

22.0596.PRO.SE

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES DEL
CONTRATO DE SERVICIOS DE DISEÑO, PLANIFICACIÓN,
EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS
2022-23 DE CANTUR S.A. EN EL ÁMBITO DE LA COMUNIDAD
AUTÓNOMA DE CANTABRIA**

SOCIEDAD REGIONAL CÁNTABRA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, S.A.

Junio 2022

ÍNDICE

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. OBJETO DEL PLIEGO**
- 3. OBJETO DEL CONTRATO**
- 4. ALCANCE DE LOS TRABAJOS**
 - 4.1. Asesoramiento y análisis técnico justificativo del diseño del Plan de Medios**
 - 4.2. Diseño y Planificación**
 - 4.3. Ejecución**
 - 4.4. Seguimiento y evaluación**
 - 4.5. Gestión del contrato: Plan de trabajo 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**
- 12. MODIFICACIONES**

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES DEL CONTRATO DE SERVICIOS DE DISEÑO, PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS 2022-23 DE CANTUR S.A. EN EL ÁMBITO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANTABRIA

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 fomentar el turismo interior difundiendo entre la ciudadanía cántabra los atractivos y productos turísticos propios y de la comunidad , así como hacer llegar sus mensajes clave y los servicios, actuaciones y actividades que desarrolla a todos los grupos de interés con los que se relaciona y contribuir de esta manera a la generación de una imagen de marca y de una relación de confianza tanto con la ciudadanía cántabra como con otros ámbitos sociales (empresarial, institucional, etcétera...).

Para ello CANTUR S.A. tiene como estrategia de comunicación el desarrollo de campañas de promoción y publicidad en diferentes soportes, canales y medios de comunicación en el ámbito de la comunidad autónoma que contribuyan a la consecución de sus objetivos.

CANTUR S.A. ha acometido la redacción del Briefing para el Plan de Medios 2022-23 del sector turístico de Cantabria. Este documento ha identificado el conjunto de las acciones que el Gobierno de Cantabria debe realizar en los años 2022-2023, segmentando dichas acciones por productos turísticos así como por mercados de destino (interno de Cantabria, nacional, internacional, etc) y por otros criterios adicionales. Asimismo, este Briefing ha previsto los targets y la distribución temporal de las campañas de publicidad a realizar en cada uno de los momentos del año, en función de los productos turísticos tractores, recursos generales, eventos/novedades y temáticas especiales.

Entre los objetivos que fija el documento referido destacan

- Desestacionalizar el consumo de productos y servicios turísticos.
- Definir y rentabilizar la oportunidad de productos específicos como turismo Premium o Ecoturismo, y el posicionamiento de Cantabria en Turismo Cultural, componente clave para desestacionalizar y atraer a visitantes y turistas.
- Comunicar y ser región líder en el producto basado en turismo experiencial.
- Lograr que Cantabria se identifique como un destino sostenible.

22.0596.PRO.SE

- Mantener y profundizar las acciones de marketing de contenidos y de participación de la audiencia.

El Briefing está definido desde una perspectiva amplia de ejecución de la promoción turística de Cantabria teniendo en cuenta distintos tipos de mercados (internacional, nacional y autonómico) y los objetivos de incremento de viajeros y desestacionalización. En el documento se identifican los productos turísticos tractores, temáticas, marcas y periodos de promoción claves para cumplir dichos objetivos.

Para ello, se hace preciso diseñar y ejecutar un Plan de Medios que permita el desarrollo de campañas de promoción y divulgación en el ámbito de la comunidad autónoma a través de la contratación y compra de espacios publicitarios, soportes, medios o servicios necesarios para su desarrollo.

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 diseñar un Plan de Medios mediante la realización de campañas publicitarias y de promoción.

2. Objeto del Pliego.

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

3. Objeto del Contrato.

Constituye el objeto del presente contrato el diseño, planificación, ejecución, seguimiento y evaluación del Plan de Medios 2022-23 en el ámbito de la comunidad autónoma de Cantabria, cuya estrategia sea adecuada a los objetivos de comunicación y campañas de promoción de CANTUR S.A. Se incluyen, a tal fin, los servicios de asesoramiento y análisis técnico justificativo del diseño de la

estrategia del Plan de Medios y optimización de la misma (dosier con estudio de la situación de los medios de comunicación regionales en cuanto a audiencias, comparación entre medios, rentabilidad de las campañas y todos aquellos aspectos técnicos necesarios que ayuden a la toma de decisiones); planificación táctica; reserva, compra y contratación de espacios, medios y soportes (tanto online como offline, siendo obligado atender las dos modalidades) necesarios para la implementación del Plan de Medios; informes de seguimiento de la emisión-difusión de las campañas y medición de resultados.

4. Alcance de los trabajos.

El adjudicatario realizará todos los trabajos 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 Asesoramiento y análisis técnico justificativo del diseño del Plan de Medios

El adjudicatario deberá presentar un dosier con estudio de la situación de los medios de comunicación regionales en cuanto a audiencias, comparación entre medios, rentabilidad de las campañas según medios y soportes y todos aquellos aspectos técnicos necesarios que ayuden a la toma de decisiones. El análisis deberá centrarse, al menos, con los siguientes medios de comunicación: prensa, revistas especializadas, medios digitales, emisoras de radio generalistas y temáticas, televisiones, así como otras plataformas o soportes de difusión extraordinaria y publicidad exterior (Google Display Network, mupis, marquesinas, vallas)

El adjudicatario deberá disponer de fuentes de planificación, investigación de difusión y audiencias y tarifas de medios que garanticen una eficaz evaluación y seguimiento de las acciones a plantear. La relación de fuentes que la empresa pondrá a disposición de CANTUR S.A. será, como mínimo la siguiente: OJD, EGM, GfK y ComScore.

4.2 Diseño y Planificación

La propuesta técnica que se presente deberá detallar al máximo y argumentar las acciones previstas, 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. Así, la propuesta deberá desarrollar: Informe de difusión y audiencias de medios propuestos; descripción del proyecto; propuesta de medios y soportes y cronograma del proyecto. Ésta deberá tener en cuenta su adecuación a los productos turísticos tractores, temáticas, marcas y períodos de promoción claves definidos en el documento Briefing para el Plan de Medios 2022-23 del sector turístico de Cantabria. Los licitadores podrán obtener el documento en la web www.turismodecantabria.com concretamente: <http://profesional.turismodecantabria.com/info-y-documentación/estadísticas-e-informes>

La elección de medios y soportes deberá realizarse en función de su grado de influencia y eficacia para llegar al target objetivo, derivado del análisis desarrollado en el punto 4.1. del presente pliego de prescripciones técnicas.

Las acciones se deberán realizar, al menos, con los siguientes medios de comunicación y plataformas/soportes: prensa, revistas especializadas, medios digitales, emisoras de radio generalistas y temáticas, televisiones locales y/o autonómicas, publicidad exterior y otras actividades de difusión extraordinaria (en éstos u otros medios) y la propuesta debe cumplir los siguientes intervalos de aplicación presupuestaria:

1. Prensa escrita, al menos el 12%
2. Revistas especializadas, al menos el 9%
3. Medios digitales, al menos el 18%
4. Emisoras de radio generalistas y temáticas, al menos el 17%
5. Televisiones locales y autonómicas, al menos el 9%
6. Publicidad exterior, al menos el 7%
7. Actividades de difusión de carácter extraordinario, a determinar por CANTUR, S.A., el 20%

Dentro de la selección de acción, la propuesta deberá contener al menos los siguientes formatos:

1. Inserciones de publicidad en prensa escrita y revistas especializadas
2. Cuñas en radios generalistas y/o temáticas
3. Spot en televisiones
4. Banners en medios/soportes digitales
5. Espacios de publicidad exterior (vallas y mupis)
6. Espacios de divulgación, artículos, reportajes, entrevistas (El número y tipo de propuestas de este punto serán puntuables bajo fórmulas por lo que se deberán incluir en el sobre C)

La propuesta que se presente no incluirá la creatividad y el diseño de la campaña y en caso de presentarse, esto no será objeto de valoración.

4.3. Ejecución

La empresa adjudicataria se encargará de la negociación, adquisición, compra o contratación de los espacios, soportes y medios necesarios para la ejecución de las acciones y campañas relacionados con el objeto del contrato, según los parámetros citados en el punto anterior 4.2.

4.4 Seguimiento y evaluación de resultados

La empresa adjudicataria realizará un seguimiento de las acciones que permita verificar el cumplimiento de las mismas. Una vez realizada la acción, la empresa adjudicataria elaborará el correspondiente informe de evaluación y cierre de la misma que será entregado a CANTUR S.A., en el plazo máximo de 30 días. El informe presentará un análisis de la acción ejecutada que incluya el desarrollo de la misma, ejecución presupuestaria e impacto según indicadores

22.0596.PRO.SE

de referencia. El mismo especificará las herramientas, fuentes de datos y sistemas de control y seguimiento utilizados.

Deberá incluir, asimismo, los correspondientes certificados de emisión del medio y soportes audiovisuales ejecutados en el caso de radio y televisión; dossier con las páginas de publicidad, espacios e inserciones publicados en Prensa y revistas especializadas, detallando medio y fecha de publicación. En el caso de las inserciones/publicaciones en medios digitales se incluirá certificado del medio, links y/o pantallazo del anuncio, banner, publicación. Asimismo, 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.

En el caso de los medios y soportes digitales, dicho seguimiento deberá realizarse con google analytic y GfK o comscore, así como la herramienta de gestión CRM Hubspot de la que Cantur dispone de licencia. Se presentará mensualmente informe auditado a través de estas herramientas indexando todos los perfiles tanto web como redes sociales de CANTUR S.A., de igual forma todas las campañas de medios sociales deberán ir justificadas con estadísticas de las propias redes.

4.5 Gestión del contrato: Plan de trabajo y coordinación

Previamente a la puesta en marcha de cualquier 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 hábiles, un cuadro resumen donde se detalle: el medio propuesto, detalle del formato, presupuesto e impacto esperado.

La empresa adjudicataria designará, entre su personal, a un jefe/a de proyecto-coordinador/a con CANTUR S.A. que centralice las peticiones y comunicaciones de servicios por ésta, así como el seguimiento de las posibles incidencias. Por su parte, CANTUR S.A designará un responsable que coordinará con la empresa adjudicataria todas las acciones

objeto del contrato. La dirección de los trabajos será ejercida por el representante de CANTUR S.A. que actuará de supervisor con el responsable asignado por el adjudicatario.

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:

1. Un jefe/a de proyecto, que realizará las acciones de dirección y control del contrato. Entre sus funciones se encuentran las de organización y dirección de la ejecución del contrato planificación y seguimiento de las acciones y control de plazos; supervisión del equipo de trabajo, validación de informes y comunicación con CANTUR S.A.

Requisitos: Poseer titulación universitaria superior y acreditar una experiencia mínima de 10 años en servicios de asesoramiento, diseño, planificación, ejecución y valoración de Planes de Medios.

2. Un titulado/a en marketing, 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. Teniendo al menos 5 años de experiencia demostrable en proyectos similares cada uno de los perfiles.

22.0596.PRO.SE

En la oferta técnica el licitador deberá incluir una relación del personal que se destinará a la ejecución del contrato junto con los currículos a los efectos de constatar lo establecido en el párrafo anterior.

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 currículos 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
- 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 cada uno de los meses 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 objeto de este contrato se desarrolla desde el momento de la firma del Contrato, hasta la completa ejecución de la última de las inserciones previstas en el Plan de Medios. El plazo máximo de ejecución será de 12 meses a contar a partir de la firma del contrato. En todo caso, dentro los 5 días hábiles siguientes a la firma del contrato, deberá presentarse una planificación detallada del programa y alcance de los trabajos.

8. Tipo de licitación

El valor estimado del contrato asciende a la cantidad de 560.000 €, IVA excluido,

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, obtenidos en el desarrollo de los trabajos pasarán a ser 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 la misma.

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 del Plan de Medios se abonarán mensualmente todo lo que conlleva costes de medios incluyendo impuestos, los mismos se deberán justificar previa factura del proveedor final. De igual forma se abonarán los servicios de agencia mensualmente.

12. Modificaciones

Las especificaciones técnicas descritas en los puntos anteriores tienen como objeto ayudar a las empresas licitantes a elaborar su oferta.

Una vez se inicie el contrato, CANTUR S.A. se reserva el derecho a realizar adaptaciones en las acciones previstas que, en todo caso, no supongan una alteración en el valor total del servicio que contribuyan al buen fin del servicio y su correcta ejecución.

En Santander, a 15 de junio de 2022

22.0596.PRO.SE

LA TÉCNICO AUTORA DEL PLIEGO



Fdo. Alexia Gómez Pelayo

EL CONSEJERO DELEGADO DE CANTUR S.A.



Fdo. Fernando de la Pinta Fernández

