María Esther Labaig Gallardo (1 de 1)
Gerente Patronato Municipal Turismo
Fecha Firma: 20/10/2026
HASH: cb0335dbfd6e6c7961900cc5993e74d17

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN, REDES SOCIALES Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL PATRONATO MUNICIPAL DE TURISMO DE CASTELLÓN.

1. JUSTIFICACIÓN DEL SERVICIO

El Patronato Municipal de Turismo de Castellón tiene entre sus fines la promoción, difusión y posicionamiento del destino turístico,así como el desarrollo de acciones de comunicación que contribuyan a incrementar su notoriedad, competitividad y atractivo.

Con el fin de garantizar una comunicación turística profesional, coordinada y alineada con los objetivos estratégicos de destino, resulta necesaria la contratación de un servicio especializado que permita desarrollar la gestión de la comunicación digital, la promoción turística y las acciones de posicionamiento de la marca turística municipal.

El servicio deberá desarrollarse en coherencia con el Plan Estratégico de Turismo vigente y con el Manual de Identidad de la Marca Turística del Patronato Municipal de Turismo.

2.OBJETO DEL CONTRATO, ÁMBITO DE APLICACIÓN Y DURACIÓN

El presente contrato tiene por objeto **la prestación de un servicio integral de comunicación turística, gestión de redes sociales, desarrollo de campañas promocionales y acciones de posicionamiento de la marca turística** del Patronato Municipal de Turismo de Castellón .

El contrato comprenderá la ejecución de las siguientes lineas de actuación:

A. Gestión de Redes Sociales y Comunicación Digital.

B. Campaña de Promoción Turística con motivo de la Feria Internacional de Turismo (FITUR).

C. Servicio de Posicionamiento de la Marca Turística y Planificación de Medios.

El contrato se configura en un único lote, al considerar que las prestaciones que lo integran presentan una naturaleza funcional y estratégica común, resultando necesaria su gestión coordinada para garantizar la coherencia de la comunicación, la unidad de imagen de la marca turística y la eficacia de las acciones de promoción.

La duración del contrato es de **dos años** más un máximo de 1 posible prorroga anual

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 1 de 19

3. DESCRIPCIÓN FUNCIONAL DE SERVICIO

A) GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN DIGITAL

El adjudicatario sera responsable de la planificación, gestión, creación y dinamización de la comunicación digital del Patronato de Turismo, con el objetivo de reforzar el posicionamiento de la marca turística, incrementar su notoriedad y mejorar la interacción con la ciudadanía y los potenciales visitantes.

El servicio comprenderá las siguientes actuaciones:

A.1. Estrategia digital y planificación de contenidos

- Elaboración de una estrategia de comunicación digital alineada con los objetivos del Patronato Municipal de Turismo y con el posicionamiento de la marca turística.
- Definición de la linea editorial, públicos objetivo, mensajes clave y tono comunicativo.
- Elaboración de un plan de contenidos y calendario editorial mensual.
- Adaptación de la estrategia a las campañas especificas, temporales turísticas,eventos , festividades y acciones promocionales.
- Planificación de las publicaciones atendiendo a os momentos de mayor impacto, alcance e interacción de cada plataforma.
- Desarrollo de propuestas de campañas y acciones especificas orientadas a incrementar el posicionamiento, la notoriedad y el alcance de la marca turística.

A.2. Gestión de perfiles sociales

- Gestión integral de loas perfiles oficiales del Patronato Municipal de Turismo.
- Mantenimiento, actualización y optimización de los perfiles existentes y de aquellos que puedan crearse durante la vigencia del contrato, previa autorización del responsable del contrato.
- Todos los perfiles sociales, contenidos, activos digitales y comunidades generadas durante la ejecución del contrato serán de titularidad exclusiva del Patronato Municipal de Turismo.
- Los perfiles sociales mínimos a gestionar serán: Instagram, Facebook, Tiktok y Youtube.

A.3. Creación de contenidos

La empresa adjudicataria sera responsable de la conceptualización, redacción, diseño y producción de contenidos originales adaptados a las características y lenguaje de cada red social.

Como mínimo deberá realizar :

- Un mínimo de **4 publicaciones semanales** en cada perfil social.
- Un mínimo de **3 stories semanales** en cada perfil social.
- Un mínimo de **6 piezas audiovisuales mensuales** en formato video.

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 2 de 19

Los contenidos podrán incluir, entre otras tareas:

- Redacción de textos.
- Diseño gráfico.
- Fotografía.
- Grabación y edición de video.
- Motion graphics y animaciones.
- Adaptaciones a los distintos formatos digitales.
- Subtitulación y adaptación de contenidos audiovisuales cuando resulte necesario para mejorar su accesibilidad y alcance

El contenido deberá estar orientado a la promoción turística del municipio e incluir, entre otros aspectos:

- Recursos turísticos.
- Patrimonio histórico y cultural.
- Gastronomía.
- Playas y espacios naturales.
- Eventos turísticos, culturales y deportivos .
- Fiestas y tradiciones.
- Comercio y oferta local.
- Experiencias turísticas.
- Agenda de actividades promovidas por el patronato.
- Cualquier otro contenido de interés turístico e institucional.

La empresa adjudicataria realizará las sesiones de fotografía y grabación necesarias para garantizar contenido propio, actualizado y adaptado a la estacionalidad y a las campañas promocionales.

A.4. Producción audiovisual y cobertura de eventos

La empresa adjudicataria realizara las sesiones de fotografía y grabación necesarias para garantizar contenido propio, actualizado y adaptado a la estacionalidad y a las campañas promocionales.

Como mínimo deberá realizar:

- Una jornada de grabación y fotografía cada cuatro semanas, con una duración y planificación suficientes para generar material reutilizable en diferentes formatos.
- La cobertura de un mínimo de **cuatro eventos turísticos y/o gastronómicos al año.**
- La cobertura adicional de aquellos eventos de especial relevancia turística que el Patronato determine, siempre dentro de la planificación ordinaria del servicio y sin perjuicio de las condiciones económicas establecidas en el contrato.

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 3 de 19

A.5. Dinamización y crecimiento de la comunidad

La empresa adjudicataria desarrollara acciones dirigidas a incrementar la notoriedad de la marca turística, fomentar la participación de la comunidad digital y aumentar el alcance de los contenidos publicados.

Entre otras actuaciones podrá desarrollar:

- Dinamización de la comunidad.
- Acciones de captación de seguidores de calidad.
- Propuestas de interacción con usuarios.
- Acciones promocionales.
- Concursos o campañas de participación , cuando proceda.
- Colaboraciones con entidades, comercios, asociaciones o perfiles de interés para la promoción turística .
- Identificación de oportunidades de comunicación y difusión.
- Propuestas para mejorar el engagement y la conversión de la comunidad digital en interés turístico por el destino.

A.6. Colaboraciones con creadores de contenido

La empresa adjudicataria propondrá y gestionara colaboraciones y contrataciones con creadores de contenido, influencers o perfiles especializados cuando resulten adecuados para la consecución de los objetivos del contrato.

Como mínimo se contempla:

- La contratación **de mínimo 3 creadores de contenido y /o influencers al año.**
- La realización de un mínimo de **10 video reels** al año con creadores de contenidos vinculados a temáticas, recursos, eventos de especial interés o acciones promocionales estratégicas.
- La selección de los perfiles deberá justificarse en función de su afinidad con los públicos objetivo, alcance, calidad del contenido, audiencia efectiva y adecuación a la imagen de marca.
- La contratación de los creadores deberá ser previamente propuesta y validada por el Patronato.
- Los costes de cachés, desplazamientos, alojamiento u otros gastos específicos de los creadores de contenido que se propongan deberán quedar expresamente identificados en la oferta y se considerarán incluidos en el precio del servicio.

A.7. Campañas de promoción digital (Social Ads)

La empresa adjudicataria elaborara una planificación anual de campañas de publicidad en redes sociales destinada a reforzar la difusión de campañas,eventos y acciones promocionales del Patronato.

El servicio comprenderá:

- Planificación estratégica.
- Segmentación de públicos.
- Configuración de campañas.

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 4 de 19

- Optimización continua.
- Seguimiento y análisis de resultados.

Se establece una inversión mínima anual en medios de **1.500 €,** destinada exclusivamente a la compra de publicidad en plataformas digitales y redes sociales. Dicha inversión será independiente de los costes de gestión del servicio y deberá quedar debidamente justificada mediante los correspondientes informes de campaña,sin perjuicio de que las empresas licitadoras puedan proponer estrategias adicionales que mejoren los resultados.

A.8. Comunicación, institucional y gabinete de prensa

Como apoyo a la comunicación institucional, la empresa adjudicataria redactara un mínimo de **6 notas de prensa al año**, destinadas a su publicación en la pagina web del Patronato y, cuando proceda, a su difusión entre los medios de comunicación.

Asimismo, prestará apoyo en la preparación de contenidos informativos vinculados a campañas y acciones turísticas del Patronato, dentro de los límites y condiciones del servicio contratado.

A.9 Seguimiento, análisis e informes

La empresa adjudicataria realizara un seguimiento permanente de la actividad desarrollada mediante la monitorización y análisis de indicadores de rendimiento.

Mensualmente presentará un informe que incluirá, como mínimo:

- Evolución de la comunidad.
- Alcance e impresiones.
- Interacciones y engagement.
- Rendimiento de las publicaciones.
- Resultados de las campañas promocionales.
- Análisis de indicadores específicos de cada red social.
- Principales conclusiones.
- Propuestas de mejora y optimización de la estrategia.
- Evolución de los principales KPI definidos conjuntamente con el Patronato.
-

La empresa adjudicataria deberá aportar una visión estratégica y proactiva en el desarrollo del servicio, proponiendo aquellas acciones, campañas, formatos, soportes y soluciones de comunicación que contribuyan a mejorar la promoción turística del destino, la visibilidad de la marca y e cumplimiento de los objetivos establecidos por el Patronato Municipal de Turismo .

A.10 Organización y coordinación del servicio

La empresa adjudicataria designara un interlocutor **único y responsable del contrato**, que actuara como enlace permanente con el responsable designado por el Patronato Municipal de Turismo y asumirá la coordinación técnica y organizativa de los trabajos objeto del contrato.

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 5 de 19

El interlocutor designado deberá reunir,como mínimo, los siguientes requisitos:

- Estar en posesión de la titulación universitaria de **Licenciatura o Grado en Publicidad y Relaciones Públicas,** o titulación universitaria equivalente.
- Acreditar una **experiencia profesional mínima de 3 años** en la dirección, coordinación o gestión de proyectos de comunicación turística, marketing o promoción en el sector, incluyendo la planificación y gestión de redes sociales y comunicación digital en este área, que deberá acreditar.

Este Profesional sera el responsable de la planificación estratégica del servicio, la coordinación del equipo técnico adscrito al contrato y la interlocución con el Patronato Municipal de Turismo, debiendo asistir a las reuniones de coordinación, seguimiento y planificación que sean convocadas por el responsable del contrato.

Así mismo, remitirá mensualmente la planificación de contenidos correspondientes al mes siguiente para su validación previa por parte del responsable del contrato.

La sustitución del interlocutor designado unicamente podrá efectuarse por causas debidamente justificadas y requerirá la previa comunicación al responsable del contrato, debiendo ser sustituido por otro profesional que reúna una cualificación y experiencia iguales o superiores.

A.11. Actuaciones previas al inicio del servicio

En el plazo máximo de veinte días **(20)** desde la formalización del contrato, la empresa adjudicataria presentara un Informe **Informe Inicial de Diagnóstico**, que incluirá, como mínimo:

- Análisis del estado actual de las redes sociales y canales de comunicación digital.
- Evaluación de la estrategia de comunicación existente.
- Identificación de fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora.
- Propuesta estratégica inicial.
- Plan de actuaciones y recomendaciones para optimizar la comunicación digital.

Este informe deberá ser aprobado por el responsable del contrato con carácter previo al inicio de la presentación ordinaria del servicio.
El coste de esta actuación, así como la asistencia a las reuniones necesarias para su presentación, coordinación y seguimiento, se entenderá incluido en el presupuesto del contrato.

Las propuestas deberán dar respuesta a las prescripciones técnicas contenidas en el presente pliego, pudiendo incorporar aquellas actuaciones, recursos o soluciones que la empresa licitadora considere adecuadas para la correcta ejecución del servicio.

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 6 de 19

B) CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO (FITUR)

B.1 Objeto y objetivos de la campaña

La empresa adjudicataria deberá desarrollar una campaña integral de promoción turística con motivo de la participación del Patronato Municipal de Turismo en la Feria Internacional de Turismo(FITUR), orientada a reforzar el posicionamiento de la marca turística del destino, incrementar su notoriedad y potenciar la difusión de los principales recursos y experiencia turísticas de la ciudad.

La campaña deberá responder a una estrategia de comunicación unificada, garantizando una imagen coherente en todos los soportes, acciones y materiales desarrollados, tanto para su utilización durante la celebración de FITUR como en acciones de promoción posteriores.

B.2. Concepto y estrategia de comunicación

La empresa adjudicataria desarrollara una propuesta creativa que sirva como eje de la campaña promocional, definiendo un concepto de comunicación alineado con la identidad y valores de a marca turística.

La propuesta deberá contemplar:

- Definición del concepto de la campaña
- Desarrollo de la linea gráfica y narrativa.
- Adaptación de la creatividad a los diferentes soportes y canales de comunicación.
- Coherencia entre todos los elementos gráficos, audiovisuales y promocionales que integren la campaña

B.3. Producción de contenidos promocionales

- La empresa adjudicataria realizara la producción de los materiales promocionales necesarios para el desarrollo de la campaña.
- Como mínimo, la propuesta deberá contemplar:
- 1 pieza audiovisual principal de campaña, en formato apto para medios digitales y presentaciones.
- Un mínimo de 6 piezas audiovisuales adaptadas a redes sociales y formatos verticales/horizontales.
- Un banco de fotografías y recursos gráficos propios vinculados a la campaña.
- Adaptaciones y versiones necesarias para los diferentes formatos digitales.
- Cobertura gráfica y audiovisual de las acciones promocionales desarrolladas durante FITUR que hayan sido previamente incluidas en la planificación.
- B.4. Diseño y desarrollo de materiales gráficos
- Adaptaciones gráficas para medios digitales y prensa.
- Materiales promocionales destinados a acciones de comunicación.
- Recursos gráficos para presentaciones, pantallas, publicaciones o elementos de difusión relacionados con la campaña.
- Adaptaciones a formatos requeridos por el Patronato.

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 7 de 19

B.4. Diseño y desarrollo de materiales gráficos

La empresa adjudicataria elaborara los diseños gráficos necesarios para el desarrollo de la campaña promocional.

La propuesta podrá incluir, entre otros:

- Adaptaciones gráficas para medios digitales y prensa.
- Materiales promocionales destinados a acciones de comunicación.
- Recursos gráficos para presentaciones, pantallas, publicaciones o elementos de difusión relacionados con la campaña.
- Adaptaciones a formatos requeridos por el Patronato.

Todos los diseños deberán mantener una identidad visual homogénea y coherente ademas de estar alineada e incorporar la nueva identidad turística del Patronato.

B.5. Acciones promocionales vinculadas a FITUR

Las empresas licitadoras deberán presentar una propuesta de acciones promocionales dirigidas a reforzar la presencia del destino durante FITUR y favorecer la difusión de la oferta turística entre el publico objetivo.

La propuesta deberá incluir al menos una acción promocional o experiencial dirigida al público final o a prescriptores, que pueda desarrollarse antes, durante o después de la celebración de la feria, justificando su alcance, público objetivo y recursos necesarios.

B.6.Producción, coordinación y ejecución

La empresa adjudicataria sera responsable de la planificación, coordinación, y ejecución de todas las actuaciones incluidas en la campaña.

En particular, asumirá:

- La planificación de los trabajos.
- La coordinación de los recursos humanos y materiales necesarios.
- La contratación y coordinación de proveedores, cuando resulte necesario.
- El seguimiento de la producción.
- El control de calidad de los materiales entregados.
- La entrega final de todos los archivos evitables y materiales generados durante la ejecución del contrato.

B.7.Criterios generales de la propuestas

Las propuestas deberán responder a criterios de calidad, creatividad, viabilidad técnica y coherencia con el posicionamiento turístico del destino, debiendo justificar las soluciones planteadas en función de los objetivos perseguidos.

Se valorara especialmente que las propuestas:

- Proyecten una imagen diferenciadora y reconocible del destino;
- Integren de forma coherente los distintos soportes y acciones de comunicación;

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 8 de 19

- Contemplen formatos innovadores y adaptados a las tendencia actuales de promoción turística;
- Permitan la reutilización de los materiales generados en posteriores acciones de promoción y comunicación del Patronato Municipal de Turismo .
- Calidad , creatividad , viabilidad técnica y coherencia con el posicionamiento turístico del destino.

B.8. Plazos iniciales de entregables y acciones para el desarrollo de FITUR 2027

Puesto que el cumplimiento de los objetivos del contrato están directamente vinculadas al correcto desarrollo de las campañas que se presentarán el FITUR 2027, y en función de las fechas de celebración de esta Feria Internacional se requiere que la adjudicataria haga entrega del siguiente material y desarrolle las siguientes acciones en los siguientes como limite en las fechas señaladas:

- Piezas audiovisuales y fotografías editadas de la campaña publicitaria:19 de enero de 2027,
- Materiales impresos de la campaña publicitaria:21 de enero de 2027
- Lanzamiento campaña posicionamiento de Marca: Enero 2027

C) SERVICIOS DE POSICIONAMIENTO DE LA MARCA TURÍSTICA Y PLANIFICACIÓN DE MEDIOS

C.1. Objeto del servicio

El presente apartado tiene por objeto la prestación de un servicio de planificación, coordinación y ejecución de acciones de comunicación destinadas a reforzar el posicionamiento de la marca turística **“ Castellón. Vivir lo autentico “** , incrementando su notoriedad y visibilidad entre los distintos públicos objetivo.

Las actuaciones deberán desarrollarse de conformidad con el **Plan Estratégico de Turismo** y el **Manual de Identidad de la Marca Turística**, que se incorporan con documentación de referencia al presente pliego.

C.2. Planificación estratégica de medios (Plan de Medios)

La empresa adjudicataria elaborara un **Plan de Medios Anual** destinado a maximizar la difusión y notoriedad de la marca turística.

La propuesta podrá contemplar actuaciones en :

- medios digitales;
- redes sociales;
- prensa;
- radio;
- televisión;
- publicidad exterior;
- medios especializados en turismo;
- plataformas digitales;
- soportes audiovisuales;
- cualquier otro canal de comunicación que contribuya al posicionamiento de la marca .

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 9 de 19

El plan de Medios deberá definir:

- Los canales de comunicación propuestos;
- Los públicos a los que se dirige cada actuación;
- El ámbito territorial de las campañas;
- El calendario de difusión;
- La distribución de la inversión.
- Estimación de inserciones, impactos, impresiones, alcance u otros indicadores disponibles.
- Sistema de medición y evaluación de resultados.

La contratación, negociación y gestión de los espacios publicitarios corresponderá a la empresa adjudicataria cuando dicha compra de medios esté incluida en la oferta. El importe destinado a compra de medios deberá identificarse separadamente de los honorarios y costes de gestión.

C.3. Presupuesto y gestión de medios

El servicio deberá distinguir claramente entre los costes de gestión, planificación, creatividad y producción, y la inversión efectiva en compra de medios. La oferta técnica y económica deberá identificar la distribución propuesta y permitir comprobar el importe efectivamente destinado a medios.
No podrán imputarse como inversión en medios los honorarios de la adjudicataria, costes de personal, producción o gestión, salvo que así se indique expresamente y sea admisible conforme a la documentación contractual.

C.4. Desarrollo de campañas y acciones de posicionamiento

La empresa adjudicataria desarrollara las creatividades necesarias para la correcta ejecución de las campañas contempladas en el Plan de Medios.

Asimismo , deberá proponer un mínimo de **dos acciones anuales de promoción de marca dirigidas al publico final,** pudiendo consistir, entre otras, en :

- activaciones de marca;
- acciones experienciales;
- eventos promocionales;
- mercados temáticos;
- feria;
- acciones participativas;
- colaboraciones con entidades;
- otras actuaciones de difusión que contribuyan al posicionamiento de la marca turística.

C.5. Coordinación y seguimiento

La empresa adjudicataria será responsable de la coordinación general de las actuaciones, la gestión y contratación de proveedores, el seguimiento de la ejecución del Plan de medios y acciones contratadas, así como la elaboración de un informe final de resultados.

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 10 de 19

C.6. Desarrollo del servicio

El Plan Estratégico de Comunicación, el Plan de Medios y las acciones concretas que se ejecuten durante la vigencia del contrato se definirán conjuntamente entre el Patronato Municipal de Turismo y la empresa adjudicataria, atendiendo a la programación anual, las campañas de promoción previstas y disponibilidad presupuestaria.

4. ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO, PERSONAL ADSCRITO Y MEDIOS TÉCNICOS

4.1 Organización del servicio

La empresa adjudicataria designara un interlocutor único responsable de la ejecución del contrato, que actuara con enlace permanente con el responsable designado por el Patronato Municipal de Turismo.

Dicho interlocutor deberá estar en posesión de la titulación universitaria de Licenciatura o Grado en Publicidad y Relaciones Publicas, o titulación equivalente, y acreditar una experiencia profesional mínima de **tres (3)** años en proyectos de comunicación turística, marketing de destinos o comunicación institucional vinculada al sector turístico.

Sera responsable de la coordinación general del servicio, planificación estratégica de las actuaciones , supervisión del equipo técnico y seguimiento del contrato.

Asimismo, remitirá la planificación de contenidos y asistirá a las reuniones de coordinación y seguimiento convocadas por el responsable del contrato.

4.2 Equipo técnico adscrito

Con el fin de garantizar la adecuada ejecución de los trabajos objeto del presente contrato, la empresa adjudicataria deberá adscribir a su ejecución un equipo técnico multidisciplinar con la cualificación y experiencia necesarios para el desarrollo de los servicios contratados.

Como mínimo, el equipo adscrito deberá estar integrado por los siguientes perfiles profesionales:

a) Perfil de dirección estratégica, comunicación y relaciones públicas.

Un/a profesional en posesión de alguna de las siguientes titulaciones universitarias:

- Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas.
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- Otras titulaciones universitarias oficiales del ámbito de la Publicidad, las Relaciones Públicas, la Comunicación, la Comunicación Corporativa o el Marketing, siempre que su plan de estudios y competencias acrediten una formación adecuada para las funciones asignadas.

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 11 de 19

Se admitirán las titulaciones universitarias oficiales anteriores a la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, así como los títulos oficiales de Grado y los títulos universitarios oficiales de Máster Universitario, siempre que se acredite su relación con las funciones del perfil y la titulación de acceso que corresponda. El Máster complementará la formación requerida, sin sustituir automáticamente la titulación de Grado o Licenciatura exigida.

El/la profesional será responsable de la dirección estratégica del servicio, la planificación de las actuaciones, la coordinación del equipo técnico y la interlocución con el Patronato Municipal de Turismo. Deberá acreditar una experiencia profesional mínima de **tres (3)** años en proyectos de comunicación turística, marketing de destinos o comunicación institucional vinculada al sector turístico.

b) Perfil de comunicación audiovisual y producción multimedia.

Un/a profesional en posesión de alguna de las siguientes titulaciones universitarias:

- Licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- Grado en Comunicación Audiovisual.
- Otras titulaciones universitarias oficiales del ámbito de la Comunicación Audiovisual, los Medios Audiovisuales, la Producción Audiovisual, el Cine o las disciplinas afines.

Se admitirán las titulaciones universitarias oficiales anteriores a la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, así como los títulos oficiales de Grado y, en su caso, los títulos universitarios oficiales de Máster Universitario, siempre que se acredite su relación con las funciones del perfil y la titulación de acceso que corresponda. El Máster complementará la formación requerida, sin sustituir automáticamente la titulación de Grado o Licenciatura exigida.

El/la profesional será responsable de la planificación y coordinación de la producción audiovisual, la grabación, la fotografía, la edición de vídeo y la generación de contenidos multimedia destinados a las campañas y canales de comunicación del Patronato.

c) Perfil de diseño gráfico, creatividad e identidad visual.

Un/a profesional en posesión de alguna de las siguientes titulaciones universitarias:

- Licenciatura en Bellas Artes.
- Grado en Bellas Artes.
- Grado en Diseño o en Diseño Gráfico.
- Otras titulaciones universitarias oficiales del ámbito del Diseño, las Artes Visuales, la Comunicación Visual o disciplinas afines, siempre que su plan de estudios y competencias acrediten formación adecuada en diseño gráfico, creatividad y desarrollo de identidad visual.

Se admitirán las titulaciones universitarias oficiales anteriores a la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, así como los títulos oficiales de Grado y, en su caso los títulos universitarios oficiales de Máster Universitario, siempre que se acredite su relación con las funciones del perfil y la titulación de acceso que corresponda. El Máster complementará la formación requerida, sin sustituir automáticamente la titulación de Grado o Licenciatura exigida.

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 12 de 19

El/la profesional será responsable de la dirección creativa, y la coordinación de la elaboración del diseño gráfico, la elaboración de materiales promocionales y el desarrollo y aplicación de la identidad visual de las campañas y contenidos multimedia.

Los citados perfiles deberán participar de forma efectiva en la ejecución del contrato y permanecer adscritos al mismo durante toda su vigencia, sin perjuicio de que puedan ser sustituidos por otros profesionales de cualificación igual o superior, previa comunicación y aprobación del responsable del contrato.

4.3 Acreditación

La empresa adjudicataria deberá acreditar la disponibilidad de dichos perfiles mediante la aportación de :

- Copia de titulación académica correspondiente o documentación acreditativa equivalente.
- Currículum vitae de cada profesional, donde conste su experiencia relacionada con el objeto del contrato.
- Las empresas licitadoras deberán acreditar la efectiva adscripción de los perfiles profesionales propuestos a la ejecución del contrato, mediante la documentación que resulte procedente.

La Administración podrá requerir, en cualquier momento durante la vigencia del contrato, la acreditación del mantenimiento de los medios personales adscritos al mismo.

5. REQUERIMIENTOS DE CALIDAD DEL SERVICIO

La prestación del servicio deberá desarrollarse conforme a criterios de la calidad técnica, coordinación, planificación y eficacia, garantizando la adecuada ejecución de la actuaciones previstas

Durante la vigencia del contrato la empresa adjudicataria deberá garantizar , entre otros aspectos :

- Coordinación permanente con el responsable del contrato.
- Cumplimiento de la planificación aprobada.
- Adaptación de las actuaciones a las necesidades del Patronato.
- Calidad técnica de los materiales entregados.
- Coherencia gráfica y comunicativa con la identidad visual del destino.
- Entrega de informes de seguimiento cuando proceda.
- Respeto y cumplimiento del nuevo manual de marca turística.
- Aplicación de criterios de accesibilidad digital en los contenidos cuando resulte técnicamente posible.

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 13 de 19

6. OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO

La empresa adjudicataria deberá:

- Ejecutar los trabajos conforme a las prescripciones técnicas del contrato.
- Mantener adscritos los medios personales comprometidos.
- Garantizar la confidencialidad de la información.
- Cumplir la normativa vigente en materia de propiedad intelectual, protección de datos y derechos de imagen.
- Ceder al Patronato Municipal de Turismo los derechos de explotación de los materiales generados conforme a lo previsto en el contrato.
- Entregar los archivos finales y, cuando proceda, los archivos editables necesarios para permitir al Patronato su reutilización durante y después de la vigencia del contrato.
- No utilizar la imagen, contenidos o materiales del Patronato con fines ajenos a la ejecución del contrato sin autorización previa.

7. MEMORIA TÉCNICA A PRESENTAR

Con el fin de facilitar la valoración de las ofertas, las empresas licitadoras deberán presentar una **Memoria Técnica** en la que se describa la propuesta para la prestación de los servicios objeto del contrato.

La memoria deberá reflejar la organización del servicio, el planteamiento técnico de las actuaciones y la metodología de trabajo propuesta para la ejecución de las prestaciones incluidas en el presente pliego.

La Memoria Técnica se estructurará conforme a los siguientes apartados:

D.1. Gestión de Redes Sociales y Comunicación Digital

La empresa licitadora desarrollará una propuesta metodológica que incluya, como mínimo:

- Estrategias de contenidos y lineas editoriales.
- Propuesta creativa y conceptual de ejemplos de contenido y formatos audiovisuales.
- Propuesta de producción audiovisual y cobertura de eventos
- Metodología para la prestación del servicio.
- Organización del equipo técnico adscrito al contrato.
- Calendario mensual de ejemplo.

Extensión máxima :15 paginas incluidos anexos, índices y portadas.

D.2 Campaña de Promoción Turística para FITUR

Las empresas licitadoras deberán presentar una propuesta técnica que incluya , como mínimo:

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 14 de 19

- **Resumen de los aspectos más relevantes de la propuesta,** incluyendo la explicación del **Concepto creativo y narrativa de la campaña** y su justificación en base a los objetivos de la campaña
- **Descripción de la propuesta**, indicando las acciones, soportes, formatos y piezas de comunicación que integraran la campaña.
- **Propuesta audiovisual, fotográfica y gráfica.**
- **Metodología** de trabajo a emplear
- **Planificación general** para el desarrollo y ejecución de la campaña**. Fases del proyecto y cronograma**

Extensión máxima :15 paginas incluidos anexos, índices y portadas.

D.3 Servicio de Posicionamiento de la Marca Turística y Planificación de Medios

Las empresas licitadoras deberán presentar una propuesta técnica que incluya, como mínimo, los siguientes apartados:

- **Propuesta de planificación de medios,** indicando los soportes y canales de comunicación propuestos, el ámbito territorial de las acciones, el volumen estimado de inserciones, impactos, impresiones o cualquier otro indicador que permita valorar el alcance de la propuesta.
- **Propuesta de acciones de posicionamiento de la marca turística**, describiendo las actuaciones que se plantean para reforzar la notoriedad y difusión de la marca, así como su adecuación a los objetos del contrato.
- **Calendario general de ejecución de las actuaciones**, indicando un ejemplo de calendario a 3 meses vista.

Extensión máxima : 15 paginas incluidos, anexos, índices y portadas..

D.4. Equipo técnico adscrito al contrato

La memoria técnica deberá identificar el equipo profesional que se adscribirá a la ejecución del contrato, indicando:

- Perfil profesional de cada integrante.
- Funciones asignadas y dedicación en cada uno de los tres grandes apartados del proyecto
- Experiencia relacionada con el objeto del contrato.
- Organización del equipo y sistema de coordinación.

D.5 Criterios Generales de presentación

La memoria técnica deberá presentarse de forma clara, ordenada y estructurada, facilitando la comprensión de la propuesta y permitiendo la adecuada valoración de los distintos apartados.

Las propuestas deberán fundamentarse en criterios de calidad, innovación, viabilidad técnica, creatividad y adecuación a los objetivos del Patronato Municipal de Turismo.

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 15 de 19

La inclusión de información ajena al objeto del contrato o de documentación reiterativa no sera objeto de valoración.

Las memorias técnicas deberán centrase en la metodología de trabajo y en la propuesta estratégica para la prestación del servicio, evitando el desarrollo de campañas cerradas o proyectos completamente ejecutados, ya que estos serán definidos conjuntamente con el Patronato Municipal de Turismo durante la ejecución del contrato.

8. DURACIÓN DEL CONTRATO

La duración inicial del contrato sera de dos años (2), contados desde la formalización del contrato o desde la fecha que se determine en el acuerdo de adjudicación.

El contrato podrá prorrogarse por 1 año siendo la duración máxima total del contrato de TRES (3) años.

Las prorrogas serán acordadas expresamente por el órgano de contratación , previo informe favorable de los servicios técnicos correspondientes .

9. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN.

El presupuesto máximo del contrato para los **dos años** de duración del mismo, asciende a la cantidad de **150.000,00 euros, IVA incluido,** correspondiendo a la base imponible un importe de 123.966,94 € y al IVA el importe de 26,033,06 € (21%), **a razón de 61.983,47 €/año, más 13.016,53 €/año en concepto de IVA.**

El presupuesto correspondiente a **la primera anualidad**, asciende a la cantidad de **75.000,00 euros, IVA incluido,** correspondiendo a la base imponible un importe de 61.983,47 euros y al IVA (21 %) un importe de 13.016,53 euros.

Para l**a segunda anualidad** de la duración inicial del contrato se prevé igualmente un gasto máximo de **75.000,00 euros, IVA incluido**, correspondiendo 61.983,47 euros a la base imponible y 13.016,53 euros al IVA (21 %).

El presupuesto anual se desglosa del siguiente modo:

COSTES	**DESCRIPCIÓN**	**2027**
DIRECTOS	Gastos de personal	22.843 €
	Gastos directos	29,243,95 €
	SUBTOTAL	52.086,95 €
Gastos generales de estructura (13%)		6.771,30 €
Beneficio empresarial (6%)		3.125,22 €
	TOTAL	61.983,47 €
	IVA (21%)	13.016,53 €
PRESUPUESTO BASE LICITACIÓN (PBL) ANUAL		**75.000,00 €**

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 16 de 19

A) Costes directos:
A.1) Gastos de personal: El adjudicatario deberá contratar por su cuenta, el personal preciso para atender el servicio objeto de contratación, cubriendo las contingencias comunes de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales del mismo, así como cualesquiera otros a que las disposiciones legales vigentes obliguen. Atendiendo a que los servicios destinados a la gestión y dinamización de las redes sociales, promoción turística, posicionamiento de marca y planificación de medios, vienen siendo gestionados generalmente por personas con perfiles profesionales variados pero con la misma categoría profesional dentro del mundo de la publicidad (ejemplos: community manager, director de arte, planificador/a estratégico y de medios, con conocimientos en redes sociales), se ha tomado como referencia para el cálculo de costes del personal que debe estar al frente del servicio la Resolución de 3 de febrero de 2016, de la Dirección General de Empleo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo del sector de empresas de publicidad (BOE núm. 35 de 10 de febrero de 2016), y la Resolución de 30 de julio de 2026, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Acuerdo parcial sobre las tablas salariales entre los años 2022 y 2025 y para el año 2026 del Convenio colectivo estatal para las empresas de publicidad.(BOE núm. 215, de 1 de septiembre de 2026).

Cálculo de costes salariales

PERFIL	HORAS/AÑO	COSTE /H	COSTE ANUAL
Director de Proyecto/ Responsable de Dirección Estratégica	251 h	26,00	6.526 €
Director de Arte	383 h	24,00	9.192 €
Community Manager	375 h	19,00	7.125 €
TOTAL	1.009 h		22.843 €

Por lo que respecta a los costes de personal se incluye el gasto de la Seguridad Social.

A.2) Otros costes directos por anualidad:

Incluye:

- Gastos de materiales fungibles
- Producción audiovisuales
- Producción gráfica y materiales fitur
- Producción de acciones promocionales
- Creadores/Influencers
- Social Ads
- Contratación y gestión de medios
- Desplazamientos y dietas
- Software/licencias/herramientas/otros

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 17 de 19

B) Costes indirectos:

B.1) Gastos generales de estructura
Se tendrá en cuenta en los gastos generales de estructura aquellos gastos de administración, seguros, etc., propios de la estructura empresarial que deriven de la ejecución del servicio. Para tal fin se aplicará un 13% anual sobre el coste de gastos directos.

B.2) Beneficio empresarial: se imputará un 6% anual sobre los costes directos en concepto de beneficio empresarial.

9.1.- El tipo de licitación sobre el que versarán las ofertas, susceptible de mejora a la baja, lo constituye el presupuesto máximo del contrato para el año de ejecución del mismo: 61.983,47 €, más 13.016,53 €, en concepto de IVA (21%).

10. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

A efectos de determinar la publicidad y el procedimiento de adjudicación, el valor estimado del contrato, calculado de conformidad con lo previsto en los artículos 101 y 101.2 de la LCSP, esto es teniendo en cuenta la duración inicial del contrato de dos años, la posibilidad de una prórroga por un periodo adicional de un año y la posible modificación prevista del contrato correspondiente al 20 %, asciende a la cantidad de 210.743,80 euros, IVA excluido.
Para su cálculo se ha tenido en cuenta la duración inicial del contrato de dos años, por importe de 123.966,94 euros, IVA excluido, así como una posible prórroga anual, por un importe 61.983,47,IVA excluido, y la posible modificación del contrato, correspondiente al 20 %, por importe de 24.793,39 euros, IVA excluido.
En consecuencia, el valor estimado total del contrato asciende a **210.743,80euros, IVA excluido.**

11. PROPIEDAD INTELECTUAL Y CONFIDENCIALIDAD

Todos los materiales gráficos, audiovisuales, fotografías, videos, diseños y campañas elaborados en ejecución del contrato pasaran a ser propiedad del Patronato Municipal del Turismo de Castellón.

La empresa adjudicataria deberá guardar absoluta confidencialidad respecto de la información y documentación a la que tenga acceso durante la ejecución del contrato.

Asimismo, deberá cumplir la normativa vigente en materia de protección de datos personales y propiedad intelectual.

Castelló de la Plana
(documento firmado electrónicamente al margen)

Cód. Validación: 6279WHCW2NC4A77KDX5CCTSGF
Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 18 de 19