

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

**PROVIDENCIA QUE PRESENTA LA DIRECTORA GENERAL DE TURISMO PARA INICIO DE EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN 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.**

La Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía establece los instrumentos para la planificación y ordenación de los recursos turísticos andaluces a partir de la figura del Plan General del Turismo, documento de carácter básico y esencial en el que se definen las especificaciones y directrices que configuran el marco de actuación al que han de ajustarse el resto de los instrumentos de planificación. El artículo 11, concretamente, prevé que cualquier instrumento de planificación que se desarrolle en materia de turismo deberá ajustarse a las especificaciones y directrices contempladas en el Plan General del Turismo. En este sentido, la Ley establece una serie de instrumentos de planificación turística que, al amparo de los principios y programas establecidos en el Plan General, contribuyen al desarrollo de la región andaluza.

En este contexto, el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Meta 2027 (en adelante el Plan META 2027), dentro del epígrafe “2.2 – Marco Territorial”, reconoce como ámbito territorial para la ordenación de los recursos y las actividades turísticas, a los “Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía” (Municipios andaluces cuya población de derecho sea superior a cien mil habitantes), tal y como se establece en el Decreto 146/2016, de 30 de agosto, por el que se regulan los Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía y los Convenios de Colaboración mediante los que se articulan), en tanto desde una perspectiva turística, se trata de un ámbito territorial con características poblacional, socioeconómica y patrimonial homogénea, en líneas generales, independientemente de las particularidades y singularidades de cada territorio. Asimismo, es necesario subrayar que el Decreto de formulación del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía META 2027, establece en su acuerdo referente al contenido del plan, lo siguiente: “f) La delimitación de ámbitos territoriales homogéneos para la ordenación de los recursos y las actividades turísticas”.

Desde la perspectiva turística las grandes ciudades andaluzas se caracterizan, principalmente por la existencia de un importante y diverso patrimonio cultural, legado del paso de las distintas civilizaciones y pueblos, así como un significativo patrimonio natural y oferta turística complementaria.

El PTGC de Marbella se encuentra alineado con Plan META 2027, que tiene como finalidad la mejora de la gestión de la actividad socioeconómica del turismo por parte de sus agentes protagonistas, en un marco de desarrollo sostenible social, económico y ambiental, apostando por un modelo competitivo y emprendedor, de calidad, inteligente, igualitario e inclusivo, basado en sus recursos y en el valor identitario del destino Andalucía, y que tiene como objetivos de orden superior:

- Consolidar el papel del turismo como vehículo de desarrollo sostenible y de creación de empleo de calidad.
- Avanzar hacia un modelo de gestión turística basado en la sostenibilidad ambiental, económica y social.
- Potenciar una oferta turística de excelencia y de ocio inclusivo, accesible y multigeneracional en la que primen los valores autóctonos y la convivencia entre turista y residente.

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

- Asegurar una mayor coordinación de la planificación turística.
- Afianzar la transformación competitiva de la industria turística andaluza mediante una apuesta firme por la innovación, la transición digital y la inteligencia turística.
- Favorecer el desarrollo de nuevas estrategias de formación académica, profesional y de apoyo al empresario turístico.
- Reducción de la estacionalidad de la actividad turística e impulso de la cohesión territorial.
- Desarrollar una política de marketing singularizada bajo el paraguas de la marca Andalucía.
- Consolidar la regeneración del sector turístico andaluz, su adaptación a la realidad post COVID-19 y garantizar un destino seguro y saludable.
- Garantizar la seguridad jurídica en la práctica de la actividad turística y agilizar los trámites administrativos en el seno de la administración turística.

Esta es la Finalidad y Objetivos del Plan META 2027 que el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Marbella asume, y que vienen comprendidos en los Objetivos Generales y se articula en las diferentes Iniciativas de Contenido Turístico.

Del mismo modo, el Plan se encuentra alineado con otros marcos de planificación estratégica, tanto en materia turística, como en otras áreas que inciden directa o indirectamente en el sector turístico. Así a nivel, internacional, el Plan está enmarcado en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la Organización de Naciones Unidas (ONU) y asume el Código Ético Mundial del Turismo. A nivel europeo, el Plan se alinea con las orientaciones formuladas en el marco financiero plurianual para el periodo 2021 – 2027 y otras iniciativas (la Estrategia Digital Europea, la Alianza Europea de Recuperación Verde). Asimismo, el Plan es coherente con la Estrategia de Turismo Sostenible 2030 del Gobierno de España, la agenda nacional de turismo para afrontar los retos del sector a medio y largo, el Programa de Destinos Turísticos Inteligentes, el Plan de Transformación, Recuperación y Resiliencia, la Agenda España Digital 2025, la Estrategia de Impulso de la Tecnología 5G y la Estrategia de Movilidad Segura, Sostenible y Conectada 2030.

El PTGC Marbella constituye así un instrumento para mejorar la oferta turística de la ciudad mediante la puesta en valor de sus recursos patrimoniales y culturales, con el fin de alcanzar los siguientes objetivos:

- La puesta en valor y uso de recursos turísticos.
- La adecuación del medio urbano al uso turístico impulsando la accesibilidad universal.
- El aumento de la calidad de los servicios turísticos de la ciudad.
- La mejora del producto turístico existente y la creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos.
- La sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística.
- El fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local.

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

La finalidad del PTGC Marbella es:

- Consolidación de Marbella como destino de lujo
- Apuesta del destino por el fomento de los segmentos MICE y de grandes eventos deportivos y culturales
- Aprovechamiento y puesta en valor de los recursos de Marbella
- Potenciación de la imagen de la ciudad
- Potenciación del conocimiento turístico como base a la eficiencia en la toma de decisiones
- Integración de la ciudadanía y la actividad turística
- Mejora de la competitividad turística y creación de empleo de calidad en la ciudad de Marbella

El PTGC Marbella se compone de 16 iniciativas, englobados en 6 líneas estratégicas, para el cumplimiento de estos 6 objetivos a conseguir.

Dentro de la línea estratégica **E. La sensibilidad e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística**, se plantea la iniciativa *E.1. Estrategia de comunicación para velar por la marca Marbella*, la cual está vinculada con las líneas estratégicas del *Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027*, en particular con el programa de actuación *LE6 Optimización del marketing turístico del destino*.

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.



**FIRMANTE**

LAURA DE ARCE SANCHEZ DE LA POZA

**CÓDIGO CSV**

2b591bd15f5cdab48f8741faa43116a929bd74b

**NIF/CIF**

\*\*\*\*594\*\*

**FECHA Y HORA**

27/10/2023 13:56:19 CET

**URL DE VALIDACIÓN**

<https://sede.malaga.es/marbella>



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

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.

El Plan constituye el conjunto de medidas dinamizadoras y participadas de fomento, dirigidas a implementar un sistema de planificación turística estratégica de la misma, en desarrollo de las especificaciones y directrices del Plan General de Turismo vigente, conforme establece el artículo 11.1 de la Ley/2011, de 23 de diciembre.

**Se estima, pues, que el presente contrato de agencia de medios de comunicación es el mejor canal para difundir la imagen institucional de Marbella con fines de promoción turística a nivel internacional.**

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:

- Precio .....330.578,51€

- IVA 21%.....69.421,49 €

Conforme a la siguiente estimación presupuestaria, la imputación anual del contrato será la siguiente:

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

En base a lo anterior y, en ejercicio de las competencias que me han sido conferidas en virtud de la delegación efectuada por la Alcaldía de este Ayuntamiento, mediante Decreto N° 6714/2019 de fecha 27 de junio de 2019 y considerando la necesidad de este Ayuntamiento para tramitar conforme a las Disposiciones Legales vigentes este expediente de contratación,

#### CONSIDERANDO

la necesidad de este Ayuntamiento para tramitar conforme a las Disposiciones Legales vigentes este expediente de contratación para disponer del servicio de Agencia de Comunicación para la realización de las campañas de promoción turística de la Delegación de Turismo de Marbella



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

### D I S P O N G O

**ÚNICO.**- Que por la Unidad de Contratación Administrativa se instruya el expediente correspondiente para la adjudicación del contrato de una Agencia de Medios de Comunicación que se encargue de la planificación, mediación, inserción y seguimiento de la difusión de la publicidad de la campaña de reposicionamiento turístico del Ayuntamiento 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. Siendo el presupuesto para la contratación de 400.000,00 euros (CUATROCIENTOS MIL EUROS) 21% IVA incluido.

En Marbella, a fecha de la firma electrónica

Fdo.: Laura de Arce Sánchez de la Poza  
*Directora General de Turismo*

Página 5 | 5



Hacienda electrónica  
local y provincial  
DIPUTACIÓN DE MÁLAGA

#### FIRMANTE

LAURA DE ARCE SANCHEZ DE LA POZA

#### CÓDIGO CSV

2b591bd15f5cdab48f8741faa43116a929bd74b

#### NIF/CIF

\*\*\*\*594\*\*

#### FECHA Y HORA

27/10/2023 13:56:19 CET

#### URL DE VALIDACIÓN

<https://sede.malaga.es/marbella>

