

Servizo de Turismo

CONCELLERÍA
DE
TURISMO E XUVENTUDE

CONCELLO
DE VIGO



Expte: 8283-104	TIPO DE CONTRATO: Contrato servizos administrativo especial
	SOLICITANTE: Turismo

PREGO DE PRESCRICIÓNS TÉCNICAS PARA A CONTRATACIÓN DO SERVIZO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DO DESTINO VIGO A TRAVÉS DA SÚA CONECTIVIDADE AÉREA DIRECTA COAS PRINCIPAIS CIDADES EUROPEAS, ANOS 2023-2025.

1.- INTRODUCCIÓN.

O destino e marca Vigo, debe consolidar o desenvolvemento de novos produtos e tipoloxías turísticas que permitan crecementos de mercados emisores e desestacionalización da demanda, ademais de favorecer o gasto medio por turista. Incidir na promoción de Vigo como destino fóra de temporada alta co obxectivo de combater a estacionalidade, é facer un destino atractivo todo o ano.

O turismo é unha das actividades económicas mais destacables da nosa cidade que ten un gran compoñente de transversalidade por canto inflúe e depende ao mesmo tempo doutros sectores económicos, así como contribúe a preservación do noso medio natural, atractivos culturais, etnográficos, etc...

Dentro da xestión dun destino turístico, o transporte e as comunicacións son importantes de cara a mellorar a competitividade do mesmo, polo que é imprescindible a súa inclusión dentro dos plans de promoción e comercialización turística. O transporte aéreo constitúe un sector estratéxico que condiciona e repercute no funcionamento do resto de sectores económicos, sendo un elemento a ter en conta dentro do desenvolvemento turístico das rexións.

As accións de promoción coas que se pretende conseguir o impulso do turismo, a desestacionalización da demanda e a diversificación da oferta, mediante a posta en valor dos recursos turísticos da cidade de Vigo, suman sinerxías e apoian á creación de novas rutas co destino Vigo co fin de aportar un maior número de visitantes e se potencie o uso do aeroporto de Vigo.

En base ao exposto, é necesario impulsar accións de comunicación e difusión enfocadas aos sectores de Turismo e Turismo MICE, desenvolvendo liñas de colaboración entre ambos. Por iso se plantexa a necesidade de levar a cabo un plan específico de promoción



Copia do documento - Concello de Vigo	Data impresión: 25/11/2022 13:31	Páxina 1 de 8
8283-104	CSV: A5A9BD-59B482-A7AD8F-TU8CJ3-EYZJ5K-FD	
Pode validar e/ou obter copia electrónica do documento utilizando o código QR da esquerda ou o código de verificación na dirección http://www.vigo.org/csv		

Servizo de Turismo

CONCELLERÍA
DE
TURISMO E XUVENTUDE

CONCELLO
DE VIGO



e posicionamento da cidade de Vigo nos mercados estratéxicos, como son as principais cidades europeas, no marco do establecemento e mantemento conexións aéreas estables o que sin dúbida garante unha dinamización no tráfico aéreo da nosa cidade e o correspondente incremento de turistas procedentes da area de influencia destas capitais con especial importancia o incremento de turismo estranxeiro mermado tras a crise sanitaria da Covid-19 e a perda das conexións aéreas dende Vigo.

En data 26/10/2022 a Concellería de Turismo solicita á FVCB “Estudo de mercado para a promoción do destino Vigo vinculado a rutas aéreas con cidades europeas” co fin de coñecer os destinos obxecto das campañas de promoción de interese para a cidade. En data 28/10/2022 a FVCB presenta a través do Rexistro Xeral do Concello de Vigo o “ESTUDO DE MERCADO PARA A PROMOCIÓN DO DESTINO VIGO VINCULADA A RUTAS CON CIDADES EUROPEAS” (Doc 2202265985) no que identifica as perspectivas de recuperación e aumento de visitantes europeos e analiza os destinos Reino Unido, Francia, Países Baixos/Bélgica, Alemaña e Irlanda/Dublín. De acordo con dito estudo de mercado, e o respecto do destino Londres, recolle:

“...Segundo os datos de TURESPAÑA, no Reino Unido España é o principal destino vacacional por defecto, sendo líder indiscutible tanto no verán como no inverno. Segundo os datos da ONS (Office for National Statistics), España é o primeiro destino dos británicos cando viaxan ao estranxeiro. En 2019 a cota de mercado de España no turismo emisor deste país foi do 19,5%. (últimos datos dispoñibles ao no publicarse os de 2020 por mor da pandemia, nin estar confirmada aínda a publicación de 2021).

No ano 2019 visitaron España 18,1 millóns de turistas británicos, o que representa o 21,6% do total de turistas recibidos, sendo Reino Unido o principal mercado emisor, posición que tamén ocupa na clasificación de gasto total (17.834 millóns de euros) e de pernoitas hostaleiras (56,3 millóns). Os gastos medios por persoa e día ascenderon a 990 e 136 euros respectivamente, mentres que a estancia media, que se situou en 7,3 noites.

En 2021 o turista británico que visitou España viaxou principalmente por lecer (89% do total) e pernoitou maioritariamente en hoteis (63%) seguidos de casas de familiares ou amigos (13%) e vivendas propias (10%). Predominaron os turistas de clase media (57%), con estudos superiores (73%), así como os que viaxaron en parella (42%), seguidos daqueles que viaxaron en familia (26%). A súa idade media situouse en 46 anos, decantándose maioritariamente pola viaxe sen paquete turístico (69%). (Estimación Turespaña baseada en microdatos INE).

No CASO DE VIGO. Londres é o primeiro destino nas procuras de billetes internacionais segundo o informe de AENA de 2019 con 246.415 procuras, moi por riba do resto de destinos. Malaia a contar con ligazóns directas e multitude de frecuencias en todos os aeroportos da eurorrexión en 2019, 8.211 persoas viaxaron desde Vigo a Londres de xeito indirecto supoñendo o 70% dos pasaxeiros con dito perfil desde o aeroporto de Vigo. Ruta historicamente descontinua no aeroporto de Vigo, acadou en 2012 o seu máximo de pasaxeiros transportados con 18.095. Vigo é o único aeroporto da Eurorrexión que non



Copia do documento - Concello de Vigo	Data impresión: 25/11/2022 13:31	Páxina 2 de 8
8283-104	CSV: A5A9BD-59B482-A7AD8F-TU8CJ3-EYZJ5K-FD	
Pode validar e/ou obter copia electrónica do documento utilizando o código QR da esquerda ou o código de verificación na dirección http://www.vigo.org/csv		

Servizo de Turismo

CONCELLERÍA
DE
TURISMO E XUVENTUDE

CONCELLO
DE VIGO



ten enlace previsto con Londres para 2023. En 2019 o conxunto de aeroportos da área de Londres foi empregado por un total de 180.957.000 pasaxeiros cifra de magnitude inigualada en toda Europa...”

Así mesmo fai unha análise dos aeroportos do destino Londres, e conclúe,

“...Tendo en conta estes datos e o perfil dos aeroportos de London-City (limitado a aeronaves de tamaño reducido e especificamente habilitadas para operar nese aeroporto) e SouthEnd (centrado en voos charter e operacións non regulares) nesta licitación deberase operar a ruta con algún dos 4 principais aeroportos da área de Londres: Heatrow, Gatwick, Stansted ou Luton”

Á vista do “ESTUDO DE MERCADO PARA A PROMOCIÓN DO DESTINO VIGO VINCULADA A RUTAS CON CIDADES EUROPEAS” aportado pola Fundación Vigo Convention Bureau, e dada a importancia do mercado receptor británico, xa que España recibe no mes de xullo, a visita de cerca de 9,1 millóns de turistas internacionais, un 106,2% mais que o mesmo mes do ano 2021, o Reino Unido é o principal país emisor, representado un 20,9% do total o que supón un aumento de 241,6% respecto ao mes de xullo de 2021 (fonte: INE, FRONTUR) o presente contrato terá coma obxectivo o mercado do Reino Unido, polo que se xestionará a contratación dos servizos de promoción turística do destino Vigo a través da súa conectividade aérea directa vinculados coa operación da ruta Vigo-Londres, unha das principais capitais europeas con especial relevancia turística na cidade.

2.- OBXECTO DO CONTRATO

O contrato terá por obxecto a promoción turística da cidade de Vigo no mercado turístico británico, co obxectivo de atraer turistas procedentes destes mercados, vinculada á conectividade aérea directa coa cidade de Londres.

As accións a desenvolver procurarán a atracción de turistas de diferentes perfís e segmentos centrándose principalmente no turismo de escapada (citybreaker), negocios, familiar, xuvenil, gastronómico e de eventos e reunións (MICE).

3. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS E DESCRICIÓN DAS ACTUACIÓNS

As estratexias de promoción turística de Vigo nos mercados turísticos internacionais deben implementarse na procura da atracción de turistas de diferentes perfís e segmentos centrándose principalmente no turismo de escapada (citybreaker), negocios, cultural, familiar, xuvenil, gastronómico, de eventos e reunións.

O principal medio de transporte de acceso á nosa cidade dos turistas procedentes das principais capitais europeas recollidas no contrato, é o avión, polo que se considera oportuno promocionar o turismo da cidade de Vigo no mercado británico mediante



Copia do documento - Concello de Vigo	Data impresión: 25/11/2022 13:31	Páxina 3 de 8
8283-104	CSV: A5A9BD-59B482-A7AD8F-TU8CJ3-EYZJ5K-FD	
Pode validar e/ou obter copia electrónica do documento utilizando o código QR da esquerda ou o código de verificación na dirección http://www.vigo.org/csv		

Servizo de Turismo

CONCELLERÍA
DE
TURISMO E XUVENTUDE

CONCELLO
DE VIGO



accións promoción online e no establecemento de conexións aéreas directas co destino Londres, de modo que se conte coa infraestrutura adecuada en termos de frecuencia e conectividade co obxectivo de favorecer o crecemento de turistas e un uso máis intensivo do transporte aéreo.

As accións de promoción se limitan ás accións online, de acordo co “ESTUDO DE MERCADO PARA A PROMOCIÓN DO DESTINO VIGO VINCULADA A RUTAS CON CIDADES EUROPEAS” aportado pola Fundación Vigo Convention Bureau, que recolle : “...consonte coas directrices vixentes, recoméndase que o desenvolvemento de accións de promoción e publicidade do destino opte pola utilización de soportes non físicos e primordialmente online pois calquera outra pode verse limitada pola normativa ou imposibilitada a súa execución por cambios na mesma...”

Neste senso as accións de promoción limitaranse a accións online, sendo estas as seguintes:

- Creación de banners promocionando o destino Vigo na Web da compañía.
- Establecemento de ligazóns na Web da compañía a turismodevigo ou sites de campañas específicas.
- Publicación de posts en redes sociais como Facebook, Instagram e Twitter.
- Envío de newsletters sobre o destino Vigo ás bases de datos segmentadas de clientes da compañía.

4. CONTIDO E DESCRICIÓN DOS SERVIZOS

As accións de promoción turística de Vigo 2023-2025 que deberán desenvolver os licitadores consistirán como mínimo en:

O licitador deberá ofertar para o desenvolvemento das accións de promoción turística unha proposta de actuacións de comunicación para promover o destino Vigo, nos destinos vinculados ao obxecto do contrato que deberá atender como mínimo os seguintes ámbitos de promoción, durante as anualidades do contrato:

- A) Envío de, alo menos, **4 newsletters online por cada anualidade** sobre o destino Vigo, a unha base de datos dun mínimo de 650.000 subscritores, promocionando o destino Vigo.
- B) **Accións promocionais na Web da compañía aerea mediante**, alo menos **1 banner** destacado ou Microsite ou anuncios específicos nas “Homepage” da compañía durante toda a duración do contrato.
- C) **Accións promocionais na Web da compañía aérea mediante, ao menos unha ligazón**, coa páxina de turismodevigo.org ou sites de campañas específicas durante toda a vixencia do contrato
- D) **Redes sociais**. Publicación de ao menos **10 post** en cada anualidade do contrato relacionados co destino Vigo entre, ao menos dúas das seguintes redes sociais da



Copia do documento - Concello de Vigo	Data impresión: 25/11/2022 13:31	Páxina 4 de 8
8283-104	CSV: A5A9BD-59B482-A7AD8F-TU8CJ3-EYZJ5K-FD	
Pode validar e/ou obter copia electrónica do documento utilizando o código QR da esquerda ou o código de verificación na dirección http://www.vigo.org/csv		

Servizo de Turismo

CONCELLERÍA
DE
TURISMO E XUVENTUDE

CONCELLO
DE VIGO



compañía aérea:

- Facebook
- Instagram ou Twiter.

Os contidos deberan conter diferentes perspectivas do destino Vigo tales como curiosidades, lugares de interese, promocións de voos ou contido gráfico de interese que inclúa unha mención á páxina de turismo de Vigo ou a campañas específicas do destino.

Os materiais serán facilitados polo Concello de Vigo, si ben a edición, montaxe, impresión e outros custes derivados da actividade correrán a cargo do adxudicatario, que realizará baixo a previa aprobación do Concello de Vigo.

En todo caso o adxudicatario deberá respectar o manual de identidade corporativa do Concello de Vigo en todas as aplicacións e accións de promoción que realice.

Os licitadores deberán adxuntar ás propostas, un cronograma de execución das actuacións de promoción, no que se indicará expresamente o período necesario para a súa execución tras a aprobación das mesmas polo Concello de Vigo.

O adxudicatario correrá con todos os custes que se deriven das accións.

5.-CONDICIÓN PARA A DETERMINACIÓN DOS DESTINOS DA PROMOCIÓN TURÍSTICA

O adxudicatario deberá establecer dunha conexión aérea directa entre o aeroporto de Vigo e un dos seguintes aeroportos de Londres: Heatrow, Gatwick, Stansted ou Luton, que deberá operarse como mínimo de acordo cos seguintes parámetros.

Londres:

ANO	SEMANAS	PERÍODO	FRECUENCIAS
2023	31	01/04 - 31/10	3
	8	01/11 - 31/12	2
2024	13	01/01 - 31/03	2
	31	01/04 - 31/10	3
	8	01/11- 31/12	2
2025	13	01/01 - 31/03	2
	31	01/04 - 31/10	3
	8	01/11 - 31/12	2



Servizo de Turismo

CONCELLERÍA
DE
TURISMO E XUVENTUDE

CONCELLO
DE VIGO



- *Frecuencias: unha frecuencia equivale a un voo de ida e volta é dicir dous voos.*
- *Capacidade avións: deberá operarse con avións cunha capacidade mínima de 100 prazas.*

En caso de que por causas alleas ao contrato, e xustificadas axeitadamente polo contratista, fose conveniente a substitución dunha ruta por outra equivalente, deberá modificar o contrato conforme co previsto no PCAP.

6.- EXECUCIÓN DO SERVIZO

A empresa adxudataria achegará todo o equipo técnico e humano para a realización dos elementos promocionais obxecto do contrato e será responsable da calidade dos resultados.

6.1.- Cronograma de execución

O adxudicatario terá que presentar un cronograma das actuacións de promoción que se axuste á proposta de actuacións de comunicación, presentadas na oferta.

O Concello de Vigo deberá aprobar este cronograma.

6.2.- Aprobación das accións de promoción polo Concello de Vigo

Todas as accións de promoción do contrato deberán de ser aprobadas pola Concellería de Turismo do Concello de Vigo, tanto nos seus aspectos formais (deseño, formato, tamaños, textos e imaxe) como nas ideas gráficas e creativas, previamente a súa edición, posta en marcha ou impresión.

O contratista presentará as propostas no Rexistro Xeral do Concello de Vigo cunha antelación mínima de 30 días sobre a data prevista de posta en marcha.

En todo caso o adxudicatario deberá respetar o manual de identidade corporativa de turismo de Vigo en todas as aplicacións e accións de promoción que realice.

6.3.- Custes das accións de promoción

Todos os custes derivados das accións de promoción desenvolvidas no marco deste contrato correrán a cargo da empresa adxudataria.

7.- ORGANIZACIÓN E DIRECCIÓN DOS TRABALLOS

O servizo obxecto deste contrato desenvolverase polo operador adxudicatario nos seu medios dixitais: Web, Redes sociais, Newsletter, no marco da campaña dixital

A empresa deberá contar cun persoal suficiente e cualificado para as tarefas que se



Copia do documento - Concello de Vigo	Data impresión: 25/11/2022 13:31	Páxina 6 de 8
8283-104	CSV: A5A9BD-59B482-A7AD8F-TU8CJ3-EYZJ5K-FD	
Pode validar e/ou obter copia electrónica do documento utilizando o código QR da esquerda ou o código de verificación na dirección http://www.vigo.org/csv		

Servizo de Turismo

CONCELLERÍA
DE
TURISMO E XUVENTUDE

CONCELLO
DE VIGO



deben desenvolver en execución do presente contrato.

O adxudicatario designará un/ha profesional responsable desta contratación que será o interlocutor entre a empresa e o Concello de Vigo, a efectos de xestionar o correcto desenvolvemento das tarefas a realizar que terá as seguintes funcións en relación co presente prego:

- Velará pola correcta execución das prestacións obxecto do contrato, e a través do cal se canalizarán as posibles incidencias que xurdan na execución do contrato.
- Será o responsable máximo de todo o servizo obxecto da licitación e deberá resolver as incidencias que poidan xurdir no funcionamento puntual e inmediato do servizo.
- Terá que ter capacidade de decisión e resolución e estar sempre localizable en horario laboral

8.- PROPIEDAD INTELECTUAL

Nos termos permitidos pola Lei de Propiedade intelectual, as creacións realizadas polo adxudicatario pasarán a ser propiedade do Concello de Vigo así como o dereito de explotación das mesmas, conforme ao establecido no art. 308 LCSP.

A empresa adxudicataria non poderá utilizar para si, nin proporcionar a terceiros imaxes, fotografías ou calquera outro elemento dos traballos contratados, nin poderá publicar total ou parcialmente o contido dos mesmos sen a autorización previa e expresa do servizo de Turismo; en todo caso, a empresa adxudicataria será responsable dos danos e prexuízos que deriven do incumprimento destas obrigas.

O contratista acepta expresamente que, en virtude do presente contrato, todos os dereitos de explotación e a titularidade dos produtos realizados corresponden só ao Concello de Vigo. Ademais, o Concello de Vigo poderá reproducir, publicar e divulgar, parcial ou totalmente, todos os informes, resultados e produtos, sen que poida opoñerse a empresa adxudicataria e/ou os autores materiais dos traballos.

9.- IMAXE CORPORATIVA

En todo o material promocional que se deseñe e edite deben figurar a imaxe corporativa (logo) do Concello de Vigo, que facilitará o servizo de Turismo e conforme as instrucións dadas polo devandito servizo de Turismo.

Queda prohibida a utilización dos elementos para outros fins. A empresa adxudicataria asumirá toda responsabilidade que puidese resultar da utilización de imaxes e outros elementos creativos, distintos dos facilitados e/ou aprobados polo servizo de Turismo, na execución da campaña obxecto do presente contrato.

10.- PROTECCIÓN DE DATOS



Copia do documento - Concello de Vigo	Data impresión: 25/11/2022 13:31	Páxina 7 de 8
8283-104	CSV: A5A9BD-59B482-A7AD8F-TU8CJ3-EYZJ5K-FD	
Pode validar e/ou obter copia electrónica do documento utilizando o código QR da esquerda ou o código de verificación na dirección http://www.vigo.org/csv		

Servizo de Turismo

CONCELLERÍA
DE
TURISMO E XUVENTUDE

CONCELLO
DE VIGO



O adxudicatario queda obrigado ao cumprimento da lexislación vixente en materia de protección de datos de carácter persoal, en todo o que sexa de aplicación ao presente prego, conforme ao disposto nas normas que se relacionan a continuación:

Lei Orgánica 15/1999 do 13 de decembro de protección de datos de carácter persoal. Real decreto 994/1999 de 11 de xuño polo que se aproba a lexislación de medidas de seguridade dos ficheiros automatizados que conteñan datos de carácter persoal.

Disposicións de desenvolvemento das normas anteriores en materia de protección de datos que se atopen en vigor no momento de adxudicación de este contrato ou que poidan estalo durante a súa vixencia.

11.- COORDINACIÓN DO CONTRATO

O contratista designará un delegado que será o único interlocutor entre a empresa e o Concello de Vigo e velará pola correcta execución das prestacións obxecto de contrato, e a través do cal se canalizarán as posibles incidencias que xurdan na execución. Salvo casos excepcionais debidamente xustificados, o responsable municipal do contrato unicamente manterá relación por razón da execución deste co delegado da empresa, sen prexuízo da debida relación de cordialidade e colaboración co resto do persoal do adxudicatario no desenvolvemento do seu traballo.

12.- OBRIGA DE FACILITAR INFORMACIÓN

O adxudicatario deberá elaborar informes trimestrais sobre todos os aspectos relativos á execución do contrato, que presentará coa correspondente factura trimestral.

O Concello de Vigo poderá requirir á empresa adxudicataria, en calquera momento que complete ou amplíe estes informes ou ben a realización doutros informes complementarios se fose necesario para o mellor seguimento do contrato, así como da documentación que precise para dispoñer dun pleno coñecemento das circunstancias en que se desenvolve o traballo, e para resolver os eventuais problemas que poidan suscitarse na execución.

Un mes antes da finalización do contrato deberá presentar unha memoria final sobre os resultados de execución do contrato durante todo o período contractual.

Vigo, a data da sinatura dixital.

A técnica do servizo de Turismo

Asdo. Fátima Dueñas Corchero

Conforme

A Concelleira delegada da área de Turismo e Xuventude

M^a Carmen Lago Barreiro



Copia do documento - Concello de Vigo	Data impresión: 25/11/2022 13:31	Páxina 8 de 8
8283-104	CSV: A5A9BD-59B482-A7AD8F-TU8CJ3-EYZJ5K-FD	
Pode validar e/ou obter copia electrónica do documento utilizando o código QR da esquerda ou o código de verificación na dirección http://www.vigo.org/csv		