

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR LA ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE ACTIVACIÓN DE LA MARCA TURÍSTICA 360º AMBROZ-CÁPARRA, POR PROCEDIMIENTO ABIERTO POR LOTES CON VARIOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN, ESTANDO FINANCIADA LA ACTUACIÓN POR EL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA, cofinanciado en un 80% por la Secretaría de Estado de Turismo y la Junta de Extremadura (Consejería de Cultura, Turismo y Deportes).

CONTENIDO DEL PLIEGO

1 ANTECEDENTES	2
2 OBJETO DEL CONTRATO	3
3 ÁMBITO DE ACTUACIÓN	4
4 ALCANCE DE LOS SERVICIOS.....	4
LOTE 1 ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL DEL DESTINO AMBROZ CÁPARRA.....	4
1 OBJETO DEL CONTRATO.....	4
2 CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS	6
3 ENTREGABLES Y EJECUCIÓN	15
LOTE 2 CREACIÓN DE MICROVÍDEOS Y SOCIAL VÍDEOS, CREACIÓN DEL BANCO DE IMÁGENES DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA	19
1 OBJETO DEL CONTRATO	19
2 CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS	19
3 ENTREGABLES Y EJECUCIÓN	35
LOTE 3 DESARROLLO, GESTIÓN Y MANTENIMIENTO DE UNA WEB DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO AMBROZ CÁPARRA Y LA OPTIMIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL	36
1 OBJETO DEL CONTRATO	36
2 CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS	36
3 ENTREGABLES Y EJECUCIÓN	52
ANEXO I. AUTORIZACIÓN CESIÓN DERECHOS DE IMAGEN	54



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA



Código de verificación : 3739a32cb9fbf887

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=3739a32cb9fbf887>

Firmado por: MARIA DEL CARMEN ALONSO MERINO
Cargo: Técnico Administración Empresas
Fecha: 25-11-2022 01:53:23

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES
Cargo: Jefe Servicio Ec. Admvo. Área Desarrollo y Turismo Sostenibl
Fecha: 25-11-2022 08:30:13

ANEXO II. SOLICITUD DE DOCUMENTACIÓN (planes de marketing turístico del destino, plan de sostenibilidad turística y mock up de la web) 57

1. ANTECEDENTES

La Diputación de Cáceres, a través del Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo, es la responsable de la ejecución del Plan de Sostenibilidad Turística en el Valle de Ambroz-Cáparra, en virtud del convenio interadministrativo suscrito entre la Secretaría de Estado de Turismo, la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes de la Junta de Extremadura y la Diputación de Cáceres publicado en el B.O.E de de fecha 12 de diciembre de 2020.

El plan persigue hacer de estas comarcas, un destino turístico inteligente y un referente del ecoturismo, la cultura y el bienestar en el medio rural en Extremadura, contemplando actuaciones de creación de equipamientos y servicios turísticos atractivos y rentables para diversificar la oferta turística y mejorar la experiencia del viajero en el destino al tiempo que integrar la sostenibilidad en el desarrollo turístico de la comarca a través de la innovación, el uso de la tecnología, la mejora de la accesibilidad y la capacidad de gobernanza del destino, con el fin de desestacionalizar la demanda turística y promover la mejora del posicionamiento de este destino turístico en los mercados y los principales canales de comercialización. Todo ello con el objetivo primordial de generar empleo para combatir la despoblación y afrontar el reto demográfico provincial.

Entre las actuaciones aprobadas en el marco del proyecto se prevén acciones encaminadas a crear la identidad turística del destino y a posicionarlo en los mercados turísticos a través herramientas y canales que atraigan turistas y visitantes al destino Ambroz-Cáparra, ente las que se encuentran:

EJES DE ACTUACIÓN	SUB-EJE	Acción	ACTUACIÓN
PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE	IDENTIDAD TURÍSTICA	2.3.2	Creación de un relato o "storytelling" del destino
MARKETING SOSTENIBLE	MARKETING DIGITAL	3.1.1	Creación, mantenimiento y mejora continua de una página web del destino Ambroz-Cáparra
		3.1.2	Gestión de los perfiles en redes sociales. Comunicación digital. (SMO)
		3.1.3	Campañas de promoción y publicidad segmentada en RRSS. (Acciones SMM y acciones SEM)



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA



MARKETING SOSTENIBLE	SOportes PROMOCIONALES	3.1.4	Creación de Micro Videos y Social Videos.
		3.3.1	Creación y mejora continua del banco de imágenes del destino
		3.3.2	Optimización y digitalización de folletos turísticos actualización mapa, turismo activo, cultural, bienestar, turismo familiar.

En julio de 2020 se presentaron los Planes de Marketing Turístico Sostenible de las comarcas Trasierra-Tierras de Granadilla y Valle del Ambroz y en diciembre de 2020 se aprobó para este destino turístico un Plan de Sostenibilidad Turística del Destino (en adelante PSTD) en el marco de los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos de la Secretaría de Estado de Turismo. El PSTD Ambroz-Cáparra entre otros aspectos, potencia el ecoturismo, la cultura y el bienestar en el medio rural en torno a tres elementos diferenciadores y vertebradores de este territorio: el agua, los caminos históricos y un mosaico de paisajes único.

A lo largo de 2022 se ha creado la marca y el relato de este destino turístico y definido la Estrategia de Marketing Turístico 360º, cuyos resultados serán la base para el desarrollo de los trabajos contenidos en el presente pliego de prescripciones técnicas. Esta estrategia define la marca del destino, su utilización, el relato turístico del destino, la estrategia de posicionamiento SEO y SEM, las redes sociales, los productos prioritarios a promocionar, los mercados a donde dirigirse, el público objetivo segmentado por estilos de vida y edades y la estrategia de promoción. Esta estrategia de promoción comprende la propuesta de desarrollo de una página web turística del destino, la creación y gestión de los perfiles en redes sociales y la promoción de las redes sociales Facebook, Instagram y Youtube, con un plan de promoción online y dos campañas publicitarias: una interna de apropiación de la marca y otra externa de posicionamiento del destino turístico. Además, y para ello también se necesita contar con unos soportes promocionales como un banco de imágenes, micro videos y social videos para redes sociales y otros soportes promocionales así como material audiovisual interactivo y la optimización y digitalización de material promocional existente.

Las actuaciones a desarrollar se enmarcan en el Plan de Sostenibilidad Turística en el Valle de Ambroz-Cáparra y están cofinanciadas en un 40% por la Secretaría de Estado de Turismo, un 40% por la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes de la Junta de Extremadura y un 20% por la Diputación de Cáceres.

Para obtener la versión completa del Plan de Marketing de las comarcas Ambroz y Trasierra-Tierras de Granadilla, del Plan de Sostenibilidad Turística Ambroz-Cáparra, de la Estrategia de comunicación 360º y del mock up de la web deberán remitir un correo electrónico a cmorenop@dip-caceres.es con copia a mcalonso@dip-caceres.es aceptando las condiciones reflejadas en el documento anexo II).

2. OBJETO DEL CONTRATO

3



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA



El objeto del presente contrato es el servicio de desarrollo, ejecución y gestión de la estrategia de marketing digital del destino Ambroz-Cáparra, comprendiendo la creación, gestión, mantenimiento y posicionamiento de su página web y redes sociales. Además de la generación de micro vídeos y social vídeos; creación y mejora de un banco de imágenes y la optimización y digitalización del material promocional existente.

El objeto del contrato está dividido en tres lotes y lo constituye la prestación de los servicios, en los términos recogidos en el presente documento de Pliego de Prescripciones Técnicas de:

- (1) Estrategia de marketing digital del destino Ambroz-Cáparra
- (2) Creación de microvídeos y socialvídeos; y creación y mejora del banco de imágenes
- (3) Desarrollo, gestión, mantenimiento, actualización de una web de promoción turística y la optimización y digitalización del material promocional existente.

3. ÁMBITO DE ACTUACIÓN

El trabajo se realizará en el ámbito territorial del PSTD Ambroz-Cáparra, que comprende las comarcas del Valle del Ambroz y la de Trasierra-Tierras de Granadilla con los siguientes 23 municipios:

Abadía, Ahigal, Aldeanueva del Camino, Baños de Montemayor, Cabezabellosa, Casas del Monte, Cerezo, Gargantilla, Guijo de Granadilla, Hervás, Jarilla, La Garganta, La Granja, Marchagaz, Moledas de Granadilla, Oliva de Plasencia, Palomero, La Pesga, Santa Cruz de Paniagua, Santibáñez el Bajo, Segura de Toro, Villar de Plasencia y Zarza de Granadilla.

4. ALCANCE DE LOS SERVICIOS

Las especificaciones técnicas del presente documento tienen para cada lote la consideración de mínimos en la prestación de los servicios, sin que ello suponga limitación para la realización de todas aquellas actividades que aún no previstas sean propias de la naturaleza del servicio. Además, formará parte del contrato el programa de trabajo y mejoras que le sean aprobadas a la empresa adjudicataria.

El presente contrato se divide en tres 3 lotes. A continuación, se describe el objeto y prescripciones técnicas de cada uno de ellos:

LOTE 1: ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

1. OBJETO DEL CONTRATO

Es objeto de este lote la creación y gestión de perfiles en redes sociales o de comunicación digital (SMO) como la planificación, desarrollo y ejecución de dos campañas de promoción y publicidad segmentada en RRSS (acciones SMM y acciones SEM) del destino Ambroz-Cáparra teniendo en cuenta siempre (tanto para las acciones SMO como para las SMM o SEM) las directrices, exigencias y/o necesidades que determine la estrategia de marketing digital y posicionamiento SEO del destino Ambroz-Cáparra.

4



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Firmado por: MARIA DEL CARMEN ALONSO MERINO

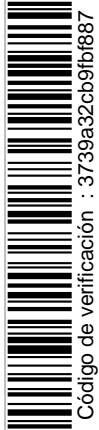
Cargo: Técnico Administración Empresas

Fecha: 25-11-2022 01:53:23

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Cargo: Jefe Servicio Ec. Admvo. Área Desarrollo y Turismo Sostenibl

Fecha: 25-11-2022 08:30:13



Estas acciones deben dotar al destino Ambroz- Cáparra de una óptima presencia digital, poniendo en valor sus recursos, experiencias, actividades, eventos, empresas y valores dirigidas al público objetivo, de manera que contribuyan a un aumento de visitas al territorio y a la redistribución de los flujos turísticos.

El target o público objetivo al que va a ir dirigida la estrategia será el definido en el Plan de Marketing turístico 360º Ambroz-Cáparra realizado en el marco del PSTD Ambroz Cáparra, sin perjuicio de que durante la fase de diagnóstico con el territorio o durante la ejecución de la misma se detecten otros nuevos y se amplíen/modifiquen los propuestos inicialmente.

La comunicación en redes estará basada en una estrategia de marketing de contenidos, con los principios de la metodología Inbound, aumentando y mejorando la comunidad mediante la creación de contenido valioso y experiencias hechas a la medida. Habrá de ser novedosa, participativa, y motivará al público a buscar más información sobre el destino, con el fin último de llevar tráfico a la web

Se proponen tres líneas editoriales para la comunicación, que han de conjugarse en el tiempo de duración de la estrategia:

- Promoción del destino Ambroz-Cáparra, sus recursos, experiencias turísticas y eventos.
- Sentido de pertenencia y sensibilización a la población del territorio.
- Desarrollo y sostenibilidad

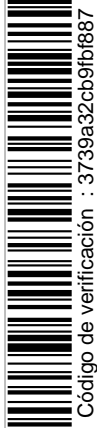
La generación de contenidos debe ser continua para mantener la presencia en las redes sociales, pero sin ser invasiva, evitando así la saturación de nuestro público objetivo.

La empresa adjudicataria en la fase de diagnóstico con el territorio podrá ampliar la creación y gestión de nuevas redes sociales si así se determinase conveniente.

Los contenidos de las publicaciones deben de estar segmentados por mercados objetivos y redes sociales, y que a título orientativo se indican los siguientes:

RED SOCIAL	PÚBLICOS OBJETIVOS	CONTENIDOS	TRIPO DE CONTENIDOS
FACEBOOK/ YOUTUBE	Eco Enthusiast/ Eco savvy (más de 20)	Información	Conocer cultivos tradicionales o cómo se trabaja en una granja; sentirse en armonía con la naturaleza, comer sano y hacer del viaje una experiencia sostenible, responsable

5





			<p>con el medio ambiente y enriquecedora.</p> <p>Eco-escapadas, Eco-turismo, Eco-tours, Un tiempo para aprender, Tips viajar sin transformar negativamente el destino, sostenibilidad humana, prácticas de turismo responsable con animales</p> <p>Tours con especial cuidado y respeto al entorno.</p>
INSTAGRAM	(18 A 55 Años) Health Enthusiast/ Therapy seeker	Inspiración	<p>Contenidos muy atractivos visualmente y más “experienciales” para un efecto WOW: Lugares, Comidas, Vivencias, Fauna y Flora</p>

2. CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

La empresa adjudicataria de este lote siempre bajo la supervisión, dirección y coordinación de la persona responsable del contrato deberá realizar:

2.1.-Diagnóstico de marketing digital del destino

Previo a la realización de los trabajos la adjudicataria, deberá hacer in situ sobre el terreno un diagnóstico-auditoría de la situación de partida con los agentes territoriales, con el objeto de conocer los perfiles, gestión y alcance de las redes sociales existentes en las dos comarcas (Trasierra-Tierras de Granadilla y Valle del Ambroz) tanto a nivel comarcal como individualmente de cada uno de los municipios que las integran. Tras esa fase de diagnóstico la adjudicataria deberá entregar **un informe de resultados** que debe servir para determinar y planificar la estrategia de marketing digital y promoción en redes sociales, que definirá con los agentes del territorio. La empresa deberá de entregar esa **estrategia de marketing digital** elaborada con el



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

territorio. Se trata de crear nuevos perfiles del destino intentando generar flujos entre todos ellos y sobre todo generar tráfico de nuevos usuarios desde las redes sociales ya existentes en el territorio a las nuevas redes sociales que se creen del destino y viceversa. Se pretende reforzar y unificar la promoción, potenciando eventos que ya existen en el territorio y promocionando recursos y eventos menos conocidos para redistribuir los flujos turísticos y desestacionalizar la demanda turística.

2.2- Cronograma con hitos y objetivos a desarrollar a lo largo del año,

Este cronograma debe definir las fechas en las que se van llevar a cabo cada una de las acciones de la estrategia de marketing digital consensuada con el territorio para el 2023 y la propuesta de acciones para el primer semestre de 2024.

Tras la realización de los talleres de trabajo con los agentes del territorio en la primera fase o de auditoría, se tendrán que definir las fechas e hitos de trabajo de esa estrategia de marketing digital siempre con la supervisión y visto bueno del personal responsable de la ejecución de los trabajos de la Diputación de Cáceres.

2.3-Campaña apropiación de la marca: “Somos más”

En una primera fase, la empresa deberá hacer una campaña de concienciación, sensibilización y divulgación en el territorio Ambroz-Cáparra, para dar a conocer el destino, la marca, el manifiesto, el logo y la narrativa de la marca. Para ello la adjudicataria deberá llevar a cabo:

- **Rueda de prensa local** para la presentación de la marca y destino a la que se invitará a la prensa regional y fundamentalmente a los actores del territorio. Para esta rueda de prensa la adjudicataria deberá elaborar un dossier de prensa de la campaña así como suministrar los materiales promocionales para la misma, deberá gestionar la convocatoria a los medios oportunos y a los participantes, gestionar y poner a disposición las instalaciones y medios necesarios para su desarrollo y contendrá un coffe break con un presupuesto mínimo 500 euros impuestos incluidos.
- Creación de **6 microvídeos-videos formativos-promocionales** de apropiación de la marca, la promoción digital irá dirigida a empresarios y agentes del territorio, de no más de 2 minutos. Estos videos tienen que mostrar de manera muy visual tipo infografías la pertenencia al destino a través de la apropiación de la marca. (Valores, atributos, story telling, la identidad de marca, el uso e implementación de los logotipos en la comunicación corporativa).
- **Desarrollo de acciones formativas**, dirigidas a los agentes del territorio implicados en la promoción turística para crear el sentimiento de pertenencia al destino, la estrategia digital y obtener mejores resultados. Agentes del territorio como centros de Interpretación, Oficinas de Turismo, Ayuntamientos, empresas, deberían usar los mismos mecanismos en beneficio global del destino.

7



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

La formación versará sobre al destino turístico Ambroz-Cáparra (valores, atributos, story telling) , la identidad de marca, el uso e implementación de los logotipos en la comunicación corporativa, la utilización de las RRSS como herramienta de promoción turística. Se trataría de facilitar la información más relevante que todos los agentes deberían de conocer, para hacer su labor de promoción en redes sociales. La adjudicataria realizará la propuesta formativa al inicio de los trabajos. Junto a esta formación se debe elaborar **Documento de la formación para su consulta.**

- **Envío de paquetes de bienvenida a las empresas y entidades del territorio, participantes en la formación.** La empresa adjudicataria hará llegar la nueva marca directamente a los establecimientos e instituciones turísticas a través del envío de un **paquete de bienvenida**, que contenga la información relevante para posicionar la marca. La elaboración, suministro y el envío de este material será desarrollada por la empresa adjudicataria de la contratación previa supervisión y visto bueno por parte del personal encargado de los trabajos de la Diputación de Cáceres.
 - ✓ **Tríptico de presentación de la marca.** Elaboración e impresión de al menos 100 trípticos de tamaño A4 (papel ecológico/reciclado de aproximadamente 135-150g, estucado mate). Este tríptico recogerá el resumen de la marca, los atributos del destino y el storytelling.
 - ✓ **Manual de identidad visual corporativa de la marca** más logotipos en diferentes formatos para que las empresas, los museos, centros de interpretación y oficinas de turismo puedan implementar en sus comunicaciones con el exterior. (webs, correos, material promocional.) Se entregará en formato digital a las empresas.
 - ✓ **Cuadro ilustrado con la narrativa de la marca.** Diseño e impresión de 60 cuadros ilustrados en tamaño 40*30 cm en forex o similar de 5mm plastificado mate). Se trata de un material promocional para hacer destino, que la adjudicataria deberá diseñar e imprimir, para su exhibición en museos centros de interpretación y establecimientos. La empresa lo enviará a instituciones y empresas que participen en la formación.
 - ✓ **Adhesivos de la marca de Ambroz-Cáparra** la empresa adjudicataria de la contratación se encargará de elaborar, imprimir y enviar una tirada de 1.000 pegatinas coche interior y exterior, troqueladas. 2 modelos de 12*12cm. Cuatricomía. Del destino Ambroz-Cáparra y Ambroz-Cáparra descanso activo.

2.4 -Gestión de perfiles en redes sociales

Gestión de perfiles de redes sociales. La empresa adjudicataria de la contratación creará y gestionará los perfiles sociales de Facebook e Instagram del destino Ambroz Cáparra, conjuntamente y en coordinación con el destino Ambroz Cáparra, acorde a los resultados del diagnóstico y la

8



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Firmado por: MARIA DEL CARMEN ALONSO MERINO

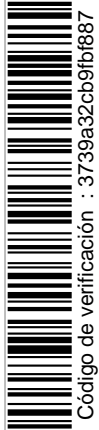
Cargo: Técnico Administración Empresas

Fecha: 25-11-2022 01:53:23

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Cargo: Jefe Servicio Ec. Admvo. Área Desarrollo y Turismo Sostenibl

Fecha: 25-11-2022 08:30:13



estrategia de marketing digital elaborada con el territorio o cualquiera otro que se cree a requerimiento de la Diputación de Cáceres.

La empresa adjudicataria deberá crear un **plan de promoción o calendario de publicaciones** en redes sociales donde aparezcan calendarizadas las publicaciones en las redes sociales, las temáticas a lo largo del año haciendo especial atención en la promoción de los eventos más destacados que se decidan en la estrategia de marketing digital elaborada con el territorio. La adjudicataria deberá coordinar y estar en comunicación directa con las empresas e instituciones organizadoras de los eventos para conocer el programa de actividades y planificar la coordinación de la promoción con ellos. Por ello deberá incluir un **plan de promoción específica del calendario de eventos que se decida promocionar**. Este documento se deberá entregar y ser aprobado por el personal responsable del contrato de la Diputación de Cáceres 20 días antes del desarrollo de la promoción del primer evento.

Será imprescindible llevar a cabo una estrategia diferenciada para cada una de las redes sociales, atendiendo al perfil de usuarios, contexto y peculiaridades de cada una de ellas. Se realizará un mínimo de **3 publicaciones semanales** propias en cada red social anteriormente mencionada (vídeos, reportajes y/o fotos y contenido) independientemente de los posts que se puedan compartir de otras páginas de interés del destino y para el destino. Desde el inicio de la gestión de las redes sociales y hasta la salida a público de la página web la empresa realizará un mínimo de **3 publicaciones semanales** pasando a un mínimo de **5** a partir de la publicación de la web.

Se publicarán también un mínimo de **3 stories** semanales en Facebook e Instagram en la primera fase y **5 a partir de la salida a público de la página web**. La empresa adjudicataria deberá buscar la interacción con los seguidores. Deberá conseguir la interacción, como mínimo, en el 20% de las publicaciones.

Aunque la ejecución de los trabajos finaliza el día 30 de noviembre de 2023, la empresa deberá haber creado y programado los posts de cada una de las redes sociales relativos al mes de diciembre de 2023, para finalizar la programación con el año entero.

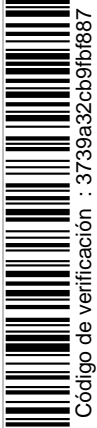
Generación de contenidos. Se generarán contenidos originales para las publicaciones a partir de los recursos, experiencias, eventos y valores del territorio. Se tendrá en cuenta la sostenibilidad, la inteligencia turística y la orientación de las acciones a incentivar las visitas al territorio y el consumo de experiencias turísticas. Algunas de las temáticas que pueden inspirar las publicaciones son:

- Cultura, patrimonio, yacimientos romanos y de la Vía de la Plata, judería, patrimonio medieval, leyendas, personajes históricos y literarios, la artesanía, la arquitectura industrial y el folklore popular, leyendas de San Pedro de Alcántara Santa Cruz de Paniagua.

9



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA



- Eventos del territorio destacados. (Otoño Mágico, Festival de Mérida en Cáparra, Los Conversos, Primavera Viva, Titirimundi, Termarium, y demás que se detecten de la estrategia de marketing digital elaborada con el territorio).
- Gastronomía, paisajes gastronómicos de la manzanilla cacereña, el pimentón, los frutales, así como de la dehesa y los ganados de cerdo, vaca, cabra.
- Naturaleza en diferentes momentos del día y estaciones del año. Bosques de castaños y espacios naturales relacionados con el agua, ríos, cascadas y embalses. Dehesa y bosque mediterráneo, uso sostenible de los recursos, aves acuáticas y forestales.
- Momentos emblemáticos (atardeceres, niebla, lluvia de estrellas, lunas de sangre, eclipse, sonidos, nieve, olivos y cerezos en flor ...)
- Recursos y eventos destacados relacionados con el termalismo, actividades de relajación y la cultura del bienestar.
- Curiosidades y aspectos menos destacados sobre Ambroz-Cáparra, que lleven a la sección de la web de "Ambroz Cáparra-desconocido"
- Consejos y noticias sobre sostenibilidad, accesibilidad y desarrollo sostenible.

Trabajo de campo. La empresa deberá visitar el territorio al menos en 10 ocasiones (una por mes) durante la ejecución del contrato con la finalidad de adquirir conocimiento, conseguir sus propias fuentes de información, crear material y generar contenidos originales. No se entiende el desarrollo de esta estrategia sin el contacto directo y el conocimiento en primera persona de los recursos, experiencias, tejido empresarial y relación con el resto de agentes del territorio, que proporcionarán la visión necesaria para el desarrollo correcto de los trabajos. Estas visitas se justificarán con la **emisión de un vídeo en directo** (reel) en las redes sociales Facebook e Instagram, la entrega del material audiovisual original generado en cada una de ellas, que además de utilizarse para publicaciones y demás acciones de la estrategia, será entregado a Diputación de Cáceres para su propiedad y uso con fines promocionales. Por cada una de las visitas mensuales se entregarán un mínimo de **10 fotos promocionales** y **1 microvídeo** de 59 segundos de recursos, experiencias o valores turísticos del territorio.

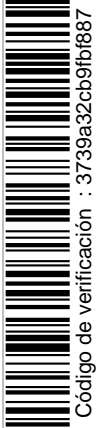
Alertas de contenido y búsqueda de prescriptores. Deberán establecerse alertas para identificar en los medios sociales contenidos de interés para el destino, que deberán ser dinamizados, así como identificar prescriptores, y perfiles de interés e interactuar con ellos.

Sistema de alertas para identificar en los medios sociales de los agentes territoriales (grupo de acción locales y oficinas de turismo) con contenidos de interés para el destino, que deberán ser dinamizados.

10



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA



Código de verificación : 3739a32cb9fbf887

Atención de consultas de información. En el transcurso de los trabajos se deberá interactuar con las comunidades, responder a los usuarios, agradecer su interacción, resolver sus dudas...

Creación de una cuenta de Gmail en google, dar de alta y gestionar el canal de Youtube del destino Ambroz Cáparra. La empresa adjudicataria de la contratación deberá calendarizar los post que lleven a youtube y mantener actualizado con los materiales audiovisuales que se vayan generando y mejorando el SEO del mismo.

Creación de nuevos perfiles del destino Ambroz Cáparra en plataformas de contenidos turísticos y agregadores como (Tripadvisor, Minube etc.). Incluir, en al menos dos plataformas. La información debe incluir la descripción del destino, sus principales recursos y la oferta turística del territorio, implicando y sensibilizando a las empresas del territorio en la importancia de su presencia digital en estas plataformas, estos contenidos deberán ser supervisados previamente por el equipo técnico de la Diputación de Cáceres.

Promoción del Calendario de eventos destacados en redes sociales

La empresa deberá realizar la promoción del calendario de eventos que se decida con el territorio, de al menos 10 de los eventos más destacados del territorio. Para la promoción de los eventos estratégicos decididos por el destino y el personal técnico de Diputación de Cáceres, se llevará a cabo un plan de promoción en RRSS.

Este calendario debe de recoger, en la primera fase de los trabajos, de manera coordinada con los organizadores de los eventos las fechas de inicio de la promoción, número de post a realizar, cuándo y dónde realizar la visita al evento. Estas publicaciones deberán dar visibilidad y mostrar las actividades que se pueden realizar en vivo, incentivar la participación en las distintas actividades, complementar con información del destino y de la oferta turística y experiencial del territorio, de manera que el turista se plantee la visita y prolongar la estancia en el territorio y si se han agotado las plazas de las actividades del evento, proporcionar otras opciones de viaje.

La empresa adjudicataria deberá estar presente en al menos una actividad de cada uno de esos eventos para obtener material original y realizar publicaciones en tiempo real. Para el resto de actividades de los eventos se realizarán publicaciones en tiempo real, con el material que pueda proporcionar la organización del evento de manera coordinada. Deberá realizar estas acciones:

- El plan de promoción desarrollado conllevará la publicación de post antes, durante y después del evento, de manera global. La empresa deberá realizar publicaciones de las actividades con anterioridad al evento, durante el evento mediante la publicación de post con material de producción propia de la visita y con el material que proporcione el organizador para dar más publicidad al evento. Tras la celebración de cada evento la adjudicataria tendrá que realizar como mínimo una publicación resumen, por fin de semana si el evento es de varios fines de semana o del total del evento si es de un solo fin de semana.

||



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Esta publicación deberá contener las imágenes y videos publicados durante la celebración del mismo.

- La empresa deberá Identificar e interactuar con los posibles prescriptores, atendiendo consultas informativas o derivando a la empresa organizadora aquellas que fueran necesarias.
- La empresa entregará todas las **fotografías y vídeos** de creación propia publicados durante cada uno de los eventos a Diputación de Cáceres.

2.5-Campaña de promoción de la marca: “Ambroz Cáparra Descanso Activo”

Elaboración de creatividades gráficas, y un vídeo publicitario para la campaña de promoción de la marca. Estas creatividades tienen que estar basadas en el story telling y la imagen de marca ya desarrolladas en el Plan de Marketing 360º elaborado para el PST Ambroz-Cáparra y aprobadas por el territorio.

- Se diseñarán un mínimo de **7 creatividades gráficas** a partir de imágenes originales atendiendo a los 7 productos detectados y a los segmentos de mercado prioritarios identificados en el plan de marketing. Se deberán adaptar los claims de la marca creada dirigido a los distintos segmentos prioritarios. Será necesaria también la adaptación gráfica de estos claims (tipografía, colores, estilo...). Además, y de manera adicional, la empresa deberá poder adaptar estas creatividades a eventos, presentaciones y jornadas que se puedan realizar para el Plan de Sostenibilidad de la Diputación de Cáceres, durante el periodo de ejecución de este lote.
- Se diseñará un **vídeo promocional “manifiesto de la marca”, de al menos 1 minuto** que refleje los valores, los recursos del territorio, los productos turísticos, las experiencias y eventos destacados. El vídeo debe de transmitir las características diferenciadoras y atrayentes de los recursos turísticos, aquellas que muestran la autenticidad del destino turístico. El objeto de estas creatividades es su utilización en las campañas de publicidad online y redes sociales y diversas campañas que más abajo se desgranar. Estas creatividades deberán ser supervisadas y dadas el visto bueno por el equipo técnico de la Diputación de Cáceres.

Elaboración de un plan de medios en dos fases. Uno para su activación hasta finales de 2023 y otro para ejecutar en los siguientes 12 meses (Todo el año 2024). El documento recogerá los objetivos de la estrategia, las claves de la planificación estratégica, los canales a utilizar, el público objetivo al que irá dirigida, el desglose presupuestario y el calendario previsto de las acciones, para conseguir los objetivos, además de cualquier otro aspecto que la empresa considere relevante. Todo ello teniendo en cuenta las festividades y puentes de los mercados emisores más cercanos, nuestro público objetivo. Este plan incluirá obligatoriamente un plan de contenidos con las palabras claves y hastags

12



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

definidos en la estrategia de Marketing Digital 360º, facilitado por el PST Ambroz-Cáparra y la Diputación de Cáceres y un calendario de publicaciones en redes sociales. Deberá ser aprobado por los responsables del proyecto en la primera reunión de coordinación celebrada.

Campaña de publicidad de pago en redes sociales y buscadores. La empresa adjudicataria destinará un mínimo de 5.000 euros para acciones de posicionamiento SEM en buscadores y campañas de pago en Redes Sociales para mejorar el posicionamiento del destino, promocionar sus recursos y oferta turística, aumentar la comunidad y el engagement o participación y llevar tráfico a la web de promoción del destino Ambroz Cáparra. La estrategia y distribución de la inversión entre RRSS y buscadores será dinámica, atendiendo a los objetivos marcados y resultados que se vayan obteniendo y las necesidades marcadas por la propia evolución de los resultados de las campañas de pago. De esta cantidad, se propone que un mínimo de 1000 euros se destinará a posicionamiento en buscadores y un mínimo de 1.000 euros se destinará a la publicidad de los eventos del territorio para el mercado nacional e internacional. Estos eventos se deben definir en el plan de marketing digital que se elaborará con el territorio previo a la realización de las actuaciones. La empresa, acompañará y realizará seguimiento de la estrategia a desarrollar en cuanto a las características de la audiencia a la que dirigirse (localización, edad, género, idioma, intereses y comportamientos), durante cuánto tiempo y los recursos gráficos y mensaje con el que impactar al segmento sobre al que se pretende conseguir el objetivo. Esta acción irá acompañada de la presentación y análisis de los resultados de las campañas. Se elaborará y entregará a los técnicos de la Diputación de Cáceres el informe analizando con detalle el impacto cualitativo y cuantitativo.

2.6- Concurso promocionales con gamificación online-campaña en RRSS destinada a la obtención de más contactos o leads. Se realizarán al menos dos concursos durante un periodo determinado que, a través de la originalidad incentive a la participación y proyecte una imagen positiva del destino. Se determinará y justificará los momentos más adecuado para esta acción. La empresa destinará una cantidad mínima de 400 euros (impuestos incluidos) para los dos premios de esta campaña, que deberá ser original y alineado con los valores del territorio. El premio de un concurso puede ser la adquisición de un bono de un alojamiento más una experiencia para dos personas en el destino y el del otro concurso la adquisición de un lote de productos gastronómicos de Ambroz-Cáparra. Se facilitará el contacto de los participantes y se visibilizará el premio y las personas premiadas en RR.SS. Se especificará este punto en las bases de la campaña, así como el consentimiento del uso de sus datos de carácter personal para fines comerciales, los cuales deberán ser autorizados por los participantes. De este concurso se extraerá la base de datos de interesados que se podrá usar para la campaña de E- mail marketing.

2.7- Campaña Influencers. Se realizará una campaña para el mercado nacional con al menos dos personas influencers de reconocido prestigio que hayan estado o conozcan el territorio poniendo en valor en sus perfiles de redes sociales/blogs los recursos del destino Ambroz-Cáparra. La campaña se deberá planificar con un presupuesto estimado de 2000 €. La adjudicataria deberá proponer dos influencers de entre un abanico de posibilidades y finalmente el destino y el personal de Diputación de Cáceres validará la propuesta.

13



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Firmado por: MARIA DEL CARMEN ALONSO MERINO

Cargo: Técnico Administración Empresas

Fecha: 25-11-2022 01:53:23

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Cargo: Jefe Servicio Ec. Admvo. Área Desarrollo y Turismo Sostenibl

Fecha: 25-11-2022 08:30:13



Código de verificación : 3739a32cb9fbf887

2.8- Publicaciones publrreportajes en prensa especializada.

La empresa adjudicataria buscará y propondrá al menos dos medios digitales relacionados con el ecoturismo, el turismo de naturaleza o el turismo de bienestar o la cultura para hacer al menos dos publrreportajes del destino Ambroz-Cáparra, con el objetivo de dar a conocer el destino , sus atributos, recursos, experiencias y eventos y posicionar el destino en el mercado nacional. El personal de Diputación de Cáceres validará la propuesta de medios y supervisará y dará el visto bueno de los contenidos de las publicaciones.

2.9- Newsletter y campaña de e-mail marketing

Creación y diseño de al menos 6 newsletters para ser enviadas a lo largo del año 2023. La empresa adjudicataria deberá unificar las bases de datos facilitadas por la Diputación de Cáceres, las obtenidas de las suscripciones a la web y las obtenidas de los concursos en redes sociales. Se realizará una campaña de e-mail marketing para hacer llegar estas newsletters a los usuarios de las bases de datos unificadas.

Las newsletters creadas por la adjudicataria deberán ser supervisadas y aprobadas por el personal técnico encargado de la ejecución del contrato de la Diputación de Cáceres, antes de realizar la campaña de e-mail marketing.

2.10 -Estadísticas de todas las actuaciones.

La empresa deberá llevar un control mensual y final de los resultados de las acciones llevadas a cabo a través de la generación de informes estadísticos que ayuden al equipo de la Diputación de Cáceres a conocer el alcance de las actuaciones.

Deberá proporcionar estadísticas de las campañas de pago:

- La campaña de publicidad de pago: “*Ambroz Cáparra descanso activo*”
- Concurso en redes sociales
- Campaña Instagramers
- Estadísticas de datos mensuales.

Deberá proporcionar estadísticas de las publicaciones en RRSS.

- Número de publicaciones en redes sociales
- Estadísticas de número de seguidores en cada una de las redes sociales
- Estadísticas de datos mensuales

Deberá proporcionar las estadísticas del número de visitas en los reportajes.



Deberá incluir las estadísticas de la base de datos creada para la campaña de E-mail marketing.

Informe de evaluación final de la estrategia en la que arroje los resultados de la Estrategia. Este informe analizará las estadísticas pormenorizadamente con los contenidos los cuales nos harán saber qué interesa del destino, momentos del día, días de mayor actividad y tipos de publicaciones con mayor repercusión.

2.11- Informe avance de la estrategia de marketing digital para 2024. Con la evaluación de los resultados obtenidos en la campaña de 2023, la empresa adjudicataria deberá hacer un informe que recoja el mínimo de contenidos que debiera tener la estrategia de marketing digital para el 2024. Tratando de corregir desviaciones posibles del plan de publicidad digital para 2024, formulado al principio del año.

Con esta estrategia de marketing digital se debe de generar un mínimo de comunidad de 5.000 seguidores en las redes sociales a lo largo del 2023.

3. ENTREGABLES Y PLAZO DE EJECUCIÓN

Entregables

La empresa adjudicataria de los trabajos tendrá que reportar a la Diputación de Cáceres los siguientes entregables:

- ✓ Informe- diagnóstico de situación.
- ✓ Estrategia Marketing digital del territorio con el cronograma de acciones de promoción de Marketing Digital
- ✓ Creatividades campaña "Juntos somos más" 6 Videos formativos-promocionales
- ✓ Dossier de prensa de la campaña.
- ✓ Paquete de bienvenida: Materiales promocionales y reporte del envío de los mismos.
- ✓ Jornadas formativas. Base de datos de asistentes a las jornadas formativas.
- ✓ Guía Resumen jornadas formativas en formato word y pdf.
- ✓ Plan de promoción en redes sociales y eventos.
- ✓ Material audiovisual generado de los trabajos de campo y asistencia a eventos.
- ✓ Relación de todos los post generados a lo largo del año
- ✓ Creatividades campaña "Ambroz-Cáparra Descanso Activo", en formato .jpg o .gif y el vídeo en formato .mov / MP4

15



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

- ✓ Plan de medios digital calendarizado para la campaña “Ambroz-Cáparra Descanso Activo”: 1ª fase 2023 y segunda fase 2024.
- ✓ Campaña de publicidad en medios digitales “Ambroz-Cáparra Descanso Activo”.
- ✓ Informe mensual de resultados de RRSS (estadísticas).
- ✓ Informe completo de cada una de las campañas, incluyendo los resultados de la misma y el CTR.
- ✓ Justificación de la inversión mínima realizada en las campañas de pago en RRSS y buscadores.
- ✓ Bases de los concursos e informes completos de los resultados de la promoción online y los contactos conseguidos en formato hoja de cálculo o similar válido para campañas de email marketing. Estos contactos solamente podrán ser usados por Diputación de Cáceres.
- ✓ Justificación del gasto mínimo (en los premios de los concursos promocionales online (400 euros)
- ✓ Informe completo de la campaña de influencers.
- ✓ Clipping de prensa, en el que aparezcan los reportajes en los diferentes medios digitales.
- ✓ Informe campaña promoción de pago del evento. Elaboración y entrega del informe final con su análisis pormenorizado de las estadísticas.
- ✓ Newsletters.
- ✓ Informe resultados de la campaña de E-mail marketing
- ✓ Informe avance de la estrategia de marketing digital 2024.
- ✓ Informe de evaluación final de la estrategia en la que arroje los resultados de la Estrategia. Este informe incluirá:
 - a) Informe y recopilación de todas las publicaciones realizadas.
 - b) Informe de las campañas de pago y su justificación.
 - c) Informe analizando las estadísticas con su análisis pormenorizado con los contenidos que nos harán saber qué interesa del destino, posicionamiento. Saber momentos del día y días de mayor actividad y tipos de publicaciones con mayor repercusión.

Los entregables, exigidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas, se presentarán en formato digital a los Técnicos del Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo de la Excm. Diputación de Cáceres, encargados de la ejecución y supervisión del contrato y se repetirán cuantas veces sea necesarios

16



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Firmado por: MARIA DEL CARMEN ALONSO MERINO

Cargo: Técnico Administración Empresas

Fecha: 25-11-2022 01:53:23

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Cargo: Jefe Servicio Ec. Admvo. Área Desarrollo y Turismo Sostenibl

Fecha: 25-11-2022 08:30:13



hasta obtener los resultados adecuados. Una vez aceptados y validados todos los contenidos que se ajustan al presente pliego, se entregará todo el contenido generado durante la campaña en un disco duro externo.

Plazo de ejecución de los trabajos

La prestación del contrato, deberá realizarse en el plazo de 11 meses desde la formalización del contrato, estando prevista su finalización el 30 de noviembre de 2023.

Respecto a la ejecución de los trabajos se establecen los siguientes hitos:

Fase	Fecha
<p>1ª FASE</p> <p>Informe- diagnóstico de situación.</p> <p>Estrategia Marketing digital del territorio con el cronograma de acciones de promoción de Marketing Digital</p> <p>Creatividades campaña “Juntos somos más” 6 Videos formativos-promocionales.</p> <p>Dossier de prensa de la campaña</p> <p>Paquete de bienvenida: Materiales promocionales y reporte del envío de los mismos.</p> <p>Jornadas formativas. Base de datos de asistentes a las jornadas formativas. Resumen jornadas formativas en formato word y pdf.</p> <p>Plan de promoción en redes sociales y eventos.</p> <p>Material audiovisual generado de todos los trabajos de campo</p> <p>Relación de todos los post generados.</p> <p>Creatividades campaña “Ambroz Cáparra Descanso Activo”, en formato .jpg o .gif y el vídeo en formato .mov / MP4</p>	4º mes
<p>2ªFASE</p> <p>Plan de medios digital calendarizado para la campaña “Ambroz Cáparra Descanso Activo”</p> <p>Informe mensual de resultados de RRSS (estadísticas).</p>	9º mes

17



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Firmado por: MARIA DEL CARMEN ALONSO MERINO

Cargo: Técnico Administración Empresas

Fecha: 25-11-2022 01:53:23

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Cargo: Jefe Servicio Ec. Admvo. Área Desarrollo y Turismo Sostenibl

Fecha: 25-11-2022 08:30:13





Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=3739a32cb9fbf887>

<p>Campaña de Publicidad de pago. Justificación de la inversión mínima realizada en las campañas de pago en RRSS y buscadores.</p> <p>Concursos RRSS. Bases del concurso e Informe de resultados. Contactos conseguidos en formato hoja de cálculo. Justificación del gasto mínimo (en el premio del concurso promocional online (400 euros)</p> <p>Material audiovisual generado de todos los trabajos de campo</p> <p>Relación de todos los post generados.</p> <p>Clipping de prensa, en el que aparezcan los reportajes en los diferentes medios digitales.</p>	
<p>3ª FASE</p> <p>Informe completo de cada una de las campañas, incluyendo los resultados de la misma y el CTR.</p> <p>Informe completo de las campañas de influencers.</p> <p>Informe campaña promoción de pago de los eventos seleccionados. Elaboración y entrega del informe final con su análisis pormenorizado de las estadísticas.</p> <p>NewsLetters</p> <p>Informe resultados de la campaña de E-mail marketing</p> <p>Material audiovisual generado de todos los trabajos de campo</p> <p>Relación de todos los post generados.</p> <p>Informe de evaluación final de la estrategia en la que arroje los resultados de la Estrategia. Este informe incluirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Informe y recopilación de todas las publicaciones realizadas. -Informe de las campañas de pago y su justificación. -Informe analizando las estadísticas con su análisis pormenorizado con los contenidos que nos harán saber qué interesa del destino, posicionamiento. Saber momentos del día y días de mayor actividad y tipos de publicaciones con mayor repercusión. <p>Informe avance de la estrategia de marketing digital 2024</p>	<p>11º MES</p>



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Firmado por: MARIA DEL CARMEN ALONSO MERINO
Cargo: Técnico Administración Empresas
Fecha: 25-11-2022 01:53:23

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES
Cargo: Jefe Servicio Ec. Admvo. Área Desarrollo y Turismo Sostenibl
Fecha: 25-11-2022 08:30:13

LOTE2: CREACIÓN DE MICROVIDEOS Y SOCIALVIDEOS, ASÍ COMO LA CREACIÓN DEL BANCO DE IMÁGENES DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es la realización y entrega de un banco de imágenes, así como de microvideos y social videos del destino Ambroz-Cáparra con carácter promocional y experiencial para su uso libre y exclusivo por parte del Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible Juventud y Turismo de la Diputación de Cáceres con el alcance de los trabajos descritos en el presente pliego.

La Diputación de Cáceres, dentro del PSTD en el Valle de Ambroz-Cáparra identifica como prioridad y necesidad contar con un banco de imágenes de calidad que proyecte los valores deseados del territorio. Será necesario seleccionar los momentos idóneos del año para cada tipología de recurso, y productos priorizando las imágenes que transmitan emociones y cuenten con personas realizando una determinada actividad o viviendo una experiencia, para una adecuada promoción del destino Ambroz-Cáparra en canales offline y online.

La finalidad es disponer de un banco de imágenes y videos que refleje la realidad turística del destino para los próximos años para fines promocionales en distintos soportes promocionales como folletos, guías, cartelería y para las webs y redes sociales.

2. CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

2.1- CONSIDERACIONES PREVIAS. PRODUCTOS TURÍSTICOS A TENER EN CUENTA.

Antes de empezar a desarrollar los trabajos a realizar hay que tener en cuenta tanto para los microvideos y socialvideos como para el banco de imágenes los productos prioritarios y el mercado al que va dirigido, según refleja la estrategia de marketing y posicionamiento 360º de Ambroz-Cáparra elaborada para el PST Ambroz-Cáparra.

→ **Cultura** El destino Ambroz-Cáparra siempre ha sido un paso de culturas, al estar situado en la principal vía de paso del norte al sur de la península, por el oeste peninsular. Las imágenes deben reflejar el rico legado patrimonial con el que cuenta el territorio, desde los yacimientos de la cultura vetona en Segura de Toro y Jarilla hasta los romanos en Cáparra. Además, también debe de contar con la arquitectura medieval de Granadilla o la Judería de Hervás. Debe de recoger imágenes de los museos y centros de interpretación divulgadores de la historia y cultura del destino. Las fiestas y manifestaciones culturales que ponen en

19



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

valor las costumbres, raíces, valores y/o tradiciones autóctonas. Eventos de gran repercusión como Los Conversos, Primavera Viva, el Otoño Mágico, el Festival del teatro Romano en Cáparra o Termarium, entre otros. La artesanía de castaño o mimbre tan representativa de la zona, así como la de madera o la peletería. Finalmente, los trabajos deben de recoger también el patrimonio inmaterial relacionado con la cultura y folklore popular.

→ **Ecoturismo** Basado en la naturaleza, y la principal motivación de los turistas es la observación y la apreciación y el disfrute del entorno natural, así como de las culturas tradicionales prevalecientes en las zonas naturales. Dentro de este ecoturismo la estrategia de marketing 360º desarrollada define tres subtipologías de ecoturismo.

Ecoturismo activo-deportivo Ambroz-Cáparra cuenta con una amplia red de senderos señalizados para la práctica de este deporte en la naturaleza, así como rutas BTT o la magnífica Vía Verde de la Plata acondicionada para la práctica de cicloturismo o senderismo. Estas son las actividades que en mayor medida se practican en el territorio combinándolas con el descubrimiento del entorno natural que le rodea. También están teniendo cada vez más aceptación el turismo más activo como los deportes acuáticos en embalses y ríos, como paseos en kayak o en barco, cada vez más numerosos desde la instalación del embarcadero en el embalse de Gabriel y Galán, la escalada con la infraestructura de la Vía Ferrata en la localidad de La Garganta o el parapente desde el área de despegue del pico Pitolero en Cabezabellosa.

Ecoturismo educativo. Este tipo de ecoturismo se desplaza a un determinado lugar que le permita mejorar sus conocimientos y aprender. Dentro de este perfil de turista, encontramos al turismo practicado por el público y centros de formación en general, las visitas a las agroindustrias para el conocimiento de los productos artesanales a través de talleres de oleoturismo, visitas a colmenas, cuidado de ganado, visitas para el conocimiento del cultivo de setas, o secado del pimentón o el cuidado y tratamientos de la lana. Dentro de este tipo de turismo destaca un turismo cada vez más atractivo e incipiente como es el astroturismo, tanto es así que la comarca de Trasierra-Tierras de Granadilla ya se ha posicionado como la "Comarca de las estrellas", con un amplio catálogo de empresas y actividades a realizar a lo largo del año, debido fundamentalmente a la instalación de tres observatorios celestes y a la gran formación en astroturismo que se está llevando a cabo en las instalaciones del Anillo.

Turismo ornitológico o birdwatching. Ambroz-Cáparra es un lugar ideal para los amantes de la ornitología porque cuenta con varias zonas de protección para las aves, así como diversos árboles o conjuntos de árboles catalogados como singulares y pertenecientes a la Red de Espacios Naturales Protegidos de Extremadura. El dormitorio de grullas del embalse de Gabriel y Galán se ha convertido en uno de los lugares más emblemáticos para la observación de la grulla común en invierno, así como las grandes balsas de aguas o embalses que acogen en invierno gran cantidad de aves invernantes. La existencia de senderos señalizados y acondicionados facilitan el disfrute de esta actividad por todo el territorio.

20



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

→ **Bienestar en el medio rural.** Ambroz-Cáparra ofrece unas condiciones idóneas para todas las personas que buscan desconectar por completo de su vida estresante habitual. Es una zona que combina a la perfección un entorno natural preservado con la práctica de actividades de termalismo por contar en el destino con varios balnearios como el romano de Baños de Montemayor o el de Salugral de Hervás. Además, es el destino ideal para la realización de actividades de desconexión y conexión con la naturaleza mediante la práctica de senderismo, o paseos en barcos relajantes en el embalse de Gabriel y Galán, así como baños espectaculares o la práctica de yoga o meditación, o simplemente disfrutar de las zonas de baño en verano. Cuenta con alojamientos con encanto en el entorno rural y unos productos agroalimentarios singulares, que pueden ser comprados en las diferentes industrias agroalimentarias en las cuales poder conocer de primera mano el proceso de elaboración. En materia de gastronomía y restauración este destino cuenta con varios restaurantes distinguidos con Soletes de Repsol, con menciones en la guía Michelin como Bib Gourmand y así como con una estrella Michelin, galardones que están posicionando el territorio como destino gastronómico.

2.2-TRABAJOS A REALIZAR

La empresa deberá elaborar previo a la realización de los trabajos una **propuesta fotográfica y de vídeos completa** y un **calendario o cronograma** con las actuaciones y visitas de los recursos a fotografiar y/o grabar a lo largo del periodo de la contratación. Este cronograma será presentado y aprobado en una primera reunión de coordinación con el personal técnico encargado de los trabajos de la Diputación de Cáceres.

Para todas aquellas imágenes y grabaciones para las que se necesiten permisos especiales será la empresa adjudicataria la encargada de pedir estos permisos a los organismos o empresas pertinentes.

Realización y entrega de un banco de 200 imágenes

La empresa adjudicataria deberá realizar un **banco de imágenes de al menos 200 imágenes experienciales y de recursos** segmentándolas por las diferentes tipologías de producto y los mercados a los que van dirigidos esas imágenes. Las imágenes aportadas por la empresa serán seleccionadas por la Diputación de Cáceres, por lo que la empresa ofrecerá fotografías suficientes para poder hacer esta selección de imágenes.

El periodo de realización del reportaje fotográfico será de 11 meses desde la formalización del contrato para que abarque todas las estaciones del año. Al menos en un 10% de las imágenes destinadas a este banco de imágenes se deberán utilizar fotografías aéreas. Con el fin de contar con fotografías de las cuatro estaciones del año, la empresa adjudicataria podrá adquirir imágenes de fotógrafos externos siempre y cuando sea consensuado con el personal responsable de la contratación de la Diputación de Cáceres, si bien al menos el 80% de las imágenes deberán ser realizadas por la empresa adjudicataria para este contrato. En el caso de ser una imagen adquirida de otro profesional hay que indicar el nombre y apellidos del autor o autora, recayendo en la empresa adjudicataria cualquier responsabilidad legal que se derive de su uso, debiendo

21



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Firmado por: MARIA DEL CARMEN ALONSO MERINO

Cargo: Técnico Administración Empresas

Fecha: 25-11-2022 01:53:23

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Cargo: Jefe Servicio Ec. Admvo. Área Desarrollo y Turismo Sostenibl

Fecha: 25-11-2022 08:30:13



acreditar la propiedad de esta/s imagen/es con los correspondientes documentos de cesión, compra o adquisición

Documento con el listado de imágenes numeradas en el que aparezca como mínimo:

Se entregará un listado de todas las imágenes en formato Excel con al menos la siguiente información: número, título, lugar/especie/elemento fotografiado, y fecha de realización de cada fotografía.

Realización y entrega 30 microvideos

El banco de microvideos debe contener al menos 30 videos grabados en alta calidad y editados, con carácter experiencial y de recursos, de una duración aproximada de 59 segundos, con música libre de derechos de autor y acompañados de texto con subtítulos.

Cada microvideo tendrá una versión con texto en español y una versión con texto en inglés.

Se utilizarán planos aéreos cuando sea conveniente. Los permisos necesarios para el uso de dron correrán a cargo de la empresa adjudicataria.

Los textos para los subtítulos serán aportados por la empresa adjudicataria previa supervisión y visto bueno del equipo técnico de la Diputación de Cáceres.

Documento con el listado de microvideos numerados en el que aparezca como mínimo:

Se entregará un listado de todos los videos en formato Excel con al menos la siguiente información: número, título, lugar /especie/elemento filmado, y fecha de realización de cada video.

Realización y entrega de 30 socialvideos

Del banco de imágenes de microvideos se deberá editar una versión en vertical para ser utilizado en las redes sociales. Los mismos microvideos editados en horizontal para este banco deben ser producidos en formato vertical, con letras y colores que hagan más atractivo su visionado para su publicación en redes sociales como Facebook o Instagram crear reels que aumenten la interacción y el engagement con el usuario, en estas redes sociales. Este tipo de contenidos debe servir para dar a conocer las redes sociales del destino y posicionar la marca Ambroz-Cáparra generando una conexión emocional con el usuario.

Documento con el listado de los social videos numerados en el que aparezca como mínimo:

Se entregará un listado comprensivo de todos los videos en formato Excel con al menos la siguiente información: número, título, lugar / especie/elemento filmado, y fecha de realización de cada video.

Desarrollo de Material Multimedia interactivo para la promoción del destino en oficinas de turismo o para la asistencia a ferias y para la sección de la web turística del destino denominada “Ambroz-Cáparra virtual” deberá crear contenido gráfico y multimedia para su visualización a través de la página web. La empresa adjudicataria de la contratación será la encargada de pedir los permisos pertinentes de vuelo y de entradas en lugares restringidos.

22



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

A) Creación de recorridos virtuales, a través de la generación de imágenes superpuestas 360º, para obtener escenarios de realidad que simulen estar paseando en el interior de un edificio. Este tipo de recorridos permite al usuario generar interés de visitar el lugar, al mismo que tiempo facilitar la visita de lugares que de otro modo son difícil su visita. La empresa adjudicataria deberá hacer una propuesta de recorridos virtuales en varias localizaciones del destino en la que deben de aparecer al menos las siguientes ubicaciones:

- Ciudad romana de Cáparra
- Palacio de Sotofermoso (Abadía)
- Balneario de Baños de Montemayor
- Casa Museo de Gabriel y Galán (Guijo de Granadilla)

El destino y el equipo de trabajo de la Diputación de Cáceres darán el visto bueno a la propuesta de trabajo de estas ubicaciones.

B) Creación de fotos aéreas 360º

Las imágenes aéreas 360º son otro recurso multimedia, que sirve para conocer los recursos naturales y culturales desde una perspectiva aérea.

Se trata de la elaboración de al menos 10 imágenes 360º, que sirvan como miradores aéreo virtuales. Estos 10 miradores virtuales deben de crear una red de miradores de tal modo que puedas ir de una imagen 360º (mirador aéreo) a otra imagen 360º y/o a diferentes puntos o waypoints en el suelo. Desde esta imagen 360º se puede ver las perspectivas y enlazar con otros lugares o puntos en el suelo geolocalizados a los que se les puede añadir imágenes, videos o poder acceder a los recorridos virtuales de edificios o espacios contemplados en el punto anterior. De tal modo que todos los archivos multimedia estén enlazados.

La empresa adjudicataria deberá hacer una propuesta de recorridos virtuales en varias localizaciones del destino en la que deben aparecer al menos las siguientes ubicaciones:

- Pico Pitolero (Cabezabellosa)
- Pico Altamira (Marchagaz)
- Pico Blanco (La Pesga)
- Cáparra (Guijo de Granadilla)
- Granadilla



- La Garganta
- Pico Pinajarro (Hervás)
- Sierra de Dios Padre (Santa Cruz de Paniagua)
- Casas del Monte
- Embalse de Gabriel y Galán (El Anillo)

La empresa adjudicataria de esta contratación deberá crear como mínimo los 10 puntos de visualización aéreos de 360º (10 imágenes 360º), propuestos arriba y desde los que se pueda ver y pinchar en recursos visibles en un radio de acción de 20 o 30 km a la redonda.

1.-Banco de Imágenes

El banco de imágenes debe contener un mínimo de 200 fotografías que representen los aspectos que se detallan a continuación:

Las imágenes de recursos (100) deben mostrar los recursos más destacados del territorio y las imágenes experienciales (100) tienen que basarse en las experiencias y actividades que se pueden hacer bien porque las hace alguna empresa o bien porque están incluidas en nuestro catálogo de vivencias.

NÚMERO DE IMÁGENES Y TEMÁTICA

Imágenes de recursos	Descripción	Cantidad
Ecoturismo- Paisajes	<p>Deben fotografiarse paisajes característicos del territorio, en el que se muestre la variedad paisajística del destino Ambroz-Cáparra.</p> <p>Como mínimo, debe haber tres imágenes de cada uno de los siguientes elementos y al menos una de las tres imágenes debe ser aérea panorámicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bosques de castaños, abedules y dehesas • Láminas de agua • Senderos • Vía Verde 	14

24



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Ecoturismo-ornitología	Especies de flora y fauna más representativas del territorio y el lince	6	
Astroturismo	Fotos del cielo nocturno en al menos los cuatro lugares donde se ubican los miradores celestes. (Corral de los Lobos, Granadilla, El Anillo, Cáparra)	6	
Turismo deportivo	Vía ferrata, embarcadero del embalse de Gabriel y Galán, el Anillo, Vía Verde de la Plata, Pico Pitolero y rutas BTT	10	
Patrimonio	Imágenes de las ubicaciones o rincones más emblemáticos de la cultura romana, vetona, árabe, judía, medieval, renacentista, barroco, industrial y de la actualidad.	20	
Artesanía	Artesanía de cestería de mimbre, de castaño y peletería.	6	
Eventos	Imágenes de los eventos más destacados	10	
Bienestar en el entorno rural	Imágenes de balnearios y spas, paseos relajados en barco, zonas de baño y piscinas naturales	10	
Sabores y paisajes gastronómicos	Panorámicas de olivar en flor desde Pico Blanco y Santa Bárbara, dehesas con cerdos y vacas de Trasierra-Tierras de Granadilla recolección de setas y castañas, frutales de ciruelos..	8	
Gastronomía	Aceite manzanilla cacereña, pimentón, quesos y embutidos y platos del recetario tradicional adaptado a la actualidad en restaurantes destacados del destino	10	
Total, imágenes de recursos		100	
Imágenes experienciales	Descripción	Segmento	Cantidad
Ecoturismo	Experiencias Birding Experiencias de gente observando aves, flora y fauna en lugares representativos y en senderos	<ul style="list-style-type: none"> Personas de 55 a 69 años que viajan solos, en pareja o en grupo Parejas de 45 a 55 años Familias con niños < 6 años 	6
	Experiencias Astroturismo, fotografía nocturna.	<ul style="list-style-type: none"> Todos los públicos 	6

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA





Código de verificación : 3739a32cb9fb887

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=3739a32cb9fb887>

	<p>Experiencias de Turismo educativo. Actividades con colegios y público familiar para el conocimiento de la cultura ganadera, la dehesa y la lana.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Colegios • Familias con niños < 6 años 	6
	<p>Experiencias de Turismo deportivo de aventura y acuático: experiencias de parapente, rutas en kayaks, paddle surf, paseos en barco en los embalses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los públicos 	8
	<p>Experiencias senderismo y cicloturismo de gente disfrutando del senderismo o el cicloturismo en espacios del destino reconocibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los públicos 	10
Cultura e identidad	<p>Experiencias de Visitas a Hervás, Granadilla, Cáparra, Piedras Labradas, Baños de Montemayor y otros bienes de interés cultural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los públicos 	20
	<p>Visitas a museos y centros de interpretación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los públicos 	12
Bienestar en el medio rural	<p>Sabores y paisajes gastronómicos. Experiencias de gastronomía, catas de productos como quesos, cervezas, aceite y visitas a agroindustrias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Personas de 55 a 69 años que viajan solos, en pareja o en grupo • Parejas de 45 a 55 años • Familias con niños de <6 años 	12
	<p>Experiencias en balnearios, personas realizando tratamientos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Personas de 55 a 69 años que viajan solos, en pareja o en grupo; • Parejas de 45 a 55 años 	8

26



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Firmado por: MARIA DEL CARMEN ALONSO MERINO

Cargo: Técnico Administración Empresas

Fecha: 25-11-2022 01:53:23

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Cargo: Jefe Servicio Ec. Admvo. Área Desarrollo y Turismo Sostenibl

Fecha: 25-11-2022 08:30:13

	Experiencias de desconexión en la naturaleza, rutas a caballo, retiros, rutas por bosques.	<ul style="list-style-type: none"> • Parejas jóvenes de entre 25 y 40 años sin hijos • Personas de 55 a 69 años que viajan solos, en pareja o en grupo • Parejas de 45 a 55 años 	6
Caravanning	Áreas de pernocta de caravanas en Baños de Montemayor y Hervás y zonas de merenderos y esparcimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Parejas jóvenes de entre 25 y 40 años sin hijos • Familias con niños de <6 años 	6
Total, imágenes experienciales			100

2.-Elaboración de 30 Microvideos y 30 Socialvideos

Se trata de la grabación de 30 videos de una duración aproximada de 59 segundos en donde se filmarán los recursos, eventos o experiencias teniendo que crear la necesidad de atraer visitas al destino para realizar la experiencia o asistir al evento.

Solamente los videos del apartado de videos experienciales son los que se rodarán con actores o actrices.

Los videos se deben filmar en los lugares que se detallan a continuación, salvo mejor propuesta detallada por la empresa adjudicataria, siempre en coordinación con el equipo técnico de Diputación de Cáceres:

NÚMERO DE MICROVIDEOS Y TEMÁTICA

Tema	Descripción	Cantidad
Paisajes	Carreteras paisajísticas	1
	Panorámicas aéreas de diferentes recursos de todo el destino	1
Ecoturismo	Birding y naturaleza	1
	Astroturismo	1
	Bosques de castaños y abedules	1
	Dehesas y olivares	1
	Vía verde de la Plata y rutas de cicloturismo	1

27



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

	Senderismo y rutas de senderismo	1
	Deportes de aventura (parapente y escalada) y acuáticos	1
Cultura e Identidad	Cultura vetona	1
	Cultura romana	1
	Cultura judía	1
	Granadilla	1
	Gabriel y Galán, su obra y el castúo	1
	Otros bienes de interés cultural	1
	Artesanía y artesanos de la madera, el castaño, el mimbre y la peletería...	1
Eventos *La empresa propondrá que eventos de entre todos se podrán filmar por cada temporada	Resumen de eventos de invierno: Fiesta del cabrero, (Termarium..)	1
	Resumen de eventos de primavera: Primavera Viva, Titirimundi, Mercado Medieval de Ahigal...	1
	Resumen de eventos de verano: Los Conversos, Festival de Teatro romano de Mérida en Cáparra, Comarca de las estrellas...	1
	Resumen de eventos de otoño: Otoño Mágico, Otoño Estelar..	1
Gastronomía y paisajes gastronómicos	Alimentos y paisajes gastronómicos del territorio	1
Bienestar en el mundo rural	Termalismo, spas y tratamientos corporales	1
	Actividades de desconexión en la naturaleza, meditación, retiros, láminas de agua y zonas de baño, resorts rurales.	1
Videos experienciales	Personas realizando visitas guiadas a los museos y centros de interpretación de Cáparra, Hervás, Zarza de Granadilla, Baños de Montemayor, Guijo de Granadilla, Marchagaz... y a la Villa medieval de Granadilla...	1
	Personas realizando actividades de turismo deportivo: Vía ferrata, btt, deportes acuáticos, parapente...	1



	Personas realizando actividades de ecoturismo, observación de aves, naturaleza, astroturismo senderismo.	1
	Personas comiendo en restaurantes de reconocido prestigio, visitas a las agroindustrias con catas de aceite, degustaciones de embutidos, setas, quesos, cervezas artesanales...	1
	Personas realizando actividades de termalismo en balnearios y spas, actividades de conexión con la naturaleza a caballo, paseos en barco, paddle surf, meditación, yoga...	1
Videos testimoniales	Videos de viajeros contando su experiencia en Ambroz-Cáparra relacionada con cada una de los productos turísticos	3
TOTAL		30

2.3-ESPECIFICACIONES MATERIAL AUDIOVISUAL

En las fotografías y videos se percibirá la personalidad del territorio y las localizaciones de los mismos serán claramente identificables. Se prestará especial atención a intentar captar en las imágenes todas aquellas peculiaridades que distinguen al territorio.

Las imágenes y vídeos experienciales deberán incluir personas realizando actividades o vivencias para mostrar la experiencia de un viaje a Ambroz-Cáparra.

Las imágenes 360º deben estar localizadas y estar ubicadas en los lugares con miradores más impactantes. Estos deben aportar música libre de derechos de autor y pararse en el momento de posicionarse sobre otra imagen 360º, fotografía de recurso o video para decir su nombres y lugar. Además de los audios estos puntos deben contener información escrita al pasar el ratón por encima de ellos. Si estos recursos tienen una ficha o entrada en la página web debería poder enlazarla con ella.

La creatividad de las sesiones fotográficas deberá apoyar el posicionamiento estratégico del destino de forma coherente con la imagen del PST Ambroz-Cáparra

El banco deberá contener imágenes que representen las cuatro estaciones del año. Se evitará fotografiar paisajes demasiado secos.

Los microvideos deben estar localizados y ser claramente representativos del destino. Deben transmitir emociones e invitar al desplazamiento y disfrute de Ambroz-Cáparra.

29



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Firmado por: MARIA DEL CARMEN ALONSO MERINO

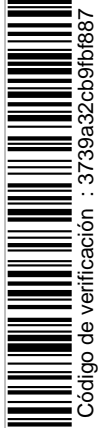
Cargo: Técnico Administración Empresas

Fecha: 25-11-2022 01:53:23

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Cargo: Jefe Servicio Ec. Admvo. Área Desarrollo y Turismo Sostenibl

Fecha: 25-11-2022 08:30:13



Para las imágenes experienciales y microvideos, la empresa contará con todos los segmentos especificados. Tanto en las imágenes como en los videos deberán estar representadas una amplia gama de conceptos de familias, amistades, relaciones o personas, teniendo en cuenta un mínimo de:

- un concepto de familia biparental
- un concepto de familia monoparental
- un concepto de “grupo de amigos”
- una mujer en solitario (hasta 40 años)
- un hombre en solitario (hasta 40 años)
- una pareja integrada por personas de distinto sexo (entre 25 y 40 años)
- una pareja integrada por personas de mismo sexo (entre 25 y 40 años)
- un grupo de estudiantes universitarios y escolares
- una pareja de “Best agers” (de 55 a 69 años)
- Personas con movilidad reducida u otra capacidad sensorial limitada.

Características del equipo de actores y actrices

La edad de los/as modelos debe corresponderse con los segmentos de demanda prioritarios identificados en las tablas. Se cuidarán todos los detalles del estilismo, con especial atención a los siguientes puntos:

- Los modelos deberán aparecer con ropa atemporal (salvo en los casos en que lo contrario sea forzosamente necesario). La vestimenta será adecuada a cada toma. Se admitirán jerseys y chaquetas ligeras en zonas de montaña, bosques y tomas de astroturismo nocturno.
- El atrezzo será apropiado para dotar al trabajo de naturalidad y realismo. El uso de accesorios deberá ser adecuado (mochilas y bastones en fotos de senderismo; toallas y atrezzo de baño en las localizaciones junto al agua.)
- Accesorios y vestimenta de colores neutros, sin estridencias.
- Sin marcas comerciales visibles, ni tendencias marcadas en el vestuario y el peinado.
- Maquillaje, manicura y cabello de aspecto naturales.
- Ausencia de estereotipos sexistas ni estéticos.
- Sin elementos adicionales estridentes que desvirtúen la escena.

30



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Firmado por: MARIA DEL CARMEN ALONSO MERINO

Cargo: Técnico Administración Empresas

Fecha: 25-11-2022 01:53:23

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Cargo: Jefe Servicio Ec. Admvo. Área Desarrollo y Turismo Sostenibl

Fecha: 25-11-2022 08:30:13



El equipo de Diputación de Cáceres responsable de esta contratación supervisará y dará el visto bueno a la selección de los/ las modelos

Estilo de las fotografías y los vídeos experienciales.

- Fotografía y vídeo turístico, sugerente y evocador.
- Marcado tono emocional y experiencial.
- Tomas luminosas, cielos intensos y aguas transparentes.
- Luz natural o de apariencia natural. No se aceptarán tomas procesadas en HDR, B/N, desaturadas, con filtros de color claramente visibles, etc.
- Naturalidad y espontaneidad en las escenas. Se evitarán situaciones y poses artificiosas. Las fotografías deben relatar la experiencia del viaje de forma creíble.

Creatividad de la escena

La creatividad de las fotografías de escenas con modelos deberá seguir todas el mismo hilo conductor y el mismo estilo fotográfico. La creatividad de la escena será responsabilidad de la empresa adjudicataria del contrato.

Condiciones climáticas y ambientales de la escena

Las fotografías y filmaciones deberán realizarse en condiciones óptimas de clima, luz y paisaje.

- Día soleado
- Cielo despejado, con pocas nubes, salvo en los casos en que técnicamente ayuden a conseguir imágenes y tomas con más calidad.
- Se evitarán las horas centrales del día.

Cuidar la localización, evitando que aparezcan en escena elementos poco deseables (vehículos, obras, grúas, torres eléctricas, suciedad, etc). Si apareciesen, será necesario eliminarlas en postproducción.

Para las escenas en el medio natural se evitarán los meses en que el paisaje aparezca demasiado seco.

La empresa adjudicataria podrá proponer localizaciones y escenas adicionales, tomas fotográficas adicionales de recurso / bodegón, tomas adicionales de paisaje, tomas adicionales con modelos, etc.

El equipo del Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo de la Diputación de Cáceres responsable de la ejecución del contrato supervisará las fotografías y filmaciones antes de su entrega, con el fin de seleccionar aquellas que reúnan los requisitos establecidos en estas prescripciones.

Requisitos técnicos de los archivos fotográficos

31



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

- Mínimo 15 megapíxeles (para imágenes de recursos) y 50 megapíxeles (para imágenes experiencias).
- Formatos: TIFF y JPEG
- PPP según se recoge en la entrega de formatos y versiones más abajo indicado
- Modo de color CMYK
- Cada foto tendrá una versión en vertical y otra en horizontal.

Requisitos técnicos de los microvideos y socialvideos

- Duración de 59 segundos aproximadamente
- Alta calidad
- Se entregarán todos los microvideos editados y otra versión sin editar (en bruto) para el uso de los mismos por parte de la Diputación de Cáceres
- Se entregarán los masters en los formatos correspondientes adaptados para las siguientes plataformas: TV (full HD) e Internet (web, youtube...) Formatos: .mov, .MP4 y .avi
- Los microvideos se entregarán en formato horizontal para su uso en canales de reproducción de videos y los socialvideos elaborados en vertical y con palabras y colores para su uso en RRSS Facebook e Instagram.

Requisitos técnicos de las fotografías 360º y recorridos virtuales

- **Adecuación:**
 - Consentimiento para mostrar a la gente del sitio
 - Ubicación geográfica exacta.
 - Sin espacios generados por ordenador
 - Sin atribuciones más allá de la zona inferior
 - Sin contenido ofensivo o ilegal
 - Sin imágenes sexistas
- **Calidad de la imagen**
 - 6000x 3000 megapíxeles

Relación de aspecto de la imagen de 2:1

Sin espacio en el horizonte de la imagen

Sin errores importantes de unión de imágenes

Nivel de detalle suficiente en las zonas claras u oscuras

Nitidez sin desenfoque debido al movimiento

Sin efectos ni filtros molestos

Las imágenes y los microvideos deberán estar clasificados, nombrados y listados como se especifica en el siguiente punto.

2.4- ENTREGA DE IMÁGENES

Entrega de formatos y versiones de imágenes.

Cada imagen se entregará en tres tamaños y características distintas sin que esté permitido el redimensionamiento de las imágenes para llegar a los tamaños mínimos exigidos.

(L) Alta: el tamaño mínimo para la calidad (L) Alta se establece en 5315 px de lado mayor, aunque se recomienda llegar a los 7087 px

.tif / entre 5315 px y 7087 px de lado mayor a 300 ppp / 8 bits / Adobe RGB (1998)

(M) Media:

.jpg / 2500 px de lado mayor a 150 ppp / 8 bits / sRGB IEC6 1966-2.1

(S) Baja:

.jpg / 1200 px de lado mayor a 72 ppp / 8 bits / sRGB IEC6 1966-2.1

Los archivos de las imágenes que se entreguen irán identificados con una serie numérica y con las referencias al tamaño.

Por ejemplo, si entregamos una serie de tres fotografías, tendremos los siguientes archivos

001_L.tif

001_M.jpeg

001_S.jpeg

002_L.tif

002_M.jpeg

002_S.jpeg

003_L.tif

003_M.jpeg

33



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

003_S.jpeg

Entrega de metadatos de las imágenes. Se entregarán los siguientes metadatos de las imágenes:

Metadatos	Contenido
Autor	Nombre del autor de la fotografía
Aviso de Copyright	Persona o entidad que tiene los derechos de reproducción. (Sólo para cesiones de imagen con restricciones)
Términos de uso de derechos	Aclaraciones sobre autoría o solicitud de permisos
País	País donde se ha realizado la fotografía
Región	Región donde se ha realizado la fotografía
Provincia	Provincia donde se ha realizado la fotografía
Municipio	Término municipal donde se realizado la fotografía
Población	Núcleo de población donde se ha realizado la fotografía
Dirección	Dirección de la imagen que se muestra en la fotografía
Coordenadas	Lat y Log.

Título	Lugar o evento específico que se muestra en la fotografía
Descripción	Descripción del contenido de la imagen / Pie de foto

Para la entrega de los metadatos se utilizará una tabla excel que contenga los metadatos descritos anteriormente para cada uno de los archivos que integran la tanda de imágenes.

Nombre archivo	Autor	Aviso de Copyright	Términos de uso de derechos	País	Región	Provincia	Municipio	Población	Dirección	Coordenadas	Título	Descripción
001												
002												
003												

Los actores y actrices utilizados tanto para los videos como para el banco de imágenes deberán firmar el Anexo I de Cesión de los derechos de imagen de este pliego de prescripciones técnicas.

34



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Firmado por: MARIA DEL CARMEN ALONSO MERINO

Cargo: Técnico Administración Empresas

Fecha: 25-11-2022 01:53:23

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Cargo: Jefe Servicio Ec. Admvo. Área Desarrollo y Turismo Sostenibl

Fecha: 25-11-2022 08:30:13



3. ENTREGABLES Y PLAZO DE EJECUCIÓN

Entregables

La empresa adjudicataria de los trabajos entregará:

- ✓ 1 Banco de al menos 200 imágenes del destino en los formatos descritos en el punto anterior, con las entregas en las tres fases del año 2023.
- ✓ 30 Microvideos del destino, experiencias y eventos en los formatos descritos en el punto anterior.
- ✓ 30 Socialvideos del destino, experiencias y eventos en los formatos descritos anteriormente.
- ✓ Recorridos virtuales en las ubicaciones especificadas
- ✓ 10 imágenes 360º aéreas

Todos estos entregables deberán obtener la validación del equipo del PST Ambroz-Cáparra de Diputación de Cáceres responsable de la ejecución y supervisión de la contratación y se repetirán cuantas veces sea necesario hasta obtener los resultados adecuados.

Se entregará todo el contenido generado durante la campaña en un disco duro externo, una vez haya sido comprobada la correcta ejecución de los trabajos solicitados en el presente pliego de prescripciones técnicas y aceptado por el personal encargado de la ejecución del contrato de Diputación de Cáceres.

Plazo de ejecución

La prestación del contrato, deberá realizarse en el plazo de 11 meses desde la formalización del contrato, estando prevista su finalización el 30 de noviembre de 2023.

Respecto a la ejecución de los trabajos se establecen los siguientes hitos:

Fase	Fecha
PRIMERA FASE Banco de imágenes (invierno y primavera) recorridos virtuales. Imágenes 360º (1ª mitad) Recorridos virtuales	5º mes de la contratación

35



Micro vídeos y social vídeos (invierno y primavera)	
SEGUNDA FASE Banco de imágenes (verano) Micro vídeos y social vídeos (verano)	9º mes de la contratación
TERCERA FASE Banco de imágenes (otoño) Microvídeos y socialvídeos (otoño)	11º mes de la contratación

LOTE 3: DESARROLLO, GESTIÓN Y MANTENIMIENTO DE UNA WEB DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO AMBROZ CÁPARRA Y LA OPTIMIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL

1.-OBJETO DEL CONTRATO

El objeto de este lote consiste en la creación, desarrollo de la web, mantenimiento del portal de promoción turística para su operatividad y posicionamiento online del destino Ambroz-Cáparra y la optimización y digitalización de material promocional. La página debe de contener información de los recursos, empresas turísticas, albergar un planificador de viajes, mapa interactivo y contenido multimedia acorde a los valores y atributos diferenciales del destino.

Actualmente el destino Ambroz-Cáparra dispone de diversos portales web municipales y comarcales, bajo diferentes dominios y gestionados por personal de los Ayuntamientos, GAL o Mancomunidades.

Debido a que no hay un portal turístico del destino ni redes sociales del destino Ambroz-Cáparra la web promocional debe contribuir a la mejora del posicionamiento del destino, de la comunicación y de la promoción del mismo visibilizando recursos menos visitados, desestacionalizando los flujos turísticos y promoviendo la movilidad en el territorio.

2.-CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

El contrato incluye el mantenimiento íntegro del proyecto tanto a nivel técnico-informático como de contenidos durante la vigencia del mismo, siempre en coordinación con el personal responsable del contrato de Diputación de Cáceres, que marcarán las pautas de estilo/criterio, relación entre los distintos apartados y contenidos a publicar en cada momento de acuerdo a la estrategia digital definida previamente.

2.1- TRABAJOS A DESARROLLAR POR LA EMPRESA ADJUDICATARIA PARA LA CREACIÓN DE LA PAGINA WEB

36



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

La Estrategia de Marketing Digital 360º realizada en el marco del PST Ambroz-Cáparra, ha desarrollado una propuesta de home de primer nivel y una estrategia de posicionamiento SEO. En el desarrollo y ejecución de estos trabajos se tomará como punto de partida estos trabajos.

La empresa adjudicataria se encargará del desempeño del papel de Webmaster, deberá dar el servicio de mantenimiento, soporte técnico, seguimiento y resolución de incidencias relacionadas con la publicación y el funcionamiento de todos los servicios del entorno web.

La web B2C es una ventana sobre todo lo que tiene que ofrecer el destino Ambroz-Cáparra que unifica bajo una misma marca turística las comarcas del Valle del Ambroz y de Trasierra-Tierras de Granadilla.

Este sitio será un punto de encuentro e inicio de preparación al viaje para dar a conocer el destino en el mercado nacional e internacional. Debe de ser una web simple construida sobre la plataforma Wordpress con un sistema de editor de bloques. Esto facilitará el mantenimiento y la actualización de la web una vez pase a ser gestionada por la Diputación de Cáceres. También se prevé varios bloques con actualización automatizada por un sistema de entradas categorizadas y etiquetadas.

La empresa adjudicataria de los servicios será responsable de desarrollar los siguientes aspectos del contrato siempre con la supervisión y visto bueno final del personal de la Diputación de Cáceres encargado de la ejecución y seguimiento de la contratación:

1. Diagnóstico de partida

Previo a la realización de los trabajos la adjudicataria, deberá hacer un diagnóstico in situ de partida con los agentes territoriales, con el objeto de saber el estado en el que se encuentran las páginas webs promocionales de las comarcas y las localidades del territorio (Trasierra-Tierras de Granadilla y Valle del Ambroz). Tras esa fase de diagnóstico la adjudicataria deberá entregar un informe de resultados que debe servir para determinar y planificar los contenidos de la página web con el territorio y el cronograma de actuaciones. La propuesta que se cree deberá tener en cuenta que ya se parte de una propuesta de mock up (home y desarrollo primer nivel) desarrollada en el marco de la Estrategia de Marketing 360º, la cual se deberá de tener en cuenta, si bien se podrá a criterio de la Diputación optar por desarrollar otra nueva o adaptarla. El mock up se puede solicitar para la valoración de esta propuesta cumplimentando la solicitud que aparece en el anexo II al presente pliego de prescripciones técnicas. La finalidad de este diagnóstico es saber el estado en el que se encuentran las diferentes webs y los contenidos de los que disponen para intentar unificar todos los contenidos al mismo tiempo que generar flujos entre todas ellas y ofrecer una información atractiva, actualizada y que sirva de inspiración y planificación para viajar al destino.

2. Planificación de actividades, cronogramas con hitos y objetivos a desarrollar a lo largo del año

Este cronograma debe definir las fechas en las que se van llevar a cabo cada una de las acciones de la página web. Tras la realización del diagnóstico y la elaboración del informe, la empresa adjudicataria en

37



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

coordinación con los agentes del territorio y la Diputación tendrá que elaborar una planificación de las actividades a desarrollar a lo largo del año mediante un cronograma marcando hitos y objetivos a desarrollar siempre con la supervisión del personal responsable de la ejecución de los trabajos de la Diputación de Cáceres.

La página web deberá estar lista a público con los contenidos mínimos de todas las secciones en el plazo de 120 días a contar desde la formalización del contrato. Tras esta fecha la empresa adjudicataria seguirá haciendo la labor de carga y mejora de contenidos que sean necesarios que por la temporalidad fuese imposible de redactar, hasta la fecha fin de ejecución de la contratación.

3. Hosting de la web

Durante el periodo de desarrollo y pruebas, el portal se alojará en servidores gestionados por la empresa adjudicataria. Una vez aprobado el portal por el Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible Juventud y Turismo de la Diputación de Cáceres, se procederá a su migración a los servidores de la Diputación de Cáceres en las condiciones que se establecen en el presente pliego.

Finalizado el proceso de ejecución hasta 30 de octubre de 2023, la empresa adjudicataria deberá hacer el traspaso del Back up de la web a la Diputación de Cáceres y hacer el seguimiento de la misma para ver y comprobar posibles incidencias durante el mes siguiente, de tal modo que a 30 de noviembre se finalice el contrato definitivo con la empresa.

La empresa deberá prestar el servicio de mantenimiento evolutivo durante el periodo de ejecución (hasta el 30 de octubre) y el correctivo durante el mes posterior a la finalización de los trabajos de ejecución (30 de noviembre)

4. **Desarrollo de la estructura web**, con el gestor de contenidos “Wordpress” versión 6.0.2 (o la última que se encuentre desplegada en los servidores de la Diputación a la fecha de la firma del contrato). Incluirá, al menos, las siguientes funcionalidades: medición de estadísticas y analítica, enlace a redes sociales, traducción a idiomas, descarga de archivos pdf y archivos multimedia, georreferenciación de puntos de interés, agenda turística de eventos, así como la implementación de un mapa y un planificador de viajes mediante lista de deseos.

5. Diseño general, mock up de la web

Con el fin de invitar y ser inspiradora de viajes al territorio y convencer al usuario a visitar Ambroz-Cáparra, la empresa adjudicataria junto con el equipo de trabajo del destino decidirán seguir el diseño de la web que se ha propuesto según la Estrategia de Marketing Digital 360º para el PST Ambroz Cáparra y de la que facilitaremos estructura y mock up de 1º nivel, o hacer cambios a esa estructura o desarrollar otras alternativas.

La web sigue la paleta de color de la marca con uso particular de dos colores principales.

38



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Turquesa: color principal para el menú, bordes, links, botones

Tierra de siena: color secundario para elementos seleccionados, títulos y popups

La tipografía usada para la web es **Karla (Google Font)** según los tamaños y grosores establecidos en el diseño de la web.

6. Funcionalidad y optimización SEO para un mejor posicionamiento web.

La Estrategia de Marketing Digital 360º realizada para el PST Ambroz Cáparra, ha realizado una estrategia de posicionamiento SEO. Se deberá tener en cuenta estas palabras claves e incluirlas en la estrategia que se implemente.

El objetivo de la estrategia SEO será aumentar el tráfico de usuarios de los mercados prioritarios a páginas de contenido estratégico para Ambroz-Cáparra, mejorar el posicionamiento orgánico de las palabras clave, aumentar la presencia de la marca en internet, y aumentar el tráfico de calidad.

Los servicios comprenderán, al menos, los siguientes trabajos:

- ✓ Gestión de la indexación de contenidos de la web desde las “herramientas de web master” de los principales motores de búsqueda. Corrigiendo los nuevos errores/avisos: indexación de páginas, orientación de los contenidos por países e idiomas, envío de “sitemap”, enlaces negativos, etc,
- ✓ Análisis y seguimiento (definición y seguimiento) de las keywords actuales, revisión de errores y auditoría de factores de posicionamiento.
- ✓ Optimización SEO de los nuevos contenidos, de los contenidos actuales y de las estructuras de navegación para el correcto posicionamiento en los términos más relevantes identificados, vía: Títulos, URLs, encabezados (H1, H2,...) metas, enlaces, UX para móviles, etc.
- ✓ Optimización SEO para entornos móviles.
- ✓ Optimización de la velocidad de carga de la web, optimizando el peso de sus elementos (código, imágenes, css, scripts), comprimiéndolos y habilitando caches eficientes.
- ✓ Informes de seguimiento.
- ✓ Estudio/Seguimiento de la competencia y de su posicionamiento.
- ✓ Plan de ejecución de tareas, priorizando aquellas acciones con mayor impacto en el posicionamiento que pasarán a ser evaluadas y ejecutadas.

7. Contenidos de la web

La página deberá contar como mínimo con estas secciones: productos turísticos, agenda de eventos, experiencias, el planificador de viajes con el mapa interactivo, la sección de Ambroz-Cáparra virtual y la sección de descargas.

39



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

8. **Redacción de textos en español** que sean necesarios para la totalidad de la página y para garantizar un mejor posicionamiento de la web, bajo las indicaciones del equipo técnico de Diputación de Cáceres.

La empresa adjudicataria deberá crear contenidos del home de al menos 7 páginas de primer nivel, 20 páginas de segundo nivel y 100 fichas de empresas en el plazo de 100 días a contar desde la adjudicación del contrato.

Cada recurso, museo y centro de interpretación y evento creado para cada una de las secciones se creará como una ficha debiendo de contener como mínimo el texto descriptivo, al menos tres imágenes, la geolocalización, la opción de compartir en diferentes redes sociales el correo y la opción de añadir a la lista de deseos. Además, debe contener las etiquetas para poder aparecer en los filtrados del área de “Mi viaje” o en las secciones que corresponda.

9. **Carga de contenidos en inglés.**

La empresa adjudicataria deberá cargar todos los contenidos generados en castellano en el plazo de 100 días a contar desde la fecha de formalización del contrato. Todos los contenidos serán entregados a la Diputación de Cáceres en formato abierto y clasificado quien se encargará de traducirlos al inglés y devolverá el documento traducido a la adjudicataria para su carga en la web.

10. **Banco de imágenes propio de nueva creación o adquiridas de otros fotógrafos.**

Se trata de crear un banco de imágenes y microvideos de los recursos, eventos, museos y centros de interpretación, rutas... del destino, que den contenido y soporte a los textos de las secciones de la web.

- Para ello la adjudicataria deberá elaborar un **banco de al menos 200 imágenes** de los recursos representativos del territorio. Estas imágenes deben mostrar la variedad de planes a realizar en el destino en las cuatro estaciones del año. La empresa deberá generar al menos 3 imágenes de cada uno de los recursos, eventos, museos y centros de interpretación. Las imágenes deben tener un mínimo de las siguientes características: Optimizadas a web, en formato png y jpg.
- Además, deberá crear un **banco de 20 microvideos** de aproximadamente 1 minuto de los 20 recursos y museos o centros de interpretación más destacados. La empresa deberá priorizar la realización de videos de las secciones de los “Imprescindibles de Ambroz-Cáparra” y “Ambroz-Cáparra desconocida”

Con carácter previo a la realización de los videos e imágenes la adjudicataria realizará una propuesta de recursos a fotografiar y/o filmar para su visto bueno por el responsable de este proyecto de la Diputación de Cáceres.

11. **Experiencias**

40



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA



El contenido de la sección experiencias será aportado por la Diputación de Cáceres, para su tratamiento e inclusión en la barra de menú, en las secciones de experiencias de los productos temáticos y en el mapa virtual con las experiencias georeferenciadas.

12. Blog Ambroz-Cáparra

La empresa adjudicataria deberá crear un blog en el que incorpore cada mes una entrada. El contenido del blog deberá ser supervisado por el personal encargado de la contratación de la Diputación de Cáceres.

13. **“Ambroz-Cáparra virtual”** Se trata de una sección para conocer Ambroz-Cáparra a través de material audiovisual que debe estar incrustado en la web.

De tal modo que el usuario llegue a esta sección de varias maneras: desde un banner en la HOME, un acceso rápido en MI VIAJE, desde el pie de página y desde el menú superior desplegable.

Actuará como inspirador de viaje. Esta sección deberá de ser un contenedor de imágenes, recorridos virtuales y fotografías 360º aéreas que se creen en el lote II de este pliego de prescripciones técnicas y que se pondrán a disposición de la empresa licitadora.

14. **Material Descargable**, se trata de una sección que actúa como repositorio de todo el material promocional digitalizado de las dos comarcas y localidades. La web debe permitir el filtrado por temáticas y localidades o comarcas, de tal modo que se pueda imprimir, descargar o compartir en diferentes redes o por correo electrónico. La empresa debe realizar la labor de digitalización y carga final en este repositorio.

15. Debe de contener un planificador de viajes, llamado “Mi Viaje”

Este planificador de viaje se llama: “Mi viaje” y se debe de encontrar en la barra de menú principal.

Se trata de un **planificador de viajes**, el cual debe de contener el **mapa interactivo** en un lado y una barra de menú en otro lado del mapa que incluya:

- Dónde dormir
- Dónde comer
- Museos, Centros de interpretación y oficinas de turismo.
- Experiencias
- Lista de deseos



Estas dos formas de acceder a estos recursos deben permitir seleccionar mediante filtrado las experiencias, empresas, recursos, museos, centros de interpretación y oficinas de turismo.

De tal modo que al pinchar en cada una de esas secciones aparezcan geolocalizadas en el mapa y las fichas de los recursos con una mínima previsualización de datos y si se pincha individualmente en una aparezca toda la información de la misma.

La lista de deseos, será una sección en la que el usuario puede crear una lista de deseos de viaje al navegar en las fichas de esta sección, de tal modo que al clicar en (+Añadir a mi lista de deseos) de cada ficha se vaya generando la lista de deseos en esta sección.

Una vez el usuario quiera puede guardar en formato pdf esta lista con la información básica de previsualización de cada ficha. Esta lista debe de ordenar las fichas por orden alfabético de cada localidad, de tal modo que aparezcan todos los recursos de interés por localidad.

Para facilitar este servicio al darle a generar pdf para descargarte la información deben de aparecer dos opciones:

-1ª. Darse de alta con un usuario y contraseña. Al pedir usuario y contraseña en el formulario de alta se debe de obtener datos de los posibles visitantes al territorio. Procedencia, horquilla de edad, pernocta en el territorio e intereses (7 productos). Si el usuario dice que no quiere darse de alta saltaría la 2ª opción.

-2ª. Pedir el correo para que se pueda enviar el pdf generado al correo del usuario. Nos quedaríamos con los correos de las personas interesadas en el destino.

Estos servicios proporcionan folletos a medida del usuario y recogen datos del público objetivo interesado en el destino.

16. **Debe crear un área privada** para facilitar la carga y actualización de las databases de la web de empresas o establecimientos hoteleros y de restauración, empresas de actividades y otros proveedores de servicios y experiencias turísticas.

Se trata de un área exclusivo de los actores turísticos que mediante un usuario único podrán acceder a su área privada. Esta área permite crear, actualizar o revisar su propia "ficha técnica" con la información de su negocio. Esta ficha deberá incluir la posibilidad de subir imágenes y otros documentos. La empresa encargada de la prestación del servicio velará por la corrección y veracidad de los datos para su validación y posterior subida a la web. Al ser aprobada una ficha técnica, su autor también será notificado por email de forma automatizada.

La empresa adjudicataria tendrá que incluir dentro de su propuesta de trabajo la elaboración, creación de contenidos y carga de al menos 100 fichas de empresas. La empresa adjudicataria supervisará y dará su conformidad a los contenidos de las cargas de contenidos en el área privada de aquellas empresas

42



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

que carguen esta información por su cuenta. Teniendo en cuenta que habrá muchas empresas que pueden cargar su información e imágenes directamente en esta área privada.

Cada ficha de empresa debe de contener como mínimo el texto descriptivo, al menos tres imágenes, la geolocalización, la opción de compartir en diferentes redes sociales y correo y la opción de añadir a la lista de deseos. Debe contener las etiquetas para poder aparecer en los filtrados del área de “Mi viaje”

El área privada estará albergada debajo del subdominio creado al efecto.

La adjudicataria propondrá los datos que debe de recoger la ficha tipo, la cual será validada por el equipo técnico de la Diputación de Cáceres.

17. Conexión con la web B2B madeincaceres.es

La Diputación de Cáceres está trabajando en la creación de una web dedicada a los actores del turismo de la provincia con el fin de facilitar el acceso a la información y la actualización de la oferta en toda la provincia.

Las fichas técnicas gestionadas en la web, una vez validadas, deberán compartirse automáticamente con la web B2B madeincaceres.es como duplicata Viceversa, si un establecimiento se registra en madeincaceres.es marcando su localización dentro del territorio de Ambroz-Cáparra, esta ficha se duplicará en la database del sitio Ambroz-Cáparra.com. Los sistemas de gestión utilizados para ambas webs deberán por lo tanto ser idénticos o compatibles. De esta manera, cualquier empresa que completa su ficha en la web del destino quedará también listada en la APP de Living la Vida Cáceres garantizando una mayor visibilidad con un menor esfuerzo.

El/la gerente o persona designada podrá crear un listado de sus establecimientos, con dirección, horarios, y la información de contacto que se determine por el equipo técnico de la Diputación de Cáceres. Verificada la información, los establecimientos listados aparecerán tanto en la web de Ambroz-Cáparra como en la APP de la provincia. Además, si ese mismo gerente organiza eventos de interés turístico como por ejemplo música en vivo o degustaciones, podrá listar estas actividades para que aparezcan en la agenda de la web del destino y de la APP. Tendrá entonces la posibilidad de gestionar, activar o desactivar la actividad en cualquier momento.

Se deberá prever 2 tipos de acceso al área privada:

1- Admin: para los representantes del órgano gestor y administradores de la web

con el fin de acceder a las fichas y validarlas.

2- Empresas: donde las empresas del territorio podrán crear y rellenar fichas según los campos preestablecidos en el formulario.

43



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Las fichas deberán ser las mismas que se desarrollen para la provincia. Si en el momento en que se cree esta página web no están creadas estas fichas para la web de la Diputación de Cáceres, la empresa deberá crear las fichas para esta web primera y luego la web de la diputación se adaptará a estas fichas creadas.

18. **Coordinación general de la página web**, la empresa deberá de coordinar y validar los contenidos aportados a través del área privada de la web, homogeneización de estilo/criterio, relaciones entre los distintos apartados y contenidos.

19. **La realización de las tareas de mantenimiento**, que requiera el sitio web, y como mínimo dos veces durante el plazo del contrato, y al menos tendrá que realizar los siguientes trabajos de mantenimiento:

- ✓ Cambios sustanciales (del diseño) en secciones y páginas de la web que no puedan realizarse a través del gestor de contenidos y que requieran intervención técnica y de diseño.
- ✓ Incorporación de nuevas funciones, canales y servicios siguiendo los criterios de innovación, preferencias del usuario, accesibilidad universal y promoción de la web, promoviendo una mayor presencia de contenidos audiovisuales.
- ✓ Desarrollo de banners y microsites para la difusión de las actividades y acciones de promoción destacadas.
- ✓ Desarrollo de landing pages en función de las necesidades que se detecten, como eventos que se creen desde el Plan de Sostenibilidad o de determinadas campañas de marketing on line, como concursos u otro tipo de actuaciones.
- ✓ Realización de propuestas de mejora en la arquitectura de la información, así como en la generación e inclusión de nuevos contenidos.
- ✓ Mejoras de diseño y de experiencia de usuario de acuerdo con los objetivos marcados en puntos anteriores, para ello se valorarán las propuestas de nuevos elementos y funcionalidades como nuevos desarrollos o modificaciones correctivas en el gestor de contenidos o nuevos desarrollos y/o funcionalidades para incorporar a las webs.

20. **Capacitación final al equipo de Diputación de Cáceres y del territorio** responsables de la ejecución del contrato para dar a conocer las funcionalidades, acceso y actualización de contenidos de la web, así como el manejo y lectura de los informes de analíticas.

Será responsabilidad del adjudicatario proveer al webmaster de todo el equipamiento técnico y licencias necesarias para la realización correcta de sus labores.

El conjunto de estos trabajos se realizará teniendo en cuenta objetivos de conversión y muy especialmente la experiencia del usuario, por lo que será imprescindible contar en el equipo de

44



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

mantenimiento a personal con dominio de herramientas de diseño gráfico, creatividad y copywriting, prototipado y wireframing, análisis de estadísticas y usabilidad, testing, etc.

17.- Optimización, digitalización de folletos y publicaciones turísticas del destino para incluir en un repositorio “Material descargable”

La empresa adjudicataria deberá realizar un repositorio de todo el material editado del destino Ambroz-Cáparra, tanto en digital como en papel para su archivo, visualización y promoción en la sección “Material Descargable” de la web promocional del destino. Este repositorio debe tener un sistema de filtrado por producto y por comarca para facilitar la búsqueda de documentos. Además, deberá contar con una sección de compartir, descargar o imprimir cada uno de los materiales subidos.

- La empresa deberá realizar la labor **digitalización de documentos que se encuentren en papel** y pasar a pdf a través de un OCR de alta calidad para preservar los originales y contribuir a su difusión pública mediante su visionado a través del repositorio de la web del destino. La empresa deberá digitalizar un mínimo de 10 folletos o guías del destino
- Además, deberá **subir todo aquel material digital actualizado** con el que se cuente en el territorio en formato pdf.
- Del total de todos los materiales subidos al repositorio, deberán **pasar a Flipbook u otra herramienta de visualización de archivos en formato libro** y descarga todos aquellos materiales de más de 12 páginas, para su mejor visionado.

Requisitos de la digitalización de material

Se realizará una digitalización individualizada de todo el material impreso (folletos, mapas temáticos, guías, topoguías de rutas etc.), de tal manera que todo el contenido escrito pueda ser reconocido por las herramientas informáticas. Se trata de digitalizar documentos impresos aplicando procedimientos OCR.

Escáneres: se utilizarán escáneres adecuados a las dimensiones físicas y al tipo de soporte de los documentos originales y adaptados a su nivel de detalle, tonos y colores. El material resultante del escaneo debe hacerse de tal modo que los textos sean entendidos. Se digitalizará en el formato 1:1 de todas las páginas de los documentos

Resolución y color: durante el proceso de digitalización se elegirá una resolución adecuada para capturar los detalles requeridos por los documentos, y una profundidad de bit en consonancia con las características de los originales. De forma genérica, los documentos se escanearán a color y la resolución de la digitalización deberá permitir la impresión del documento a su tamaño original con calidad fotográfica (300 dpi).

45



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

La digitalización del documento debe de permitir la lectura de los textos en los buscadores de las diferentes plataformas como Google o Bing, entre otros. Es decir, no se debe imprimir en formato imagen si no PDF editable.

Formato: la digitalización de los originales generará reproducciones de alta calidad, destinadas a la conservación, divulgación y promoción del destino Ambroz-Cáparra a través de los medios digitales. Estos documentos servirán como copia máster y se realizarán en formato TIFF y segundas copias a baja resolución en formato JPEG, destinadas a la consulta. Los documentos de gran formato se digitalizarán mediante varias capturas separadas, una general y otras divididas en cuadrículas.

Etiquetado: el material resultante debe de estar etiquetado por categorías para poder aplicar filtros de búsqueda por temáticas y por localidades o comarcas dentro de la sección *Material Descargable* de la web promocional del destino.

La relación de material que aquí se describe es un mínimo, pudiendo incrementarse hasta un 15% en relación a los folletos que se detecten o se propongan por el territorio en el periodo de diagnóstico inicial.

DIPUTACIÓN DE CÁCERES

- **Folletos y mapas comarcales**
 - 1 folleto Trasierra Tierras de Granadilla
 - 1 mapa Trasierra Tierras de Granadilla
 - 1 folleto Valle del Ambroz
 - 1 mapa Valle del Ambroz
- **Guía de rutas Provincia de Cáceres (guía general de la provincia por comarcas)**
 - 1 apartado de 4 páginas Trasierra Tierras de Granadilla
 - 1 apartado de 4 páginas Valle del Ambroz
- **40 puntos Ecoturismo (cada punto tiene su ficha de 2 páginas)**
 - 1 punto Trasierra Tierras de Granadilla
 - 2 puntos Valle del Ambroz
- **Paisajes Literarios, 1 tríptico para las 2 comarcas**
- **Red de Centros de Interpretación de la Provincia**

46



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Folleto tríptico red de Centros de interpretación del Valle del Ambroz

Folleto tríptico red de Centros de Interpretación de Trasierra Tierras de Granadilla

CEDER CÁPARRA

- **Mapa Tierras de Granadilla**
- **Guía de servicios**
- **Embalse de Gabriel y Galán - El anillo: folleto**
- **Embalse de Gabriel y Galán - El anillo: folleto - VERSIÓN EN INGLÉS**
- **Villa medieval de Granadilla: folleto**
- **Villa medieval de Granadilla: folleto - VERSIÓN EN INGLÉS**
- **Plano Villa de Granadilla.pdf**
- **Ciudad Romana de Cáparra: folleto**
- **Ciudad Romana de Cáparra: folleto - VERSIÓN EN INGLÉS**
- **Guía ornitológica**
- **Guía Ecoturística**
- **Guía Ecoturística - VERSIÓN EN INGLÉS**

MANCOMUNIDAD TRASIERRA TIERRAS DE GRANADILLA

- Folletos locales de:
Zarza de Granadilla
La Pesga
Guijo de Granadilla

GRUPO DE ACCIÓN LOCAL DIVA

16 TOPOGUÍAS FOLLETOS DE SENDEROS (FORMATO A4 Y EN FORMATO A3 4/5 DOCUMENTOS)

- **RUTAS DE SENDERISMO DESCRIPTIVO**
- **Nº 1 RUTA ABADÍA BIEN PARADA**

47



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA





Código de verificación : 3739a32cb9fbf887

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=3739a32cb9fbf887>

- Nº2 RUTA LA BURILA, ALDEANUEVA DEL CAMINO
- Nº 3 CAMINO DE ARRIEROS, BAÑOS DE MONTEMAYOR
- Nº 4 EL MORALEJO, CASAS DEL MONTE
- Nº 5 COLLADO DE EN MEDIO, GARGANTILLA
- Nº6-7 EL CASTAÑAR Y EL CASTAÑAR DE EL DUQUE, HERVÁS GARGANTILLA
- Nº 8 EL NEVERO, LA GARGANTA
- Nº 9 CASTAÑOS DEL TEMBLAR Y RUTA CELTA, SEGURA DE TORO
- Nº 10 PINAJARRO, HERVÁS
- Nº 11 VÍA DE LA PLATA, BAÑOS DE MONTEMAYOR, HERVÁS, ALDEANUEVA DEL CAMINO
- Nº 12 BOSQUES DEL AMBROZ, LA GARGANTA, HERVÁS, GARGANTILLA, SEGURA DE TORO
- Nº 13 PISTA HEIDI, HERVÁS
- Nº 14 PUERTO DE HONDURAS (GR), HERVÁS CABEZUELA DEL VALLE
- Nº 15 LA CHORRERA, HERVÁS
- Nº 16 PANTANO DE BAÑOS DE MONTEMAYOR – LA CALAMOCHA
- 1 Mapa comarcal recursos desplegable A3
- 1 Mapa de senderos btt desplegable A3
- 1 Guía del Valle del Ambroz (2001)
- Plano callejero Hervás desplegable azul
- Plano histórico Hervás la historia recobrada
- Red de rutas del Valle del Ambroz
- Mapa verde del Valle del Ambroz
- Carpeta de recursos turísticos Ambroz Cáparra
- Mapa turístico Ambroz-Cáparra (Junta de Extremadura)
- Guía del patrimonio natural del Valle del Ambroz



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Firmado por: MARIA DEL CARMEN ALONSO MERINO

Cargo: Técnico Administración Empresas

Fecha: 25-11-2022 01:53:23

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Cargo: Jefe Servicio Ec. Admvo. Área Desarrollo y Turismo Sostenibl

Fecha: 25-11-2022 08:30:13

- Callejero de Baños de Montemayor
- Callejero de Abadía
- Desplegables red de senderos del Valle del Ambroz

2.3 FUNCIONALIDADES O ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA LA ELABORACIÓN DE LA PÁGINA WEB:

La empresa adjudicataria deberá tener en cuenta los siguientes aspectos para el desarrollo de la web:

- ✓ El portal turístico deberá responder a las estrategias de posicionamiento, marketing de contenidos, de posicionamiento SEO y de publicidad digital del destino Ambroz-Cáparra establecidas por la Estrategia de Marketing 360º
- ✓ La utilización de Wordpress implicará la estructuración de la página web de acuerdo a un listado de módulos/plugins/temas/que dispone la Diputación de Cáceres. El uso de otros módulos/plugins/temas deberá contar con la aprobación del Área de Innovación y Provincia Digital. Los módulos que se vayan proponiendo de acuerdo a las necesidades de la web y las demandas de la entidad contratante, serán lo más flexibles posibles, con apartados que puedan tener o no contenido, sin que ello implique desajustes en su visualización final, o permitiendo la integración de imágenes o videos indistintamente en aquellos en los que se requiera.
- ✓ Todas las secciones y fichas creadas en la web se tienen que crear con etiquetas para poder hacer los filtrados. Además, deberán de tener la opción de compartir con diferentes redes sociales, whatsapp o correos electrónicos.
- ✓ Para facilitar la introducción de nuevos contenidos por parte del órgano gestor, la web debe de estar fuertemente basada en un sistema de categorías y sub-categorías. Cualquier página de productos, ruta o plan será publicada como “entrada” de blog, lo cual permite atribuir a cada una serie de categorías y tags que definirán dónde y cómo aparecen en la web
- ✓ El portal web turístico debe de tener una experiencia de usuario diseñada y adaptada para trabajar no solo desde ordenadores personales y smartphones, sino también desde pantallas táctiles interactivas. Pues se debe de poder visualizar desde las pantallas táctiles de las oficinas de turismo.
- ✓ Deberá ser **rica en contenido, atractiva** y funcional de forma que responda a las necesidades del turista, siendo inspiradora de viajes al territorio, empleando mensajes claros que ayuden a la planificación antes y durante el viaje y que faciliten las decisiones de consumo de sus productos y servicios turísticos. La generación y el mantenimiento de contenidos (textos e imágenes) sobre la plataforma, corresponderá a la empresa adjudicataria.
- ✓ Deberá contemplar la posterior carga de contenidos traducida por la Diputación de Cáceres.

49



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

- ✓ La web deberá integrar los perfiles de redes sociales que se creen y los existentes en el territorio (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube).
- ✓ La adjudicataria deberá incorporar, configurar y asumir el coste de los módulos que a fecha de la puesta en producción se encuentren disponibles para dotar a la web de los mayores niveles de seguridad existente. Los módulos (plugins, temas, etc) que adquiera el adjudicatario como consecuencia de este contrato deberán ser de la versión con mayor vigencia y soporte disponible. Además, durante el periodo de ejecución del contrato, se instalarán y mantendrán actualizados todos aquellos módulos, plugins, actualizaciones, parches, etc. que solucionen brechas de seguridad dentro del portal.
- ✓ El tema deberá entregarse en modo theme de WordPress conteniendo a modo de hoja de estilos todos los elementos definidos y será propiedad de la Diputación de Cáceres.
- ✓ La página web deberá garantizar una buena experiencia de usuario, aplicando principios de usabilidad y arquitectura de información.
- ✓ El portal deberá diseñarse para facilitar la búsqueda de los contenidos del mismo, tanto por el buscador interno como por los más habituales de Internet. (Google)
- ✓ La web deberá ser eminentemente visual, intuitiva y amigable, con textos cortos de calidad y contenido audiovisual.
- ✓ Las extensiones incorporadas deberán estar registradas a nombre de la Diputación de Cáceres bajo unas credenciales compartidos.
- ✓ Deberá ser escalable, de forma que pueda ampliarse en un futuro.
- ✓ El portal deberá facilitar estadísticas de uso integrándose con la cuenta de la Diputación de Cáceres de Google Analytics.
- ✓ Gestor de reservas de actividades, por si hubiera que crear una landing page para la gestión de un evento.
- ✓ Diseño de elementos que pudieran surgir como banners, o adaptaciones de creatividades para la empresa de RRSS, para soporte online u offline para el Plan de Sostenibilidad.

2.4 ENTORNO TECNOLÓGICO

Servidores y Alojamiento

El adjudicatario llevará a cabo el desarrollo del portal en sus propias instalaciones. Una vez finalizado y aprobado por parte del Área, se implantará en los servidores de la Diputación de Cáceres, en el entorno

50



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA



Código de verificación : 3739a32cb9fbf887

de pre-producción, donde se validará por parte de Diputación de Cáceres tanto los contenidos como el correcto funcionamiento de los módulos, plugins, etc. desarrollados. Cualquier anomalía detectada deberá ser subsanada por el adjudicatario en el menor tiempo posible, menos de 72 horas.

Los licitadores podrán solicitar información ampliada de los servicios, tecnologías y funcionalidades actualmente implantados que consideren necesarios para la elaboración de su oferta.

No será necesaria la instalación de ningún componente adicional ni sistema operativo que suponga un coste no previsto en este pliego.

Desarrollo, puesta en producción y actualizaciones

La empresa adjudicataria realizará el mantenimiento de la misma durante el periodo de vigencia de la contratación.

Se deberán realizar pruebas de navegadores y funcionales para comprobar y asegurarse de que el portal se visualiza y funciona como debería en los diferentes navegadores y dispositivos. (Cross browser testing).

Se llevarán a cabo pruebas de stress y carga sobre el portal para asegurar su disponibilidad ante un elevado número de accesos concurrentes. Para ello se tendrán en cuenta como punto de partida las estadísticas de accesos al portal y se deberá tener en cuenta que el portal deberá permanecer estable y dar respuesta en tiempos aceptables para un tráfico que duplique el máximo histórico.

La Diputación de Cáceres a través de medios propios o a través de terceros llevará a cabo pruebas de vulnerabilidades y penetración (pentest). La empresa adjudicataria deberá llevar a cabo las acciones correctoras que se indiquen en los informes emitidos tras la realización de dichas pruebas.

Elaboración de un manual que recoja las tareas a desarrollar para su implantación en ambos entornos. Este documento deberá incluir las opciones de seguridad y de optimización del portal que se deban tener en cuenta, así como el procedimiento a seguir para las copias de seguridad periódicas del mismo.

Durante la ejecución del contrato y antes de la puesta en producción, la Diputación podrá exigir, para llevar a cabo un mayor control y validación del grado de ejecución y la calidad de los desarrollos efectuados, una copia de lo anterior.

La empresa adjudicataria, dentro de las tareas asociadas a la migración deberá entregar la documentación con las tareas a desarrollar para su implantación en ambos entornos. En dicho manual deberá incluir las opciones de seguridad y de optimización del portal que se deban tener en cuenta, así como el procedimiento a seguir para las copias de seguridad periódicas del mismo.

Posteriormente, para cada actualización que se lleve a cabo:

51



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

- Documentación con las tareas a desarrollar para cada actualización incremental, poniendo especial atención en la conservación de los contenidos añadidos en el tiempo entre versiones.
- Ficheros necesarios para llevar a cabo la actualización.

Se deberá asumir por parte del licitador los costes de actualización desde la fecha de adquisición del tema y plugins implantados hasta la finalización del contrato.

Diseño responsive (múltiples dispositivos). Se deberá realizar una adaptación del diseño óptimo y funcional de la web en móviles y tablets.

Soporte Navegadores y Dispositivos

Para el soporte de navegadores en escritorio (Mac y Windows) se debe poder trabajar con Firefox, Chrome, Opera, Edge y Safari, en las versiones superiores existentes en el mercado.

Para soporte de navegadores en móviles y tablets, se debe poder trabajar con Safari en iPhone/iPad (IOS), Chrome y Firefox en iPhone, Opera, iPad y Android.

Sistemas Gestores de Bases de Datos

La base de datos sobre la que se asentará el portal deberá estar disponible bajo los términos de una licencia GPL : MySQL Community o MariaDB.

El plazo límite de entrada en funcionamiento a público de la página web del destino Ambroz Cáparra está previsto en 120 días desde la formalización del contrato. Debiendo hacer las incorporaciones de imágenes y fichas que todavía no se hayan cargado antes de la finalización del plazo de ejecución de la contratación, antes del 30 de octubre de 2022, fecha a partir de la cual la empresa adjudicataria deberá de hacer todas las pruebas y comprobaciones de mantenimiento final de la web.

El plazo de ejecución de la página web se fija en 11 meses desde la formalización de la adjudicación del lote.

3.-ENTREGABLES Y EJECUCIÓN

Entregables

La empresa adjudicataria de los trabajos tendrá que reportar a la Diputación de Cáceres:

- ✓ Diagnóstico previo con informe de situación.
- ✓ Cronograma y planificador de actividades de los trabajos a realizar para la ejecución de la página web.
- ✓ Entregable con el sitio Wordpress en formato comprimido.

52



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

- ✓ Entregable con el backup de la base de datos asociada al portal.
- ✓ Todos los textos de las diferentes secciones de la web en formato word.
- ✓ Banco de imágenes categorizado. Cada imagen deberá contener el nombre del recurso y el lugar de la toma (georeferenciado), en formatos jpg.
- ✓ Base de datos categorizada con las 100 fichas cargadas por la empresa adjudicataria de todas las fichas de empresas y museos y recursos cargados en el área privada de la web, hasta el 15 de mayo de 2023.
- ✓ Base de datos categorizada de las empresas dadas de alta en el área privada con sus textos e imágenes generadas automáticamente hasta el 30 de octubre de 2023.
- ✓ Listado de usuarios dados de alta en la web así como listado de correos de las descargas en la sección lista de deseos de “ Mi viaje”,
- ✓ Manual de uso de la web y breve manual de uso y actualización de la web.
- ✓ Formato de ficha final para la sección de área privada.
- ✓ Folletos y material digitalizados
- ✓ Mapa digital
- ✓ Documentación con las tareas a desarrollar para su implantación en ambos entornos. Manual de implantación de la web

Todos estos entregables deberán obtener la validación del equipo técnico responsable de la ejecución del contrato del PST Ambroz-Cáparra de Diputación de Cáceres y se repetirán cuantas veces sean necesarios hasta obtener los resultados adecuados.

Se entregará todo el contenido generado durante la ejecución de la contratación, una vez haya sido aceptado por el equipo de Diputación de Cáceres, encargados de la ejecución de dicho contrato, para la comprobación de su adecuación a los requisitos establecidos en el presente pliego de prescripciones técnicas, quienes validarán el resultado del trabajo.

Los entregables, exigidos en el Pliego de prescripciones técnicas, se presentarán a los Técnicos del Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo de la Excm. Diputación de Cáceres en un disco duro externo.

Plazo de ejecución

53



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA



La prestación del contrato, deberá realizarse en el plazo de 11 meses desde la formalización del contrato. estando prevista su finalización el 30 de noviembre de 2023.

Respecto a la ejecución de los trabajos se establecen los siguientes hitos:

Fase	Fecha
<p>PRIMERA FASE:</p> <p>Informe diagnóstico</p> <p>Cronograma y planificador de actividades.</p> <p>Banco de imágenes, JPG 300 ppp y JPG optimizado a web</p> <p>Banco de microvideos</p> <p>Formato de ficha final para la sección de área privada.</p> <p>Todos los textos en formato word.</p>	4º mes desde la contratación
<p>SEGUNDA FASE:</p> <p>-Banco de imágenes. (Resto del banco de Imágenes)</p> <p>-BBDD de todas las fichas de empresas y museos y recursos cargados en el área privada de la web.</p> <p>-Listado de usuarios dados de alta en la web así como listado de correos de las descargas en la sección lista de deseos de "Mi viaje"</p> <p>-Folletos digitalizados y en pdf.</p> <p>-Mapa digital</p>	5º mes desde la contratación
<p>TERCERA FASE</p> <p>Entregable con el sitio Wordpress en formato comprimido.</p> <p>Backup de la base de datos asociada al portal.</p> <p>Manual de uso de la web y breve manual de uso y actualización de la web.</p> <p>Documentación con las tareas a desarrollar para su implantación en ambos entornos.</p>	10º mes de la contratación



ANEXO I: AUTORIZACIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

Cesión de derechos de imagen (ADULTOS)

El/la Señor/a....., con DNI/Pasaporte número, mayor de edad y con domicilio en..... AUTORIZO a la Diputación de Cáceres, con domicilio social en Plaza Santa María, s/n 10003 de Cáceres y NIF núm. P-1.000.000-H para que pueda utilizar todas las imágenes en las cuales aparezco como modelo / figurante / participante en el banco de imágenes de Ambroz-Cáparra objeto de contratación entre el fotógrafo/agencia de publicidady el órgano contratante.

Esta autorización no fija un límite temporal ni límite de ámbito geográfico para la explotación de las imágenes, o parte de las mismas y, por tanto, se podrán utilizar estas imágenes por el periodo señalado, en cualquier país del mundo, sin limitación geográfica.

Las imágenes podrán utilizarse para la explotación de los materiales resultantes de las sesiones fotográficas con fines promocionales y/o comerciales que pueda llevar a término Diputación de Cáceres para la promoción del Destino Ambroz Cáparra y para cualquier medio o soporte, que incluye, a título enunciativo, pero no limitado, los siguientes:

- Captación, fijación y reproducción de la imagen mediante un soporte visual y/o audiovisual que permita su reproducción y comunicación pública por cualquier procedimiento o medio.
- Reproducción de la imagen en cualquier soporte (papel, analógico o digital) y formato que permita la obtención de copias, sin límite cuantitativo.
- Distribución de las imágenes a terceros mediante venta, alquiler, préstamo o de cualquier otra forma, tanto para uso privado como público.
- Comunicación pública de las imágenes para cualquier medio o sistema técnico o tecnológico, incluyendo con carácter enunciativo, la proyección o exhibición pública cinematográfica o no, la explotación televisiva, la explotación en Internet y redes sociales y explotación mediante telefonía móvil.

Todo esto con limitación de usos o aplicaciones que puedan atentar contra el derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/82, de 5 de mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Y para que conste, firma la presente autorización en, el de de.....

Firma

55



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

Cesión de derechos de imagen (MENORES)

El Señor/a....., con DNI/Pasaporte núm....., mayor de edad y con domicilio en..... en calidad de tutor/representante legal del menor (nombre y apellidos) que aparece como modelo en las imágenes realizadas en, y a los efectos previstos en el artículo 3 de la Ley Orgánica 1/82 de 5 de mayo de Protección Civil al Derecho al Honor, la intimidad Personal y Familiar y a la Propia imagen, AUTORIZO a la Diputación de Cáceres, con domicilio social en Plaza Santa María, s/n 10003 de Cáceres y NIF núm. P-1.000.000-H para que pueda utilizar todas las imágenes en las cuales mi hijo/tutelado aparece como modelo / figurante / participante en fotografías pertenecientes al banco de imágenes de Ambroz-Cáparra objeto de contratación entre el fotógrafo/agencia de publicidady el órgano contratante.

Esta autorización no fija límite temporal ni límite de ámbito geográfico para la explotación de las imágenes, o parte de las mismas y, por tanto, se podrán utilizar estas imágenes por tiempo indefinido, en cualquier país del mundo, sin limitación geográfica. Las imágenes podrán utilizarse para la explotación de los materiales resultantes de las sesiones fotográficas y/o de grabación con fines promocionales y/o comerciales que pueda llevar a término Diputación de Cáceres para la promoción del destino Ambroz- Cáparra como destino turístico dentro de la provincia de Cáceres y para cualquier medio o soporte, que incluye, a título enunciativo, pero no limitado, los siguientes:

- Captación, fijación y reproducción de la imagen mediante un soporte visual y/o audiovisual que permita su reproducción y comunicación pública por cualquier procedimiento o medio.
- Reproducción de la imagen en cualquier soporte (papel, analógico o digital) y formato que permita la obtención de copias, sin límite cuantitativo.
- Distribución de las imágenes a terceros mediante venta, alquiler, préstamo o de cualquier otra forma, tanto para uso privado como público.
- Comunicación pública de las imágenes para cualquier medio o sistema técnico o tecnológico, incluyendo con carácter enunciativo, la proyección o exhibición pública cinematográfica o no, la explotación televisiva, la explotación en Internet y redes sociales y explotación mediante telefonía móvil.

Todo esto con limitación de usos o aplicaciones que puedan atentar contra el derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/82, de 5 de mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Y para que conste, firma la presente autorización en, el de

Firma

56



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA

ANEXO II SOLICITUD DE DOCUMENTACIÓN

Diputación de Cáceres
Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo
PST Ambroz-Cáparra
C/ Pintores 10
10003 Cáceres

Estimados Sres.:

En el marco del procedimiento para la contratación de la asistencia técnica para el **DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE ACTIVACIÓN DE LA MARCA TURÍSTICA 360º AMBROZ-CÁPARRA** promovido por el Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo y de conformidad con lo previsto en el pliego de prescripciones técnicas relativo al mismo, por la presente solicitamos la siguiente documentación (en adelante, la "Documentación"):

Marcar con una X

Plan de Marketing Sostenible 2020-2030 Valle del Ambroz

Plan de Marketing Sostenible 2020-2030 Trasierra-Tierras de Granadilla

Plan de Sostenibilidad Turística en el Valle del Ambroz-Cáparra

Estrategia de comunicación 360º

Mock up de la web

En relación con lo anterior, por la presente les comunicamos nuestros compromisos de actuación:

1. Informe confidencial.- se considerará información confidencial cuanta información se recoja en la Documentación. Asimismo, se considerará información confidencial cualquier análisis, recopilación, estudio, resumen, extracto o documentación de todo tipo elaborado por nosotros a partir de dicha Documentación.
2. Obligaciones de uso y confidencialidad. Tanto nosotros como nuestros administradores, directivos, ejecutivos y empleados (en adelante, el "Personal") nos comprometemos a no utilizar la información confidencial para cualquier otro propósito distinto de los relacionados directamente con el Procedimiento.

Igualmente, nosotros y nuestro Personal nos comprometemos a tratar y conservar en todo momento la Información Confidencial como secreta y confidencial, de modo que no la comunicaremos ni revelaremos, directa ni indirectamente a ningún tercero sin la previa aprobación por escrito del Área

57



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA



Código de verificación : 3739a32cb9fbf887

de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo (en adelante, el “Área”). A estos efectos, se entenderá que el riesgo de robo, extravío o pérdida de la información confidencial es asumido por nosotros, de tal modo que el hecho de que la recepción de la Información Confidencial por terceros se deba a cualquiera de dichas causas será entendido como producto de una negligencia imputable a nosotros.

Asimismo, limitaremos al mínimo imprescindible el número de miembros de nuestro Personal y colaboradores que tendrán acceso a la Información Confidencial, poniendo todos los medios necesarios para asegurar que se cumplen los términos de los compromisos asumidos en la presente. En todo caso, responderemos, en cualquier situación y circunstancia, de cualquier incumplimiento de las obligaciones que se deriven de la presente, incluso en el supuesto de que dicho incumplimiento sea imputable a uno o varios miembros de nuestro Personal.

3. Propiedad exclusiva.- Reconocemos que la Información Confidencial es propiedad exclusiva del Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo de la Diputación de Cáceres. La entrega de la Documentación no supone la concesión de ninguna licencia de explotación de derechos de propiedad intelectual u otros ni les obliga a Uds. a la celebración de un contrato sobre cualquier materia. En particular, pero sin carácter limitativo, no podremos, en modo alguno, utilizar o explotar comercialmente la Información Confidencial, salvo en relación con el procedimiento. Del mismo modo, no podremos reclamar derecho de propiedad intelectual o industrial alguno a nuestro favor en relación con la Información Confidencial.

4. Duración.- Nuestros compromisos bajo la presente tendrán una duración de cinco (5) años desde su fecha de firma.

5. Devolución o destrucción de la Información Confidencial.- Una vez terminada la vigencia de la presente, se deberá, tan pronto como sea razonablemente posible y, en cualquier caso, en no más de cinco (5) días hábiles desde dicha terminación, destruir la Documentación.

6. Legislación aplicable y jurisdicción.- El presente acuerdo se regirá por las leyes españolas. Las partes, con renuncia expresa a cualquier fuero que resultara de aplicación, acuerdan que todo litigio, discrepancia, cuestión o reclamación resultante de la interpretación o ejecución del presente acuerdo o relacionados con él, directa o indirectamente, será sometido a la jurisdicción de los juzgados y tribunales de Cáceres.

Ruego nos envíen la Documentación a la siguiente dirección de correo electrónico:

Firmado

(Cargo)

58



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL VALLE DE AMBROZ-CÁPARRA