

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE CÁCERES.

I. ANTECEDENTES

La Diputación de Cáceres ha puesto en marcha el Programa Especial para la Inversión en Planes de Acción Territorial denominado Programa DIPUTACIÓN DESARROLLA. Este programa se desplegará en las anualidades presupuestarias de 2018 y 2019 para contribuir en el desarrollo económico de las comarcas rurales de la Provincia de Cáceres con medidas capaces de identificar oportunidades, poner en valor recursos locales, de vertebrar el territorio, creando tejidos sociales y económicos que defiendan, conozcan, valoren y aprovechen los recursos culturales y naturales de alto potencial, proyectándolos hacia su propia sociedad y hacia el exterior abriendo posibilidades de cooperación nacional e internacional e incluyendo, si procede, una oferta de servicios turísticos.

Las acciones que incluye el proyecto se articulan en planes de acción territoriales -un plan para cada uno de los catorce territorios- y parten del consenso entre los distintos agentes, que han elegido su propio modelo de desarrollo. Ya sea como sector principal o secundario, complementando otras actividades económicas, en todos los territorios han optado por incluir el turismo como motor de desarrollo.

Esta consideración viene a reforzar el posicionamiento que la Diputación Provincial de Cáceres tiene respecto al turismo como factor clave en el desarrollo sostenible de la provincia, que permita el crecimiento económico, la cohesión territorial y la diversificación económica, convirtiéndose así en una herramienta básica contra el despoblamiento del medio rural y en la consecución de la igualdad de oportunidades.

Por otro lado los retos a los que se enfrenta el sector turístico, tanto tecnológicos como de cambios sustanciales en el comportamiento y caracterización de la demanda, hace necesario que las actuaciones que se lleven a cabo en los próximos años estén debidamente planificadas, basadas en un análisis exhaustivo de la realidad y potencialidad turística, y un planteamiento de futuro innovador, que tenga en cuenta el enfoque de Destino Turístico Inteligente, por el que apuestan organismos nacionales e internacionales como la propia Organización Mundial del Turismo que ha marcado como prioridad en su agenda para el turismo la innovación y transformación digital.

II. OBJETO DEL CONTRATO

Elaboración de una estrategia de marketing turístico para la provincia de Cáceres y para cada uno de sus catorce territorios, para un periodo temporal 2019-2030, así como de una propuesta de acciones específicas para el desarrollo de dichas estrategias que oriente al sector turístico de la provincia en el desarrollo de productos turísticos, y en las iniciativas de promoción y comercialización.

En la ejecución del servicio deben estar presentes en todo momento los criterios de innovación, sostenibilidad y participación, de manera que sean los agentes turísticos y la población local los protagonistas en el diseño de su propio modelo de desarrollo turístico.



III. CONTENIDO DEL TRABAJO

1. OBJETIVOS

- **Definir un posicionamiento turístico para la provincia de Cáceres, así como para cada uno de sus territorios que contribuyan al desarrollo sostenible del sector turístico, teniendo en cuenta:**
 - La distribución territorial de los flujos turísticos.
 - Diversificación y desestacionalización de la oferta y la demanda.
 - Fidelización y satisfacción del turista.
 - Evolución sostenible del número de turistas y pernoctaciones.
 - Aumento del gasto turístico y de la oferta turística que favorezca el crecimiento de empresas y empleo del sector.
 - Internacionalización.
 - Conceptualización de la marca y valores a transmitir.
- **Establecer estrategias de producto, promoción y comercialización para cada territorio y para la provincia.**
- **Definir el Plan Operativo Provincial y Planes Operativos para cada uno de los catorce territorios.**

2. ÁMBITO TERRITORIAL

Los trabajos se realizarán sobre **cada una de los siguientes territorios:** (se adjunta mapa con la delimitación territorial y poblaciones incluidas):

- Parque Cultural Sierra de Gata
- Las Hurdes
- Tierras de Granadilla
- Valle del Ambroz
- La Vera
- Valle del Jerte
- Campo Arañuelo
- Geoparque Villuercas-Ibores-Jara
- Miajadas-Trujillo
- Montánchez –Tamuja
- Reserva de la Biosfera de Monfragüe
- Reserva de la Biosfera Tajo Internacional
- Tajo-Salor



- Valle del Alagón

El Valle del Jerte dispone de una Estrategia de posicionamiento realizada en el año 2015, por lo que el trabajo a realizar para este territorio sería el de revisión y actualización.

- **Destino Provincia de Cáceres**

A la hora de trabajar en el posicionamiento, elaboración de la estrategia y plan operativo provincial se tendrá en cuenta los territorios de la provincia, así como su relación con las ciudades de Cáceres y Plasencia.

3. METODOLOGÍA

La metodología del proyecto favorecerá la participación de los agentes turísticos y no turísticos (económicos, sociales, culturales, etc) de la provincia. Con el fin de garantizar esta participación, como mínimo tendrán lugar:

- 3 talleres grupales con agentes clave en cada territorio a lo largo del proyecto.
- Al menos 10 entrevistas en cada territorio con agentes relevantes que serán consensuados con el Área de Desarrollo y Turismo Sostenible.
- Presentación de los trabajos y conclusiones del plan estratégico provincial en dos municipios de la provincia.

4. FASES

Para cada plan estratégico comarcal, así como para el plan provincial, el desarrollo del trabajo será:

4.1. Análisis y diagnóstico

A. Análisis interno:

- Oferta turística: estructura del mercado turístico, infraestructuras, equipamientos, nivel de calidad y prestación de servicios.
- Productos y mercados
- Promoción y comercialización del destino
- Percepción e imagen, diferenciación actual del destino frente a la competencia.
- Gestión turística del territorio.

B. Análisis externo

- Situación actual y tendencias del mercado turístico y de la demanda
- Evaluación de la competencia y análisis de buenas prácticas.

C. Diagnóstico

Determinar la situación competitiva del destino.





4.2. Posicionamiento estratégico

Definir el posicionamiento del destino provincia de Cáceres y de cada uno de los catorce territorios y planificar una estrategia atendiendo las tres líneas de actuación:

- A. Estrategia de producto y mercado
- B. Estrategia de comercialización
- C. Estrategia de promoción

Se deberá también definir los atributos de marca y mensajes clave a transmitir para comunicar dicho posicionamiento.

4.3. Plan de acción operativo.

En el marco de las estrategias establecidas, se diseñará un plan de acción para un periodo de ejecución de 3 años.

4.4. Gobernanza

La empresa adjudicataria deberá proponer una metodología de trabajo conjunto para el desarrollo de las estrategias y la aplicación de los planes de acción.

4.5 Propuesta de otras estrategias.

Además del plan estratégico provincial y los 14 planes territoriales, la empresa podrá proponer y desarrollar estrategias y planes de acción específicos para productos o destinos formados por varios territorios entre los que se establezcan sinergias y que juntos aporten un valor diferencial. Para estas estrategias se seguirá este mismo proceso de trabajo y el mismo horizonte temporal indicado en el objeto del contrato.

IV. ENTREGABLES

Al finalizar el trabajo, la empresa deberá entregar con el alcance de los trabajos especificados en el punto 4:

1. Memoria del trabajo realizado. (1 copia en papel y formato digital)
2. Plan estratégico Provincial (3 copias en papel y formato digital)
3. 14 Planes estratégicos comarcales (3 copias en papel y formato digital)
4. Datos primarios obtenidos en el proceso, así como un informe de análisis de los mismos. (Formato digital).
5. Bases de datos generadas en el proceso. (Formato digital)



V. PERIODO DE EJECUCIÓN

El periodo de ejecución de este contrato será desde su adjudicación hasta el 15 de diciembre de 2018.

VI. PRESUPUESTO

Presupuesto base de licitación:	173.553,72.-€
IVA (21%):	36.446,28.-€
Importe total:	210.000,00.-€

VII. JUSTIFICACIÓN DE LA EJECUCIÓN

La empresa adjudicataria deberá presentar, para justificar la ejecución del contrato, los entregables especificados en el punto 4.

