PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS PARA LA PRESTACIÓN DE LOS "SERVICIOS DERIVADOS DEL PLAN DE PROMOCIÓN LGBTQ+ PARA EL DESTINO EUSKADI DESDE BASQUETOUR TURISMOAREN EUSKAL AGENTZIA - AGENCIA VASCA DE TURISMO, SA."

1. OBJETO DEL CONTRATO.

El objeto del presente contrato es la prestación de los servicios derivados del Plan de promoción LGBTQ+ para el destino Euskadi desde Basquetour Turismoaren Euskal Agentzia - Agencia Vasca De Turismo, SA.

La justificación del contrato se basa en la necesidad de conseguir los siguientes objetivos planteados tras el desarrollo de la estrategia de Euskadi como destino LGBTQ+:

- Posicionar Euskadi como un destino LGBTQ+ de referencia en España y mercados europeos prioritarios para parejas y familias que buscan city breaks.
- Posicionar Euskadi como un lugar de referencia para eventos MICE LGBTQ+ en España.
- Identificar la oferta LGBTQ+ en el destino para poder configurar una guía de experiencias.
- Sensibilizar a los prestadores de servicio en materia de derechos, libertades y experiencias de la comunidad LGBTQ+ para asegurar el óptimo recibimiento del segmento.
- Diseñar un Producto Mínimo Viable (PMV) LGBTQ+: productos y servicios dirigidos a la comunidad.

El público de destino será:

Parejas: Parejas en busca de un 'city break' a través de pequeñas escapadas en destinos vinculados a la naturaleza

Familias: Familias diversas, generalmente con hijos/as, interesados/as en escapadas, actividades culturales y enogastronomía.

Grupos de amigxs: Grupos de amigos/as buscando nuevas experiencias turísticas, especialmente vinculadas a la naturaleza, la gastronomía y el wellness.

Negocios y nómadas digitales: Profesionales que buscan destinos para teletrabajar que les proporcionen mayor calidad de vida.

2. RÉGIMEN JURÍDICO Y NORMATIVA APLICABLE.

- Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transpone al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante LCSP).
- Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, aprobado por Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre.
- 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 y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos).
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.

3. NECESIDAD Y JUSTIFICACIÓN DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS

a) Necesidad a satisfacer

Basquetour tiene como objetivo principal impulsar la aplicación de políticas y estrategias de marketing y responsabilidad hacia las personas LGBTQ+, en línea con el Plan de promoción LGBTQ+ para el destino Euskadi 2021-2025. Para ello, Basquetour establece la siguiente hoja de ruta de 4 años para posicionar Euskadi dentro del imaginario a partir de 4 grandes ejes. La hoja de ruta es orientativa y estará sujeta a los cambios que sean necesarios en función de los resultados obtenidos durante el desarrollo de las diferentes fases.

- Obtener credibilidad a partir de la formación y la sensibilización de los agentes turísticos o la cadena de valor.
- Trabajar en un producto turístico LGBTQ+ a partir de la adaptación de la oferta existente y la creación de una experiencia nueva.
- Plan de comunicación y marketing que otorgue notoriedad y posicione al destino dentro del segmento.
- Creación de una agenda turística específica para el segmento LGBTQ+ en Euskadi.
- Desarrollo de la estrategia a partir de los criterios de innovación, sostenibilidad

e integración que establece la Organización de las Naciones Unidas en su agenda 2030, así como el Código de Turismo Ético de Euskadi.

Entre las acciones que deberá realizar la contratista adjudicataria destacan las siguientes:

1.- DESARROLLO Y ADAPTACIÓN PIEZAS AUDIOVISUALES A LOS SOPORTES Y CARACTERÍSTICAS DE CADA CANAL

Producción gráfica y audiovisual: Se desarrollarán los spots publicitarios creativos de marca-territorio en el que se asocian los valores de inclusión y tolerancia con la diversidad con Euskadi. Los vídeos servirán como base creativa para el plan de comunicación.

Desarrollo y adaptación piezas audiovisuales a los soportes y características de cada canal: Se llevará a cabo la adaptación de los spots en tiempo, idioma (doblajes para los mercados estratégicos) y formato. En horizontal (feed de Facebook, Youtube, soportes publicitarios concretos como pantallas de cine…) y vertical (reels, stories, soportes publicitarios concretos).

2.- PLAN DE MEDIOS:

Plan de medios especializados: Se llevará a cabo la contratación de espacios publicitarios y colaboraciones con medios especializados en el segmento LGBTQ+.

BASQUETOUR S.A. solicitará a la entidad adjudicataria la contratación y la inserción de publicidad en diferentes medios de comunicación.

La entidad adjudicataria habrá de proponer, en función de las necesidades establecidas, el plan de medios y el presupuesto, contratará los espacios publicitarios en las fechas y medios seleccionados, verificará el cumplimiento de las órdenes cursadas y entregará los comprobantes de las mismas antes de la tramitación de las facturas.

Además, la entidad adjudicataria negociará con los medios los costes de inserción de la publicidad y la selección de los espacios más idóneos, se encargará del envío de los materiales publicitarios a los medios y soportes seleccionados, así como de la petición de avales y permisos necesarios para la emisión de publicidad si fuera necesario.

Se garantizará la eficiencia de la campaña focalizando la acción en aquellos medios 'nicho' cuya audiencia corresponde, en su gran mayoría, al target de BASQUETOUR, S.A..

Medios seleccionados de ámbito nacional:

- Revista Shangay: Shangay es el medio de referencia de la comunidad LGBTQ+ en español de periodicidad mensual. Su distribución es gratuita en tiendas y locales de las tradicionales zonas queer de las ciudades españolas.
- Freeda: Un medio que da voz a nuevas generaciones de personas que no se reconocen a sí mismas en las categorías tradicionales de género.
- Attitude: La revista más importante en Reino Unido sobre temática LGBTQ+. Tiene una sección dedicada a noticias del mundo y editores de viajes. Frecuencia bimestral.
- Têtu (Francia): Revista referente para el colectivo LGBTQ+, con sede en París. Aunque no es su prioridad, tiene contenido turístico y de lifestyle. Frecuencia mensual.
- Siegessäule (Alemania): La revista por excelencia del segmento LGBTQ+ en Berlín.

3.- RRSS, DIGITAL Y MARKETING DE INFLUENCIA

3.1. Marca-territorio

Social ADS Campaña: Se llevara a cabo una inversión directa de las versiones cortas de los spots en Instagram y Facebook. Es la forma de generar visibilidad y alcanzar públicos bien segmentados. Hablamos, en este caso, de una campaña de reconocimiento de marca y, dentro de este objetivo, de reproducciones de vídeo.

Segmentación: Se diferenciarán dos tipo de segmentación

Segmentación 1: nacional

Ubicación: Euskadi.

Edades: 25 a 55 años (toca tres generaciones)

Intereses: Definirlo con las posibilidades que te ofrece Facebook

Ubicación: Madrid y Barcelona.

Edades: 25 a 55 años (toca tres generaciones)

Intereses: Definirlo con las posibilidades que te ofrece Facebook

Segmentación 2: internacional

Ubicación: Francia (Ciudades principales con conexión directa al aeropuerto de Bilbao

y ciudades de fácil acceso: París, Burdeos, Toulouse, Marsella)

Edades: 25 a 55 años (tres generaciones)

Intereses: Definirlo con las posibilidades que te ofrece Facebook

Ubicación: UK (Ciudades principales con conexión directa al aeropuerto de Bilbao y ciudades de fácil acceso: Londres, Manchester, Bristol)

Edades: 25 a 55 años (toca tres generaciones)

Intereses: Definirlo con las posibilidades que te ofrece Facebook

Ubicación: Alemania (Ciudades principales con conexión directa al aeropuerto de Bilbao y ciudades de fácil acceso: Berlín - no hay directo-, Múnich, Hamburgo)

Edades: 25 a 55 años (toca tres generaciones)

Intereses: Definirlo con las posibilidades que te ofrece Facebook

3.2. Promoción

Se llevará a cabo una inversión directa de las micro-píldoras producidas de cada una de las experiencias turísticas diseñadas. En este caso, dado que el objetivo es la promoción directa, será una campaña de tráfico (especialmente aquellas que requieran inscripción).

4.- BRAND EXPERIENCE -INFLUTRIP

Dado que se trata de nuevas experiencias turísticas diseñadas específicamente para el turista LGBTQ+, el marketing de influencia será crucial para su visibilidad y reconocimiento.

En función del producto turístico se invitará a un número de perfiles-embajadorxs determinado, que comparta valores y público con la campaña y el destino, a vivir la experiencia y contarla en primera persona a través de sus canales de comunicación.

5.- DESARROLLO CONTENIDOS APARTADO WEB ESPECÍFICO

Una vía propia para generar y difundir contenido orgánico es el portal oficial de Turismo de Euskadi y la página web de Basquetour. En la primera, y con el fin de dar cobertura especialmente a las experiencias turísticas generadas y adaptadas al segmento LGBTQ+ es clave la creación de una landing page (o apartado dentro de la web creada) y dotarla

de contenidos específicos (información relevante, propuestas turísticas, artículos de blog...).

6.-PRESENCIA EN EVENTOS ESTRATÉGICOS

6.1. Ferias del turismo

Se llevará a cano la participación en ferias de turismo referentes ya que ésto supone aumentar el conocimiento de Basquetour como una agente dinamizador de acciones dirigidas al colectivo, además de facilitar el intercambio de ideas entre otros agentes del sector y promociona el destino como y su oferta dentro del segmento.

Participación con stand, patrocinio o publicidad exterior según contexto y presupuesto.

6.2. FESTIVALES DE CINE LGBTQ+

El cine tiene un peso fundamental en la cultura de Euskadi. Del mismo modo, es una forma de arte comprometida, disruptiva y experimental, donde cabe toda una diversidad de identidades.

Se propone promocionar la campaña creativa más acorde en el contexto de los principales festivales de cine a nivel nacional de temática inclusiva, diversa y colectivo LGBTQ+.

7.- GABINETE Y RRPP

7.1. Evento de presentación del plan y campaña

El objetivo es incorporar el segmento LGBTQ+ como eje prioritario para el desarrollo turístico de BASQUETOUR. S.A. ha de confluir en un evento de presentación de la estrategia dirigido a medios de comunicación, sociedad, empresa, además de la propia organización.

7.2. Gabinete de prensa

Coordinación de acciones comunicativas que tienen como fin convertir en noticiables las acciones de BASQUETOUR y transmitir sus valores otorgando notoriedad y repercusión.

Bases de datos

Generación de bases de datos segmentadas para el posterior envío de notas de prensa.

Stakeholders

Creación de convocatorias de prensa e invitaciones a stakeholders vinculadas a los eventos previstos.

Cobertura mediática

Redacción, calendarización y envío de notas de prensa:

FITUR,

Evento de presentación de la estrategia Queer Destinations,

Entrega del sello Queer Destinations, etc.

7.3. Entrevistas

Gestión de entrevistas

Aumentar la reputación y el conocimiento de todo el trabajo y esfuerzo que Basquetour está realizando para adaptar su propuesta turística al segmento LGBTQ+. Trasladar el mensaje de persona a persona, ganando espacios en radio, podcast, televisión o canales de Twitch.

b) Insuficiencia de medios

BASQUETOUR no dispone de los medios personales ni materiales precisos para atender la necesidad descrita. Por lo tanto, se requiere la contratación externa de una empresa con representatividad en su correspondiente subsector, para que contribuya a satisfacer el Plan de promoción LGBTQ+ para el destino Euskadi 2021-2025, mediante programas de sensibilización, consultorías y estrategias de márketing.

4. LOTES

El objeto del presente contrato de servicios no puede dividirse en lotes toda vez que la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en el objeto del mismo dificultaría su correcta ejecución desde el punto de vista técnico. En efecto, el contrato no es susceptible de división en lotes, en tanto que por sus características y por las prestaciones a realizar la separación en lotes pudiera poner en riesgo la ejecución adecuada del contrato, por tanto, la naturaleza de la misma no permite identificar unidades susceptibles de aprovechamiento separado constitutivas de una unidad funcional. Por este motivo, el objeto de contratación no se ha dividido en lotes.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 99.3 de la LCSP y en virtud del supuesto que nos ocupa no procede la división en lotes, en tanto no lo permite la naturaleza de la prestación, al entenderse que los diferentes aspectos del servicio están firmemente vinculados entre sí, por lo que la realización independiente de las diversas prestaciones dificultaría la correcta ejecución del contrato desde un punto de vista técnico. Con la división en lotes del contrato se perdería la optimización tanto en la ejecución, como en el control de la ejecución global del contrato y resultaría necesaria la coordinación de las prestaciones que por su naturaleza ya se encuentran estrechamente interrelacionadas y un sobrecoste de los servicios.

5. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS QUE DEBEN REUNIR EL SERVICIO:

La contratista deberá realizar las acciones que BASQUETOUR ha descrito anteriormente, en su objetivo de implantación del Plan de Acción Anual, como parte imprescindible del modelo de gobernanza turística vasca y del tejido asociativo vasco
La contratista deberá realizar las acciones que BASQUETOUR le encomiende durante el presente ejercicio 2023, diseñadas para colaborar con BASQUETOUR en su objetivo de promover y diseñar un plan estratégico LGBTQ+ para el destino Euskadi 2021/2025.

6. DURACIÓN DEL CONTRATO

El plazo de duración del contrato se extenderá desde la formalización del contrato hasta el 31 de diciembre del 2023.

No se prevé prórroga.

7. PROCEDIMIENTO A SEGUIR

El procedimiento de contratación aplicable de acuerdo con los artículos 170,168 a) 2º y 169 de la LCSP es el negociado sin publicidad.

En concreto, de acuerdo con las especialidades reguladas en el art 170.1 LCSP para la tramitación del procedimiento negociado sin publicidad, BASQUETOUR hará uso este procedimiento acogiéndose al supuesto establecido en el art 168.a) 2º del LCSP y cursará invitación a una única empresa, NEKATUR, a través de la plataforma de licitación electrónica.

El procedimiento se tramitará con arreglo a las normas que se establecen en el art. 169 de la LCSP en todo lo que resulte de aplicación al existir una única empresa candidata.

En efecto, La mercantil Queer Destinations es la empresa líder en el sector del turismo LGBTQ+ a nivel internacional, en concreto, es la única entidad con capacidad para obtener informaciones, datos y conocimientos de su subsector. A través de programas de sensibilización, consultorías y estrategias de márketing, Queer Destinations es el puente que une a gobiernos, destinos y empresas con los viajeros de la comunidad alrededor del mundo. Su objetivo principal es impulsar la aplicación de políticas de responsabilidad hacia las personas LGBTQ+, en línea con los objetivos de desarrollo sostenible marcados por la Organización de las Naciones Unidas en su agenda para 2030 con el fin de reducir las desigualdades. En España, es la única empresa con un portafolio de servicios de Asesoría Especializada en cómo desarrollar estrategias de Atracción y Posicionamiento a nivel internacional en el segmento de viajeros del colectivo LGBTQ+. Asimismo, opera internacionalmente y está avalada y reconocida por la IGLTA y la Organización Mundial de Turismo en materia LGBTQ+, por tanto, se requiere la contratación de esta Asesoría Especializada, no pudiendo obtenerse los servicios demandados de otra manera, por lo que no existe competencia técnica al no existir alternativa o sustituto razonable con capacidad para la ejecución de las prestaciones a contratar.

8. DOCUMENTOS DE CARÁCTER CONTRACTUAL.

Tienen carácter contractual los siguientes documentos:

a) El pliego de cláusulas administrativas particulares (PCAP).
b) El pliego de prescripciones técnicas particulares (PPT).
c) El documento de formalización del contrato.
d) La oferta de la adjudicataria.

9. MODIFICACIÓN Y CESIÓN DEL CONTRATO.

Cualquier modificación del Contrato que pudieren acordar las Partes tendrá necesariamente que documentarse por escrito que se unirá a este Contrato debidamente firmado por ambas Partes. Los derechos y obligaciones resultantes del presente Contrato no podrán ser cedidos a terceros sin el expreso y escrito consentimiento de la otra Parte.

10. CONFIDENCIALIDAD

Las Partes se comprometen a mantener confidenciales los términos y condiciones del futuro Contrato y a no realizar ningún tipo de anuncio o comunicación a terceras personas en relación con el mismo, salvo previo consentimiento expreso y por escrito de la otra Parte. La obligación de secreto y confidencialidad entrará en vigor a la firma del presente Contrato y perdurará durante toda su vigencia y por un período de cinco años posterior a su finalización.

En el supuesto de que, como consecuencia del cumplimiento de obligaciones de carácter legal para cualquiera de las Partes (incluyendo la legislación del Mercado de Valores), deba suministrarse información del presente Contrato, las Partes deberán conocer y dar el visto bueno al contenido de la información que deba suministrarse, cumpliendo en todo caso lo prevenido en la Ley que fuere de aplicación.

11. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL.

En la ejecución del contrato las Partes respetarán la normativa vigente en materia de protección de datos de carácter personal, y se obligan a adoptar e implementar las medidas de seguridad a que se refiere la sección 2 del capítulo IV, artículos 32 y SS del Reglamento (UE) 2016/679 de 27 de abril de 2016 (en adelante, “RGPD”).

Las Partes se comprometen a cumplir lo dispuesto en el RGPD y demás normativa sobre Protección de Datos de Carácter Personal y, específicamente las obligaciones de información y exigencia de consentimiento expreso a los interesados para el tratamiento y cesión de sus datos.