



Plan Turístico de Grandes Ciudades de Andalucía de la ciudad de Marbella

MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA CONTRATO DE SERVICIO POR CUENTA ABIERTA DE AGENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA PLANIFICACIÓN, MEDIACIÓN, INSERCIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA DIFUSIÓN DE LA PUBLICIDAD DE LA CAMPAÑA DE REPOSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE MARBELLA CONFORME AL PTGC - INICIATIVA DE CONTENIDO TURÍSTICO (ITC) E.1. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA VELAR POR LA MARCA MARBELLA.

ACCIÓN E.1.1. CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EN CHINA, EE.UU., U.K., FRANCIA Y MERCADO ÁRABE.

1. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD.

La reputación, la imagen y el valor de la marca de cualquier destino turístico vienen marcada por la percepción del mercado, de los turistas y del conjunto de actores turísticos y grupos de interés que participan de la industria turística. No hay duda, que la crisis generada por el Covid-19 ha debilitado a las marcas turísticas. En el actual escenario turístico, donde coexisten noticias y fakes news, la proyección de una buena imagen del destino turístico y la capacidad de reacción son claves para atraer a los turistas debido a la gran influencia que tiene sobre su comportamiento de compra y para prevenir daños a la reputación de la marca.

Con esta actuación, el desarrollo de una campaña de reposicionamiento turístico, se persigue reforzar el posicionamiento de Marbella como un destino internacional, de forma especial en los mercados de Reino Unido, Estados Unidos, China, Países Árabes y Francia, que permita atraer al turista internacional superando sus resistencias. Así, complementando las actuaciones diseñadas para la mejora del posicionamiento del destino vinculada a la valoración de los productos y recursos turísticos de Marbella, se desarrollará una campaña de comunicación e información online y offline de Marbella, en cooperación con los principales operadores turísticos y medios de comunicación de los medios diana. Dicha campaña de comunicación comprenderá entre otras actuaciones la realización de acciones de cobranding con operadores y grupos turísticos, press trip, campañas en redes sociales, marketing digital y acciones de medios de comunicación on line, eventos y citas turísticas, acciones de publicidad con empresas de intermediación turística genéricas y especializadas y presentaciones del destino.

El Convenio de Colaboración firmado, el 2 de diciembre de 2022, entre la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía y el Excmo. Ayuntamiento de Marbella tiene como objeto instrumentar los términos en los que se efectuará la concesión de una subvención para la articulación del **Plan Turístico de Grandes Ciudades de Andalucía en la Ciudad de Marbella** (en adelante, el Plan), aprobado por **Orden de 22 de Abril de 2022**, de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local.

Así mismo, la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía se compromete a subvencionar las actuaciones de este contrato de Agencia de Comunicación en un 50% del importe total, y el Excmo. Ayuntamiento de Marbella en el otro 50% del importe total.

2. OBJETO DEL CONTRATO.

El objeto del contrato es la contratación de una agencia de medios de comunicación para la negociación económica y gestión de campañas de intermediación turísticas en los mercados emisores de:

- China
- Estados Unidos



Plan Turístico de Grandes Ciudades de Andalucía de la ciudad de Marbella

- Árabes
- Reino Unido
- Europa Central

El objeto de esta convocatoria es encontrar una mayor eficiencia del presupuesto destinado al reposicionamiento turístico internacional de Marbella para 2023 y 2024 mediante la realización de acciones conjuntas que den un efecto multiplicativo y una coordinación más estrecha con el sector privado.

Atendiendo al *Plan Turístico de Grandes Ciudades ficha de Iniciativa de contenido turístico (ITC) E1-Estrategia de comunicación para velar por la marca Marbella* este contrato establece su desarrollo en una 1ª fase de dos años de duración contando a partir de la fecha de la formalización del contrato y conforme a firma del Convenio de Colaboración con la Junta de Andalucía.

3. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN Y PROPUESTA DE IMPUTACIÓN.

Se establece un importe estimado porque es un contrato por cuenta abierta, el importe real será, exclusivamente, el que resulte de los servicios prestados.

El presupuesto base de licitación para la 1ª Fase de desarrollo (12 meses) es de **CUATROCIENTOS MIL EUROS (400.000,00 €) 21% IVA incluido**, con el siguiente desglose:

- Precio330.578,51€
- IVA 21%.....69.421,49 €

Conforme a la siguiente estimación presupuestaria:

CONTRATO				
FASE 1	PLAZO EJECUCIÓN	BASE IMPONIBLE	21 % IVA	TOTAL
2024	12 meses	330.578,51€	69.421,49€	400.000,00€
Valor Estimado del Contrato		330.578,51€		

4. DURACIÓN DEL CONTRATO

El plazo de ejecución del contrato será de 12 meses.

Siendo la fecha estimada de inicio del contrato la de aprobación del expediente por el órgano competente, y la fecha de finalización máxima del contrato el 1 de diciembre de 2024 como establece el Convenio de Colaboración.

Si por cualquier causa el Excmo. Ayuntamiento de Marbella dejara de precisar la prestación del servicio, ello no supondrá derecho del adjudicatario a indemnización alguna.



Plan Turístico de Grandes Ciudades de Andalucía de la ciudad de Marbella

5. PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN

La presente contratación se tramita como procedimiento de adjudicación abierto y tramitación ordinaria, al amparo de lo establecido en los arts. 156 al 159 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

Estamos ante un contrato de servicio sujeto a una regulación armonizada por razón de su umbral económico (art. 22 de la LCSP).

6. PLAZO DE GARANTÍA

Por las características propias del objeto del presente contrato de servicios, se establece como plazo de garantía la duración del contrato, emitiéndose al finalizar el mismo, la correspondiente Acta de Recepción y Conformidad.

En Marbella, a fecha de la firma electrónica

Fdo.: Inmaculada Fernández Sabio

Técnico de Turismo

Hash: 8835b426024e2beb6f491d85bba32fd19393dbf01de7df8c743acd3e1477cd4655176c4c2fa08b87eba42ea28atc2a2411f1c0ccec00a7c057e02a986857e569 | PÁG. 3 DE 4

