

**PRESCRIPCIONES TÉCNICAS Y CONDICIONES PARTICULARES
DEL CONTRATO DE SERVICIOS PARA LA REDACCIÓN DEL PLAN
DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN
DE CANTABRIA AÑO 2022-2023**

SOCIEDAD REGIONAL CÁNTABRA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, S.A.

septiembre 2021

CANTUR, S.A. (Sociedad Unipersonal) Reg. Mercantil Cantabria, Tomo 534, Folio 48, Sección 8, Hoja S-5060 - N.I.F.A-39008073

PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE SERVICIOS PARA LA REDACCIÓN DEL PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE CANTABRIA AÑO 2022-2023

1. Introducción

La SOCIEDAD REGIONAL CÁNTABRA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, S.A. (en adelante CANTUR) es una empresa pública a través de la cual el Gobierno de Cantabria desarrolla, entre otros objetivos, su estrategia de promoción turística, la coordinación con los actores del sector turístico tanto públicos como privados, y el apoyo a la presencia del sector en eventos promocionales. CANTUR tiene encomendada la realización de acciones de promoción y fomento del Turismo de Cantabria, el fomento de la comercialización turística y los servicios de información tendentes a la consolidación de la imagen de Cantabria como destino turístico de calidad en el panorama nacional e internacional.

Es objetivo del Gobierno de Cantabria colocar al Sector Turístico de Cantabria en posiciones de liderazgo en cuanto a competitividad en el escenario nacional e internacional, así como consolidarlo como una actividad económica estratégica relevante y prioritaria, con alto impacto social y generadora de empleo.

Para el año 2022-23 se hace preciso contar, nuevamente, con un Plan de Marketing del Sector Turístico que continúe la labor ya emprendida en los años anteriores y ante las vicisitudes de la pandemia COVID-19 la cual ha golpeado duramente el sector turístico. Asimismo, la orientación a la comercialización de productos y experiencias turísticas en los distintos canales que resulten de interés de la Sociedad, mediante una Campaña de Promoción del Sector Turístico de Cantabria así como de los recursos turísticos propiedad del Gobierno de Cantabria, actualizado y acorde con los productos y activos que resulten prioritarios ofrecer durante el año 2022-2023.

Los aspectos más importantes que se acometerán en la redacción del Plan de Marketing Turístico son la definición de la planificación y orientación en productos turísticos, estrategias que deberán ser objeto de promoción en la Campaña de Turismo Cantabria 2022-23, los canales idóneos para dicha promoción, la definición de mercados objetivos, así como cualquier otra variable que tuviera influencia en el ámbito del marketing y resultara de interés para la CANTUR.

En todo caso, resulta de especial interés para CANTUR el mantenimiento de la importancia que debe otorgarse a la irrupción de las tecnologías de las informaciones y las comunicaciones en el ámbito de la comercialización de productos turísticos, que está suponiendo, en la actualidad, un cambio profundo en los hábitos de consumo de estos productos. En este sentido los canales digitales, como el conocimiento de sus alcances están ofreciendo un importante papel de difusión de las ofertas turísticas, así como de canal de comunicación de las expectativas y deseos de los potenciales clientes y usuarios finales. Es por ello que en el Plan de Marketing Turístico a redactar deberán establecerse los cauces y canales que se consideren más oportunos en la esfera de estas tecnologías de la información, en combinación con los canales tradicionales, teniendo en cuenta los contenidos del Plan de Marketing elaborado por el Instituto de Turismo de España –

TURESPAÑA-. Asimismo, sin olvidar las fuentes de captación de clientes tradicionales, convirtiendo en un mix importante ambos modelos.

Toda vez que CANTUR no dispone de los medios humanos y materiales precisos para acometer con éxito los trabajos descritos, se hace necesario contar con un equipo profesional del sector que aporte la experiencia precisa en este tipo de trabajos, así como una calidad técnica contrastada.

2. Objeto del Contrato.

Constituye el objeto del presente contrato la redacción del Plan de Marketing Turístico para la Campaña de Promoción de Cantabria 2022-2023, que permita la identificación y definición del plan de contenidos y la priorización de productos turísticos a promocionar por la Sociedad Regional de Promoción Turística, S.A durante el año 2022-2023, incluyéndose en esta campaña los recursos turísticos propiedad del Gobierno de Cantabria.

Asimismo, forma parte del objeto del contrato la revisión del Plan de Marketing Turístico para el año 2021, en los términos previstos en el presente documento.

3. Tipo de licitación.

El presupuesto máximo de licitación asciende a la cantidad de TREINTA Y CINCO MIL EUROS (35.000 €), IVA NO incluido, siendo el procedimiento de adjudicación concurso público con múltiples criterios de adjudicación.

La oferta económica no podrá superar los 35.000€ IVA NO incluido. Se entienden incluidos en el importe mencionado los derechos de autor si los hubiere. Todas las ofertas que superen el importe indicado serán automáticamente descartadas.

A todos los efectos se entenderán por cuenta del adjudicatario todos los gastos directos e indirectos que se puedan derivar del cumplimiento del contrato, en los términos establecidos en el presente documento.

4. Alcance de los trabajos.

En los apartados siguientes se presentará la relación de objetivos a cubrir y los requisitos técnicos tanto generales como específicos necesarios para la realización de los trabajos. Asimismo, se enmarcarán los aspectos organizativos y las distintas fases de ejecución del proyecto, con el fin de asegurar la calidad final del sistema.

El adjudicatario realizará todos los trabajos necesarios en orden a conseguir los objetivos fijados en este documento.

Para la ejecución del contrato el contratista deberá realizar los siguientes trabajos:

Fase I. Criterios Básicos. El contratista comenzará sus trabajos con la revisión para el año 2020-21 de los Criterios Básicos que se contienen en el Plan de Marketing del Sector Turístico de Cantabria del año 2021:

1. Contenidos y priorización de productos turísticos a desarrollar y promocionar durante el año 2022-2023.
2. Presentación de temas y marketing de producto a utilizar en la Campaña de Promoción Cantabria Año 2022-2023.

Estos criterios básicos se someterán a la aprobación de CANTUR, en todo caso, con carácter previo a acometer las siguientes fases de los trabajos.

Fase II. Análisis de las tendencias funcionales de promoción turística. El contratista revisará y actualizará los resultados recogidos en el estudio de benchmarking contenido en el citado Plan de marketing del año 2020-21, indicando, en su caso, las tendencias de promoción y/o comercializaciones nuevas, innovadoras o que supongan un elemento diferenciador destacable.

Fase III. Plan de Promoción Cantabria Año 2022-2023. El contratista elaborará un documento denominado Plan de Promoción Cantabria Año 2022-2023 a la vista de los trabajos elaborados en las Fases I y II anteriores. Para ello, CANTUR facilitará al contratista todos los materiales de promoción existentes y que resulten de utilidad para la difusión de Cantabria Año 2022-2023. El Plan de Promoción incluirá un Plan de Uso y Propuesta de Comunicación, debiendo presentar dos versiones

1. Versión pública: documento resumen de fácil comprensión, donde se recogerán, tendencias sectoriales, demanda turística, acciones a realizar en los años 2022-2023, estrategia a desarrollar, así como asignación de recursos e indicadores.
2. Versión profesional: documento donde recoja todos los trabajos realizados, incluyendo metodología aplicada, benchmarking, análisis de la demanda, argumentarios, ejes temáticos y actuaciones a realizar para los años 2022-2023, indicadores, distribución presupuestaria, estrategias a desarrollar para la consecución de objetivos, así como el desarrollo de los apartados mencionados. Las diferentes actuaciones que se lleven a cabo. Se incluirá además la definición del modelo de ejecución y seguimiento del Plan, con fijación de los indicadores que permitan hacer dicho seguimiento.

Fase IV. Propuesta de diseño y funcionalidad del Plan de Marketing Turístico. A modo recapitulativo, el contratista entregará a CANTUR un documento comprensivo de los trabajos y conclusiones obtenidos en las fases anteriores.

Fase V. Revisión del Plan de Marketing Turístico. El documento final del Plan de Marketing turístico será revisado bajo los parámetros de una comisión a finales del 2022 para su análisis y posterior ratificación. La revisión deberá realizarse y aprobarse en un tiempo no superior a 15 días hábiles.

La técnica de realización de los trabajos contratados será competencia única, exclusiva y excluyente del contratista, que asumirá la total responsabilidad profesional de su proyecto.

5. Equipo técnico participante en el contrato

El licitador propondrá un equipo de trabajo formado por un director del equipo de trabajo y tantos consultores como se estimen necesarios para que el proyecto se cumpla en objetivos, alcance y fechas programadas. Siendo al menos tres perfiles, 1 director de proyecto, 1 consultor senior, 1 técnico.

El equipo de trabajo propuesto cumplirá con los siguientes requisitos mínimos:

- Estar posesión de un Grado superior y al menos un Master oficial MBA, asimismo la cualificación necesaria a la naturaleza de los trabajos.
- Tener experiencia acreditada en el desarrollo de este tipo de trabajos de al menos 2 trabajos del mismo ámbito.

En la oferta técnica se detallarán las funciones y el grado de dedicación al desarrollo del proyecto de cada uno de los miembros del equipo propuesto.

Si durante la ejecución del contrato, la empresa adjudicataria propusiera el cambio de alguno de los medios personales propuestos en la oferta, se requerirán las siguientes condiciones:

- Justificación escrita, detallada y suficiente, explicando el motivo que suscita el cambio.
- Presentación de posibles candidatos con un perfil de cualificación técnica similar o superior al de la persona que se pretende sustituir.

CANTUR podrá exigir al adjudicatario la sustitución de cualquiera de los miembros del equipo de trabajo, incluido al responsable del mismo, cuando ello se considere conveniente para la mejor realización de los trabajos.

6. Plazo de ejecución de los trabajos y duración del contrato.

El plazo de ejecución de los trabajos de redacción del Plan de Marketing se establece en CINCO (5) SEMANAS a partir de la firma del contrato, debiendo entregarse el documento definitivo a la finalización de dicho plazo.

En todo caso, dentro los 5 días naturales de la firma del contrato, deberá presentarse una planificación detallada del programa y alcance de los trabajos. Sin perjuicio de lo anterior, la planificación definitiva del proyecto se establecerá durante la fase de lanzamiento del proyecto siempre bajo la coordinación con el responsable del Contrato nombrado por CANTUR y la aprobación definitiva de la Dirección de la empresa.

La revisión del Plan de Marketing se llevará a cabo en diciembre de 2022, el plazo de realización y aprobación de la misma es de 15 días hábiles, debiendo entregarse el documento en todo caso antes del 31 de enero de 2023.

La duración total del contrato abarcará el período comprendido desde su formalización hasta el 31 de enero de 2023.

7. Propiedad de los trabajos.

Todos los documentos, información y material obtenidos en el desarrollo de los trabajos pasarán a ser propiedad de CANTUR S.A. sin que el adjudicatario pueda realizar publicación alguna sobre los mismos sin autorización previa de la Dirección de la Sociedad, que determinará el alcance y contenido de la misma.

8. Confidencialidad de los trabajos.

El conjunto de los trabajos desarrollados parcial y totalmente se entenderá como confidencial hasta que CANTUR, S.A. decida su divulgación, debiendo el adjudicatario asegurar esta característica.

En Santander, a 10 de septiembre de 2021

EL TÉCNICO AUTOR DEL PLIEGO

Fdo. José Ramón Álvarez Gutiérrez

Vº Bº y CONFORME:
EL CONSEJERO DELEGADO

Fdo. Fernando de la Pinta