re producir, ceder, difundir, publicar ni utilizar para fines diferentes de los establecidos en este pliego, incluso una vez extinguido el contrato, salvo expresa y puntual autorización del Servicio de Proyectos.

9 FORMA Y PLAZOS DE PAGO

Los pagos se realizarán previa presentación de factura, con el visto bueno de la Jefatura del Servicio de Proyectos, de la siguiente forma:

- **Se realizará un primer pago correspondiente al 40% del precio de adjudicación** a la firma del contrato.
- El segundo pago **correspondiente al 30% del precio de adjudicación** se realizará previa presentación de factura tras justificar la entrega de los trabajos de la Fase I en la Memoria de la Campaña Destino Turístico, con el visto del Equipo Técnico designado por el departamento para la total supervisión de los trabajos de la Contrata.
- El tercer y último pago correspondiente al **30% del precio de adjudicación** se realizará, previa presentación de factura y tras justificar la entrega de los trabajos de la Fase II. Memoria de la Campaña Destino MICE con el visto del Equipo Técnico designado por el departamento para la total supervisión de los trabajos de la Contrata.

10 CONTENIDO DE LA PROPUESTA A PRESENTAR

Con la finalidad de comprender las propuestas de las campañas presentadas y a efectos de llevar a cabo la valoración de las mismas, las empresas deberán presentar la siguiente documentación:

- **Proyecto para la Campaña Vitoria-Gasteiz Destino Turístico**. (Max. 30 páginas)

Incluirá:

– Exposición de la estrategia, segmentación y enfoque de la campaña.
– Planteamiento de los principales canales de difusión y acciones de promoción del Plan de marketing.

– Planteamiento creativo sobre el estilo de comunicación, elementos gráficos, el relato y posibles lemas de campaña.

– Planteamiento para realizar el vídeo Vitoria-Gasteiz Destino Turístico: argumento, narrativa, estilo visual, ritmo, elementos de rodaje (escenarios, protagonistas,…) y sus adaptaciones.

- **Proyecto para la Campaña Vitoria-Gasteiz Destino MICE**. (Max. 20 páginas).

Incluirá:

– Exposición de la estrategia segmentación y enfoque de la campaña.

– Planteamiento de los principales canales de difusión y acciones de promoción del Plan de marketing.

– Planteamiento creativo: estilo de comunicación, elementos gráficos, relato y posibles lemas de campaña.

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	11/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

• **Dossier de trabajos realizados por las empresas y profesionales.** (Max.15 pág)
Incluirá:

– Dossier de las trabajos de similares características realizados por la empresa licitante con una ficha informativa con: autor/autores, cliente y breve descripción del trabajo, fecha de realización, e imágenes ilustrativas del trabajo. En el caso de material audiovisual el enlace a los videos.

– Dossier de **productos audiovisuales y fotografías** de similares características al del objeto de contrato realizados por la empresa licitante o por las empresas o profesionales contratados para realizarlos.

• **Oferta económica.**

Nota: La documentación deberá presentarse impresa en papel y en formato digital.

11 CRITERIOS DE VALORACIÓN

El objeto de este contrato responde a un servicio especializado que debe realizarse por una empresa con amplio conocimiento y experiencia en la materia, que desarrolle todos los puntos contemplados de la forma más solvente y rigurosa para lograr un resultado lo más satisfactorio posible.

Por lo tanto y para asegurar una alta calidad de partida es indispensable ponderar los aspectos que se recogen en los criterios cualitativos que dependen de un juicio de valor.

La puntuación total máxima a obtener por cada empresa será de CIEN PUNTOS.

Repartidos de la siguiente forma:

1. Criterios de valoración sujetos a juicio de valor (75 puntos)

1.1. Memoria descriptiva del proyecto. CAMPAÑA DESTINO TURÍSTICO (Máx. 50 ptos.)

1.2. Memoria descriptiva del proyecto. CAMPAÑA DESTINO MIC (Máx. 25 ptos.)

2. Criterios de valoración sujetos a fórmula matemática (15 puntos)

2.1. Experiencia profesional demostrada con dossier de trabajos realizados.

3. Precio (10 puntos)

La adjudicación recaerá en la empresa licitadora que presente la mejor oferta, valorada conforme a los siguientes criterios de valoración:

1. CRITERIOS DE VALORACIÓN SUJETOS A JUICIO DE VALOR Se valoran los proyectos de campaña Destino turístico (máximo 30 páginas) y destino MICE (máximo de 20 páginas) presentados por las empresas licitadoras	**Máx. 75 ptos**
1.1. Memoria descriptiva del proyecto. CAMPAÑA DESTINO TURÍSTICO	Máx. 50 ptos
Planteamiento estratégico. Grado de alineación con el posicionamiento, idoneidad en la segmentación de los públicos objetivo, y de las líneas de comunicación elegidas para conseguir los objetivos turísticos planteados en el pliego. (máx. 10 puntos)	(máx.10 ptos)
Valoración del Plan de difusión y promoción.	(máx.15 ptos)

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	12/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

Idoneidad de los canales y acciones elegidos para llegar a los públicos-objetivo teniendo en cuenta el presupuesto. (máx. 5 puntos) Grado de innovación en las acciones planteadas. (máx. 5 puntos) Adecuación del cronograma de acciones propuestas a los hitos y estrategia promocional. (máx. 5 puntos)	
Valoración de los elementos de comunicación. Grado de adecuación de las creatividades al planteamiento estratégico, a los target seleccionados y a las acciones del plan de marketing (máx. 5 puntos). Cualidades de las creatividades planteadas: Calidad artística y grado de visibilidad, atractivo, diferenciación con otras campañas turísticas. (máx.10 ptos).	(máx.15 ptos)
Valoración del proyecto del vídeo de campaña. Grado de adecuación del guión y de los recursos estilísticos propuestos al planteamiento estratégico y versatilidad para crear adaptaciones para los públicos seleccionados y los requerimientos del plan de marketing (máx. 5 puntos). Valoración de los medios destinados a la producción: actores, escenarios, medios técnicos de rodaje, efectos y sonido, montaje y (máx. 5 puntos).	(máx.10 ptos)
1.2. Memoria descriptiva del proyecto. CAMPAÑA DESTINO MICE	Máx. 25 ptos
Planteamiento estratégico. Grado de alineación con el posicionamiento, idoneidad de los target seleccionados y de las líneas de comunicación elegidas para conseguir los objetivos planteados.	(máx.5 ptos)
Valoración del Plan de difusión y promoción. Idoneidad de los canales y acciones elegidos para llegar a los públicos-objetivo teniendo en cuenta el presupuesto. (máx. 5 puntos) Adecuación del cronograma de acciones propuestas a los hitos y estrategia promocional. (máx. 5 puntos)	(máx.10 ptos)
Valoración de los elementos de comunicación. (máx.10 puntos) Grado de adecuación de las creatividades al planteamiento estratégico, a los sectores seleccionados y a las acciones del plan de marketing (máx. 5 puntos). Cualidades de las creatividades planteadas: Calidad artística y grado de visibilidad, atractivo, diferenciación con otras campañas MICE vigentes (máx. 5 puntos).	(máx.10 ptos)

Se establece una puntuación de 37,5 puntos como mínimo para continuar en el proceso selectivo.

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	13/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

2. CRITERIOS DE VALORACION SUJETOS A FÓRMULA MATEMÁTICA	**Máx. 15 ptos.**
2.1. EXPERIENCIA PROFESIONAL	
Experiencia profesional demostrada: relativa al dossier de **campañas** de similares características a la del objeto de contrato (cuantía económica y/o producto y/o acciones de marketing), realizadas por la empresa licitadora. Se contabilizarán 1 punto por cada campaña realizada. (máx. 5 puntos) En el caso de empresas de nueva creación se valorarán solo las campañas realizadas a partir de los dos años de formación de la empresa.	(máx.5 ptos)
Experiencia profesional demostrada: • **Fotografías.** Relativa al dossier de trabajos de similares características al del objeto de contrato (campañas comerciales, publicidad, turismo) realizados por la empresa o por profesionales contratados para realizar las fotografías. (máx. 5 ptos.) Se contabilizará 0,50 puntos por cada trabajo demostrado. • **Productos audiovisuales y videos.** Relativa al dossier de trabajos de similares características al del objeto de contrato (campañas comerciales, publicidad, turismo) realizados por la empresa o profesionales contratados para realizar los de la campaña. (máx. 5 puntos) Se contabilizarán 0,50 puntos por cada trabajo demostrado.	(máx.10 ptos)

3. PRECIO	**Máx.10 puntos**
La valoración de la mejora de la oferta económica presentada por las empresas se realizará de la siguiente forma: — Al presupuesto de licitación se le asignará cero puntos. El resto de ofertas se valorarán con la aplicación de la siguiente fórmula: $Puntuación_{oferta} = Puntuación_{máxima} \times \left(\frac{Baja_{oferta}}{Baja_{máxima}} \right)$ Siendo: Puntuación máxima = Puntuación máxima posible a obtener Baja oferta= Porcentaje de baja de la oferta a valorar Baja máxima= Mayor porcentaje de baja de las ofertas presentadas. Cuando el mayor porcentaje de baja ofertado por las ofertas admitidas sea inferior a un 10%, el valor de este parámetro será 10 %.	(máx.10 ptos)

En caso de empate, se producirá el desempate, en base a la proposición que obtenga mayor puntuación en el

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	14/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

apartado 1.1. Memoria descriptiva del proyecto. CAMPAÑA DESTINO TURÍSTICO".

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	15/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

12 HITOS Y OBJETIVOS DEL PLAN DE MODERNIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO

Esta actuación está integrada en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia Financiado por al Unión Europea- Next Generation EU, dentro del eje programático "3 Transición digital**.** Actuación: "Acciones de comercialización" de la Submedida 2 Planes de Sostenibilidad Turística en Destino, Inversión 1 Transformación del Modelo Turístico hacia la Sostenibilidad, del componente 14 **Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico** del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Este contrato se lleva a cabo dentro de la **Convocatoria de Sostenibilidad Turística** realizada en el marco de las actuaciones objeto de financiación recogidas en la **Resolución de 23 de diciembre de 2021, de la Secretaría de Estado de Turismo.**

El objetivo perseguido por la presente distribución territorial de créditos relativos a la línea de inversión C14.I1 es implementar actuaciones de impulso de la sostenibilidad turística contempladas en la submedida 2: Los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos, en su triple vertiente: Medioambiental, socioeconómica y territorial, a fin de beneficiar a los destinos turísticos, a los agentes sociales y a los operadores privados del sector.

Eje programático. Transición digital.

Justificación del Plan

Existe la necesidad de **posicionar la ciudad como destino turístico sostenible** en las principales líneas estratégicas: cultura, sostenibilidad, historia y cultura propia, enogastronomía, turismo activo, turismo familiar y turismo accesible.

Así como la de **propiciar un mayor desarrollo turístico en Vitoria-Gasteiz**. Por lo que se justifica la necesidad de desarrollar acciones de comunicación y marketing dentro de parámetros sostenibles.

Para lo cual:

- Se potenciarán las acciones de marketing y comunicación ligadas a las nuevas tecnologías y canales online, que permiten una mayor segmentación, flexibilidad y afinidad.
- Se incidirá en la desestacionalización de la actividad turística.
- Desde el punto de vista cualitativo, se fomentará un turismo de calidad.
- Desde el punto de vista cuantitativo, se buscará mejorar las cifras actuales de pernoctaciones y gasto medio, entre otros.

Descripción del proyecto

Acciones: El proyecto incluirá tanto el estudio como el desarrollo, entre otras, de:

— La Elaboración del Plan de marketing, con la planificación de acciones

- Campañas de comunicación: Creación de imagen, mensaje y piezas de comunicación. Producción de las mismas.
- Plan de medios: establecer el plan de medios según plan de Marketing y servicios de agencia. Orientado a prensa on-line, RRSS y publicidad exterior.
- Promocionar el destino Vitoria-Gasteiz en puntos de origen y de destino de pasajeros de líneas regulares existentes.
- Programa de prescriptores y embajadores: poner en marcha un programa de personas, empresas y entidades que contribuyan al prestigio y posicionamiento de VG como ciudad de congresos.
- Programa de patrocinio y mecenazgo: reforzar la marca Vitoria-Gasteiz mejorando su posicionamiento y notoriedad patrocinando/colaborando en eventos, programas de radio, TV, webs… afines a los valores de la marca.

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	16/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE

— La Ejecución de acciones para posicionar Vitoria-Gasteiz como destino turístico.
Basado en los objetivos de los planes estratégicos vigentes y que incluyan como mínimo el seguimiento de resultados.

Objetivos:

1. Elaborar un Plan de marketing.
2. Mejorar los indicadores turísticos.
3. Desestacionalizar el turismo.

Resultados previstos:

1. El posicionamiento de Vitoria-Gasteiz como destino turístico y congresual asociado a un destino sostenible.
2. Llegar a un perfil de visitantes con interés en los activos de Vitoria-Gasteiz: cultura, sostenibilidad, historia, enogastronomía, turismo activo y turismo familiar.
3. Mejorar los siguientes indicadores turísticos: número de visitantes, gasto medio, estancia media, rentabilidad de las empresas relacionadas con el sector.
4. Promocionar Vitoria-Gasteiz como base de operaciones en viajes a Euskadi
5. Disponer de instrumentos de promoción orientados a diferentes perfiles de demanda.

Indicadores para su evaluación:

Los indicadores y su cuantificación se detallan en el documento anexo Manual de evaluación del PSTD Vitoria-Gasteiz. Para esta actuación se establecen los siguientes indicadores:
Indicadores de ejecución

- Nº de actuaciones de marketing digital realizadas.

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

Sinatzailearen izena *Firmado por*	MESANZA LEGARDA, EVA MARIA (Jefatura de Servicio de Proyectos de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	06/06/2022 12:19:10
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	17/17

I7YPNSYAOEQ3QYQEWIDZJMCHDE