

És traducció:

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE RIGEN LA CONTRATACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE ENCARGUE DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL Y LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE ACCIONES DE MARKETING DIGITAL EN LAS REDES SOCIALES, WEB Y NEWSLETTERS DE LOS MERCADOS INTERNACIONALES

Con la mera presentación de su oferta, la empresa licitadora acepta las prescripciones técnicas establecidas en este pliego. Cualquier propuesta que no se ajuste a los requerimientos mínimos establecidos en este pliego quedará automáticamente excluida de la licitación.

Primero.- Antecedentes

La Agencia Catalana de Turismo (en adelante ACT), sobre la base del [Plan de Marketing 2018-2022](#), contempla desarrollar la estrategia de la **comunicación integrada de marketing (CIM)** con el objetivo principal de posicionar Cataluña como uno de los mejores destinos turísticos del mundo.

La estrategia consiste en concebir y ejecutar todas las acciones de marketing bajo una misma visión estratégica y con el mismo objetivo. Los mensajes tendrán que desarrollarse bajo el eje central de la comunicación con sus matices correspondientes para cada público (visitor persona) y canal.

La CIM establecerá los objetivos de la comunicación para la marca Cataluña, y para cada público se establecerá cuál es el objetivo que se desea alcanzar bajo la perspectiva del “Customer Journey” (soñando, descubriendo, etc.) incluyendo los medios prioritarios que se utilizarán.

Una vez definida de estrategia de CIM, será necesario ejecutar el programa de marketing digital y, para hacerlo posible, la Agencia Catalana de Turismo se encuentra en fase de redefinición e implementación de varios proyectos:

- La estrategia de CRM B2C que incorpora un plan de captación, registro y fidelización de contactos y envío de newsletters.
- La actualización del site central de Catalunya.com, adecuándolo estructuralmente al “Customer Journey” y de acuerdo con las últimas tendencias internacionales.
- La gestión de las interacciones de la marca en las redes sociales.

Con el objetivo de dar cumplimiento al plan de marketing y de prestar apoyo a algunas de las tareas derivadas de estas dos iniciativas (comunicación integrada de marketing y programa de marketing digital) en los mercados internacionales, se requiere de un apoyo externo ejecutivo y experto, en forma de **Asesoramiento Estratégico y Técnico (en adelante AEyT)**.

Segundo.- Objeto del contrato

El objeto del contrato es el servicio de Asesoramiento Estratégico y Técnico que se encargue de definir la estrategia de marketing digital de los mercados internacionales, adaptándola a las particularidades culturales de cada uno de estos mercados, y de la ejecución de un plan de acciones de marketing digital adecuado a los tres canales objeto de la licitación:

1. CRM: a través de un plan de e-mail marketing y un plan de campañas de captación y

- generación de leads.
2. WEB: a través del diseño y actualización del contenido de landings específicas por mercados.
 3. REDES SOCIALES: a través de la elección de las redes sociales más adecuadas por mercado y de la publicación y dinamización de contenidos en dichas redes.

Los mercados que son objeto de la licitación son los siguientes:

- Mercados de proximidad
 - Francia
 - Gran Bretaña
 - Irlanda
 - Europa Central
 - Países Bajos
 - Bélgica
 - Italia
 - Países Nórdicos (Dinamarca, Suecia Noruega y Finlandia)
- Mercados lejanos
 - Rusia y países del Este
 - China continental, Taiwán y Hong Kong
 - Asia - Pacífico (Australia, Nueva Zelanda, Japón, Corea del Sur, India, Singapur, Indonesia, Malasia, Filipinas, Tailandia y Vietnam)
 - Estados Unidos y Canadá
 - Brasil
 - Israel

Tercero.- Obligaciones

Seguidamente se detallan las obligaciones del contratista **en la definición de la estrategia de marketing digital en los mercados internacionales y en la implementación de esta estrategia adaptándose a las particularidades de cada uno de estos mercados en medios propios, pagados y ganados que incluye:**

3.1 Implementación de la estrategia y plan de acciones del CRM B2C

- Realizar un plan de campañas de captación y generación de leads, que puede ser propia de cada mercado a partir de sus respectivos planes de acciones, o común a muchos de ellos.
- Realizar un plan de campañas de comunicación (e-mail marketing) adecuadas a los visitor persona y customer journey definidos según el CIM. Elección por parte del contratista y maquetación de los contenidos para estas campañas: imágenes, textos, vídeos. Los contenidos audiovisuales serán facilitados por la ACT. Con un mínimo de 4 impactos anuales por mercado.
- Diseñar, crear y ejecutar las campañas de captación y comunicación mediante el CRM propio de la ACT, con tecnología Microsoft Dynamics 365. Construcción de los flujos de trabajo y segmentaciones necesarias para su activación.

- Realizar la propuesta y planificación de las acciones de paid (publicidad) para captar seguidores. La empresa contratista tendrá que trabajar conjuntamente con la central de medios contratista de la correspondiente licitación para llevar a cabo estas acciones.
- Realizar el seguimiento de los resultados de las campañas, vía Microsoft Dynamics 365, Google Analytics y/o Power BI.

3.2 Asesoramiento estratégico y técnico en las relaciones del site global, Catalunya.com, con el resto del ecosistema digital

Durante el 2023 se prevé tener programado el nuevo site Catalunya.com. En el nuevo site se dispondrá de un sistema de landings para contenidos específicos de mercados y/o campañas.

El nuevo site estará en los idiomas catalán, castellano, inglés, francés, alemán y ruso. Pero el nuevo site dispondrá también de la posibilidad de personalizar landings para los idiomas y temáticas de los diferentes mercados objeto de la licitación, es decir:

- Mercados de proximidad
 - Francia
 - Gran Bretaña
 - Irlanda
 - Europa Central
 - Países Bajos
 - Bélgica
 - Italia
 - Países Nórdicos (Dinamarca, Suecia, Noruega y Finlandia)
- Mercados lejanos
 - Rusia y países del Este
 - China continental, Taiwán y Hong Kong
 - Asia - Pacífico (Australia, Nueva Zelanda, Japón, Corea del Sur, India, Singapur, Indonesia, Malasia, Filipinas, Tailandia y Vietnam)
 - Estados Unidos y Canadá
 - Brasil
 - Israel

En relación con el nuevo site Catalunya.com se requerirán las siguientes tareas:

- Creación, mantenimiento y actualización mínima de una vez al mes para mercados de proximidad y mínima de una vez al trimestre para mercados lejanos de las landings que se definan como necesarias para los mercados objeto de la licitación, y con los contenidos e idiomas específicos para cada uno de ellos. La actualización de las landings se realizará con la herramienta de Adobe Experience Manager, ya que se trata de la herramienta de gestión del nuevo Catalunya.com y el repositorio de imágenes y contenidos textuales. Las claves de acceso a esta herramienta serán facilitadas por la Agencia Catalana de Turismo. Las tareas de mantenimiento de estas landings incluirán tareas de redacción y de diseño:
 - Búsqueda de los contenidos adecuados en el site Catalunya.com y traspaso a las landings (p. ej. Actividades de temporada, agenda...)
 - Integración de contenidos de las campañas de publicidad
 - Integración de campañas con terceros/partners

- Redacción de copys ad hoc y elección de imágenes del banco de imágenes propio de la ACT
 - Recomendaciones de SEO para el contenido de las landings del Catalunya.com
- Traspaso de los contenidos de los microsites al nuevo site (Catalunya.com) cuando éste disponga de una herramienta propia de generación de landings.
 - Los microsites actuales de la ACT son los siguientes:
 - <https://www.catalunyaexperience.fr/>
 - <https://www.catalunyaexperience.it/>
 - <https://katalonien-tourismus.de/>
 - <https://www.catalunyaexperience.nl/>
 - <http://www.catalunya.com.jp>

3.3 Gestión de las redes del Catalunya Experience en los mercados internacionales

A continuación se enumeran las redes sociales/perfiles existentes en los mercados internacionales de la Agencia Catalana de Turismo. Estas redes pueden evolucionar durante el plazo de ejecución del contrato y por tanto sería el contratista el encargado de asesorar sobre si alguna nueva red viene a sustituir alguna de las existentes.

- Dinamización de las siguientes páginas de Facebook:

FR <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.fr>
 US, CA <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.usa>
 RU <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.ru>
 GB, IE <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.uk.ie>
 AT, CH, DE <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.de>
 BE, NL <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.nl>
 IT <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.it>
 BR <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.br>
 AR <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.ar>
 IL <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.il>
 CO <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.co>
 KR <https://www.facebook.com/pg/catalunyaexperience.korea>
 JP <https://www.facebook.com/CatalunyaExperienceJP/>
 AU, NZ, SG, ID, MY, PH, VN, TH, IN
<https://www.facebook.com/catalunyaexperience.apac>
- Dinamización de los siguientes perfiles de Twitter:

@CatalunyaFR
 @visitcatalonia
 @Twitter.catalonia_BNL
- Dinamización de los siguientes perfiles de Instagram:

@catalunyaexperience - General
 @katalonientourismus – CPT Alemania
 @catalunyaexperience_fr -CPT Francia

@catalunyaexperience_il – CPT Israel
@catalunyaexperience_it - CPT Italia
@catalunyaexperience.ru – CPT Rusia
@catalunyaexperience.ar – CPT Sudamérica
@catalunyaexperience.br - CPT Sudamérica
@catalunyaexperience_jp – CPT Asia-Pacífico
@catalunyaexperience.korea - CPT Asia-Pacífico

- Dinamización de redes específicas del mercado Chino “Weibo” (Facebook), “Wechat” (Facebook, Instagram, Skype, Uber, Tinder y Amazon en una sola plataforma) “Wechat Short Video”, Douyin (Tik Tok).
- Concretamente, y en relación con cada red, la empresa contratista deberá realizar las siguientes prestaciones:
 - a) Asesorar sobre la necesidad de abrir nuevas redes o cerrar alguna de las existentes.
 - b) Asesorar en lo que se refiere a los contenidos, formatos y acciones más relevantes para el mercado según conocimiento de la demanda.
 - c) Realizar toda la planificación en las redes sociales definidas y con los perfiles determinados, gestionar las publicaciones y moderar los comentarios.
 - d) Mantener los paneles de administración en las diferentes redes de forma que el control de administración del panel sea en su totalidad de la Agencia Catalana de Turismo, sin perjuicio de que el contratista tenga que disponer también de permiso de administrador para la ejecución de este contrato.
 - e) Gestionar las cuentas de acuerdo con los códigos y correos electrónicos creados por la Agencia Catalana de Turismo. Estos códigos no podrán ser modificados sin autorización preceptiva. En cualquier caso, la empresa contratista deberá permitir el acceso a la información de los correos electrónicos enviados a las diferentes redes derivados del objeto de esta contratación.
 - f) Dar respuesta a los comentarios de los usuarios que así lo requieran en un tiempo máximo de 72 horas excluyendo los festivos y fines de semana de este cómputo.
 - g) Realizar un mínimo de tres publicaciones semanales en cada canal: Facebook, Instagram y Twitter en caso de disponer de los canales (Weibo o Wechat en el caso de China), siempre en el idioma correspondiente al mercado al cual nos dirigimos.
 - h) Realizar la propuesta y planificación de las acciones de paid (publicidad) para captar seguidores. La empresa contratista tendrá que trabajar conjuntamente con la central de medios contratista de la licitación correspondiente para llevar a cabo dichas acciones

3.4 Otras obligaciones comunes a todos los canales objeto de la licitación:

3.4.1 La empresa contratista deberá llevar a término todas las tareas y obligaciones referenciadas en los puntos anteriores en los siguientes idiomas: inglés, francés, portugués, chino mandarín de letras simplificadas, japonés, coreano italiano, alemán, neerlandés, finlandés, danés, sueco y hebreo.

3.4.2 Apoyo en la implementación del modelo de control de performance de las actividades de comunicación.

- Apoyo en la definición de objetivos por canal y en el seguimiento de KPIs.
- Según se considere, seguimiento vía Google Analytics, Data Studio o Power BI.

3.4.3 Apoyo en la implementación de la estrategia de medios pagados y ganados (UGC, Buzz, PR digital)

- La empresa adjudicataria deberá proponer acciones con influencers o personas relevantes en los distintos mercados objeto de la licitación.

3.4.4 Velar para preservar la buena imagen de la marca Cataluña

- No dañar la imagen de Cataluña y velar para que la actividad turística de Cataluña no se vea comprometida, no llevando a cabo ninguna actividad discriminatoria por razón de nacimiento, raza, sexo, religión y/o que dañe la imagen institucional de Cataluña.

Cuarto.- Comisión de seguimiento y validación

La empresa contratista, mediante reuniones periódicas, informará de forma detallada a la ACT sobre las tareas ejecutadas. Será la ACT quien decidirá sobre las acciones a emprender para garantizar la correcta realización y optimización de las acciones definidas.

1. Reunión de lanzamiento y firma del contrato:
 - La empresa contratista entregará la planificación definitiva
 - La reunión de lanzamiento marcará el inicio del servicio
2. Reuniones de seguimiento
 - A partir de la reunión de lanzamiento, se definirán las reuniones de seguimiento para revisar el desarrollo de las tareas vinculadas al contrato. Las reuniones de seguimiento se realizarán de forma telemática, aunque será posible tener reuniones presenciales en las oficinas de la ACT, siempre intentando realizar los desplazamientos prioritariamente en transporte público o con vehículos de bajas emisiones: eléctricos, híbridos o de gas (bifuel de gasolina)
3. Informes justificativos correspondientes a la realización de las tareas llevadas a cabo

previos a la entrega de las facturas.

- En los informes se detallarán las tareas realizadas y los entregables, así como posibles incidencias o propuestas de mejora.
- Los informes se realizarán para cada uno de los mercados objeto de la licitación.
- La entrega de los informes se realizará preferentemente en formato electrónico. En el caso de tener que realizar alguna impresión deberá ser preferentemente en papel 100% reciclado y con un proceso de fabricación en blanco y negro y a doble cara.

La empresa contratista será la responsable del control de calidad de todas las tareas realizadas y presentadas a la ACT.

Quinto.- Equipo de trabajo

El equipo mínimo de trabajo imprescindible para llevar a cabo las tareas asociadas a la ejecución del contrato, y con el que deberá contar la empresa contratista, deberá ser el siguiente:

- Director de cuentas
- Jefe de cuentas
- Director de arte senior
- Redactor senior
- Director de arte junior
- Redactor junior (2)

Sexto.- Datos económicos

6.1. Valor estimado.

El valor estimado del contrato es de 2.658.985,84 € IVA excluido:

6.2. Presupuesto base de licitación.

El presupuesto base de licitación es de 1.378.874,09 € IVA incluido:

- **459.624,70** euros IVA incluido en 2023.
- **919.600** euros IVA incluido en 2024.

6.3. Existencia de crédito

Las partidas presupuestarias donde que se imputa este crédito son: dimensión económica Marketing Digital/Promoción on line/MQ Operacional. PRJ-015692 (SC/23-0184) y PRJ-015693

6.4. Forma de pago

Se realizarán pagos trimestrales.

Todos los pagos se realizarán previa presentación de la factura y el informe justificativo correspondiente a la realización de las tareas llevadas a cabo.



En caso de que el inicio de la ejecución del contrato sea posterior a 1 de julio de 2023, el primer pago se hará de forma proporcional al plazo de ejecución realizado durante este período.

Hay que tener en cuenta que el precio del contrato es para una vigencia de un año y medio (del 1 de julio de 2023 al 31 de diciembre de 2024). Por tanto, el importe se reducirá proporcionalmente en función de la duración efectiva de la contratación, si este no se firma antes del 1 de julio de 2023.

Séptimo.- Duración del contrato.

La duración del contrato se iniciará el 1 de julio de 2023 o desde la firma del contrato, si ésta es posterior al 1 de julio de 2023, y hasta el 31 de diciembre de 2024.

El contrato podrá prorrogarse anualmente hasta un máximo de dos años.

Elena Roig
Jefa de Canales y Estrategia Digital
Unidad de Marketing Operacional
Agencia Catalana de Turismo