

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MARKETING ESTRATÉGICO Y COMUNICACIÓN INTEGRAL TURÍSTICA DEL DESTINO SEVILLA EN EL TERRITORIO NACIONAL Y EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL, ESPECIALMENTE EN EUROPA.

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto de este contrato es la contratación por parte de CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA S.A., entidad encargada de la gestión de las políticas municipales de promoción, fomento e información turística de la ciudad de Sevilla, incluyendo la proyección de su imagen a nivel nacional e internacional; de los servicios de marketing y comunicación del destino Sevilla en el territorio nacional y en el ámbito internacional, con un foco especial en Europa, teniendo como mercados prioritarios Portugal, Francia, Alemania, Reino Unido e Italia y, a partir del contexto actual, pero proyectando a medio y largo plazo, partiendo del concepto de turismo responsable, sostenible e inteligente. En función de la evolución de la situación de crisis sanitaria estos mercados internacionales prioritarios podrían sufrir modificaciones, así como también las áreas de interés dentro del territorio nacional, sin que ello suponga una modificación de las condiciones contractuales. Así mismo, es también objeto de este contrato, la contratación de la renovación, a lo largo de la vigencia del mismo, de un máximo de 239 dominios de internet. Entre ellos, podemos contar dominios actuales y / o futuros, de los que deberán realizarse las oportunas reservas e inscripciones. Se adjunta en el **ANEXO A** la relación de los dominios actuales. La prestación de este servicio se deberá adaptar a todos los cambios normativos, durante la vigencia del contrato, con independencia del alcance de dicho cambio, sin coste adicional alguno para la CONTURSA. Igualmente se incluirán los servicios de hosting para alojar en sendos servidores escalables los dominios de fibes.es y visitasevilla.es. Durante la vigencia del contrato se podrá ampliar hasta un máximo 5 de servidores escalables. Tanto los servidores escalables como los dominios deberán tener incluido cualquier licenciamiento necesario para la publicación de los servicios web: Certificados SSL, backup de los hosting contratados, cuentas de email asociadas a dominios y/o hosting, etc.

El objetivo general de los servicios de marketing y comunicación del destino Sevilla, es, ante la situación generada por la crisis sanitaria global, reposicionar Sevilla en el mapa global de ciudades, trabajando a partir del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla, de la nueva marca ciudad generada y del Plan 8 (Plan Impacto Turismo Sevilla), recuperando la confianza en Sevilla como destino seguro y de calidad, pero también, trabajando a medio y largo plazo y mostrando a Sevilla como ejemplo de turismo sostenible, responsable e inteligente a través de la implementación y desarrollo de nuevas soluciones tecnológicas y de la diversificación de los segmentos de interés, potenciando el Turismo MICE, el Turismo Cultural, el Turismo Medioambiental o el Turismo Deportivo, entre otros, mostrando una Sevilla atractiva no solo para el visitante, sino también para profesionales, estudiantes y empresas de diferentes sectores que quieran emprender proyectos en la ciudad.

Con ello se pretende conseguir los siguientes objetivos específicos:

- Desarrollar estrategias de comunicación, marketing y/o relaciones públicas que permitan posicionar a Sevilla como referencia en turismo sostenible, responsable e inteligente, partiendo de su posicionamiento como destino de turismo de ciudad cultural, en el territorio nacional y en los países mencionados, pero no solamente limitado a estos; alineándose con la nueva marca de ciudad creada y trabajando en colaboración con el estudio creativo

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	1/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



encargado de la estrategia de lanzamiento e implantación de esta nueva marca, pero también a partir del mencionado Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla y el Plan 8. Esta nueva marca ciudad se construye alrededor de 7 ejes fundamentales: Sevilla como ciudad en la que conviven y se conectan tradición y vanguardia; Sevilla como ciudad del buen vivir, pero también del buen hacer, siendo un importante núcleo de producción; El talento de la ciudad como motor de una Sevilla creativa e innovadora; Las relaciones entre ciudad y naturaleza que hacen de Sevilla una ciudad saludable construida desde la sostenibilidad; Los habitantes de la ciudad como valor y embajadores de Sevilla, su paisanaje como elemento diferenciador más allá del paisaje; Una ciudad patrimonial que hay que ir descubriendo puesto que no se muestra totalmente, hay que pasearla y vivirla; y, por un último, una ciudad milenaria que mira al futuro. A partir de estos 7 ejes se desarrolla un posicionamiento estratégico basado en el tagline “Sevilla. Muy famosa, muy desconocida” que trabaja sobre la luz y la sombra como elementos fundamentales de la ciudad e invita a descubrir las mil caras de Sevilla, a profundizar en la Sevilla que se ve, la Sevilla conocida y a sumergirse en la Sevilla que no se ve, aquella que permanece oculta a simple vista.

- Comunicar, hacer reconocible y contribuir a la implementación de la nueva identidad de marca de la ciudad en los diferentes espacios online y offline que se desarrollen y asociarla con los valores y las ventajas competitivas del destino en los mercados de interés, trabajando en colaboración con el estudio creativo encargado del desarrollo e implantación de esta nueva marca y con CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A.

- Generar oportunidades para visibilizar el destino Sevilla en los mercados del resto del territorio nacional con especial interés en las ciudades que componen la red de ciudades AVE, en aquellas que forman parte de Andalusian Soul y en el área de la Asociación Ruta de la Plata y Saborea España, así como en los siguientes países: Portugal, Francia, Alemania, Reino Unido e Italia preferentemente, pero también en otros países o ciudades de interés según lo defina CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A.

- Potenciar las relaciones a través de herramientas de comunicación online y offline de Sevilla con los diferentes públicos objetivo en los mercados requeridos del resto del territorio nacional y de Portugal, Francia, Alemania, Reino Unido e Italia y otros territorios de interés según lo defina CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A.

- Potenciar e incrementar la presencia y mejorar la relación con los medios de comunicación en el resto del territorio nacional y en Europa, específicamente en los países mencionados, para generar reportajes y producciones sobre el destino Sevilla y otros de interés según se defina por parte de CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A.

- Analizar la imagen y la evolución de la presencia online de la ciudad en el entorno digital mediante la monitorización continua y la escucha online activa con el fin de poder adaptar estrategias, mensajes y acciones que permitan la mejora del posicionamiento de la ciudad en base a lo planteado desde la nueva marca ciudad, el Plan 8 y el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla.

- Contrarrestar a través de acciones de comunicación y marketing temas sensibles y crisis que puedan afectar al posicionamiento e imagen de Sevilla en el resto del territorio nacional y en el mercado internacional, con especial interés en Europa.

- Desarrollar estrategias e implementar acciones de comunicación interna, marketing y relaciones públicas que permitan una mayor relación y conexión entre los profesionales de CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. y también entre CONTURSA y otras áreas del Ayuntamiento, fomentando la participación del equipo interno en la difusión de la imagen de la ciudad en el exterior.

Código Seguro De Verificación	w0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguiella	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	2/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/w0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



- Estrechar las relaciones y abrir canales de comunicación constantes con la industria turística nacional e internacional por medio de diferentes acciones y herramientas, tanto offline como online, desde comunicados, newsletters hasta reuniones, encuentros o diversos formatos de tradeshows, con apertura a nuevas acciones como parte de proyectos que así lo requieran, como es el caso del lanzamiento e implantación de la nueva marca ciudad y de la ejecución en materia de marketing y comunicación del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla y del Plan 8.

- Desarrollar estrategias e implementar acciones de comunicación, marketing y relaciones públicas que permitan una mayor relación y conexión entre el sector turístico local y el Ayuntamiento de Sevilla, a través de CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A., fomentando la participación del sector en la construcción de la imagen de la ciudad en el exterior y su conexión con agentes de interés del territorio nacional e internacional.

- Desarrollar estrategias e implementar acciones de comunicación, marketing y relaciones públicas que permitan una mayor relación y conexión entre la ciudadanía y profesionales locales de otros ámbitos más allá del turismo y el Ayuntamiento de Sevilla, a través de CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A., fomentando la participación de ambos sectores en la construcción y difusión de la imagen de la ciudad en el exterior y potenciando la convivencia entre ciudadano y visitante, así como poniendo de relieve el valor y los beneficios de un turismo responsable, sostenible e inteligente para la ciudad de Sevilla.

- Desarrollar estrategias e implementar acciones de comunicación y marketing destinadas a la mejora de la digitalización y a la incorporación de las nuevas tecnologías del sector del turismo en la ciudad tanto de ámbito público como privado con el objetivo de consolidar Sevilla como destino de Turismo Inteligente y potenciar su posicionamiento como capital de la innovación turística, teniendo en cuenta la celebración de Tourism Innovation Summit en Sevilla y su participación en la Red de Destinos Turísticos inteligentes.

- Contar con el soporte permanente de una agencia experta en comunicación, marketing, relaciones públicas y desarrollo tecnológico, que apoye la labor general de CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A para contribuir con el cumplimiento de objetivos institucionales.

Todos estos objetivos deben enfocarse desde el contexto actual y ser sensibles a la situación de crisis sanitaria actual y al estado del turismo y a su necesidad de reactivación, pero además deben tener en cuenta la propuesta de posicionamiento estratégico y creativo, así como la identidad visual y verbal de la nueva marca ciudad Sevilla, el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla y el Plan 8, planteando también acciones a medio y largo plazo que tengan en cuenta además el Plan Estratégico 2030 del Ayuntamiento de Sevilla.

2. ANTECEDENTES, NECESIDAD E IDONEIDAD DEL CONTRATO

Desde el Área de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo, creada en 2015 y dentro de la que se inscribe CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA S.A, con el objeto de abordar el modelo de ciudad de Sevilla desde una perspectiva global y transversal a estos tres ámbitos, partiendo del Plan Estratégico 2030, del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla, del Plan 8 de Impacto Turístico y del contexto actual que está haciendo repensar las ciudades, el modo de vida, valores y prioridades; se ha trabajado en el posicionamiento de la ciudad y en el enriquecimiento de su relato o storytelling mediante la creación una marca ciudad Sevilla cuyo lanzamiento se realizará en el segundo trimestre de 2021 y su implantación a lo largo de todo el año 2021 y 2022.

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	3/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



Esta marca ciudad está concebida como el desarrollo de un universo visual y verbal capaz de asumir el reto de contar Sevilla en toda su dimensión. Dicha marca se alinea con los objetivos y estrategias fundamentales planteadas en el mencionado Plan Estratégico 2030 puesto que constituyen la base de la ciudad que Sevilla aspira a ser, pero además ha tenido en cuenta el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla y es permeable a la situación actual, para la que se han desarrollado, desde el Ayuntamiento de Sevilla, toda una serie de estrategias y acciones recogidas en el programa “Reactiva Sevilla” y en el caso relativo al Turismo de la ciudad, en el Plan 8.

El Plan Estratégico Sevilla 2030 se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible contenidos en la Agenda 2030 de Naciones Unidas y participa de los principios y objetivos de impulso al desarrollo, habitabilidad e innovación en las ciudades de Europa que se establecieron en el Pacto de Ámsterdam y en la Agenda Urbana de la Unión Europea. Este plan es fruto de un proceso de gestión que arranca en el año 2016 y que supone el hito “más relevante del acuerdo social y político sobre el futuro de la ciudad”. El Objetivo Central de este plan “que recoge el sentir general expresado en las fases de participación y en las aportaciones de la ciudadanía, y que concita el mayor consenso posible determinando el carácter de toda la estrategia” es el concepto de “Ciudad Compartida” como elemento motor de todo el plan estratégico. De todas las posibilidades de ciudad deseada, la estrategia del Plan Estratégico Sevilla 2030 apuesta por una ciudad creativa, innovadora y productiva sustentada en el valor de comunidad, es decir, responsable, inclusiva y solidaria, capaz de movilizar transformaciones y avances en las siguientes líneas estratégicas fundamentales:

- Generar empleo, desarrollo económico e innovación empresarial.
- Luchar contra la pobreza y las desigualdades.
- Crear una ciudad sostenible, que mitiga y se adapta al cambio climático.
- Desarrollar la gobernanza y la participación ciudadana.
- Impulsar el ejercicio de los derechos ciudadanos, la vida comunitaria y los valores cívicos.
- Promover la cultura, la creatividad y favorecer la diversidad en la ciudad.

Partiendo de estas premisas, la nueva marca ciudad asume el reto de cómo expresar adecuadamente, cómo representar, inspirar, potenciar y generar cultura social de marca en el ámbito local, regional, nacional e internacional, a partir del trabajo en común del sector público y privado y de la ciudadanía. En este contexto, desde el Área de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo, a través de CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A, se convoca el “Concurso de Proyectos para la conceptualización y creación de la marca ciudad Sevilla y para el desarrollo de su estrategia de lanzamiento e implantación”. Un concurso cuyo fallo ya se ha producido, encontrándose en estos momentos, el estudio creativo ganador desarrollando la implementación de esta marca que se da a conocer en el segundo trimestre de 2021. En este contexto, **se hace necesario, desde el área de Turismo y, a través de CONTURSA, contar con los servicios de una agencia especializada capaz de desarrollar un trabajo de posicionamiento, reconocimiento e implementación de dicha marca en el campo específico del Turismo en el territorio nacional y en el ámbito internacional, a través de acciones concretas, que son precisamente uno de los objetos de este contrato.**

Ciudades como Oporto, Helsinki, Bolonia o Barcelona han abordado recientemente procesos de construcción de marca desde una escala humana y una perspectiva integradora y transversal. Sevilla se suma con la creación de su nueva marca a este grupo de ciudades que están repensando su relato a partir del análisis de su propia identidad y se están re-posicionando en el mapa global, no sólo para atraer visitantes sino también para dinamizar su propia economía y mejorar así la calidad de vida de sus habitantes, trabajando desde un enfoque capaz de conectar al ciudadano y al que la visita y de atraer y retener al talento creativo e innovador profesional y empresarial, tanto local como de fuera de la ciudad. En este sentido, se hace necesario contar con los servicios continuados de una agencia especializada en comunicación, marketing, relaciones públicas y desarrollo tecnológico capaz de diseñar y llevar a cabo acciones que contribuyan a la atracción de visitantes, pero también de talento y empresas de fuera de la ciudad.

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	4/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



Junto al Plan Estratégico 2030, otro de los planes de referencia es el **Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla, enmarcado en el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Andalucía**. En el año 2017 se finalizaba la ejecución del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla que el Consorcio de Turismo de Sevilla, con la cofinanciación de la Junta de Andalucía, venía implementando en los últimos años. Si bien durante estos años los datos turísticos de la ciudad habían mejorado en sus distintas variables, son muchos los retos que el destino debe afrontar en la actualidad derivados de las nuevas tendencias y comportamientos del turista y de la consolidación de Sevilla como destino de turismo urbano de referencia internacional. En este contexto, y en el marco del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020, el Ayuntamiento de Sevilla, a través de CONTURSA ha decidido afrontar el diseño de un nuevo Plan Turístico que permita corregir los déficits actuales, impulsar la marca Sevilla en los mercados nacionales e internacionales y definir un nuevo modelo turístico para la ciudad que pueda ser implementado en el marco de los Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía, iniciativa de la Junta de Andalucía dirigida a las ciudades andaluzas mayores de 100.000 habitantes. La finalidad esencial de los Planes Turísticos de Grandes Ciudades es la promoción y el fomento del turismo urbano. Este segmento turístico es el de mayor crecimiento a nivel mundial durante los últimos años, además de ser el que goza de un carácter menos estacional, constituyéndose como uno de los de mayor potencial de expansión y crecimiento. En este sentido, todas las acciones de marketing, comunicación y desarrollo tecnológico deben estar alineadas con este Plan Turístico que se plantea los siguientes retos estratégicos como base desde la que se van a articular todas y cada una de las Iniciativas de Contenido Turístico (ICT) del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla:

1. Ampliación del espacio turístico a zonas con potencialidades.

La existencia de zonas con grandes potencialidades turísticas en la ciudad, como es el caso del CASCO NORTE o el barrio de Triana, ofrecen la oportunidad, a través de la puesta en valor y aprovechamiento de los recursos turísticos que en ellas se encuentran, de reconducir los flujos turísticos ampliando de esta manera la oferta turística y el espacio turístico consolidado de Sevilla. LA SEÑALIZACIÓN juega un papel muy importante en la descentralización del espacio turístico de la ciudad, siendo un elemento básico de información y posibilitando la redirección de los flujos turísticos, donde los elementos conectores sirven de enlace generando un espacio turístico diversificado y con importantes oportunidades de crecimiento. En toda esta tarea es fundamental generar una imagen uniforme del PAISAJE URBANO que sea la seña identitaria de todo el conjunto turístico de la ciudad de Sevilla.

2. Creación y/o consolidación de productos turísticos innovadores dirigidos a nuevos nichos de demanda y a establecer nuevas ofertas para los segmentos ya consolidados.

La oportunidad de crear nuevos productos turísticos que cumplan requisitos funcionales de innovación, calidad y singularidad, y que contribuyan a la desestacionalización, van a reforzar la agenda cultural existente en la ciudad, que se configura como un producto más, haciéndola más competitiva. De la misma manera, estos productos apuestan por la captación y potenciación de segmentos emergentes y en crecimiento. LA CREACIÓN DE CLUBES DE PRODUCTOS de diversas temáticas supone una gran oportunidad de crecimiento para un destino maduro como Sevilla, ya que éstos, por su estructura asociativa, permiten crear nuevos productos como resultado de la unión empresarial y el apoyo de la administración.

3. Alianza ciudadana/ social.

La ALIANZA, COLABORACIÓN Y PARTICIPACIÓN de los ciudadanos en la actividad turística es fundamental para no caer en la problemática de rechazo al turismo existente en otras ciudades. La ciudadanía debe estar concienciada de las oportunidades económicas que representa el turismo sin ver disminuida su calidad de vida. En esta senda es fundamental conformar órganos de participación activa con los agentes sociales y la ciudadanía en torno al turismo.

4. Desarrollo de la inteligencia competitiva.

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	5/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



La mejora e innovación en el CONOCIMIENTO DE LOS PERFILES DE DEMANDA, tanto actual como potencial, garantizan la excelencia a la hora de dirigirse al público objetivo. Tanto es así, que estudiar las tendencias futuras de la demanda permite al destino adaptarse y ofrecer una mejor experiencia al turista.

5. Implementación de medidas de logística social y turística necesarias para la mejora de la calidad del destino.

Las actuaciones deben estar dirigidas a fomentar la ACCESIBILIDAD UNIVERSAL en la ciudad, hecho que va a contribuir directamente a la sostenibilidad y calidad del destino.

La existencia de INFRAESTRUCTURAS VERDES Y SOSTENIBLES en la ciudad favorece el desarrollo de un destino turístico que combina la oferta cultural con importantes valores ambientales, y que deben ser aprovechadas tanto social como turísticamente.

6. Fortalecimiento de la comunicación y la promoción del destino.

La dinamización y el fortalecimiento de la promoción turística del destino y su comercialización deben basarse en el uso de medios y herramientas innovadoras. En este sentido es vital fortalecer la comunicación y la ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL de Sevilla que permita darle más visibilidad al destino. La oferta turística, consolidada y la que se genere, es el eje fundamental sobre el que se debe basarse la promoción y la comercialización del destino. En todo este camino, la marca ciudad de Sevilla se implantará desde la identificación con la ciudadanía para que sea exportada y promocionada de manera eficiente y eficaz.

7. Mejora de la gobernanza del destino.

Trabajar en la definición de un modelo de GESTIÓN TURÍSTICA basada en la COOPERACIÓN, LA SOSTENIBILIDAD Y LA INNOVACIÓN generando una mejor gobernanza local y que diferencie a Sevilla frente a la competencia.

Además del Plan Estratégico Sevilla 2030 y del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla, ante la situación de crisis sanitaria generada por el COVID 19, con el objeto de lograr la inmediata reactivación social y económica de la ciudad, el Gobierno Municipal tomó una actitud proactiva, poniendo en marcha el **Plan Reactiva Sevilla**, una iniciativa que se encuentra alineada con los objetivos del Plan Estratégico Sevilla 2030 pero que se adapta al contexto excepcional actual, garantizando la seguridad y la recuperación de la ciudad desde el impulso de las políticas locales y también desde la responsabilidad ciudadana. Este plan de choque transversal busca generar confianza en el futuro, tanto para quien habita como para quien visita Sevilla y se centra en el apoyo al sector privado como motor del entorno post COVID-19 y se reafirma en el objetivo de tender hacia una sociedad y una economía más sostenibles. En esta ruta, el Plan atiende la necesidad de recuperación del empleo, con especial atención a los colectivos vulnerables; plantea líneas de apoyo al comercio, la hostelería y el emprendimiento; y define líneas de inversión pública en equipamientos y viviendas sociales, infraestructuras públicas, servicios a la ciudadanía, la creación y espacios para la cultura, cauces para la innovación y la industria; y se detiene especialmente en la recuperación del turismo con un plan de medidas específico: el Plan 8.

El Plan de Impacto para el Turismo de Sevilla (Plan 8) reformula la política municipal para recuperar la actividad y el empleo en este sector en el contexto de la crisis sanitaria del COVID-19. Liderado por el Ayuntamiento, a través de CONTURSA, con el respaldo de un Consejo Asesor integrado por 8 expertos, y el consenso y colaboración de los agentes económicos y las asociaciones empresariales del sector turístico, el plan constituye un ejemplo de alianza público/privada que encuentra su máxima expresión al desplegarse de forma pormenorizada en torno a 8 mesas sectoriales de trabajo integradas por más de 80 consultores del sector. Con este trabajo común, el Plan 8 diseña un renovado modelo turístico de la ciudad adaptándose a un

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	6/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



nuevo tipo de visitante que exige seguridad, calidad y sostenibilidad, generando confianza en el destino en el marco del nuevo contexto global y reposicionando con fuerza la marca Sevilla. En esta línea de objetivos, el plan busca mejorar la rentabilidad del turismo desestacionalizando la oferta, haciéndola más competitiva y creando nuevos productos y servicios adaptados a las nuevas demandas y hábitos de consumo: la oferta cultural, patrimonial, experiencial y deportiva. En este sentido, el Plan 8 persigue generar actuaciones de fomento, ordenación y promoción que impulsen cada uno de los segmentos turísticos. En concreto, el segmento MICE, turismo por motivos profesionales, recibe especial atención dentro del plan. Enlazando con este ámbito, se contempla como otra meta la de recuperar la conexión de la ciudad con España y con Europa, y a su vez la promoción nacional e internacional de Sevilla con el fin de profundizar en los mercados, materializar distintos acuerdos con otros territorios, agencias y touroperadores y realizar promociones conjuntas. Todas estas acciones se completan con las que contemplan hacer de Sevilla un destino turístico inteligente y digitalizado. Con el objetivo de llevar a cabo las acciones de comunicación, marketing y relaciones públicas planteadas en el Plan 8, CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A, tiene la necesidad de contratar los servicios de una agencia especializada en la materia. Dada la situación sanitaria de pandemia excepcional en la que nos encontramos, en una primera fase, dicha agencia deberá centrar sus esfuerzos en llevar a cabo una campaña de marketing que reactive en primer lugar el mercado nacional, que además de representar más del 40% del volumen de nuestros visitantes, se trata del primero puede iniciar su actividad. Del mercado internacional, a fecha de hoy no tenemos certeza alguna de cuándo volverá a iniciar su actividad tal y como la conocíamos, aunque por proximidad es importante tener en cuenta al país vecino, Portugal.

El turismo es el principal motor económico de la ciudad de Sevilla, de ahí la importancia de su reactivación en el contexto actual y del trabajo a medio y corto plazo en una propuesta de turismo responsable y sostenible que potencie la cultura, el deporte, el medioambiente y los negocios. El PIB asociado al turismo se acerca al 20% y no solo repercute en los sectores de la hostelería y la restauración, sino que impulsa el resto de los ámbitos productivos de la economía local. El turismo genera en Sevilla mejoras en las infraestructuras urbanas, en la oferta cultural y de ocio, en los servicios a la ciudadanía o en las conexiones nacionales e internacionales con otros territorios, lo que también estimula el desarrollo empresarial, los negocios o la posibilidad de organizar grandes eventos tanto desde lo local como desde entidades de fuera de Sevilla. A nivel nacional, uno de los grandes atractivos de la ciudad es la conexión en tren de Alta Velocidad. A su vez, Sevilla trabaja en la potenciación de un plan de cruceros, mientras el Aeropuerto de Sevilla ha vivido un momento de expansión en el marco del Plan Estratégico 'Conectando Sevilla con el mundo'. En 2019, el aeropuerto, conectado ya con 80 destinos, superó los siete millones de usuarios. Hoy día, cuenta con más de 120 conexiones, un 60% de las cuales son internacionales, lo que no impide que el sevillano sea el mejor aeropuerto andaluz en conexiones nacionales.

El año turístico 2019 se cerró en Sevilla con un récord de 3,12 millones viajeros alojados en hoteles y apartamentos, 6,7 millones de pernoctaciones, una ocupación del 76,4 % y una estancia media de 2 días. El turismo internacional, principalmente Francia, Italia, EEUU, Reino Unido y Alemania, es el que más ha crecido en los últimos años hasta que estalló la crisis sanitaria, y suponía ya el 58% del volumen total de visitantes y el 64% de las pernoctaciones realizadas en la capital. Los mercados objetivo de Sevilla son también Sudamérica, Marruecos y Portugal, pero ante la situación actual, en una primera fase deberán centrarse en Portugal.

Como prototipo, el visitante de Sevilla viaja en pareja y en un 51.3% viene interesado por su oferta cultural, siendo su principal motivación la de conocer la ciudad en general, seguida de visitar monumentos y museos, disfrutar de espectáculos de flamenco y, solo en un 10% para frecuentar locales de ocio nocturno. El 20% de los que visitan Sevilla repiten su viaje a la ciudad, porque Sevilla es una ciudad a la que se vuelve. Sevilla aboga por un turismo responsable y facilitador de convivencia. En este sentido la función turística de la ciudad no se gestiona de forma aislada, sino como parte del conjunto de la ciudad, un espacio para la vida y el bienestar de la ciudadanía, describiendo un modelo que no resta señas de identidad, que se construye con la colaboración de agencias de viajes, hoteles y los servicios municipales. En este contexto, el visitante es inducido a introducirse en los flujos de la sociedad, a diversificar sus intereses y a compartir la experiencia

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKfW==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguiella	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	7/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKfW==		



de una ciudad que no solo se viene a ver, sino a conocer, descubrir y vivir. En la apuesta de la ciudad por la diversificación de los segmentos turísticos, así como por un turismo responsable y sostenible son fundamentales los servicios de una agencia especializada capaz de comunicar esta oferta diversa y abrir mercados en los diferentes segmentos tanto en el territorio nacional como internacional, teniendo en cuenta la situación actual, pero también marcándose objetivos a medio y largo plazo. Así mismo, se hace necesario el desarrollo por parte de una agencia especializada de acciones de comunicación, marketing y relaciones públicas que pongan en valor al sector del turismo entre la ciudadanía y fomenten la convivencia entre el visitante y el que nos visita. La ciudad busca implementar nuevas formas de entender e integrar el turismo construyendo un destino innovador y sostenible que inspire confianza, que cuente con la ciudadanía, que genere una convivencia saludable y segura, creando puestos de trabajo de calidad, promoviendo la cultura y los productos locales.

La innovación turística en estos momentos pasa por aplicar la sostenibilidad como valor transversal y por iniciar la reconstrucción turística con el turismo de proximidad y la oferta de nuevos productos para las nuevas necesidades y hábitos de consumo. Esto implica una diversificación de la oferta que trasciende los habituales ganchos turísticos de la ciudad y haciendo que Sevilla no sea un mero escenario. En este sentido se hace necesario trabajar en la comunicación de este nuevo paradigma y en la conexión y penetración en los mercados a partir de estas nuevas premisas, para lo que CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. debe contar con una agencia especializada que pueda desarrollar estos servicios.

El principal reclamo turístico de la ciudad es su carácter patrimonial y cultural. El visitante busca conocer de primera mano los tesoros arquitectónicos del casco histórico pero la oferta cultural de Sevilla va mucho más allá: rutas temáticas, visitas al patrimonio de extramuros, descubrimiento de zonas verdes y talleres artesanales, sin olvidar que el principal aliado de la oferta turística es la programación cultural. El ejemplo más notorio es la Bienal, pero esta oferta se podría sustentar también sobre otras programaciones. Por destacar algunos datos en este sentido, podemos señalar que Sevilla tiene el mayor festival de flamenco del mundo por calidad y número de espectáculos (la Bienal de Flamenco), la tercera mejor temporada lírica de España, el festival de música antigua decano en su género del Estado español y uno de los más relevantes de Europa, festivales de artes vivas con una abundante programación de calle y un Festival de referencia para el cine de autor europeo... son argumentaciones culturales que forman parte de una propuesta turística de excelencia que necesitan ser visibilizados, comunicados y conectar con diferentes tipos de públicos en los mercados preferentes tanto nacionales como internacionales, empezando en un primera fase por captar ese turismo de proximidad. Por otra parte, esta experiencia cultural de Sevilla surge de la estrecha colaboración del Ayuntamiento con las personas gestoras y creadoras, en diferentes distritos, ofreciendo una agenda que acerca al visitante no solo a los aspectos más tradicionales de nuestra cultura, sino a manifestaciones al margen de los circuitos turísticos tradicionales, alternativas que constituyen su esencia contemporánea y que también deben ser puestas en valor y comunicadas. En Sevilla hay talento creativo y contexto para ello. Acercarse a ver un espectáculo en el Teatro Central, una Exposición en el CAAC, un recorrido por sus galerías de pequeño formato podrían ser actividades a difundir en esta oferta de calidad y diferenciada y, ello requiere, de una propuesta estratégica y una planificación de acciones destinadas a este objetivo programadas a corto, medio y largo plazo.

El Turismo gastronómico define al 8.4% de los visitantes de Sevilla. Sevilla es dueña de un sector hostelero diverso y de excelencia, con locales y escuelas de hostelería y gastronomía de primer nivel que han conseguido posicionar la "Cultura de la Tapa" como propuesta de calidad. Aunque su especialidad es la barra, cuenta también con una oferta de mesa considerable que ofrece desde la cocina tradicional mediterránea a la cocina de vanguardia una carta para todos los gustos y para todos los bolsillos. Estos establecimientos se mezclan con lo que constituye la verdadera identidad de la ciudad, los tradicionales bares de tapas, donde el visitante no solo descubre la gastronomía, sino también el carácter social del sevillano. Los bares son en sí un foco de atracción turística como ecosistema de la idiosincrasia de la ciudad. Son entornos en los que convive perfectamente la tradición con una evolución que no ha abandonado nunca sus raíces. En el contexto actual se requiere de acciones que ayuden al sector a recuperar la confianza del

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	8/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



visitante y, a medio largo plazo, uno de los objetivos es consolidar en los mercados de interés esa “Cultura de la Tapa” como elemento diferenciado de la ciudad.

El segmento MICE, o turismo profesional, es una apuesta de crecimiento con potencial para funcionar sin estacionalidad. Con amplias instalaciones preparadas para acoger eventos y congresos de todo formato, en 2019 el 56% de los eventos acogidos en Sevilla fueron nacionales; el 22,5%, internacionales; y el 25,8%, regionales. Un espacio novedoso y uno de los entornos idóneos para este turismo es, además de Fibes Palacio de Congresos y Exposiciones, que gestiona CONTURSA, la Isla de la Cartuja, que aspira a convertirse en un territorio sostenible referente en el mundo con zonas verdes, un ecosistema de innovación y conocimiento, que aprovecha las márgenes del río para eventos al aire libre y que cuenta con varios escenarios e infraestructuras con capacidad y tecnología para actos de cualquier carácter. En los últimos años, Sevilla ha sido sede de grandes eventos de interés nacional e internacional (World Travel & Tourism Council, Premios Goya, MTV Awards, European Film Awards,) que la han puesto en el mapa como ciudad disfrutable y con capacidad organizativa y de infraestructuras. Teniendo en cuenta las restricciones propias del contexto actual, es necesario trabajar en un plan que continúe con el trabajo desarrollado en los últimos años, capaz de seguir captando a este tipo de segmento en las condiciones presentes y que mantenga la actividad en este sentido. Es por ello que se requiere de una agencia especializada que plantee acciones concretas de marketing y relaciones públicas destinadas a la consecución de este objetivo.

Entre los segmentos a poner en valor en el contexto actual y a continuar trabajando a medio y largo plazo se encuentran El Turismo activo o deportivo y el medioambiental. **El turismo activo o deportivo** es un segmento que capta al 8,1% de los visitantes de la ciudad y en el que aún hay mucho potencial, un potencial que podría desarrollarse incluso teniendo en cuenta las restricciones y medidas actuales, puesto que es sinónimo de vida saludable. Las cualidades geográficas, climáticas, urbanísticas y medioambientales de Sevilla son óptimas para la práctica deportiva o para disfrutar del deporte como espectáculo durante todo el año. Su brazo fluvial, única pista de sus características en un casco urbano en Europa, facilita la práctica de deportes acuáticos a deportistas de alto nivel que acuden al Centro de Alto Rendimiento de la Cartuja desde toda Europa, pero también de aficionados o personas que quieran descubrir la ciudad desde una perspectiva diferente. Lo que realmente hace única a la ciudad, con su orografía llana y sus amplias zonas verdes, es que está especialmente acondicionada para quienes disfrutan del running, el cicloturismo, o el paseo y ello podría trasladarse también a quien la visita. No obstante, las competiciones deportivas atraen a la ciudad tanto a deportistas participantes como a público aficionado. El 7.8 de los visitantes de Sevilla acuden por el **turismo medioambiental**, relacionado con la naturaleza, salud y bienestar. Sevilla ofrece a sus visitantes una amplia riqueza medioambiental y ello es un valor fundamental en el contexto actual, pero también a medio y largo plazo. Espacios verdes y entorno natural, que pueden visitarse en bicicleta o a pie, pero no solo en la ciudad sino también en su entorno más inmediato. El ecoturista puede disfrutar en un corto desplazamiento de reservas naturales como las de las marismas del Guadalquivir o el Parque Nacional de Doñana, de los paisajes de la Sierra Norte o de las costas de Cádiz y Huelva. Por su ubicación geográfica la ciudad de Sevilla puede también ofrecer un turismo de proximidad, establecer conexiones con su área metropolitana, así como una red cercana de ciudades patrimoniales o de destinos turísticos con los que tiene buena conexión. Este turismo de experiencia puede llevar a quien nos visita a ciudades patrimoniales como Carmona o Itálica, a capitales cercanas como Córdoba o Granada, o a países fronterizos como Portugal o Marruecos cuando se pase a una siguiente fase tras la crisis sanitaria. Existe por lo tanto un potencial que debe ser impulsado y comunicación para penetrar y captar, en un primero momento, a ese turismo de proximidad y a determinados mercados europeos a medio y largo plazo.

Sevilla es además un destino muy buscado por la **comunidad LGTBI**. Durante las últimas décadas la capital andaluza ha recorrido un gran camino para convertirse en una ciudad con una atmósfera de respeto y de mentalidad abierta. Sevilla cuenta con una red de alojamientos gay-friendly que van desde pequeños hoteles como Hotel Patio de la Alameda o la Sacristía de Santa Ana hasta opciones de lujo como el Hotel Adriano o el Alfonso XIII. Además, Sevilla cuenta con una de las ofertas de ocio gay más amplias de España.

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	9/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



Como segmentos a potenciar y desarrollar en más profundidad, nos encontramos con 4 segmentos clave: **turismo premium, familiar, religioso y universitario.**

En 2019 Sevilla acogía por primera vez el evento Emotions Travel Community, un evento clave en la estrategia de crecimiento del destino Sevilla, dirigido al **segmento premium**. Sevilla busca posicionarse en el mercado de las experiencias de viaje basadas en el nuevo lujo. Un modelo de turismo que busca experiencias únicas, algo que sólo se puede conseguir en ese lugar del mundo. Sevilla tiene un gran valor en este campo que es necesario visibilizar y poner de relieve: artesanía, gastronomía y una oferta cultural y monumental, también privada, diferencial. Gestores del turismo en la ciudad con una veintena de marcas comerciales (moda, joyería, complementos), diseñadores, artesanos y hoteles de renombre y capacidad para acoger a este turista *premium* ya se encuentran trabajando en ello con el objetivo de agrupar al sector público y al privado en torno a un club de producto que aglutine la oferta de alojamiento, restauración y comercio para el segmento premium en la ciudad y atendiera las necesidades de un turista cada vez más numeroso y exigente llegado desde mercados emergentes como China, Corea del Sur y Oriente Próximo y Medio. Sectores como el arte sacro, la moda flamenca, las antigüedades, la cerámica y otras artesanías como el cuero o las galerías de arte juegan un papel fundamental en este sentido.

CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. está trabajando también en potenciar la promoción del **Turismo religioso** en Sevilla que podría dar respuesta a un amplio número de turistas que buscan oferta cultural específica y a aquellos que, además, le suman las experiencias relacionadas con su fe, tanto nacionales como internacionales. La riqueza histórica y cultural de Sevilla, nos facilita un patrimonio monumental, cultural y social inconmensurable. Siendo la oferta fundamental la relacionada con la fe cristiana, nuestra ciudad tiene igualmente producto suficiente para trabajar con turistas de otras creencias: musulmanes, judíos y protestantes. Sevilla cuenta con una gran ventaja competitiva, la ciudad ya es conocida nacional e internacionalmente por su oferta religiosa, principalmente gracias a su Semana Santa. Nacionalmente, es reconocida como una de las manifestaciones principales del país, e internacionalmente está muy presente en el imaginario colectivo de nuestros visitantes. Todo ello, sumado a su identidad de ciudad milenaria por la que han ido dejando huella diferentes civilizaciones y culturas la hacen única para este segmento turístico.

Otro de los segmentos a potenciar es el **turismo familiar**. Sevilla es una ciudad ideal para disfrutar en familia, expediciones ‘transoceánicas’, viajes en el tiempo, tardes de descubrimientos, paseos al atardecer por la orilla del Guadalquivir o cine al aire libre, además de una programación cultural para todos los públicos son las claves para disfrutar de la ciudad en familia. Recorrer la ciudad paseando, en coche de caballos, a golpe de pedal o en sus autobuses turísticos son buenas opciones para viajar a Sevilla acompañado de los más pequeños y, enlazando con el turismo deportivo y medioambiental, la ciudad ofrece también la posibilidad de pasear en kayak por el Guadalquivir o de recorrer el Parque de María Luisa en kart. Junto a ello, espacios dedicados al ocio infantil como Isla Mágica, un parque temático ambientado en el siglo XVI, o el parque acuático Aquópolis Sevilla completan la oferta para este segmento de público. Otro de los grandes atractivos es, sin duda, el Acuario de Sevilla, en el que se encuentra el tanque de agua salada más profundo de la Península Ibérica. Además, la ciudad cuenta con espacios culturales con programación y visitas guiadas adaptadas al público infantil como el Teatro Alameda, el Teatro de la Maestranza, CaixaForum Sevilla, el Real Alcázar, el Museo Arqueológico o la Casa de la Ciencia y Planetario, entre otros.

La innovación en el tipo de visitante de la ciudad se apoya también en el **turismo universitario**. La Universidad Pablo de Olavide, la Universidad de Sevilla, la UIMP o la Loyola, atraen a estudiantes extranjeros desde programas formativos. Estos proyectos están vinculados con formas de atraer talento a la ciudad, estudiantes y profesionales que pasen temporadas aquí, se enamoren, vean el potencial de la ciudad y quieran quedarse para emprender sus negocios y aportar al tejido económico. En esta primera fase no es un segmento prioritario, pero al existir la

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	10/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



necesidad de un servicio continuado en el tiempo mediante un contrato de dos años, prorrogable otros tres años más, debe ser un segmento a tener en cuenta a largo plazo.

Como principal cualidad en el ámbito de la innovación turística, Sevilla aspira a ser un **destino turístico inteligente**. La tecnología ha cambiado las ciudades y con su irrupción ha contribuido a transformar la experiencia turística para siempre. Sevilla impulsa acciones para sumar notoriedad en el ámbito online, ofreciendo usabilidad y experiencia al usuario construyendo un eje de actuación que potencie la digitalización del sector. En este sentido, es indispensable contar con los servicios de una agencia especializada que trabaje en el diseño y la incorporación de acciones de comunicación y marketing online encaminadas a este fin.

Pero, más allá de la oferta innovadora y diversificada, en el escenario COVID 19, pero también en la etapa post-coronavirus, Sevilla es una ciudad segura gracias a la responsabilidad compartida de entidades públicas, empresas privadas y de su ciudadanía. Ha sido la primera ciudad en obtener el sello de destino turístico seguro del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés, World Travel and Tourism Council), distintivo internacional que garantiza que se trata de un destino sin riesgo por el Covid-19. Además de esta distinción internacional, sus establecimientos hoteleros y de restauración, así como muchos operadores de eventos, han logrado certificaciones 'covid free' con garantía de la Cámara de Comercio. Se hace indispensable contar con una agencia que desarrolle una campaña específica destinada a la recuperación de la confianza en el destino y a la reactivación del turismo de una manera escalonada y atendiendo a las restricciones del momento actual. Campaña y acciones que deben ir revisándose en función de las diferentes fases de la crisis sanitaria a la que nos enfrentamos.

En función de lo anteriormente expuesto, atendiendo a la situación excepcional actual que requiere de un plan concreto de comunicación integral y marketing y de la puesta en marcha de una serie de acciones que ayuden a la reactivación del turismo y que planteen y desarrollen también propuestas a medio y largo plazo para la etapa post-covid, resulta necesario, dada la imposibilidad de que sea llevado a cabo con los medios técnicos y humanos de los que dispone CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A la contratación de una agencia especializada que lleve a cabo los SERVICIOS DE MARKETING ESTRATÉGICO Y COMUNICACIÓN INTEGRAL TURÍSTICA DEL DESTINO SEVILLA EN EL TERRITORIO NACIONAL Y EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL, ESPECIALMENTE EN EUROPA. Se considera, pues, imprescindible contar con una empresa especializada en marketing y comunicación turística con experiencia no solo en el territorio nacional sino también internacional que desarrollen el objeto del contrato que nos ocupa con el fin de conseguir los objetivos descritos en el punto 1 de este pliego, atender a las necesidades descritas en este apartado y desarrollar las tareas que se describen a continuación. Dicha agencia tendrá que tener en cuenta no solo el reto que afrontamos debido a la crisis sanitaria sino también el de lanzamiento y consolidación de la nueva marca ciudad Sevilla.

3.- CONDICIONES Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS

La empresa adjudicataria para la correcta prestación del servicio recogido en el presente Pliego deberá aportar los recursos humanos y materiales necesarios, asumiendo en todo caso el riesgo y ventura de la contratación. Para la prestación del servicio de renovación y gestión de dominios y servicios de hosting que se especifica en el objeto del contrato, la empresa adjudicataria deberá o bien ser agente registrador acreditado por ICANN, ESNIC, Red.es dependiendo del tipo de dominio a registrar o bien subcontratar para dicho servicio a un agente registrador acreditado, lo que deberá acreditar la empresa que resulte adjudicataria provisional con carácter previo a la adjudicación definitiva.

De forma concreta, los servicios que con carácter mínimo se requieren son los siguientes, estos servicios se desarrollarán siempre en coordinación y comunicación constante con la Gerencia de CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. y con su Área de Comunicación.

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	11/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



3.1. AUDITORIA Y ESCUCHA ACTIVA ONLINE

Se requerirá de los servicios de auditoría de la reputación, análisis de presencia digital y escucha activa online de la ciudad de Sevilla y de Sevilla como destino desarrollando estudios e informes periódicos de análisis que permitan a CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. conocer en qué punto se encuentra la marca Sevilla en el contexto online y saber cómo evoluciona su presencia, posicionamiento y reputación en internet, y así poder adaptar la propuesta estratégica y las acciones en base a estos datos. Dicha auditoría y escucha activa debe incorporar, a coste de la adjudicataria, una herramienta de monitorización que permita hacer seguimiento y análisis de los contenidos digitales que se publican sobre la ciudad, búsqueda de palabras clave asociadas y, a partir de ahí realizar un informe cualitativo y cuantitativo con datos estadísticos basados en indicadores capaces de medir el rendimiento y la evolución de Sevilla como destino en el ámbito digital. Se presentará un primer informe de auditoría a los dos meses del inicio del contrato y los servicios de escucha, activa, monitorización e informes periódicos de dicha escucha y monitorización se prestarán de manera continua mientras esté vigente el contrato. Esta auditoría, escucha activa, monitorización y elaboración de informes debe contemplar:

1. Análisis y definición de las necesidades de CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. en coordinación con la Gerencia y con su área de Comunicación.

2. Análisis y configuración de los términos de búsqueda idóneos para la gestión de la estrategia digital, pero también offline, adaptándose a los requerimientos y necesidades de CONTURSA en cada momento. Se incluirán como mínimo 45 términos de búsqueda, que se aprobarán por CONTURSA, 250.000 menciones y el seguimiento de 40 cuentas de Redes Sociales al menos. Las fuentes sobre las que se realizarán los procesos de recogida de información serán: Fan pages de Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Reddit, blogs, webs, foros y prensa digital. Las búsquedas deben poder filtrarse por país, idioma, fuentes donde se quiere buscar, número de usuarios, cuentas verificadas, términos o palabras concretas. Este análisis y monitorización debe incluir además un algoritmo de sentimiento se estructura en positivo, negativo y neutro. El ámbito de recogida de esta información debe ser internacional permitiendo la recogida de datos en diferentes idiomas en función de los mercados de interés. El número de usuarios para el acceso simultáneo a la herramienta de análisis y monitorización debe ser ilimitado, dicha herramienta debe tener además un sistema de detección de influencers por volúmenes de publicaciones, kpis de las diferentes fuentes y geolocalización, un módulo específico de crisis para gestión de problemas de reputación y otro modulo de informes automáticos y personalizables que permita obtener información en tiempo real de la situación de la escucha.

3. Informe mensual sobre la monitorización de contenidos, que debe contener los contenidos más relevantes sobre la marca ciudad Sevilla y Sevilla como destino, mapa relacional de aquellos usuarios relevantes que han interactuado con la marca ciudad, aquellos que más contenido han generado y los que más han interactuado, así como la procedencia o geolocalización de los contenidos e interacciones. Así mismo, debe realizarse un mapa conceptual o gráficos que incluyan los términos y hashtags más frecuentes usados vinculados a la ciudad. Debe incluirse además una valoración cualitativa del sentimiento que genera la marca en el espacio online estructurando los contenidos en positivo, negativo y neutro. Por último, este informe debe incluir también indicadores de medición alrededor de focos de interés para hacer el seguimiento de la marca Sevilla y de Sevilla como destino, conocer las preocupaciones de la ciudadanía o de los visitantes, así como sus experiencias en la ciudad vinculadas al ámbito del turismo para la toma de decisiones estratégicas en materia de marketing, comunicación online y offline y elaborar propuestas y recomendaciones basadas en el informe emitido.

4. Análisis e Informe mensual de la gestión de las cuentas sociales y webs (Turismo de Sevilla, Fibes, Sevilla&ME y nuevo espacio web resultante de la ejecución de este contrato) vinculadas a CONTURSA que incluya datos y gráficas más significativas y contenidos más relevantes lanzados por cada cuenta o espacio web, datos y gráficas de evolución de seguidores y seguidos/ visitas

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	12/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



web; métricas sobre el contenido emitido por cada Red Social y web, cuál ha tenido más alcance e interacciones en el caso de las redes sociales, y cuáles son los contenidos más visitados en el caso de los espacios web.

3.2 COMUNICACIÓN INTEGRAL Y MARKETING

3.2.1. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTEGRAL Y MARKETING:

Diseño y desarrollo de un plan estratégico de comunicación integral y marketing anual mientras esté vigente el contrato para el posicionamiento de Sevilla como destino en el mercado nacional e internacional, con especial atención a Europa y, dentro de ésta a los países prioritarios enumerados anteriormente. Este plan estratégico debe atender a todos los objetivos anteriormente expuestos, y partir del concepto de turismo responsable y sostenible, así como atender a la diversificación de los segmentos turísticos mencionados y debe estar alineado con el storytelling que propone la nueva marca ciudad cuyo tagline y ejes han sido expuestos anteriormente. Así mismo, debe especificarse en dicho plan la metodología a utilizar y los sistemas de monitorización, análisis y evaluación. Se acompañará dicho plan de un presupuesto de ejecución. Tanto el Plan como el presupuesto deben ser aprobados por CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A.

Este Plan Estratégico de Comunicación y Marketing debe incluir los siguientes apartados:

- **Análisis de situación y diagnóstico.**

1. Análisis de situación externo: Entorno político, económico, social y tecnológico.
2. Análisis competitivo y benchmarking: CONTURSA y el destino Sevilla en su entorno competitivo: mercado/sector, presencia online y offline, auditoria posicionamiento y reputación, detección de buenas prácticas en otros destinos / marcas territorio.
3. Análisis de situación interno: CONTURSA y el destino Sevilla desde dentro, análisis de los procesos de negocio, grado de implementación de nuevas tecnologías, preparación para entrar en entornos de negocio digitales. Análisis de las herramientas de comunicación existentes y de la gestión de las mismas.
4. Elaboración de análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) y desarrollo de mapa relacional (Aliados, colaboradores actuales y potenciales).

- **Definición de objetivos de marketing y comunicación, generales y específicos.** Estos deben fijarse para un determinado período de tiempo, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo, teniendo en cuenta la marca ciudad y la experiencia de marca.

- **Selección y definición de mercados y públicos prioritarios y secundarios.** Elaboración de una propuesta de segmentación y posicionamiento atendiendo a lo expuesto anteriormente en cuanto a públicos y mercados prioritarios pero aportando también propuestas de nuevos mercados potenciales.

- **Análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar) a partir de la matriz DAFO y selección y definición de estrategias de marketing y comunicación.**

- **Propuesta y plan de acciones anual de marketing y comunicación.** A partir de las estrategias propuestas deben definirse cada una de las acciones que se llevarán a cabo para la consecución de los objetivos marcados en el plazo previsto, así como el detalle de los medios, y herramientas, detallando los recursos, procesos y calendarios de ejecución. La propuesta del Mix de Marketing debe realizarse en función de diferentes targets y de la propuesta de posicionamiento para la marca y sus productos teniendo en cuenta que la propuesta de valor debe concretarse en función de la creación de la estrategia comercial y contemplando las variables clásicas de producto, precio, distribución y promoción, pero también teniendo en cuenta, desde una visión acorde con nuestro tiempo, otras variables como las personas, los

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	13/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



procesos y los beneficios. En cuanto a las acciones de comunicación, partiendo de los apartados anteriores de análisis, objetivos, públicos y estrategias debe contemplar cuatro grandes bloques de acciones. El primero de los bloques debe hacer referencia al lanzamiento, la implantación y la consolidación de la nueva marca ciudad y de su nuevo relato fuera de la ciudad de Sevilla, en el ámbito regional, nacional e internacional, planteando una propuesta de acciones online y offline encaminadas a generar reconocimiento sobre la nueva marca y experiencias de marca única vinculadas a la ciudad de Sevilla. En segundo lugar, debe contemplarse un apartado de acciones en medios de comunicación, sirviéndose del Gabinete de Prensa y el Plan de Medios como herramientas fundamentales y contemplando medios de ámbito local, regional, nacional e internacional, temática generalista y especializada -no solo en turismo y viajes, sino también en los segmentos turísticos de interés expuestos anteriormente- y diversificando el canal - radio, tv, digital, impreso- así como los tipos de formatos más allá de la publicidad tradicional con propuestas de branded content ,contemplando opciones como el vídeo, podcasts, formatos interactivos, etc; CONTURSA podrá solicitar que se elaboren hasta tres propuestas en función de tres presupuestos: 50.0000,00 €, 75.000,00 € y 100.000 €, el presupuesto para el Plan de Medios no está incluido en el presupuesto de licitación de este contrato, siendo una partida aparte. El tercero de los bloques lo constituye el área de la comunicación digital, desde el Plan Estratégico debe plantearse la propuesta y el plan de gestión de las cuentas de redes sociales y espacios web existentes, formando parte además de este plan la propuesta de un nuevo espacio web del destino Sevilla y de CONTURSA que integre también a Fibes y Sevilla & ME, así como el planteamiento y la definición de nuevos canales y acciones encaminadas a la incorporación de nuevas soluciones tecnológicas y contenidos digitales al destino y a potenciar Sevilla como destino inteligente. El cuarto bloque debe ir encaminado a la propuesta de acciones de proximidad y de relaciones públicas, teniendo en cuenta como mínimo los segmentos de interés que se marcan en este pliego de prescripciones técnicas, los mercados prioritarios expuestos y los públicos prioritarios que se detallan en este mismo apartado. Este Plan de acciones debe incluir un presupuesto de ejecución que debe contemplar todos los recursos humanos y materiales necesarios para el desarrollo de las acciones planteadas, así como incluir todos los servicios detallados en el punto 3 de este pliego, los medios humanos mínimos exigidos definidos en el punto 5 y ajustarse al presupuesto de esta licitación y a la distribución del mismo que aparece en el punto 11, teniendo en cuenta las cantidades anuales asignadas en el presente pliego así como las horas y costes destinados a cada miembro del equipo permanente, quedando únicamente fuera del presupuesto de licitación, la inversión publicitaria que será determinada por CONTURSA una vez adjudicado el contrato; en caso de que se propongan acciones que estén fuera del presupuesto de licitación, bien porque sean acciones de un coste no asumible dentro del presupuesto marcado o bien porque se haya llegado al límite de dicho presupuesto, cualquier acción que suponga un coste extra debe ser previamente aprobada por CONTURSA y, una vez aprobada, se licitará su producción de manera independiente, teniendo en cuenta que la empresa adjudicataria del presente pliego deberá prestar servicios de diseño de dicha acción y de todos los soportes necesarios para la ejecución de la misma, así como poner a su equipo permanente a disposición de CONTURSA para el desarrollo, supervisión y difusión de cualquier acción propuesta dentro del plan estratégico, independientemente de que los costes de producción estén incluidos en el presupuesto de la presente licitación o sean aprobados como un coste extra por CONTURSA.

- **Sistemas de control, análisis, monitorización y retroalimentación.** Definición de herramientas de evaluación e informes mensuales y anuales con el objetivo de analizar los resultados de las acciones para ver si son los esperados, y tomar las decisiones siguientes y adaptar o modificar acciones en caso de que sea necesario.

En cuanto a los públicos prioritarios de este plan estratégico, la propuesta debe tener en cuenta que no solo debe atraer a personas, sino también a empresas y que entre los objetivos del contrato que nos ocupa está el de fomentar la convivencia ciudadano/ visitante. En este sentido podríamos dividir a los públicos prioritarios en los siguientes bloques:

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	14/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



- Sector turístico local. La elaboración del Plan 8 ha sido un ejemplo de colaboración público-privada, desde el Plan Estratégico de Comunicación y Marketing que se diseñe debe continuarse con este enfoque de colaboración entre la administración local y las empresas y profesionales del sector, integrando al sector en las acciones y actuaciones que se lleven a cabo y abriendo canales estables de comunicación con él.
- Visitante provincial, regional, nacional e internacional. Será necesario tener en cuenta en cada momento las restricciones derivadas de la situación actual, marcando prioridades a corto, medio y largo plazo y activando las herramientas necesarias que permitan reaccionar ante el cambiante contexto en el que nos encontramos.
- Agentes intermediarios (touroperadores, medios de transporte, agencias de viaje..): Será necesario en lo relativo a este tipo de público tener en cuenta en cada momento las restricciones derivadas de la situación actual, marcando prioridades a corto, medio y largo plazo y activando las herramientas necesarias que permitan reaccionar ante el cambiante contexto en el que nos encontramos.
- Sector profesional. Uno de los objetivos es potenciar el turismo MICE, pero también atraer a empresas que quieran invertir y/o desarrollar sus proyectos en la ciudad, así como a profesionales y talento capaz de poner en marcha iniciativas en diferentes ámbitos en Sevilla.
- Ciudadanía. Trabajando desde el concepto de turismo responsable y sostenible, se hace indispensable pensar en el propio habitante de la ciudad como otro de los públicos prioritarios del plan estratégico, con el objetivo de potenciar la convivencia entre ambos, pero también de convertir al propio habitante en embajador de su ciudad. Así mismo, deben contemplarse acciones destinadas a poner en valor al sector turístico entre la ciudadanía.
- Medios de comunicación. Los medios de comunicación juegan un papel fundamental en el posicionamiento de la ciudad en los anteriores grupos marcados como de interés, en este sentido deberá trabajarse un plan estratégico y de acción desde una política de segmentación que contribuya a alcanzar los objetivos marcados anteriormente, atendiendo al ámbito de dichos medios (local, regional, nacional, internacional), al canal (impresos, digitales, radiofónicos y televisivos) y a sus contenidos (generalistas y especializados, no solo en turismo y viajes, sino también en aquellos aspectos de la ciudad que se quiere potenciar).
- Equipo CONTURSA y Ayuntamiento de Sevilla. Los profesionales que integran CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. así como los profesionales de otras áreas del Ayuntamiento de Sevilla son indispensables para la puesta en marcha del Plan Estratégico de Comunicación Integral y de Marketing objeto del contrato y, por tanto, deben establecerse las acciones y ponerse en marcha los canales oportunos para que la comunicación interna del equipo sea constante, fluida y eficaz.

Además de los públicos prioritarios anteriormente expuestos, el Plan Estratégico de Comunicación Integral y Marketing debe atender a una serie de fases cuya duración podría sufrir leves variaciones debido al contexto actual de crisis sanitaria, atendiendo a las restricciones que se vayan marcando. Dichas fases son las siguientes:

Fase 01: Lanzamiento, implantación y reconocimiento de la nueva marca, puesta en marcha del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla y del Plan 8 y campaña reactivación turismo en territorio nacional, Portugal y países del resto de Europa en función de la normativa vigente en cada momento. Trabajo prioritario en segmento MICE. Esta fase abarcará los dos primeros años del contrato.

Fase 02: Consolidación de la nueva marca ciudad en el territorio nacional y campaña reactivación turismo en territorio internacional teniendo en cuenta las restricciones. Seguimiento Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla y Plan 8. Trabajo prioritario en la diversificación de segmentos

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	15/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



turísticos. Esta fase se abordará en el segundo año de contrato, trabajando en la consolidación en la posterior renovación del contrato por tres años.

3.2.2. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN, ACCIONES DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS

Desarrollo, gestión y ejecución de las acciones de comunicación online y off-line especificadas en el Plan Estratégico de Comunicación Integral y Marketing y previamente aprobadas por CONTURSA, entre las que serán de obligatorio cumplimiento:

- Desarrollo y diseño de proyecto web y de un plan de expansión online y desarrollo tecnológico vinculado a este nuevo espacio a partir de los objetivos, segmentos de interés y públicos objetivo expuestos anteriormente. A partir de dicho proyecto web que debe ser aprobado por la Gerencia y el Área de Comunicación de CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A., llevar a cabo la ejecución de dicho proyecto web y del plan de expansión online y desarrollo tecnológico mediante la creación y desarrollo de un espacio online que atienda a la nueva marca ciudad, a sus ejes estratégicos y a los objetivos y segmentos turísticos prioritarios planteados anteriormente y que tenga en cuenta el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla y Plan 8, así como el Plan Estratégico Sevilla 2030. Dicha web debe potenciar a Sevilla como destino inteligente constituyéndose además como herramienta de Inbound Marketing fundamental y como espacio de referencia para los diferentes públicos objetivo marcados en el punto anterior. Dicho espacio vendría a sustituir a <https://www.visitasevilla.es/>, Sevilla&ME, <https://www.fibes.es> conectando e incorporando contenidos de los eventos de los que es organizador y sirviendo además de nodo central para todos los servicios, áreas, funcionalidades, espacios y eventos integrados en CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A, incorporando espacios públicos de acceso general y privados para el equipo interno, pero también para determinados grupos de interés. Se establecerán dos fases de ejecución, la primera de ellas, el desarrollo de la parte pública y de canales y espacios básicos de comunicación interna debe estar concluida en los primeros dos años de contrato, mientras que en la segunda fase, una vez renovado el contrato por 3 años más, se trabajará en la creación de una intranet y en la incorporación de soluciones de comunicación y marketing avanzado. Dicha web debe atender las necesidades legales que tenga CONTURSA conforme a su catalogación de ente público, estando previsto que exista Perfil del Contratante, Política Integrada, Portal de Transparencia, Compliance, Política de Privacidad, Aviso Legal, Política de Cookies, etc). Una vez concluido dicho proyecto web, la empresa adjudicataria debe encargarse del mantenimiento de la misma, desde el punto de vista técnico y de contenidos.
- Gestión, mantenimiento, dotación y actualización de contenidos, según corresponda, de los espacios, canales y soportes online y offline, incluyendo mobiliario urbano, del destino Sevilla vinculados a CONTURSA, incorporando y llevando a cabo mejoras y proponiendo y ejecutando acciones destinadas a potenciar la digitalización de los recursos y a seguir trabajando en Sevilla como destino turístico inteligente. Dicha gestión y propuesta de nuevas acciones debe realizarse teniendo en cuenta los objetivos marcados desde el objeto del contrato y deben alinearse con el posicionamiento estratégico y el storytelling de la nueva marca. Entre dichos espacios, canales y soportes online se incluyen los boletines informativos, las webs y/o aplicaciones institucionales de CONTURSA (visitasevilla.es, fibes.es, y Sevilla&ME), sus 13 perfiles/ páginas en redes sociales asociados; y los canales y soportes online de los eventos organizados y co-organizados por Fibes, hasta un máximo de 10 eventos anuales (el Foro de Gobiernos Locales, Sevilla de Boda, SURMUEBLE, SURMASCOTAS...); Para la gestión de contenidos y espacios y canales online institucionales se requerirá la cobertura in situ de determinadas acciones y eventos, el máximo de coberturas in situ requeridas será de 8 al mes.
- Creatividad, diseño y gestión de todos los soportes y acciones online y offline del destino Sevilla, de Fibes y de Sevilla&ME para su posicionamiento en los territorios y segmentos expuestos anteriormente encaminadas a la consecución de los objetivos marcados en el Objeto

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	16/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



del contrato. Para ello, se partirá del mundo de marca de la nueva identidad de la ciudad. La empresa adjudicataria deberá adquirir las fuentes tipográficas de la nueva marca para el desarrollo de este servicio.

- Gestión diaria de las relaciones con los medios de comunicación del resto del territorio nacional e internacionales teniendo en cuenta los mercados prioritarios expuestos en este pliego para el cumplimiento de los objetivos marcados en el punto 1 del presente pliego. Esta gestión se desarrollará a través de la ejecución del Plan de medios propuesto en el Plan Estratégico y aprobado por CONTURSA en los términos que se especifica en el apartado 3.2.1 y de la puesta en marcha de un Gabinete de Prensa que gestione la generación de impactos en medios a través de diversos tipos de acciones que deben estar especificadas en el plan de acción del Plan Estratégico y aprobadas por CONTURSA y que van desde notas de prensa, presentaciones, convocatorias a acciones digitales interactivas, press trips, experiencias inmersivas y otro tipo de acciones de proximidad dirigidas a los públicos prioritarios, segmentos de interés y mercados definidos en el presente pliego y acordes a lo que se solicita en el punto 3.2.1 de este pliego en relación al Plan Estratégico de Marketing y Comunicación y de las especificaciones de los apartados 2 y 1.
- Gestión de las relaciones con el sector turístico del resto del territorio nacional e internacional a través de acciones de comunicación, marketing y relaciones públicas con el fin de alcanzar los objetivos del presente contrato anteriormente expuestos. Deberán proponerse un total 30 acciones de las que se deberán llevar a cabo un mínimo de 20, no incluyéndose en este apartado acciones relacionadas con la actualización de contenidos contenidos web o de redes sociales.
- Gestión de las relaciones con el sector turístico local a través del mantenimiento de los canales de comunicación existentes y de la propuesta y ejecución de nuevas acciones online y off- line que permitan su participación activa en el posicionamiento y construcción de la imagen de la ciudad y en la reactivación del turismo. Deberán proponerse un total 30 acciones de las que se deberán llevar a cabo un mínimo de 20, no incluyéndose en este apartado acciones relacionadas con la actualización de contenidos contenidos web o de redes sociales.
- Gestión de los canales de comunicación interna de CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. a través del mantenimiento de los canales existentes y de la propuesta y ejecución de una intranet en el nuevo espacio web que se desarrolle así como desde la implementación de nuevas acciones online y off- line que permitan una mejor coordinación y flujo de información entre el equipo interno y que fomenten la participación del mismo en la propuesta de acciones de comunicación y marketing. Incorporación de canales de comunicación interna con el resto de las áreas implicadas del Ayuntamiento de Sevilla.
- Desarrollo, implementación y ejecución de acciones de comunicación, marketing y relaciones públicas destinadas a la diversificación de los segmentos turísticos atendiendo a los objetivos expuestos en el punto 1 y a las necesidades y segmentos expuestos en el punto 2. Deberán proponerse un mínimo de 30 acciones anuales por cada uno de los segmentos y desarrollarse un mínimo de 10 acciones anuales por cada segmento de interés expuestos anteriormente (un total de 10), no incluyéndose en este apartado acciones relacionadas con la actualización de contenidos contenidos web o de redes sociales. En caso de que CONTURSA determine que un segmento tiene mayor interés, podrían distribuirse el número de acciones por segmento de otro modo, siempre que no varíe el número final de acciones mínimas requeridas.
- Desarrollo, implementación y ejecución de acciones de comunicación, marketing y relaciones públicas destinadas a sensibilizar y a establecer conexiones e implicar a la ciudadanía y a sectores profesionales de interés no turísticos en acciones de comunicación, marketing y relaciones públicas destinadas a la promoción de Sevilla como destino. Deberán ejecutarse un mínimo de 10 acciones anuales, no incluyéndose en este apartado acciones relacionadas con la actualización de contenidos contenidos web o de redes sociales.

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	17/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



- Soporte permanente en comunicación, marketing, relaciones públicas y desarrollo tecnológico a la labor general de CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A para contribuir con el cumplimiento de objetivos institucionales.
- Seguimiento de noticias en medios (clipping de prensa) con entrega de resumen cada semana de todo lo publicado en medios impresos, digitales, audiovisuales y radiofónicos en el ámbito regional (incluyendo todas las provincias andaluzas), nacional e internacional. En el supuesto caso de que este servicio se subcontrate se deberá poner en conocimiento de CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO, S.A.
- Elaboración de informes periódicos trimestrales cuantitativos y cualitativos de las acciones desarrolladas y elaboración de memoria anual final en cada uno de los años de vigencia del contrato.

Además desde CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. se requerirán los servicios de comunicación, marketing y relaciones públicas de la entidad adjudicataria para los siguientes aspectos concretos:

- Diseño, desarrollo y ejecución de campaña de lanzamiento, reconocimiento e implementación de la nueva marca ciudad Sevilla en el territorio nacional e internacional en estrecha colaboración con el estudio creativo que ha desarrollado la marca y la propuesta estratégica de posicionamiento de la misma. Estos servicios deben desarrollarse en los dos primeros años del contrato. Para ello, se tendrán en cuenta el Plan Estratégico aprobado y las especificaciones al mismo que se detallan en el punto 3.2.1.
- Diseño, desarrollo y ejecución de campaña de reactivación del destino Sevilla en el contexto de crisis actual. La campaña deberá potenciar los valores de la ciudad centrados en conceptos de seguridad del destino y visibilizar la calidad y excelencia de su oferta. Asimismo pondrá en valor el sentimiento de confianza de un destino que cumple con los deseos del viajero; viajar a un destino seguro, de calidad, con oferta diversificada, cercano y hospitalario. Esta campaña debe ejecutarse en los primeros 6 meses del contrato.
- Gestión de la presencia de Sevilla y desarrollo de acciones concretas para eventos y experiencias vinculadas al turismo de carácter nacional e internacional teniendo en cuenta que Sevilla participa en una media de 100 eventos anuales entre formatos presenciales y no presenciales.
- Gestión del impacto de determinados eventos, experiencias y acciones de turismo MICE en la ciudad y de su retorno para la consecución de futuras acciones, eventos o experiencias. Partiendo de los indicadores de calidad, audiencia de los eventos, de impacto y retorno económico en medios de comunicación y del grado de satisfacción de organizadores y público, incorporar estos parámetros y logros a las acciones y herramientas de comunicación y marketing para el segmento MICE con el objetivo de captar nuevos eventos a partir de casos de éxito en sectores similares. Dichos eventos, experiencias y acciones serán determinados por CONTURSA que podrá proponer la gestión del impacto de hasta un máximo de 30 eventos, experiencias o acciones.

SERVICIOS DE FOTOGRAFÍA

Se requerirá de un servicio profesional para:

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKfW==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	18/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKfW==		



- Creación de un banco de imágenes de la ciudad de Sevilla atendiendo al storytelling y sobre la base de los conceptos establecidos en la nueva marca ciudad. Este banco de imágenes debe contemplar un mínimo de 300 imágenes al año que deben distribuirse en las diferentes estaciones del año. Los derechos de dichas imágenes pertenecerán a CONTURSA sin limitación de tiempo.
- Cobertura fotográfica de eventos y acciones vinculados a CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. destinada a la promoción del destino Sevilla. El máximo de cobertura de acciones será de cinco al mes, pudiendo desarrollarse estos eventos en el territorio nacional o internacional.

SERVICIOS DE COBERTURA AUDIOVISUAL

Se requerirá de un servicio profesional para:

- Cobertura audiovisual y edición de piezas de calidad profesional para determinados eventos y acciones vinculadas a CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. de ámbito nacional e internacional destinadas a la promoción del destino Sevilla., fundamentalmente para su difusión en redes sociales.
- Elaboración de piezas breves audiovisuales para redes sociales a partir de los contenidos a transmitir planteados desde la nueva marca de ciudad y su storytelling. Estas piezas vendrán marcadas desde el Plan Estratégico que debe ser aprobado por CONTURSA, que podrá además proponer temáticas específicas si lo considera oportuno.

El máximo de piezas audiovisuales requeridas será de cinco al mes de entre uno y tres minutos, podrán incluir grabaciones ex profeso, animación y/o imágenes de banco de imágenes existentes, siempre que los contenidos estén consensuados con CONTURSA. Los derechos de la música correrán a cargo de la empresa adjudicataria que también podría usar música libre de derechos siempre y cuando ello esté aprobado por CONTURSA.

La empresa adjudicataria deberá prestar estos servicios de cobertura fotográfica y audiovisual en aquellos lugares de territorio nacional e internacional donde se desarrollen las acciones aprobadas por CONTURSA y especificadas en el Plan Estratégico, sin que ello suponga un coste adicional para CONTURSA en materia de viajes, alojamiento y dietas, pudiendo contar con personal local de cada una de las localidades donde se lleven a cabo estas acciones.

3.3. RENOVACIÓN Y GESTIÓN DE DOMINIOS Y SERVICIOS DE HOSTING.

3.2.1 DOMINIOS

La contratación de la renovación de los dominios, incluirá un servicio de gestión integral de los dominios registrados actualmente por Contusa, así como de aquellos que desde el Contursa decidan registrarse. A través de este servicio, el adjudicatario se encargará de las siguientes funciones:

- Gestión y cambios de DNS. El adjudicatario gestionará los cambios necesarios en los DNS's públicos (altas, bajas y modificaciones de registros) a petición del CONTURSA.
- Registro de dominio. El adjudicatario recibirá las solicitudes y gestionará el pre-registro y registro de todos aquellos dominios que el CONTURSA pretenda registrar manteniendo siempre la titularidad de dichos dominios a nombre de CONTURSA o de quien ella expresamente designe.
- Actualización de datos. El adjudicatario gestionará, a petición del CONTURSA, las actualizaciones de datos solicitadas.

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	19/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



d) Cambios de titularidad. El adjudicatario gestionará, a petición del Contursa, los cambios de titularidad solicitada.

e) Cambios de contacto administrativo/facturación. El adjudicatario gestionará, a petición del Contursa, los cambios de contacto administrativo y de facturación solicitados.

f) Renovación de dominios. Puesto que la fecha de caducidad de los dominios no es la misma para todos, estos se irán renovando por el adjudicatario, con un periodo de antelación, a medida que vayan caducando a lo largo del año.

g) Recuperación administrativa de dominios. En caso de que una Entidad reclame un dominio de forma legítima, el adjudicatario iniciará los trámites administrativos ante los órganos de arbitraje y gestionará todo el proceso de recuperación.

h) Backorder. El adjudicatario prestará el servicio de reserva de dominio que al momento de realizar la solicitud están registrados por un tercero, pero que tratará de recuperar una vez queden libres.

i) Informes. El adjudicatario mantendrá un listado de los dominios y su caducidad, actualizado en todo momento y a disposición de Contursa. El licitador deberá mantener una réplica de sus servidores DNS en varios centros de datos, de forma que esté en condiciones de dar continuidad al servicio, en el caso de que alguno de ellos fallen.

3.2.2 SERVIDORES ESCALABLES

Los servidores escalables deberán contar como mínimo con las siguientes características:

- Panel de Control :Directadmin (o similar)
- Memoria RAM :16 GB
- CPU (núcleos): 6 CPU
- Espacio Total: 250 GB
- Antivirus
- Antispam
- Cortafuegos
- CSF+LFD (o similar, dependiendo del S.O)
- Transferencia : 2100 GB (incluido)
- Ancho de Banda :100 Mbit (incluido)
- Discos : SAS o superior

Dichas características son un compromiso de mínimos y en cualquier caso deberán poder alojar las web actuales y futuras de los dominios de fibes.es y visitasevilla.es o en los dominios que pudieran convertirse a lo largo de la vigencia del contrato, sean cual sean sus necesidades.

El número de servidores será un mínimo de dos pudiendo solicitarse hasta un máximo de cinco.

3.3.3. SERVICIO DE SOPORTE

La empresa adjudicataria ofrecerá durante todo el periodo de duración del contrato un servicio de soporte al que recurrir en el momento que se necesiten para resolver dudas, incidencias, problemas de configuración, etc., que deberán solucionarse o resolverse de forma inmediata. Las características mínimas de este soporte serán:

- Soporte telefónico directo, disponible 24/7
- Soporte de atención por correo electrónico, a través de un sistema de tickets.

El servicio de soporte, además, debe complementarse con otro tipo de herramientas colaborativas

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	20/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



que habiliten el acceso a la documentación y a los manuales de usuario. En caso de requerir formación (presencial o remota) específica al respecto, la misma correrá a cargo del adjudicatario.

3.3.4. TRANSFERENCIA DE REGISTRADOR

El adjudicatario asumirá todas las tareas de transferencia del servicio administrativo de gestión de dominios desde el anterior proveedor. Esta transferencia se realizará de la forma más transparente posible y sin que ello suponga ningún inconveniente operativo ni coste para CONTURSA.

En el proceso de transferencia inicial no se requiere cambio de fecha de renovación de dominios (dependientes de su fecha de expiración- Anexo A). Cualquier cambio que realice el adjudicatario no podrá suponer coste adicional alguno para CONTURSA. Igualmente el adjudicatario realizará la migración de los servidores escalables propiedad de CONTURSA y de todos los servicios asociados a ellos desde el anterior proveedor. Esta transferencia se realizará de la forma más transparente posible y sin que ello suponga ningún inconveniente operativo ni coste para CONTURSA.

En cualquiera de los dos casos anteriores la pérdida de visibilidad y/o servicios en los dominios y/o hosting podrá incurrir en penalizaciones y podrá suponer la resolución del contrato por incumplimiento de una condición esencial del mismo.

4.- CONTENIDO, APORTACIONES Y OBLIGACIONES NECESARIAS PARA SU EJECUCIÓN.

Los trabajos a desarrollar por el adjudicatario de la licitación anteriormente definidos con sus características técnicas incluyen los siguientes aspectos:

1) El adjudicatario estará obligado a mantener la continuidad del servicio a lo largo de todo el período de vigencia del contrato, en las condiciones establecidas en el presente Pliego. El servicio deberá tener una amplia disposición horaria.

2) Sea cual sea el tipo de contratación y/o gestión realizada por la empresa adjudicataria la Propiedad de los dominios existentes y/o de nueva creación será siempre de CONTURSA. CONTURSA dispondrá de un acceso con características de administración al panel de gestión de los dominios y/o sitios y servidores que alojen servicios de su propiedad.

3) En relación al tiempo de respuesta y SLA, Para las solicitudes de gestión de nombres de dominio, deberán cumplirse las siguientes condiciones:

- Recepción de solicitudes: Laborables 8:00 a 15:00 horas.
- Tiempo máximo de respuesta: 4 horas.

Para los servicios DNS, es requisito que el licitador cumpla lo siguiente:

- Disponibilidad: 99,95%
- Recepción de incidencias: servicio 24x7
- Tiempo máximo de respuesta de 1 hora desde el momento del aviso.
- Tiempo máximo de diagnóstico y resolución de 4 horas desde el momento del aviso

4) La empresa adjudicataria deberá contar con el personal necesario y la cualificación técnica adecuada para la prestación del servicio. El precio del contrato incluirá igualmente los medios técnicos necesarios para el desarrollo de cada uno de los servicios.

5) La empresa adjudicataria proporcionará una relación del personal que se dedique a la gestión de este contrato así como la designación de una persona como responsable o interlocutora. Éste deberá contar con capacidad y poder suficiente para ostentar la representación de la empresa cuando sea necesaria su actuación en los actos derivados del cumplimiento de las obligaciones contraídas para la ejecución de los diferentes servicios contratados.

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	21/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



6) Por parte de CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A., a través de la persona responsable del contrato podrá, tanto en la selección como a lo largo de la ejecución del mismo, solicitar a la empresa adjudicataria el cambio de cualquiera de los componentes del equipo de trabajo por no adaptarse al perfil anteriormente definido, o por cualquier otro motivo de carácter técnico en la formación o calidad de los trabajos desarrollados. Este cambio no podrá nunca suponer ningún tipo de variación en la cuantía de este contrato.

4.1. CONFIDENCIALIDAD

La información, datos o especificaciones facilitadas por CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A al adjudicatario o al personal de su servicio, así como a los que hayan accedido en ejecución del contrato, deberán ser consideradas por éstos como confidenciales, no pudiendo ser objeto, total o parcial, de publicaciones, copia, utilización, cesión o préstamo a terceros.

El adjudicatario y el personal a su servicio adquieren la obligación fiel de custodiar cuidadosamente la información, documentación o datos de los que se le haga entrega para la realización de los trabajos objeto del servicio, y con ello el compromiso de que los mismos no lleguen bajo ningún concepto a poder de distintas personas. El adjudicatario y el personal a su servicio no podrán acceder a aquellas informaciones, datos y documentos no directamente relacionados con el objeto del contrato.

4.2. PROTECCIÓN DE DATOS

1) Los datos personales facilitados, para los casos en que se trate de persona/s física/s, o en el caso de ser representante/s de una persona jurídica, así como la curricular y otras de índole laboral, del/los trabajador/es que realizarán el servicio u obra, serán tratados por CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A en calidad de Responsable de Tratamiento.

La base jurídica que legitima el tratamiento de los datos es la gestión de la adjudicación del pliego, para la formalización y ejecución del mismo en el supuesto de ser asignado al adjudicatario.

La finalidad de la recogida y tratamiento de la información es la valoración de su idoneidad en el proceso de selección o adjudicación del servicio/s y/u obra/s de que se trate, así como – en el caso de que resulte adjudicatario – su utilización para mantener la relación contractual con CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A, en los aspectos económicos y técnicos derivados, así como el control de la/s obra/s, bien/es y/o servicio/s contratado/s y, en su caso, remisión de información sobre las incidencias relacionadas con aquéllos. De conformidad con el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 (Reglamento General de Protección de Datos), podrá ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación, olvido, oposición y portabilidad, respecto de sus datos personales, enviando un escrito acompañado de su DNI, dirigida a la Congresos y Turismo de Sevilla S.A., Avda Alcalde Luis Uruñuela, 1 41020 Sevilla .

2) La entidad adjudicataria y el personal a su servicio deberá cumplir con el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 (Reglamento General de Protección de Datos) y con la normativa que se cree para su desarrollo, así como de las disposiciones que en materia de protección de datos encuentren en vigor a la adjudicación del contrato o que puedan estarlo a su vigencia.

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	22/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



De conformidad con el artículo 5 RGD, el personal de la entidad adjudicataria deberá guardar la debida confidencialidad y secreto sobre los hechos, informaciones, conocimientos, documentos y otros elementos a los que tenga acceso con motivo de la prestación del servicio. Es obligación de la entidad adjudicataria comunicar este deber a su personal, así como cuidar de su cumplimiento. Si por el tipo de obra o servicio objeto de adjudicación, no comporta un acceso a datos de carácter personal, los empleados de la entidad adjudicataria tendrán la prohibición de acceder a los tratamientos, informáticos y en papel, propiedad de CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. Para el caso que la prestación del servicio pueda comportar un acceso o tratamiento de datos de carácter personal contenidos en tratamientos, informáticos y/o en papel, titularidad de Contursa, la entidad adjudicataria, en su calidad de Encargado del Tratamiento se obliga especialmente a lo siguiente:

- (i) No aplicar o utilizar la información de carácter personal con un fin distinto al previsto en el presente pliego, así como su cesión o comunicación a terceros, ni siquiera para su conservación.
- (ii) En el caso de que la entidad adjudicataria sometiera a tratamiento o almacenamiento, de cualquier modo, datos personales de los tratamientos titularidad de CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A, se compromete a adoptar las medidas técnicas y organizativas apropiadas para garantizar un nivel de seguridad adecuado al riesgo, teniendo en cuenta el estado de la técnica, los costes de aplicación, y la naturaleza, el alcance, el contexto y los fines del tratamiento, así como riesgos de probabilidad y gravedad variables para los derechos y libertades de las personas físicas.
- (iii) Asimismo, para el caso en que el servicio implique tratamiento de datos personales en las propias instalaciones de la entidad adjudicataria (Encargado de Tratamiento), pondrá a disposición del responsable toda la información necesaria para demostrar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el RGD, 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.
- (iv) CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A (Responsable del Tratamiento) tendrá la facultad de exigir a la entidad adjudicataria (Encargado de Tratamiento), prueba de su cumplimiento de las obligaciones impuestas por la legislación de protección de datos, solicitando copia del informe de Auditoría, o de cualquier otro documento que estime conveniente siempre que se refiera a datos personales que trata por cuenta de aquél. En el supuesto de que no quede acreditada, a juicio de Contursa el cumplimiento de las obligaciones que como Encargado de Tratamiento le corresponden, el primero podrá rescindir unilateralmente el contrato.
- (v) Una vez finalizada la prestación contractual, debe ser devuelto cualquier soporte o documentos en que conste algún dato de carácter personal objeto de tratamiento a CONTURSA, excepto cuando exista una previsión legal que exija su conservación, en cuyo caso deberá procederse a la devolución de los mismos garantizando a CONTURSA dicha conservación. Aquellos datos que no se devuelvan, deberán destruirse adoptando las medidas de seguridad para evitar el acceso por parte de terceros. También podrá el Encargado del Tratamiento conservar, debidamente bloqueados los datos, en tanto pudieran derivarse responsabilidades de su relación con el Responsable del Fichero o Tratamiento.
- (vi) El incumplimiento por parte del adjudicatario de las estipulaciones del presente pliego lo convierten en Responsable del Tratamiento, respondiendo directamente de las infracciones en que hubiera incurrido, así como al pago del importe íntegro de cualquier sanción que, en materia de protección de datos de carácter personal, pudiera ser impuesta a CONTURSA, CONGRESOS

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	23/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



Y TURISMO S.A, así como de la totalidad de los gastos, daños y perjuicios que sufra CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A, como consecuencia de dicho incumplimiento.

5. RECURSOS HUMANOS

La entidad que resulte adjudicataria deberá adscribir, como mínimo y de manera permanente mientras el contrato está en vigencia, para la ejecución mismo, los medios humanos necesarios para la correcta ejecución del mismo y se compromete a asignar, como mínimo, profesionales cualificados:

Director Estratégico: Una persona.

Función: El director estratégico es el responsable del diseño del Plan Estratégico y de sus ejecución. Participa en las reuniones de planificación, evaluación y revisión de proyectos y en aquellas sesiones de trabajo de alto nivel que sea requerido por CONTURSA. Orienta las estrategias a seguir por parte de la agencia. Planifica de forma conjunta con CONTURSA las estrategias y planes de acción de comunicación, marketing estratégico y relaciones públicas. Se encarga de dirigir la gestión de las crisis y temas sensibles que afecten a la imagen de la ciudad, de forma conjunta con CONTURSA, entidad a la que emitirá sus recomendaciones en cada caso. Orienta a representantes institucionales en casos estratégicos. Puede requerirse su presencia en determinados eventos o acciones de relevancia.

Ejecutivos senior: Tres personas, uno por área de especialización: publicidad y relaciones públicas; gabinete de prensa y relaciones con los medios de comunicación; comunicación y marketing digital.

Funciones: Aunque deberán mantener una estrecha colaboración y estar coordinados, cada uno de ellos sería responsable de las acciones y gestión de los espacios y soportes de cada una de las áreas: mientras el primero de ellos se ocupará de las diferentes campañas publicitarias y de promoción y de las acciones de relaciones públicas estableciendo conexiones con los diferentes públicos de interés detallados en el apartado 3 y en función de los objetivos del apartado 1, las necesidades expuestas en el apartado 2 y los servicios de competencia de esta área detallados en el apartado 3 del presente Pliego de Prescripciones Técnicas; el segundo de ellos gestionará las relaciones con los medios de comunicación regionales, nacionales e internacionales trabajando para aumentar la presencia y notoriedad del destino Sevilla en función de los objetivos del apartado 1, las necesidades expuestas en el apartado 2 y los servicios de competencia de esta área detallados en el apartado 3 del presente Pliego de Prescripciones Técnicas; el tercero de ellos se encargará de la puesta en marcha y ejecución de las acciones de comunicación y marketing digital y de la gestión de los espacios y canales digitales así como de la comunidad vinculada al destino Sevilla, trabajando en la dinamización de la misma y en la incorporación de influencers a la conversación social en torno a la ciudad estableciendo conexiones con los diferentes públicos de interés detallados en el apartado 3 y en función de los objetivos del apartado 1, las necesidades expuestas en el apartado 2 y los servicios de competencia de esta área detallados en el apartado 3 del presente Pliego de Prescripciones Técnicas;

Para los servicios de creatividad y diseño de las diferentes campañas y soportes online y offline se requerirá de manera permanente un perfil de director de arte/ diseñador gráfico senior cuyas características vendrán marcadas en cada caso por el tipo de proyecto, campaña, formato, soporte y acción. Dicho director de arte/ diseñador gráfico senior debe velar por la aplicación de la nueva marca y establecer un universo gráfico reconocible en todas las acciones.

Para los servicios de desarrollo tecnológico integrados en la estrategia de marketing online del destino para la puesta en marcha de herramientas de comunicación que sitúen a Sevilla como destino turístico inteligente, se requerirá de un perfil de responsable tecnológico o director de tecnología encargado de diseñar y/o desarrollar sistemas tecnológicos que faciliten la gestión y los

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	24/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



procesos en la organización, participar en el diseño del nuevo entorno digital de la entidad que surgirá a partir de la nueva web y de las herramientas asociadas a ésta y supervisar los servicios de renovación y gestión de dominios y de hosting.

Para servicios puntuales como la creación del banco de imágenes, proyectos concretos y la cobertura de eventos y acciones concretas fotográficas y audiovisuales se requerirá por parte de CONTURSA de un perfil profesional de fotógrafo y de un equipo audiovisual de dos personas (director de foto/ operador de cámara y realizador/ editor) cuyas características vendrán marcadas por el propio proyecto y el evento o acción.

Como apoyo puntual se requerirán perfiles ejecutivos de cuenta semi-senior y/o junior encargados de acciones concretas puntuales y del apoyo al ejecutivo senior en las relaciones con medios en los diferentes mercados internacionales preferentes. Las características de los mismos vendrán marcadas por CONTURSA.

A continuación **se concreta la solvencia técnica** indicando una relación de requisitos mínimos estimados para hacer frente a las prestaciones del contrato como son titulaciones necesarias y experiencia para la realización de las tareas de mayor responsabilidad.

Director Estratégico: Licenciatura Universitaria en las áreas de marketing y/o publicidad o Master de especialización en dichas áreas. Nivel C1 de inglés acreditado. Experiencia de un mínimo de 10 años en el ámbito de la comunicación y el marketing estratégico enfocado a destinos turísticos, turismo y viajes. Experiencia como director estratégico en al menos 3 proyectos de similares características y envergadura a los del contrato en los 10 últimos años.

Ejecutivo senior área de Publicidad y Relaciones Públicas: Licenciatura en Publicidad o Máster de especialización en dichas áreas. Nivel C1 de inglés acreditado. Experiencia de un mínimo de 6 años en puesto similar en el ámbito de la publicidad, el marketing y las relaciones públicas, enfocado a destinos turísticos, turismo y viajes, retail e industria. Experiencia en al menos 2 proyectos de similares características y envergadura a los del contrato en los 6 últimos años.

Ejecutivo senior área de Gabinete de Prensa y Relaciones con los Medios de Comunicación: Licenciatura en Periodismo o Máster de especialización en Comunicación corporativa / institucional / turística. Nivel C1 de inglés acreditado. Experiencia de un mínimo de 6 años en puesto similar en el ámbito del gabinete de prensa enfocado a destinos turísticos, turismo y viajes. Experiencia en al menos 2 proyectos de similares características y envergadura a los del contrato en los 6 últimos años.

Ejecutivo senior área de Comunicación y marketing digital: Licenciatura o grado en Ciencias de la Información o Comunicación o Marketing digital. En caso de no tener la Licenciatura o Grado en Comunicación o Marketing digital debe contar con master o curso de experto universitario en el ámbito de comunicación y/o marketing digital. Nivel C1 de inglés acreditado. Experiencia de un mínimo de 6 años en puesto similar en el ámbito de la comunicación y el marketing digital enfocado a destinos turísticos, turismo y viajes, retail e industria. Experiencia en al menos 2 proyectos de similares características y envergadura a los del contrato en los 6 últimos años.

Director de Arte / Diseñador gráfico senior: Grado o Formación reglada en Bellas Artes y/o Diseño Gráfico. Experiencia de un mínimo de 6 años en puesto similar. Experiencia en al menos 2 proyectos de similar envergadura a los del contrato en los 6 últimos años.

Responsable desarrollo tecnológico / Director de tecnología: Formación reglada en Programación o Informática o Marketing on line. Experiencia de un mínimo de 6 años en puesto similar. Experiencia en al menos 2 proyectos de similar envergadura a los del contrato en los 6 últimos años.

Se entiende por “similares características” proyectos cuyo objeto de contrato sea similar al del contrato que nos ocupa relativo al marketing estratégico y comunicación turística de un territorio

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	25/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



en el ámbito nacional e internacional y por similar envergadura contratos cuyo presupuesto ascienda como mínimo a 175.000 € siempre que se trate de un servicio sostenido en el tiempo.

La acreditación de la formación se efectuará aportando el título oficial o certificado equivalente y la experiencia laboral mediante contratos de trabajo/vida laboral y certificado de empresa.

Se indica expresamente, tal y como se refleja en el Anexo al PCP, que es condición esencial del contrato el hecho de que dichas personas sean las que lo ejecuten efectivamente y que, en caso de ser sustituidas las mismas, las personas sustitutas cumplan con los mismos requisitos que sus antecesores, debiendo acreditar tales circunstancias, bajo apercibiéndose de resolución contractual por incumplimiento.

6.-RECURSOS MATERIALES

Para el cumplimiento de los servicios establecidos como objeto del presente pliego, la empresa adjudicataria deberá poner a disposición del contrato el equipamiento necesario para el desarrollo correcto de sus labores (equipos informáticos, conexión a Internet, líneas telefónicas, acceso y gestión a través de plataformas concretas, gestión CRM, base de datos sector y medios, clipping de prensa, envío y consulta de archivos y documentación interna, etc; teléfonos móviles para contacto directo y todos aquellos recursos que faciliten el acceso y el traspaso de información a implicados y terceros); puntualmente cámara fotográfica profesional y equipo de grabación profesional para la grabación, la edición, montaje y postproducción de piezas; software de monitorización, auditoría y escucha activa online; software diseño gráfico, web y marketing online;

En definitiva, el adjudicatario debe disponer de todo el equipamiento técnico requerido y necesario para el desarrollo de todos los servicios que se detallan en el presente Pliego de Prescripciones Técnicas y cumplimiento de los objetivos institucionales y necesidades de CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. que se detallan en los puntos 1 y 2 y de los servicios que se detallan en el punto 3.

7.- CONDICIONES DE EJECUCIÓN

CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A no asumirá ningún gasto no previsto que se produzca como consecuencia de la falta de toma en consideración de los requerimientos expresados en este pliego, y especialmente de aquellos referidos a la confirmación previa de las condiciones de prestación de los servicios ofertados.

Asimismo, CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A no admitirá ninguna factura que no se corresponda con un presupuesto previamente aprobado.

Cumplimiento de Normativa.

A) Obligaciones del adjudicatario en materia de ordenación laboral y seguridad social.

El contratista está obligado a cumplir las disposiciones vigentes en materia de ordenación laboral y seguridad social, responsabilizándose de su cumplimiento por parte del personal asignado al servicio.

B) Obligaciones del adjudicatario en materia de prevención de riesgos laborales.

El adjudicatario y los subcontratistas en su caso están obligados a cumplir la legislación vigente en materia de Prevención de Riesgos Laborales, así como cualquier procedimiento o instrucción de trabajo de que le sea de aplicación, responsabilizándose de su cumplimiento por parte del personal asignado al servicio.

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	26/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



El adjudicatario colaborará con CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A en lo referente al cumplimiento del Real Decreto 171/2004, de 30 de enero, en materia de Coordinación de Actividades Empresariales, debiendo facilitar, con suficiente antelación, toda la documentación requerida en esta materia al Servicio de Prevención de Riesgos Laborales de CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A antes del inicio de los trabajos. Así, entregará a este Servicio la evaluación de riesgos y la planificación de su actividad preventiva para los servicios contratados realizados para CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A; la información sobre los riesgos específicos de las actividades que desarrollen para CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A que puedan afectar a trabajadores de otras empresas concurrentes en él y las medidas para evitarlos; la acreditación por escrito de que ha cumplido sus obligaciones en materia de información y formación respecto de los trabajadores que vayan a prestar sus servicios en el centro de trabajo, aportando la certificación correspondiente en aquellos casos en los que sea necesaria una formación y/o cualificación específica para el desarrollo de las tareas contratadas; así como cualquier otra documentación que se considere necesaria y le sea solicitada.

En el caso de que el adjudicatario subcontrate con otras empresas la realización de parte del servicio contratado, deberá exigir a éstas la documentación anterior para su entrega al Servicio de Prevención de Riesgos Laborales de CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. El adjudicatario y los subcontratistas en su caso, serán responsables de dotar a sus trabajadores de los medios de protección individual y colectiva necesarios para los trabajos a realizar. Para la ejecución de trabajos que puedan entrañar algún riesgo de especial gravedad se podrá requerir la elaboración por parte del adjudicatario de procedimientos de trabajo específicos, que deberán ser supervisados por el Servicio de Prevención de Riesgos Laborales de CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO S.A antes de su implantación.

8.- DIRECCIÓN Y SEGUIMIENTO

La Dirección de la ejecución del Contrato se llevará a cabo por la dirección técnica que asigne CONTURSA, CONGRESOS Y TURISMO, S.A. a quien corresponderá la supervisión de la realización de los trabajos.

La empresa adjudicataria deberá consignar a un interlocutor válido con plena disponibilidad durante el período de duración del contrato.

9.- PLAZO DE EJECUCIÓN

La ejecución de los trabajos se realizará desde el día siguiente a la firma del contrato, y tendrá una duración de dos años, prorrogable por tres anualidades más, renovables estas últimas de manera anual.

10. LUGAR DE EJECUCIÓN

Con carácter general, los trabajos se realizarán en las oficinas propias de la empresa adjudicataria. No obstante, se contemplarán, para momentos y actividades concretos, desplazamientos a los lugares donde se desarrollen acciones determinadas vinculadas a los servicios enumerados en el presente Pliego de Prescripciones Técnicas, cuyo detalle y costes deben quedar planteados en el presupuesto del Plan Estratégico que debe ser aprobado por CONTURSA. En caso de no contar con personal en Sevilla, ciudad donde tiene su sede CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A., la empresa adjudicataria debe contemplar el desplazamiento a dicha ciudad siempre que le sea requerido sin que ello suponga un coste adicional para CONTURSA.

11.- PRESUPUESTO DEL CONTRATO

Código Seguro De Verificación	w0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	27/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/w0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



El presupuesto total para las dos anualidades del contrato, asciende a 516.009,01 €, más el 21% de IVA (108.361,91 euros). El importe máximo de licitación es de 624.370,92 € (IVA incluido). El coste estimado del contrato para la renovación por las tres anualidades siguientes es de 863.956,53 (IVA incluido).

La empresa adjudicataria se compromete a que su fijo anual que incluye los honorarios del equipo mínimo permanente exigido (Apartado 5) y los servicios continuos de los apartados 3.1 y 3.2, junto con un 6% de beneficio empresarial y un 10% de costes indirectos no podrán superar los 116.770,48 €. La oferta económica se presentará sobre este fijo anual y el presupuesto anual restante de la licitación se destinará al personal cuyos servicios se requerirán de manera puntual descritos en el presente pliego y a las acciones de comunicación y marketing planteadas en el Plan Estratégico y aprobadas por CONTURSA acordes a los objetivos, públicos, segmentos turísticos y servicios especificados en el presente pliego y al desarrollo del espacio web y a la implementación de nuevas herramientas tecnológicas (incluyendo monitorización online y seguimiento de noticias). Con tal fin se desarrollará como parte del Plan Estratégico de Comunicación Integral y Marketing como se especifica en el apartado 3.2.1 un presupuesto que debe ser aprobado por CONTURSA y del que la persona destinada por dicha entidad hará seguimiento. El plan de medios contará con una asignación presupuestaria propia para inversión y cualquier acción que se exceda del presupuesto asignado a la presente licitación, una vez planteado el Plan Estratégico por parte de la Agencia y aprobado por CONTURSA, deberá ser presupuestada aparte, aprobada específicamente por CONTURSA y licitados sus costes de producción de manera independiente en los términos en los que se especifica en el mencionado punto 3.2.1

El coste fijo anual se ha calculado en función de la siguiente estimación de costes incluyendo seguros sociales de los medios humanos fijos adscritos al contrato en función de la dedicación anual requerida para el cumplimiento de los servicios descritos en el presente pliego y atendiendo al convenio colectivo de empresas de publicidad y a las últimas tablas salariales publicadas:

Director Estratégico (Nivel salarial 01 según convenio):

975 horas / año. Coste estimado anual: 16.463,53 €

Ejecutivo senior área de Publicidad y Relaciones Públicas (Nivel salarial 02 según convenio):

975 horas / año. Coste estimado anual: 14.723,60 €

Ejecutivo senior área de Gabinete de Prensa y Relaciones con los Medios de Comunicación (Nivel salarial 02 según convenio):

975 horas / año. Coste estimado anual: 14.723,60 €

Ejecutivo senior área de Comunicación y marketing digital ((Nivel salarial 02 según convenio):

1800 horas / año. Coste estimado anual: 27.182,04 €

Director de Arte senior / Diseñador gráfico senior (Nivel salarial 03 según convenio):

1050 horas / año. Coste estimado anual: 12.874,84€

Responsable desarrollo tecnológico / Director de tecnología (Nivel salarial 02 según convenio):

975 horas / año. Coste estimado anual: 14.723,60 €

Coste anual estimado medios humanos fijos adscritos al contrato: 100.664,21 €

En cuanto a los servicios detallados en el punto 3.3. del presente pliego vinculados a la renovación y gestión de dominios y al hosting el precio máximo de licitación es el precio unitario, el

Código Seguro De Verificación	W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	28/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/W0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



cual se detalla en la siguiente tabla en relación con los servicios de Registro, transferencia o renovación en función del coste unitario máximo de dominio a modo de referencia:

.com	12,495
.net	12,495
.org	13,545
.info	15,645
.eu	9,1875
.me	22,05
.mobi	18,921
.biz	15,645
.club	21,945
.online	31,395
.io	51,345
.top	10,395
.digital	33,495
.media	33,495
.marketing	33,495
.news	21,945
.es	7,917
.com.es	7,917
.org.es	7,917

Código Seguro De Verificación	w0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38
Observaciones		Página	29/30
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/w0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==		



El precio unitario máximo de servidores escalables : 1364,7€ /año


12.- FACTURACIÓN

Se presentará una factura trimestral con informe detallado donde se desglosen los servicios realizados, así como las acciones y proyectos concretos llevados a cabo y los costes.

13.- CONFIDENCIALIDAD

Cualquier información contenida en la presente documentación y la derivada de los servicios contemplados en los contratos a los que se refieren estas prescripciones generales se considerará en todo momento información confidencial y no podrá ser difundida por ninguna de las partes que intervengan en cualquiera de las fases del proceso de contratación sin autorización expresa de CONGRESOS Y TURISMO DE SEVILLA, S.A. Todas las partes se comprometen a garantizar la confidencialidad e integridad de los datos facilitados y manejados en el marco de las contrataciones a las que se refieren estas prescripciones generales.

En Sevilla, en la fecha indicada en el pie de firma

Código Seguro De Verificación	w0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Ana Beatriz Arilla Aguilera	Firmado	15/06/2021 09:16:38	
Observaciones		Página	30/30	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/w0700jxaP8NgtTPq0qZKFw==			