

22.0595.PRO.SE

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES DEL CONTRATO DE SERVICIOS DE DISEÑO, PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA DIFUNDIR EL PROGRAMA ESPECIAL DE DESCUENTOS 'CANTABRIA. ABIERTO POR VACACIONES'

SOCIEDAD REGIONAL CÁNTABRA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, S.A.

Julio 2022

ÍNDICE

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. OBJETO DEL PLIEGO**
- 3. OBJETO DEL CONTRATO**
- 4. ALCANCE DE LOS TRABAJOS**
 - 4.1. Análisis técnico justificativo del diseño de la campaña**
 - 4.2. Propuesta técnica**
 - 4.3. Diseño y Planificación**
 - 4.4. Ejecución**
 - 4.5. Seguimiento y evaluación de resultados**
 - 4.6. Gestión del contrato y coordinación**
- 5. EQUIPO TÉCNICO**
- 6. DOCUMENTACIÓN TÉCNICA A PRESENTAR**
- 7. PLAZO DE EJECUCIÓN**
- 8. TIPO DE LICITACIÓN**
- 9. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS**
- 10. CONFIDENCIALIDAD DE LOS TRABAJOS**
- 11. FORMA DE PAGO**

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES DEL CONTRATO DE SERVICIOS DE DISEÑO, PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA DIFUNDIR EL PROGRAMA ESPECIAL DE DESCUENTOS 'CANTABRIA. ABIERTO POR VACACIONES'

1. Introducción

La SOCIEDAD REGIONAL CÁNTABRA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, S.A. (en adelante CANTUR, S.A.) es una sociedad pública del Gobierno de Cantabria, adscrita a la Consejería de Industria, Turismo, Innovación, Transporte y Comercio, que tiene como misión el desarrollo y fortalecimiento del sector turístico de Cantabria. CANTUR, S.A. se centra en constituirse como un referente para las empresas y entidades turísticas cántabras en su aportación al desarrollo de la comunidad autónoma, así como un modelo a seguir en la generación de actuaciones de apoyo para la creación, la consolidación y el crecimiento del sector.

Así, CANTUR S.A. se encarga de la gestión de instalaciones turísticas en diferentes zonas de la comunidad que permiten dinamizar el territorio actuando como atracción de visitantes y turistas y generando riqueza en estas zonas. Asimismo, es una empresa pública a través de la cual el Gobierno de Cantabria desarrolla, entre otros cometidos, la estrategia de promoción turística del destino Cantabria; la coordinación con los actores del sector, tanto públicos como privados, y el apoyo a la presencia del sector en eventos promocionales. Lo cual realiza a través de diversas actuaciones, ejecutadas por la sociedad, total o parcialmente, de forma directa o mediante colaboración con otras sociedades o entidades.

Concretamente el artículo 8.2 de la Ley 5/1999, de 24 de marzo, de Ordenación del Turismo de Cantabria, prevé que son fines sociales de CANTUR, S.A. (entidad que absorbió la extinta SRT) a) La promoción y fomento del turismo de la Comunidad Autónoma de Cantabria; b) El fomento de la comercialización a través de los diferentes medios y actividades, tales como ferias, jornadas de presentación y comercialización de productos turísticos, campañas de publicidad, congresos y viajes de familiarización destinados tanto a profesionales (turoperadores, agencias de viajes, etc) como a Prensa con el objeto de dar a conocer el destino Cantabria y su oferta, y c) La gestión e impulso de los servicios de información turística, oficinas de turismo y centrales de información y/o de reservas turísticas.

Entre los objetivos de CANTUR S.A. se incluye dinamizar el turismo en todas sus vertientes, incluida, especialmente, la atracción de viajeros en todas las épocas del año. Así, la desestacionalización se ha convertido en el principal reto a conseguir para garantizar la actividad en el sector más allá del verano y consolidar el turismo como fuente de riqueza y generación de empleo a lo largo de todo el año. Asimismo, con la desestacionalización se busca recuperar las cifras de viajeros y pernoctaciones anteriores a la pandemia y compensar la inactividad durante meses de los subsectores turísticos a causa de la misma. Finalmente, CANTUR S.A. busca contar con herramientas y planificaciones que se adelanten a los posibles baches económicos anunciados a partir del otoño de 2022 como consecuencia de la coyuntura internacional.

Para ello, CANTUR S.A. va a poner en marcha un programa especial para atraer viajeros asociado a descuentos en las entradas a las principales instalaciones de interés turístico, incluidas las gestionadas por la propia empresa. Dicho programa denominado 'Cantabria. Abierto por Vacaciones' consistirá en el acceso a los citados descuentos para viajeros que pernocten en los alojamientos de la comunidad autónoma **a partir de la segunda quincena de septiembre y hasta el 6 de noviembre.**

Para garantizar el éxito del programa 'Cantabria. Abierto por Vacaciones' se hace necesaria la difusión de la acción a través de una campaña publicitaria y de marketing en medios de comunicación, canales online y redes sociales con la finalidad de que pueda ser conocida por el mayor número de público y conseguir despertar el interés de viajar a Cantabria y pernoctar en la comunidad. La campaña publicitaria fija como público objetivo el viajero nacional y cántabro con la finalidad de impulsar tanto el turismo nacional como el interior.

Con el fin de conseguir los objetivos marcados, se hace preciso planificar y ejecutar una estrategia de marketing que permita la divulgación y promoción del programa especial de descuentos en el ámbito de España, especialmente en comunidades autónomas periféricas, así como dentro de la comunidad autónoma de Cantabria. Dicho plan consistirá en la planificación de acciones y contratación y compra de espacios publicitarios, soportes, medios o servicios necesarios para su desarrollo.

22.0595.PRO.SE

Dado que CANTUR, S.A. no cuenta con los medios humanos y materiales precisos para acometer con éxito los trabajos descritos, se hace necesario contratar los servicios de una empresa externa con recursos, datos suficientes y experiencia para planificar una campaña publicitaria.

2. Objeto del Pliego.

El presente Pliego tiene por objeto describir los servicios y prestaciones que deberá acometer el adjudicatario para la correcta ejecución de los trabajos que son objeto del contrato.

3. Objeto del Contrato.

El objeto del contrato es el diseño (propuesta de medios y soportes a contratar), planificación, ejecución, seguimiento y evaluación de la campaña de marketing y publicidad específica en medios de comunicación, canales y soportes de difusión online y offline en el ámbito del territorio nacional español y en la propia comunidad autónoma de Cantabria, que garantice el mayor alcance de difusión posible del programa de descuentos 'Cantabria, Abierto por Vacaciones' diseñado para atraer viajeros fuera de la temporada alta.

4. Alcance de los trabajos.

El adjudicatario realizará los trabajos que sean necesarios en orden a cumplir los servicios fijados en este documento. El alcance de los trabajos se detalla en las siguientes prestaciones principales:

4.1 Análisis técnico justificativo del diseño de la campaña

La campaña deberá estar diseñada acorde a los objetivos marcados, los cuales deberán ser coherentes y alcanzables, haciendo una definición clara de las acciones online y offline que se proponen. Asimismo, se realizará una definición argumentada de los medios y soportes propuestos, presentando un desglose de los mismos por mercados (nacional y regional) y todos los aspectos técnicos necesarios que ayuden a la toma de decisiones (targets, audiencias, capacidad de alcance, prestigio, etc...)

4.2 Propuesta técnica.

La propuesta de la campaña publicitaria deberá justificar, en términos cualitativos y cuantitativos, el público objetivo o target al que alcanzará, la cobertura geográfica tanto nacional como regional y distribución cronológica de las acciones propuestas (óptico) en las diferentes acciones.

Todas las acciones deberán estar expuestas para su comprensión, tanto en medios offline como en medios online. De igual forma, las mismas deberán estar indexadas con las propias herramientas de turismo de Cantabria, para su monitorización y seguimiento.

Las acciones propuestas deberán detallarse al máximo posible, así como proporcionar una valoración de su capacidad de impacto que permita al licitador evaluar la eficacia y rentabilidad de las mismas, **especificando los costes netos de la inversión publicitaria (sobre C)**. De esta manera, el licitador propondrá objetivos para su posterior alcance.

Así, la propuesta deberá desarrollar imprescindiblemente

- Diseño de campaña y objetivos
- Propuesta de medios online y offline
- Propuesta de acciones online y offline

- Cronograma de las acciones
- Herramientas de medición
- Recursos Humanos (RRHH). Equipo técnico

CANTUR S.A., por razones justificadas, podrá establecer en cualquier momento, modificaciones en la campaña publicitaria, sin que ello suponga un coste adicional.

4.3 Diseño y planificación

La propuesta de contenido deberá ser adecuada a los objetivos marcados en el programa especial 'Abierto por Vacaciones', de forma que la elección de medios y soportes deberá realizarse en función de su grado de influencia y eficacia para llegar al mayor número de público.

22.0595.PRO.SE

Las acciones deberán abarcar medios y soportes nacionales y regionales, con la siguiente proporción presupuestaria (el 80% destinado a medios y soportes nacionales y el 20% a medios y soportes regionales).

Se realizará una segmentación por mercados así como la diferenciación dentro de cada mercado entre acciones online y offline en los medios y canales propuestos.

En el mercado nacional se deberán presentar al menos las siguientes acciones online y offline: display, ads, redes de afiliación, programática y acciones de exterior. Los medios y soportes propuestos deberán lograr un posicionamiento SEM y SEO adecuados para un aumento de tráfico a la web www.turismodecantabria.com.

En el mercado cántabro se presentarán acciones como mínimo en los periódicos digitales eldiariomontanes.es y eldiario.es/Cantabria y cuñas radiofónicas en las tres radios generalistas de cadena nacional implantadas en Cantabria con mayor audiencia según el último EGM (SER Cantabria, Cope Cantabria y Onda Cero Cantabria).

Se presentará un óptico con todas las acciones propuestas en la oferta, definiendo claramente los siguientes aspectos: Acción a realizar; fecha de inicio y fin de la acción; mercado al que se dirige; medio donde se realiza la acción y alcance concreto de la acción.

De igual forma en el sobre C deberá presentarse un documento óptico de costes, donde se defina el coste por cada una de las acciones reflejadas en el cronograma.

La propuesta que se presente no incluirá la creatividad de las piezas a utilizar en la propia campaña y en caso de presentarse, esto no será objeto de valoración.

4.4. Ejecución

La empresa adjudicataria se encargará de la negociación, adquisición, compra o contratación de los espacios en los soportes y medios necesarios para la ejecución de las acciones de la campaña relacionadas con el objeto del contrato.

4.5 Seguimiento y evaluación de resultados

El licitador realizará un plan de seguimiento en el que constate un estudio de repercusión de la campaña, con la finalidad de contrastar el grado de impacto y éxito alcanzado. Todas las acciones deberán estar perfectamente argumentadas y coordinadas con la persona responsable del contrato por parte de CANTUR S.A..

Dicho seguimiento deberá realizarse y presentarse, en el caso de los medios online, con certificación de la ejecución a través de Google analytics así como con la herramienta de gestión CRM Hubspot de la que CANTUR S.A. dispone de licencia. Se presentará al finalizar la campaña informe auditado a través de estas herramientas indexando todos los perfiles gestionados por CANTUR S.A tanto en web como en redes sociales. De igual forma, toda la campaña de medios sociales deberá ir justificadas con estadísticas de los propios medios. Este informe será elaborado y entregado a CANTUR, S.A. mensualmente.

Asimismo, la empresa adjudicataria deberá hacer el correspondiente seguimiento de las acciones llevadas a cabo en los medios de comunicación offline. Una vez ejecutada la acción, deberá realizar informe de evaluación y cierre de la misma. El informe incluirá la acción ejecutada, el desarrollo de ésta, ejecución presupuestaria e impacto, además de especificar fuentes de datos, herramientas y sistemas de control utilizados. Deberá incluir, asimismo, los correspondientes certificados de emisión del medio y soportes en el caso de radio; dossier con las páginas de publicidad publicados en prensa. Igualmente, serán necesarias para la realización de los informes de actividades extraordinarias o publicidad exterior, las documentaciones que certifiquen la ejecución de la actividad junto con dossier de fotografías u otros documentos justificativos.

Todos los gastos derivados de este seguimiento corresponderán al adjudicatario de la campaña. Asimismo, también correrán por cuenta del adjudicatario los gastos de seguimiento e informe de los hitos conseguidos y su repercusión. Este informe será elaborado y entregado a CANTUR S.A.

4.6 Gestión del contrato: Plan de trabajo y coordinación

Previamente a la puesta en marcha de la campaña, la empresa adjudicataria deberá presentar un plan de trabajo acompañado de su correspondiente presupuesto desglosado, incluyendo los contratos u órdenes de compra con los medios propuestos para su visto bueno por parte de CANTUR S.A., que podrá hacer las salvedades que considere pertinentes, antes de su aprobación definitiva.

Una vez aprobado, la empresa adjudicataria presentará en un plazo de 5 días naturales, un cuadro resumen donde se detalle: el medio propuesto, detalle del formato, presupuesto e impacto esperado.

22.0595.PRO.SE

La empresa adjudicataria designará, entre su personal, a un jefe/a de proyecto-coordinador/a como interlocutor con CANTUR S.A., que centralice las peticiones y comunicaciones de servicios por parte del licitador, así como el seguimiento de las posibles incidencias.

Por su parte, CANTUR S.A designará dos responsables que coordinarán con la empresa adjudicataria todas las acciones objeto del contrato. La dirección de los trabajos será ejercida por dos representantes de CANTUR S.A. que actuarán de supervisores con el responsable asignado por el adjudicatario. Concretamente, habrá un responsable para coordinar la ejecución de la campaña a nivel nacional y otro para la coordinación de la campaña a nivel de la Comunidad Autónoma.

Incumbe a CANTUR S.A. ejercer de una manera continuada y directa la inspección y vigilancia de los trabajos. A este fin, el adjudicatario facilitará el examen de cualquier proceso o fase del trabajo. El adjudicatario deberá fijar un calendario de reuniones de seguimiento del servicio. Siendo al menos de una reunión al mes.

CANTUR S.A. facilitará a la empresa adjudicataria la información que posea y colaborará con él para conseguir el acceso a las fuentes de información ajenas a ella.

5. Equipo Técnico

La empresa adjudicataria aportará los recursos humanos y materiales necesarios para la realización de las actividades previstas y servicios relacionados con el objeto del contrato. Para ello, deberá poner a disposición de CANTUR S.A. el personal ejecutivo y/o técnico adecuado, que incluirá un mínimo de 4 perfiles, de los cuales habrá al menos: un gestor de cuenta, un titulado en marketing digital, un analista digital y un analista de medios offline con la disponibilidad necesaria para la correcta ejecución del contenido del contrato en plazo y forma.

Cada uno de los perfiles deberá contar con, al menos, 5 años de experiencia demostrable en proyectos similares.

En la oferta técnica el licitador deberá incluir una relación del personal que se destinará a la ejecución del contrato junto con los curriculum vitae a los efectos de valorar este punto.

6. Documentación técnica a presentar.

El licitador podrá presentar toda aquella documentación que considere de interés o utilidad de cara a una mejor comprensión de su propuesta. No obstante, deberá incluir obligatoriamente:

- Memoria técnica de la propuesta, explicando y justificando los términos de la misma, fundamentos, eficacia y resultados que se prevé alcanzar, así como la relación del

personal que se va a destinar a la ejecución del contrato junto con los curriculum vitae y todos aquellos aspectos determinados en el presente pliego. Se excluirá del procedimiento aquellas ofertas que no contengan o no cumplan los requisitos establecidos en el presente pliego y en el PCAP.

- Plan de medios para desarrollo de la campaña
- Plan de seguimiento, así como justificación de que cuenta con las licencias de herramientas de análisis para uso de Cantur S.A. mediante declaración responsable del licitador.
- Acciones estimadas de cada una de las actuaciones previstas en el Plan de Medios, contenidos y servicios de agencia de medios, cronograma de las acciones y medios propuestos para el desarrollo de la campaña. En los que aquellas estén previstas, así como colaboraciones que se realicen con otros agentes y todos los aspectos determinados en el presente pliego.

7. Plazo de ejecución.

El plazo de ejecución de los trabajos se desarrolla desde el momento de la firma del contrato, hasta la completa ejecución de la última de las inserciones previstas en la campaña. El plazo máximo de ejecución será de 2 meses a contar a partir de la firma del contrato.

Dentro de los cinco (5) días naturales siguientes a la firma del contrato, deberá presentarse una planificación detallada del programa y alcance de los trabajos.

La redacción del plan de acciones y medios deberá estar completada y recibida por CANTUR S.A. en un plazo máximo de siete (7) días desde la firma del contrato, sin perjuicio de las acciones que deban realizarse desde el Servicio de Agencia de medios durante ese plazo.

8. Tipo de licitación.

El valor estimado del contrato asciende a la cantidad de NOVENTA Y UN MIL EUROS (91.000,00€), IVA excluido.

22.0595.PRO.SE

El presente contrato se licitará de conformidad con el procedimiento establecido en el PCAP.

9. Propiedad de los trabajos.

Todos los documentos, información y demás material, gráfico y audiovisual, cedidos en el desarrollo de los trabajos serán propiedad de CANTUR S.A., en régimen de exclusiva para todo tipo de modalidades y soportes, sin que el adjudicatario pueda realizar publicación alguna sobre los mismos sin autorización previa de la Dirección de la Sociedad, que determinará, en su caso, el alcance y contenido de esta.

10. 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.

11. Forma de pago

Los servicios surgidos de la campaña de publicidad se abonarán mensualmente todo lo que conlleva costes de medios incluyendo impuestos, los mismos se deberán justificar previa factura del proveedor final.

En Santander, a 20 de julio de 2022

LOS TÉCNICOS AUTORES DEL PLIEGO
DIRECTOR DE MARKETING Y
COMERCIALIZACIÓN

Fdo. José Ramón Álvarez Gutiérrez
LA DIRECTORA DE PRENSA Y
COMUNICACIÓN

Fdo. Aléxia Gómez Pelayo.

CONSEJERO DELEGADO
DE CANTUR S.A.

Fdo. Fernando de la Pinta Fernández