



Junta de Andalucía

Consejería de Turismo, Cultura y Deporte

Empresa Pública para la Gestión del Turismo
y del Deporte de Andalucía S.A.

PLIEGOS DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A. PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA PRESENCIA DE LA MARCA ANDALUCÍA EN FESTIVALES DE MÚSICA EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA ANDALUZA, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA. LICITACIÓN ELECTRÓNICA (SIREC).

Expediente: C101-06PM-0224-0013

Título: CONTRATACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA PRESENCIA DE LA MARCA ANDALUCÍA EN FESTIVALES DE MÚSICA EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA ANDALUZA.

Código CPV: 79341000-6

1. OBJETO Y MEMORIA JUSTIFICATIVA.

El objeto del presente pliego es fijar las prescripciones técnicas para la contratación, por procedimiento abierto, de la prestación de servicios para la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante Turismo y Deporte de Andalucía) de planificación y gestión de la presencia de Andalucía en festivales musicales en el ámbito geográfico de la comunidad autónoma andaluza, durante el año 2024, para la promoción turística del destino a nivel nacional e internacional.

Este procedimiento se apoya en que muy pocas regiones del mundo tienen un patrimonio y una tradición musical tan rica como la de Andalucía. Tierra de encuentro de formas musicales procedentes de todo el mundo, esta Comunidad tiene desde el comienzo de su historia una personalidad musical propia e irrepetible, resultado de la fusión de los ritmos, melodías, ritos, danzas e instrumentos procedentes de los diversos pueblos que poblaron su territorio. Por ello, la música andaluza ha sido y es en la actualidad objeto de inspiración y el espejo en el que se mira la cultura musical no solo del territorio nacional, sino de todos aquellos más allá de nuestras fronteras.

Así pues, si hay un destino que pueda unir su marca al concepto música ese es Andalucía. En los últimos años, la región ha acogido una extraordinaria oferta musical localizada a lo largo y ancho de todo su territorio, constituyendo una motivación más para que el turista visite la Comunidad y para que tenga la oportunidad de recorrer y conocer Andalucía a la vez que disfruta de eventos y festivales que abarcan todos los géneros, desde la música clásica hasta el flamenco, pasando por el pop, el rock, el indie o el reggeaton entre otros.

Basado en el principio de que la cultura y el turismo pueden mover el mundo, y con el objetivo de posicionar Andalucía a la cabeza de la oferta turística-cultural-musical tanto en el territorio nacional como en el continente europeo, se hace necesario el diseño de un plan estratégico que refuerce su marca en un segmento cada vez más competitivo como es el cultural, y que consolide muchos de los eventos musicales que ya acoge anualmente la comunidad y que cuentan con un enorme respaldo de todo tipo de público.



Los festivales de música son plataformas excelentes para la promoción del destino ya que abarcan todo tipo de público, se trata pues de optimizar éstos, a través de distintas acciones, con el objetivo de generar notoriedad y difundir la imagen turística del destino a nivel nacional e internacional actuando como reclamo para incrementar la llegada de viajeros a lo largo de todo el año interesados en este producto cultural.

Precisamente el carácter no estacional de los festivales de música, aunque la mayoría de la oferta se concentre en la época estival; su presencia en todo el territorio andaluz y la apuesta de muchos de ellos por la igualdad, la integración y la sostenibilidad medioambiental, lo hacen un producto de gran potencial que contribuye, sin duda, a la singularidad del destino Andalucía.

Para hacer realidad este potencial se trata no solo de planificar la oferta de festivales de música haciéndolos atractivos al viajero, sino de aprovechar la celebración de éstos como plataformas para la emisión de mensajes destinados a dar a conocer la multitud de posibilidades que ofrecen estos eventos en cuanto oferta turística complementaria de calidad como hostelería, restauración, sol y playa, naturaleza, ocio o, incluso, actividades deportivas.

Por todo lo anterior, este tipo de eventos contribuyen sin duda a dinamizar la economía y el empleo de las pequeñas y medianas de empresas de Andalucía, favoreciendo el consumo en las sedes donde se celebran, ya que son capaces de movilizar a una gran cantidad de aficionados a la música que aprovechan su asistencia a los festivales para ejercer, al mismo tiempo, como turistas consumidores en el destino.

En definitiva, se trata de un producto con un extraordinario potencial que atrae a cada un mayor número de viajeros que, además de disfrutar de la música y de toda la oferta complementaria que les ofrece Andalucía, actúan como prescriptores del destino una vez que regresan a sus hogares.

2.- CONTENIDO.

2.1.- Ámbito y Público destinatario:

Los festivales de música se desarrollarán, con carácter general, en el ámbito de la comunidad autónoma de Andalucía.

El público objetivo destinatario será aquel que se determine para cada caso, según el contenido de la acción de comunicación que se vaya a realizar.

2.2.- Objetivos y mensajes:

Posicionar a Andalucía como líder en el segmento cultural-musical dentro del territorio nacional y de Europa, destacando su singularidad frente a otros destinos.

2.3.- Periodo de campaña:

Hasta el 31 de diciembre de 2024



3.-TRABAJOS A REALIZAR.

3.1.- Diseño de estrategia para la promoción de Andalucía como destino cultural-musical a través de festivales de música en el ámbito de la comunidad autónoma andaluza.

3.2.- Mediación con los diferentes promotores/organizadores de los festivales de música para el diseño de las acciones que se vayan a realizar en el marco de la estrategia aprobada.

3.3.- Seguimiento del cumplimiento de cada una de las contraprestaciones incluidas en los acuerdos establecidos por la empresa adjudicataria con los promotores/organizadores cada uno de los festivales de música.

3.4.- Distribución de los contenidos, materiales, piezas o adaptaciones necesarias para el cumplimiento de los acuerdos alcanzados por la empresa adjudicataria con los promotores/organizadores de los diferentes festivales de música. Turismo y Deporte de Andalucía facilitará los artes finales de las diferentes adaptaciones, si bien en lo referente a contenidos promocionales y acciones en redes sociales, será el promotor/organizador del evento el encargado de la elaboración con la supervisión de Turismo y Deporte de Andalucía.

3.5.- La empresa adjudicataria será la responsable de supervisar el buen uso de la marca Andalucía en todos los soportes utilizados por el promotor/organizador del evento. Antes de producir/publicar cualquier material/suporte/contenido en el que esté contemplada la presencia de la marca Andalucía deberá ser remitido por la empresa adjudicataria a Turismo y Deporte de Andalucía para su conformidad.

3.6.- Supervisión de la ejecución de las campañas publicitarias en caso de que estén incluidas en los acuerdos con los promotores/organizadores de los festivales de música. Dichas campañas deberán incluir en sus materiales la presencia de la marca Andalucía o contenidos para la promoción de ésta. Una vez finalizadas las mismas, la empresa adjudicataria deberá incluir un informe en el que se faciliten y analicen, incluyendo fuentes oficiales, los resultados de las campañas, contemplando soportes, fechas, audiencia y cobertura alcanzadas, así como las variables que determine en cada caso el responsable del contrato.

3.7.- La empresa adjudicataria deberá presentar, a la finalización de cada uno de los festivales de música, una memoria final en la que se incluya:

- Número de asistentes a cada uno de los festivales de música distinguiendo andaluces y españoles (por provincia) y extranjeros por país.
- Número de personas que han repetido su asistencia al festival un año después de su última edición distinguiendo andaluces y españoles (por provincia) y extranjeros por país (en aquellos festivales que han celebrado más de una edición).
- Número de asistentes a las acciones promocionales paralelas al festival de música en caso de que se realicen y cuenten con asistencia de público. Se debe distinguir entre andaluces y españoles (por provincia) y extranjeros por país.
- Número de cuentas alcanzadas en redes sociales en aquellas publicaciones con presencia de la marca Andalucía o mención al destino.
- Fotografías y/o vídeos de todas y cada una de las contraprestaciones en las que se contemple la inclusión de la marca Andalucía incluidas en el acuerdo.
- Impacto económico del evento en la sede en la que se celebra.
- Datos de empleo directo e indirecto generados por el evento.



4.- PARÁMETROS BÁSICOS DE PLANIFICACIÓN.

- Los festivales de música deberán celebrarse en el ámbito de la comunidad autónoma de Andalucía.
- Los festivales de música deberán incluir acciones publicitarias que promocionen Andalucía como destino turístico en el marco del festival en uno o varios de los siguientes soportes: prensa, radio, televisión, revistas, digital o exterior.
- Se tendrá en cuenta la capacidad del festival de música para dinamizar la economía de la región y de la sede en la que se celebra, así como su idoneidad para la creación de empleo directo e indirecto.
- Se valorarán especialmente aquellas activaciones paralelas al festival de música que contribuyan a la promoción turística de Andalucía.
- Se valorarán especialmente las medidas adoptadas por la organización del festival de música que contribuyan a la sostenibilidad medioambiental.
- Se valorarán especialmente las medidas adoptadas por el festival para favorecer la igualdad de género y la inclusividad.

5.- CONDICIONES GENERALES.

5.1.- Propuesta de planificación detallada de festivales de música que incluya nombre, fecha, lugar de celebración y aforo una vez analizada su rentabilidad con el objetivo de optimizar la inversión.

5.2.- Por cada festival de música incluido en la planificación, el adjudicatario deberá aportar un informe que contemple la siguiente información:

- Fecha y lugar/es de celebración
- En el caso de que se trate de la primera edición, previsión de asistencia y repercusión económica y de empleo
- Antecedentes del festival en caso de que no fuera la primera de edición, incluyendo información sobre el promotor/organizador, datos de asistencia, repercusión económica, de empleo, etc.
- Público objetivo al que va dirigido
- Previsión de cartel
- Qué aporta el festival a la promoción turística de Andalucía (objetivos)
- Contraprestaciones acordadas
- Propuesta de acciones publicitarias
- Propuesta de activaciones paralelas para la promoción del destino

Dichos informes deberán ser aportados en un plazo máximo de 5 días desde su solicitud (salvo que se hubiera ofertado otro plazo inferior).

La empresa adjudicataria deberá presentar la propuesta de planificación detallada, con especificación de su comisión que se establece en un 10%

Previo y durante la realización de los trabajos objeto de la presente contratación, el responsable del contrato podrá efectuar cuantas sugerencias y propuestas de modificación se consideren necesarias sobre la planificación propuesta de festivales de música cuando así lo requieran las necesidades para su buen funcionamiento.

5.3.- La empresa adjudicataria, en el caso de que algún festival de música efectuara cambios que afectase a su realización respecto a las condiciones acordadas en origen o ante cualquier otra incidencia debidamente justificada, deberán adaptar la planificación propuesta, previo informe y consulta a Turismo y Deporte de Andalucía.



De forma general, cualquier cambio en la planificación, debido a causas extraordinarias y ajenas a la empresa adjudicataria, deberá ser comunicado previamente a Turismo y Deporte de Andalucía, a la mayor brevedad posible, para la aprobación de la propuesta alternativa presentada por la misma.

La empresa adjudicataria se obliga a asumir el 100% de costes sobrevenidos no imputables a las partes.

5.4.- Dentro de las funciones de dirección, coordinación y seguimiento de los trabajos objeto del contrato, por parte del responsable del contrato se podrán hacer cuantas sugerencias y modificaciones se consideren necesarias para el mejor logro de los objetivos perseguidos, siempre dentro del límite máximo del presupuesto establecido y las condiciones fijadas en la oferta del adjudicatario.

5.5.- En relación con todas las campañas o acciones puntuales de comunicación para la promoción del destino Andalucía en el marco de los festivales de música en radio y televisión, la empresa adjudicataria deberá verificar que dichos soportes cuentan con la preceptiva autorización administrativa para prestar el servicio de comunicación audiovisual de que se trate.

5.6.- Las empresas adjudicatarias deberán mantener una total discreción y confidencialidad sobre la información relativa al contenido y desarrollo de los trabajos objeto el contrato, asumiendo las responsabilidades que se puedan derivar de su utilización sin autorización expresa de Turismo y Deporte de Andalucía.

5.7.- Las empresas adjudicatarias deberán mantener reuniones con la persona responsable del contrato con una periodicidad mínima mensual y, en todo caso, cuando así se requiera por dicha persona.

5.8.- Las empresas adjudicatarias deberán designar una persona Jefa/e de Equipo como interlocutor principal.

5.9.- La empresa adjudicataria aporta su propia dirección y gestión al contrato, siendo responsable de la organización del servicio, de la calidad técnica de los trabajos que desarrolle y de las prestaciones y servicios realizados. La empresa adjudicataria dispondrá, para la ejecución del contrato, de una estructura jerarquizada, que se hará responsable de impartir a sus trabajadores las correspondientes órdenes, criterios de realización del trabajo y directrices de cómo distribuirlo.

Los trabajos se realizarán en las oficinas del adjudicatario, salvo que excepcionalmente y por el tiempo mínimo imprescindible, fuera necesario realizar actuaciones puntuales en las dependencias de Turismo y Deporte de Andalucía por razón de consulta o utilización de material o documentación obrante en esta.

La empresa adjudicataria dispondrá de un local/oficina para la realización del trabajo.

Es responsabilidad de la empresa adjudicataria facilitar a sus trabajadores los medios materiales necesarios para llevar a cabo su trabajo. La empresa adjudicataria deberá concertar o acreditar que disponen de un seguro de responsabilidad civil que cubra todas sus posibles responsabilidades ante Turismo y Deporte de Andalucía derivadas de la ejecución del contrato.

Málaga, a 13 de marzo de 2024