

## **MEMORIA JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO DE SERVICIOS CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID**

**Exp.: A/SER-033180/2020**

A la Dirección General de Turismo le corresponden, entre otras, las funciones de coordinación, fomento, planificación del sector y de la actividad turística, la elaboración de estrategias y planes que faciliten la creación y promoción de productos de alto valor añadido para el turismo y la promoción del sector turístico madrileño, en el ámbito nacional e internacional.

El turismo es un sector vital en la economía madrileña, y por ello se considera necesario para dicha labor de promoción dar una mayor visibilidad a la imagen turística de la Comunidad de Madrid.

Dentro de las líneas estratégicas de la Dirección General de Turismo, se encuentran la implantación y el desarrollo del marketing online. La Comunidad de Madrid ha venido reforzando las actuaciones marketing online para contribuir de esta forma a la difusión de la oferta turística del destino en los diferentes mercados. Además, se ha incorporado progresivamente a la estrategia de promoción y comunicación de Madrid aquella tecnología que ha permitido incrementar la difusión y el conocimiento del destino de manera eficiente. Este refuerzo del marketing online se ha traducido en una mayor promoción especializada en redes sociales, información para multidispositivos o apps, entre otros resultados alcanzados.

Pero la tecnología es un campo en constante proceso evolutivo. Y en esta línea de actuación se debe seguir avanzando y progresando para lograr un mejor posicionamiento del destino Madrid en el mercado turístico internacional y para favorecer la venta directa al turista final. Asimismo, se debe continuar fomentando la presencia en las plataformas online, líderes de comercialización turística de los mercados origen prioritarios.

Efectivamente, en el ámbito del turismo el entorno online es de vital importancia, pues constituye uno de los principales canales de comunicación, consulta y compra turística para muchos usuarios y visitantes potenciales. De ello se deriva de manera automática la necesidad de mejorar la presencia online de los recursos y productos turísticos que ofrece el destino turístico.

En los últimos años la tendencia del uso de plataformas online se ha visto incrementada exponencialmente. Debido a dicha tendencia, la Dirección General de Turismo ha invertido recursos humanos y materiales para dotar de una ventana virtual a la región de Madrid, a través de la página **[www.turismomadrid.es](http://www.turismomadrid.es)** y disponer así de una plataforma online potente de promoción turística de la ciudad.

A través de dicha herramienta de comunicación digital se pretende disponer de un espacio virtual de referencia en todo lo relativo al viaje con destino Comunidad de Madrid y convertirse en una herramienta fundamental para contribuir al desarrollo turístico de la región fomentando, tanto la captación de nuevos visitantes, como permitiendo incrementar el consumo turístico.

Consecuencia de esta clara necesidad de seguir acrecentando y reforzando el peso en las herramientas online, mediante el perfeccionamiento de su calidad, se hace precisa la contratación de un servicio para ejecutar los trabajos de gestión de contenidos - creación, actualización y traducción de contenidos - de la página web de promoción turística de la Comunidad de Madrid.

Además, debido a la importancia de posicionar estratégicamente a la Comunidad de Madrid como destino en los mercados internacionales, es necesario llevar a cabo la gestión de la versión en inglés actual, <https://turismomadrid.es/en/>, desarrollando los trabajos en inglés americano y cambiando el enlace a dicha versión a un nuevo dominio para el idioma Inglés. Ello responde al hecho de que la actual página en castellano, a pesar de estar traducida al inglés, tiene un dominio (.es) que dificulta notablemente el acceso desde determinados lugares de mundo.

El alcance y difusión de las páginas web están directamente vinculados con el posicionamiento en los buscadores, por ello, además de la gestión de la página web y sus contenidos, que como plataforma online de comunicación en todo lo relativo al turismo de la Comunidad de Madrid ocupa un peso importante, se ha detectado la necesidad de contar con una mejor difusión nacional e internacional, a través de acciones que mejoren el posicionamiento web natural (SEO) del portal tanto en español como en inglés.

Por otro lado, una vigilancia constante y una actuación adecuada de la página web pueden traducirse en hacer de ella la principal fuente de información para el potencial visitante. Por ello se precisa la implementación de acciones periódicas de medición, análisis y evaluación de la actividad y resultados presentados, así como reorientación de la estrategia desarrollada.

De otra parte, cabe destacar que las redes sociales son plataformas indispensables y puntos estratégicos de los usuarios que conforman comunidades de alrededor de las marcas. Por tanto, es preciso, con las cuentas en redes sociales de las que la Dirección General de Turismo es titular, desarrollar labores de dinamización y fidelización, a través de una interacción constante con los usuarios.

Los objetivos genéricos que la D. G. de Turismo de la Comunidad de Madrid persigue para el conjunto de su actividad a través de los medios sociales son los siguientes:

- a) Ser un elemento de inspiración para el turista que está decidiendo acerca del destino de su viaje, llamando su atención, de manera que la página responda a las necesidades de cada tipología de turista.
- b) Ofrecer toda la información necesaria, útil y de calidad sobre los diferentes elementos del viaje: planificación, recursos turísticos, información práctica, destinos, etc.
- c) Fidelizar a los turistas que ya han visitado la Comunidad de Madrid o que tienen una especial vinculación con nuestra región.
- d) Mejorar el posicionamiento de la página web institucional de turismo frente a las de otros destinos competidores.

- e) Facilitar el seguimiento de eventos de ocio, turismo activo y de naturaleza, turismo de compras, gastronómico y turismo cultural.
- f) Atender a la necesaria interacción de los usuarios, en particular, mediante la conexión a redes sociales.
- g) Promover la interacción con los usuarios, en la medida que permita la difusión de sus contenidos, sin perder el carácter de página informativa.
- h) Facilitar el seguimiento de las actualizaciones de la página a través de redes sociales.

Por todo ello, y para la prestación de un servicio integral de marketing digital, en cumplimiento de las líneas estratégicas de la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid vigente, se requiere la prestación del servicio de una agencia de marketing que ejecute de manera integrada y planificada los trabajos y acciones de marketing y difusión digital del destino Comunidad de Madrid.

Madrid, a la fecha de la firma

**EL DIRECTOR GENERAL DE TURISMO**

Firmado digitalmente por: DEHESA CONDE EDUARDO  
Fecha: 2020.09.30 21:40

Fdo.: Eduardo Dehesa Conde