

MEMORIA DE REQUERIMIENTOS PARA LA CONTRATACIÓN DEL “SERVICIO COMUNICACIÓN ESPECIALIZADO EN TURISMO PARA LA ELABORACIÓN VIDEO PROMOCIONAL CAMPAÑA 2019 TURISMO BADAJOZ Y SU COMUNICACIÓN ON LINE EN LAS PRESENTACIONES DE LAS FERIAS PROFESIONALES DE TURISMO”.

Servicio Proponente CONCEJALÍA DE TURISMO.

DENOMINACIÓN DEL CONTRATO “SERVICIO COMUNICACIÓN ESPECIALIZADO EN TURISMO PARA LA ELABORACIÓN VIDEO PROMOCIONAL CAMPAÑA 2019 TURISMO BADAJOZ Y SU COMUNICACIÓN ON LINE EN LAS PRESENTACIONES DE LAS FERIAS PROFESIONALES DE TURISMO”.

Valor Estimado 7.325,78 € IVA. 1.538,42 € Total 8.664,20 €

Código CPV 92111200-4 Producción de películas y videocintas de publicidad, propaganda e información. 79340000-9 Servicio de Publicidad y Marketing.

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA CAMPAÑA 2019:

El hecho de que Badajoz se haya consolidado como una ciudad de servicios con influencia geográfica en un radio de al menos 150 km a la redonda, y por circunstancias relacionadas con su ubicación geográfica, hace que de manera natural la población se adapte, y a la vez que se pueden ir olvidando, desde antaño, los valores tradicionales que sí se conservan en las zonas más rurales, se generan servicios y ofertas procedentes del Sector Servicios en general, pero sobre todo en el ámbito de la creatividad relacionada con una gran variedad de **manifestaciones artísticas**, o de otras disciplinas; que nos llegan de la mano de instituciones y entidades formativas como germen de lo que posteriormente se materializa en empresas que realizan una oferta de gran calidad creativa, que a su vez se vincula directamente con la necesidad de realizar una oferta turística de calidad, completamente versátil, inclusiva y adaptable a otros ámbitos patrimoniales como el Patrimonio Cultural, tanto material como inmaterial, y que se manifiesta de manera natural: Se crea así, lo que llamamos **“Patrimonio Humano”**.

Este modelo patrimonial repercute en otros ámbitos aparentemente menos influenciados en el Turismo, como los servicios que cubren las necesidades básicas del turista o que hacen ciudad.

En relación con todo esto, Turismo Badajoz (Ayuntamiento Badajoz) genera la necesidad y expone de manera prioritaria, realizar para el año 2019, una campaña de promoción basada en aquello que hace posible todo eso, y que es el **Patrimonio Humano**. Se trata de poner en valor la calidad de todo ente que genera manifestaciones artísticas en la ciudad; actividad que se genera dentro de la misma, que por causas relacionadas con el territorio y como ciudad de servicios, ha ido perdiendo ciertos valores tradicionales, pero ganando otros valores que nos distinguen, como servicios formativos y creativos, tanto por instituciones como por empresas e individuos, dentro del ámbito de lo **artístico** en cualquier disciplina; concentrando así la ciudad, una red de elementos que ofrecen valores singulares que asociamos al resto de recursos turísticos, y conformando igualmente una oferta turística diferente, singular, competitiva, eficiente, potente, inclusiva y sobre todo **atractiva**.

MARCO NORMATIVO APLICABLE.

Necesidad: Las cuales se reflejan en el artículo 25 de la Ley 7/85 Reguladora las Bases de Régimen Local en los siguientes apartados, que argumentan y justifican nuestra propuesta:

Artículo 25

1. El Municipio, para la gestión de sus intereses y en el ámbito de sus competencias, puede promover actividades y prestar los servicios públicos que contribuyan a satisfacer las necesidades y aspiraciones de la comunidad vecinal en los términos previstos en este artículo.

2. El Municipio ejercerá en todo caso como competencias propias, en los términos de la legislación del Estado y de las Comunidades Autónomas, en las siguientes materias:

- h) Información y promoción de la actividad turística de interés y ámbito local.
- m) Promoción de la cultura y equipamientos culturales.
- ñ) Promoción en su término municipal de la participación de los ciudadanos en el uso eficiente y sostenible de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Ley 2/2011, de 31 de enero, de desarrollo y modernización del turismo de Extremadura.

Artículo 6 Competencias turísticas de los Municipios.

1. Corresponden a los Ayuntamientos, sin perjuicio de las competencias establecidas por la legislación de régimen local, las siguientes atribuciones en materia de turismo:

- a) Proteger y conservar sus recursos turísticos, en especial el entorno natural y el patrimonio artístico y cultural.
- b) Promover y fomentar los recursos, actividades, fiestas u otros aspectos en relación con el turismo que sean de su interés, en coordinación con la Administración de la Comunidad Autónoma de Extremadura competente en la materia.

OBJETO DEL CONTRATO.

Para todo lo mencionado en el apartado de la introducción, la Concejalía de Turismo, entre las diferentes contrataciones de servicios que se plantea, se encuentra la de un servicio para la elaboración de un vídeo profesional para la promoción del concepto/recurso por el cual se ha apostado para el año 2019 “Elijo Badajoz por su Patrimonio Humano”, que a su vez sea divulgado en las ferias profesionales. En este sentido es igualmente necesaria la contratación de un servicio de comunicación on line especializado en marketing turístico que enfoque de manera profesional y conociendo las estrategias publicitarias actuales, adaptadas a las redes sociales, para poder hacer llegar al turista potencial los mensajes que se quieren transmitir y que se reflejan en el vídeo.

Igualmente la Concejalía de Turismo lleva a cabo de manera tradicional una serie

de presentaciones y representaciones en las ferias profesionales de turismo de índole internacional y nacional (FITUR y BTL) para la promoción de la campaña del año en curso, y en ese ámbito resulta necesario un servicio que cubra las necesidades de comunicación on line para promocionar, no sólo el producto, si no las actividades que se desarrollan desde Turismo Badajoz para comunicarlas llevando a la práctica estrategias de marketing y posicionando a Badajoz como destino turístico.

Dentro de este contexto de presentaciones se incluye la de otra temática que se encuentra en la hoja de ruta de Turismo Badajoz y que ya resulta una cita ineludible y necesaria para Turismo Badajoz, y es la asistencia a la feria de carácter profesional en la Feria Internacional de Turismo Ornitológico (FIO) en Monfragüe, en el mes de febrero.

DURACIÓN DEL CONTRATO.

La duración del contrato depende de la programación de las ferias profesionales a las que se asiste desde la Concejalía de Turismo quedando sujetos a dicha programación. De antemano están previstas en las siguientes fechas en cuanto a la presencia física en las mismas se refiere:

- Fitur, Madrid (del 23 al 25 enero).
- BTL, Lisboa (13-15 marzo).
- FIT, Guarda (2-5 mayo).

ANÁLISIS TÉCNICO.

De cara a las necesidades y a las tareas a realizar, el adjudicatario deberá tener en cuenta los siguientes requerimientos a la hora de realizar los servicios:

Elaboración de una pieza visual de en torno a tres minutos.

Para la calidad del mismo debe estar realizado con cámara de tecnología con sensores “súper 35” o superiores.

El guión de la pieza deber estar en plena consonancia con las líneas argumentales de la justificación del producto turístico redactado anteriormente y tener en cuenta igualmente las características con las que Turismo Badajoz define y trabaja las ofertas turísticas de los últimos años.

Es obligatoria la coordinación del adjudicatario con la Asistencia Técnica contratada como asesor para la organización de las presentaciones en las ferias profesionales, así como con el representante del “Influencer” que servirá de imagen promocional en el vídeo a realizar.

A la hora de cubrir a nivel mediático la presencia de Turismo Badajoz en las ferias debe contemplar la realización de fotografías de carácter promocional y la redacción de textos, así como su propia presencia durante los días que Turismo Badajoz esté presente en la feria. Duración máxima de la presencia de Turismo Badajoz en las ferias: 3 días.

Detalle de los trabajos respecto a las campañas de promoción.:

Campaña de promoción online “Turismo Badajoz en FITUR”.

Temporalidad de promoción del evento: 7 enero - 7 febrero 2019.

Ámbito geográfico de los destinatarios: Portugal.

Tipo de campaña online: apoyo específico en evento.

Idioma de las publicaciones: Español y Portugués.

- Cobertura audiovisual en BTL (fotos, vídeo, entrevistas). Publicación en redes de turismo Badajoz.
- Retransmisión en directo multicámara (mínimo dos cámaras) de las presentaciones que el ayuntamiento de Badajoz realice en la feria a través de RRSS. Insertar en directo el o los vídeos promocionales que se exhiban en las presentaciones.
- Gestión y mantenimiento de la campaña en Facebook Ads (promoción de pago) durante la semana.
- Promoción online específica de los productos turísticos “La Ciudad Encendida” y “Badajoz, Ciudad de las Aves” para Portugal durante esa semana.
- Informe estadístico de seguimiento de las publicaciones y valoración de la marcha de la campaña.

Campaña de promoción online “Turismo Badajoz en la BTL”.

Temporalidad de promoción del evento: 7 – 21 marzo 2019.

Ámbito geográfico de los destinatarios: Portugal.

Tipo de campaña online: apoyo específico en evento.

Idioma de las publicaciones: Español y Portugués.

- Cobertura audiovisual en BTL (fotos, vídeo, entrevistas). Publicación en redes

de turismo Badajoz.

- Retransmisión en directo multicámara (mínimo dos cámaras) de las presentaciones que el ayuntamiento de Badajoz realice en la feria a través de RRSS. Insertar en directo el o los vídeos promocionales que se exhiban en las presentaciones.
- Gestión y mantenimiento de la campaña en Facebook Ads (promoción de pago) durante la semana.
- Promoción online específica de los productos turísticos “La Ciudad Encendida” y “Badajoz, Ciudad de las Aves” para Portugal durante esa semana.
- Informe estadístico de seguimiento de las publicaciones y valoración de la marcha de la campaña.

Campaña de promoción online “Turismo Badajoz en la FIO”.

Temporalidad de promoción del evento: 18 - 28 febrero 2019.

Ámbito geográfico de los destinatarios: España y Europa.

Tipo de campaña online: apoyo específico en evento.

Idioma de las publicaciones: Español e inglés.

- Cobertura audiovisual en FIO (fotos, vídeo, entrevistas). Publicación en redes de turismo Badajoz.
- Retransmisión en directo multicámara (mínimo dos cámaras) de las presentaciones que el ayuntamiento de Badajoz realice en la feria a través de RRSS. Insertar en directo el o los vídeos promocionales que se exhiban en las presentaciones.
- Gestión y mantenimiento de la campaña en Facebook Ads (promoción de pago) durante la semana.
- Promoción online específica de los productos turísticos “Badajoz, Ciudad de

las Aves” y “La Ciudad Encendida” para España y Europa durante esa semana.

- Informe estadístico de seguimiento de las publicaciones y valoración de la marcha de la campaña.

VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.

El valor estimado del presente contrato, de conformidad con lo dispuesto en el **artículo 101.1.a LCSP**: *“En el caso de los contratos de obras, suministros y servicios, el órgano de contratación tomará el importe total, sin incluir el Impuesto sobre el Valor Añadido, pagadero según sus estimaciones y teniendo en cuenta el estudio de mercado realizado, se toma como valor estimado del contrato la cantidad de 7.160,496 €*

PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN.

El presupuesto base de licitación que opera como límite máximo de gasto que en virtud del contrato puede comprometer el órgano de contratación competente en cada caso de esta Entidad Local, incluido el Impuesto sobre el Valor Añadido, que se indica como partida independiente, conforme a lo establecido en el artículo 100.1 de la LCSP 2017, asciende a:

Presupuesto base de Licitación: 7.160,49 €

Importe IVA: 1.703,71 €

Importe Total: 8.664,20 €

De conformidad con el artículo 116.4 de la LCSP, en relación con la licitación a efectuar, establecer las siguientes consideraciones a efectos de la licitación:

Elección del procedimiento de licitación.

El procedimiento de licitación de este contrato se regula mediante la Ley de Contratos del Sector Público 9/17 del 8 de noviembre en su artículo

De conformidad con el artículo 116.4 de la LCSP, en relación con la licitación a efectuar, establecer las siguientes consideraciones a efectos de la licitación:

Elección del procedimiento de licitación.

El procedimiento de licitación de este contrato se regula mediante la Ley de Contratos del Sector Público 9/17 del 8 de noviembre en su artículo 118: Expediente de contratación en contratos menores: *“Se consideran contratos menores los contratos de valor estimado inferior a 40.000 euros, cuando se trate de contratos de obras, o a 15.000 euros, cuando se trate de contratos de suministro o de servicios, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 229 en relación con las obras, servicios y suministros centralizados en el ámbito estatal”*; por lo que se considera un contrato menor.

Solvencia exigida y justificación.

Al tratarse de funciones muy específicas y teniendo en cuenta que para la realización de las tareas y funciones del contrato se requiere cierto nivel de profesionalización y de cualificación, se incluye una solvencia técnica y una acreditación de experiencia relacionada que de alguna manera asegure un porcentaje de calidad en la ejecución de la prestación de servicios.

De esta manera se reflejan los siguientes requerimientos en este apartado:

Comunicación promocional de turismo on line: Será necesario que la empresa acredite mediante certificado expedido por la entidad correspondiente, experiencia en al menos tres trabajos de esta especialización en los últimos 3 años, donde se incluyan servicios relacionados con la comunicación on line en eventos promocionales en materia turística (fotografías, videos y textos para su publicación en redes sociales). A este respecto la empresa debe acreditar concretamente los siguientes aspectos que garantizan la calidad del producto:

- Haber realizado en los 2 últimos años, al menos, 2 proyectos de similares características con instituciones públicas en materia promocional, por un presupuesto total igual o superior al 70%.

Elaboración de video promocional. La empresa deberá acreditar la elaboración de al menos dos vídeos promocionales para instituciones públicas enfocadas al turismo.

En Badajoz a 26 de diciembre de 2018.

Fdo.: Fernando Fuentes González.