

Programa de marketing de afiliación para productos turísticos

Pliego de condiciones técnicas

Julio 25

**MARTA
FRANCO
DIAZ**

Firmado digitalmente
por MARTA FRANCO
DIAZ
Fecha: 2025.12.10
12:32:40 +01'00'

Marta Franco Díaz

Responsable de Continguts i Canals Socials



Índice

1	Introducción	3
2	Objetivos de la contratación y necesidades de TMB	5
2.1	Definir e implementar la estrategia de captación de afiliados	6
2.2	Gestión de la relación con afiliados y desarrollo de campañas	8
2.3	Medición de rendimiento y optimización del programa	10
3	Condiciones de la ejecución	11
3.1	Facturación y condiciones de pago	11
3.2	Confidencialidad	12
3.3	Propiedad intelectual	13
3.4	Comunicaciones externas	13
3.5	Organización de TMB.....	13
3.6	Equipo de trabajo	14
3.7	Desarrollo de la actividad.....	14
3.8	Reuniones de trabajo	14
3.9.	Modelo de oferta detallado – Anexo A	15

1 Introduccion

TMB es el operador de transporte público más grande de Cataluña. Está integrada por Ferrocarril Metropolità de Barcelona S.A., Transports de Barcelona S.A., Projectes i Serveis de Mobilitats S.A. y TMB S.L.

TMB, además de operar y gestionar el servicio de Metro y Bus de la ciudad de Barcelona, así como el servicio de bicicleta compartida metropolitana, también ofrece los siguientes servicios de movilidad dirigidos al público visitante:

- **Barcelona Bus Turístic:** servicio hop-on hop-off para visitar la ciudad de Barcelona a través de 3 rutas. Se puede acceder a este servicio mediante abonos de 24 h o 48 h, diferenciando colectivos (adulto, infantil y sènior).
- **Barcelona Night Tour:** Ruta nocturna a bordo del bus turístico por los lugares más icónicos de Barcelona, activa durante el verano..
- **Barcelona Christmas Tour:** Ruta nocturna y guiada a bordo del Barcelona Bus Turístic para vivir la atmósfera navideña durante estas fechas.
- **Telefèric de Montjuïc:** teleférico que da acceso a la montaña de Montjuïc, finalizando el trayecto en el Castillo de Montjuïc. Este servicio se puede utilizar mediante un billete de ida y vuelta, diferenciando entre colectivo adulto e infantil.
- **Catalunya Bus Turístic:** servicio de excursiones orientado a destinos alejados de Barcelona, como por ejemplo Montserrat Tour o Girona Tour.
- **Hola Barcelona Travel Card:** Abono unipersonal de viajes ilimitados de una zona para la red de transporte público de la ciudad de Barcelona durante 2 días (48 h), 3 días (72 h), 4 días (96 h) o 5 días (120 h) consecutivos desde la primera validación.

La compra de estos productos se puede realizar a través de un conjunto de canales tanto presenciales como digitales. En relación con los canales digitales, disponemos del eCommerce d'Hola Barcelona.

TMB tiene como objetivo **incrementar el volumen de ventas de los distintos productos turísticos** y, por ello, tiene la voluntad de activar diferentes acciones que ayuden en esta dirección.

Una de las iniciativas es **la activación de un programa de marketing de afiliación** que no solo aumente el tráfico orgánico del eCommerce de Hola Barcelona, sino que se traduzca en un incremento de ventas de este canal de venta online.

Con la implantación de una estrategia de marketing de afiliación, TMB espera:

Principal objetivo:

- Aumento de las ventas de nuestros productos turísticos a través del eCommerce de Hola Barcelona: Barcelona Bus Turístic, Barcelona Night y Christmas Tour, Telefèric de Montjuïc, Hola Barcelona Travel Card y Catalunya Bus Turístic.

Otros objetivos:

- Generación de tráfico a nuestro eCommerce aumentando la visibilidad de la marca Hola Barcelona y generar nuevas ventas.
- Incremento de la base de clientes: al llegar a nuevos públicos a través de afiliados, podremos ampliar nuestra base de datos y generar nuevas oportunidades de negocio.
- Incremento de visibilidad de la marca: aparición de nuestra marca en otras plataformas y canales de terceros.
- Fomento de la participación y de seguidores en redes sociales: promoción de las redes sociales de la marca y fomento de la participación de los seguidores.
- Mejora del posicionamiento SEO: obtención de enlaces de calidad que aporten tráfico a nuestro eCommerce y, por tanto, pueden mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda.

2 Objetivos de la contratación y necesidades de TMB

El objeto de la contratación es la **gestión, ejecución y optimización del programa de marketing de afiliación de los productos que se comercializan bajo la marca Hola Barcelona**, con el objetivo principal de incrementar las ventas de los productos turísticos operados por TMB a través de su canal digital de eCommerce.

Mediante este programa de afiliación se busca captar nuevos afiliados y colaboradores estratégicos, optimizar la visibilidad de la marca y ampliar el alcance del público objetivo. El contratista se encargará de:

- Definir e implementar estrategias de captación de afiliados para ampliar la red de colaboradores, teniendo en cuenta los mercados de interés de TMB.
- Disponer de una herramienta que permita gestionar las relaciones con los afiliados.
- Gestionar y supervisar las relaciones con los afiliados, estableciendo acuerdos de colaboración y supervisando el cumplimiento de los términos pactados.
- Desarrollar, ejecutar y optimizar campañas de promoción de los productos turísticos de TMB, incluyendo el Barcelona Bus Turístic, el Barcelona Night y Christmas Tour, el Telefèric de Montjuïc, el Catalunya Bus Turístic y la Hola Barcelona Travel Card.
- Proporcionar materiales de marketing a los afiliados para la promoción de los productos (banners, descripciones, imágenes, vídeos), en colaboración con el equipo de TMB, para asegurar una comunicación consistente de la marca Hola Barcelona.
- Medir y analizar el rendimiento del programa de afiliación, presentando informes periódicos a TMB con indicadores clave como el volumen de ventas, el tráfico generado, los nuevos clientes, el impacto en SEO y el ROI del programa.
- Recomendar acciones de mejora continua del programa de afiliación, adaptando las estrategias según los resultados obtenidos y las tendencias del mercado.

El adjudicatario llevará a cabo todas estas tareas bajo la supervisión de TMB y con el compromiso de alcanzar los objetivos definidos para el aumento de ventas y la visibilidad del canal de eCommerce Hola Barcelona.

A continuación, se dividen en bloques las principales actividades a contratar, así como los aspectos a tener en cuenta para su ejecución.

2.1 Definir e implementar la estrategia de captación de afiliados

En relación con la definición e implementación de la estrategia de captación de afiliados, se espera que el adjudicatario realice las siguientes funciones:

- Investigación y segmentación de afiliados potenciales: analizar y segmentar el tipo de afiliados que puedan generar ventas de los distintos productos turísticos que ofrecemos. Establecer los criterios de selección para asegurar que los afiliados cuenten con una audiencia alineada con el público objetivo de TMB.
- Apoyo a TMB en la creación de propuestas de valor: definir una propuesta de valor clara y atractiva para los afiliados, que incluya un sistema de comisiones e incentivos competitivo.
- Apoyo en la definición de las campañas: aunque desde TMB se generarán los materiales gráficos, se espera que el adjudicatario asesore y defina acciones que puedan incrementar el volumen de afiliados y mejorar los resultados del programa.
- Captación proactiva de afiliados: además de aceptar (o no) solicitudes de afiliados para difundir nuestras campañas, se espera que el adjudicatario contacte con ellos de forma proactiva y se encargue de su contratación. En este sentido, se solicita que el adjudicatario proporcione planes de captación de nuevos afiliados.

Aspectos a tener en cuenta de cara a la definición y ejecución del programa:

- Las comisiones al afiliado únicamente se efectuarán en caso de conseguir la venta de productos en el eCommerce de Hola Barcelona. En ningún caso se aplicarán compensaciones por otras acciones como la aportación de volumen de tráfico al eCommerce, el incremento de seguidores en redes sociales, la descarga de la App, el alta en el blog o en la Newsletter, etc.

- Se diferenciarán los afiliados según dos tarifas, tarifa A y tarifa B.
 - Tarifa A: se podrá facturar como máximo el 12 % de la facturación generada por este tipo de afiliado en concepto de costes variables y fijos (comisión al afiliado, comisión de la agencia y —si aplica— fee fijo).
 - Tarifa B: conjunto de afiliados que, por su capacidad de venta, la agencia podrá facturar a TMB como máximo el 16 % de la facturación generada en concepto de costes variables y fijos (comisión al afiliado, comisión de la agencia y —si aplica— fee fijo).
- Aunque se solicitará apoyo, TMB será quien marque las políticas de afiliación: porcentaje de comisión sobre el total de la compra, duración del seguimiento de los enlaces a través de cookies, casos en los que las comisiones quedarían anuladas, etc.
- Los mercados a los que TMB quiere dirigirse y, por tanto, para los que será necesario que el adjudicatario tenga acceso a una red de afiliados internacionales, son:
 - España
 - Francia
 - Portugal
 - Italia
 - Alemania
 - Reino Unido
 - Irlanda
 - Polonia
 - Estados Unidos
- Estos mercados corresponden a los 9 países que acumulan el mayor volumen de ventas en el eCommerce. Durante el contrato podrían añadirse nuevos mercados.
- TMB deberá validar los tipos de segmentos de afiliados propuestos.

2.2 Gestión de la relación con afiliados y desarrollo de campañas

En relación con la gestión de la relación con afiliados y el desarrollo de campañas, se espera que el adjudicatario realice las siguientes funciones:

- Comunicación regular con los afiliados: establecer canales de comunicación efectivos con los afiliados para asegurar que reciban soporte en tiempo real.
- Envío de actualizaciones periódicas sobre nuevos productos, promociones o campañas especiales, así como cualquier cambio en las condiciones o comisiones del programa.
- Ofrecer sesiones de orientación o webinars para nuevos afiliados, con el fin de que conozcan en profundidad los productos y la marca Hola Barcelona.
- Resolución de dudas y soporte técnico: proporcionar asistencia técnica en el uso de materiales de marketing, enlaces de afiliación o en cuestiones de trazabilidad de las conversiones.
- Seguimiento continuo del rendimiento de cada afiliado, evaluando métricas como el tráfico generado, las ventas directamente atribuibles y las tasas de conversión. Identificar afiliados de alto rendimiento y ofrecerles incentivos adicionales.
- Identificar y definir campañas específicas para la red de afiliados.
- Definir los objetivos de cada campaña: establecer metas específicas como el incremento de ventas de un producto concreto (por ejemplo, la Hola Barcelona Travel Card).
- Lanzar las campañas de promoción en coordinación con los afiliados, asegurando que dispongan de los materiales necesarios con antelación y comprendan los objetivos.
- Realizar un seguimiento detallado de las campañas: monitorizar las métricas clave de cada campaña, como el número de visitas generadas, la tasa de conversión, las ventas por afiliado y los ingresos generados. Comparar resultados entre campañas para entender qué formatos, temporadas o tipos de promociones funcionan mejor.

- Supervisar que los afiliados hayan activado correctamente la campaña: uso correcto de los recursos visuales (logos, imágenes de productos, etc.), mensajes, ortografía, URL correcta, etc.

Aspectos a tener en cuenta:

- TMB aportará campañas globales (por ejemplo, Black Friday) y será necesario que el adjudicatario las adapte de la forma más efectiva dentro del programa de afiliados.
- TMB aportará los recursos visuales y los mensajes de las campañas.
- TMB aportará materiales publicitarios para los afiliados, tales como:
 - Banners, vídeos e infografías con una imagen coherente de la marca Hola Barcelona
 - Descripciones atractivas de los productos para facilitar la promoción por parte de los afiliados.
- Para realizar esta gestión, será necesario que el adjudicatario disponga de una **plataforma donde centralizar la relación con los afiliados** y desde la cual se puedan realizar las siguientes actividades:
 - Acceder a una red de afiliados de, como mínimo, los mercados mencionados anteriormente.
 - Administrar a los afiliados, consultar sus datos y rendimiento, y aprobar o rechazar sus solicitudes de afiliación.
 - Rastrear y analizar el rendimiento de los enlaces de afiliados y las conversiones que generan.
 - Generar enlaces y códigos de seguimiento personalizados para cada afiliado, con el fin de rastrear su rendimiento y recompensarlos adecuadamente, así como adaptar las condiciones a cada afiliado o campaña específica.
 - Elaborar informes de reporting para disponer de estadísticas y análisis detallados sobre el rendimiento de los programas de afiliación, como impresiones, clics, conversiones, comisiones generadas, entre otros.
 - Realizar pagos automáticos a los afiliados en función de las comisiones generadas y de las políticas establecidas (según la temporalidad, etc.).
 - Disponer de herramientas de promoción, como banners, widgets y enlaces de texto, para que los afiliados puedan promocionar los productos o servicios de manera efectiva.

- Comunicarse con los afiliados y enviarles actualizaciones sobre los productos, promociones y programas de afiliación.
- La plataforma deberá ser compatible con las aplicaciones y sistemas actuales de TMB, como por ejemplo TMBCommerce. El adjudicatario deberá realizar las integraciones necesarias con los sistemas de TMB para recopilar los datos necesarios.

2.3 Medición de rendimiento y optimización del programa

En relación con el monitoreo y la optimización del programa, se espera que el adjudicatario realice las siguientes funciones:

- Establecer los indicadores clave de rendimiento (KPIs) para evaluar la eficacia del programa de afiliación. Por ejemplo: volumen de ventas generadas, tráfico generado, tasa de conversión, ROI, tasa de retención, coste por adquisición (CPA), etc.
- Revisar los resultados del programa de manera periódica para identificar qué tácticas de afiliación son más eficaces y ajustar la estrategia según los resultados obtenidos.
- Enviar informes de rendimiento regulares a TMB que muestren el desempeño global del programa y destaquen los cambios en los KPIs establecidos. Identificación de insights sobre la evolución del programa de afiliación, resaltando oportunidades de mejora o cambios necesarios en las condiciones.
- Identificar tendencias de mercado y adaptar las condiciones del programa o los materiales de afiliación para que se mantengan atractivos y competitivos.
- Identificar **patrones y mejores prácticas** entre los afiliados con mejores resultados, para replicar estas estrategias con otros colaboradores.
- Explorar nuevos **canales o tipos de afiliados** basándose en las métricas obtenidas, con el fin de ampliar el programa y diversificar el tráfico y las ventas.

3 Condiciones de la ejecución

La ejecución de los trabajos objeto de esta licitación deberá desarrollarse bajo los siguientes condicionantes:

- Facturación y condiciones de pago
- Confidencialidad
- Propiedad intelectual
- Comunicaciones externas
- Organización de TMB
- Equipo de trabajo
- Desarrollo de la actividad
- Reuniones de trabajo

3.1 Facturación y condiciones de pago

Modelo de facturación

El adjudicatario facturará a TMB en función del rendimiento del programa de marketing de afiliación, basándose en las ventas generadas a través del mismo.

- Los costes del programa no podrán superar las tarifas definidas en el pliego técnico y, durante el contrato, se aplicarán los propuestos por el adjudicatario en la oferta. Por ejemplo, si para la facturación generada por afiliados con tarifa A no puede superar el 12 % y el adjudicatario presenta una oferta en la que el porcentaje total de los costes respecto a la facturación será del 10 %, durante el contrato se podrán generar facturas por un importe máximo del 10 % del valor de la facturación de las ventas generadas por los afiliados con tarifa A.
- El fee fijo opcional que la empresa licitadora pueda proponer será facturable únicamente en el caso de que los ingresos netos generados a través del canal de marketing de afiliación sean positivos. A estos efectos, se entenderá que los ingresos netos son el resultado de restar al total de ingresos generados el importe del fee fijo propuesto. Solo se podrá proceder a la facturación del fee fijo cuando el valor resultante (ingresos generados – fee fijo) sea superior a cero.

- TMB validará las ventas atribuidas al canal de marketing de afiliación de acuerdo con los datos certificados por la plataforma de analítica utilizada internamente, que será Google Analytics 4 (GA4). La facturación (tanto la parte variable como la fija) quedará condicionada a esta validación previa y a la confirmación de las ventas generadas según los criterios de atribución definidos en GA4.
- El adjudicatario se compromete a alcanzar el valor de los ingresos esperados según el Anexo A. En caso de superarlo, se considerará como causa de modificación prevista el aumento de afiliados y, por tanto, de los ingresos percibidos y, consecuentemente, de la mayor gasto.

3.2 Confidencialidad

La empresa contratada se obliga a no difundir y a mantener en el más absoluto secreto toda la información a la que tenga acceso en el cumplimiento del presente contrato, suministrándola únicamente al personal autorizado por TMB.

El adjudicatario está obligado a mantener absoluta confidencialidad y reserva sobre cualquier dato que pudiera conocer como consecuencia de participar en la presente licitación o durante el cumplimiento del contrato, especialmente aquellos datos de carácter personal.

La empresa contratada será responsable de las violaciones del deber de secreto que puedan producirse por parte del personal a su cargo. Asimismo, se compromete a aplicar las medidas necesarias para garantizar la eficacia de los principios de mínimo privilegio y necesidad de conocer, por parte del personal que participe en el desarrollo del contrato.

Una vez finalizado el presente contrato, la empresa contratada se compromete a destruir, con las garantías de seguridad suficientes, o a devolver toda la información facilitada por TMB, así como cualquier otro producto obtenido como resultado del presente contrato.

3.3 Propiedad intelectual

La propiedad intelectual de los trabajos realizados en el marco de este contrato pertenece a TMB de forma exclusiva. Los productos o subproductos derivados no podrán ser utilizados sin la debida autorización previa.

El acceso a información y/o productos protegidos por la propiedad intelectual, propiedad de TMB, necesarios para el desarrollo del producto o servicio contratado, no implica en ningún caso la cesión de los mismos.

La empresa contratada acepta expresamente que los derechos de explotación de los productos derivados de este pliego corresponden única y exclusivamente a TMB. Por lo tanto, el adjudicatario cede, con carácter de exclusividad, la totalidad de los derechos de explotación de los trabajos objeto de este pliego, incluidos los derechos de comunicación pública, reproducción, transformación o modificación y cualquier otro derecho susceptible de cesión en exclusiva, de acuerdo con la legislación sobre derechos de propiedad intelectual.

3.4 Comunicaciones externas

La empresa adjudicataria no podrá, en ningún caso, utilizar los trabajos realizados para su propia comunicación externa sin el consentimiento expreso de TMB.

3.5 Organización de TMB

En relación con esta licitación, la interlocución con el adjudicatario será realizada por la persona responsable de la gestión y operación de contenidos y redes sociales de TMB. No obstante, durante la duración del contrato, el adjudicatario podrá relacionarse con personas del mismo u otros departamentos.

3.6 Equipo de trabajo

TMB considera que el equipo de profesionales aportado por el adjudicatario debe contar, como mínimo, con los siguientes perfiles:

- Gestor de cuentas: experiencia mínima de 5 años en gestión de proyectos o cuentas con clientes de volumen o complejidad similar a TMB, así como en el diseño e implementación de estrategias de marketing digital, publicidad digital y, especialmente, en marketing de afiliación.
- Affiliate Manager o perfil profesional similar: experiencia mínima de 5 años en la gestión de programas de marketing de afiliación, con conocimientos sobre captación y relación con afiliados, supervisión del rendimiento y optimización de resultados.
- Data Analyst o perfil profesional similar: experiencia mínima de 5 años en analítica de datos, uso de herramientas como Google Analytics, para medir el rendimiento del programa y de los afiliados.

El adjudicatario será responsable de mantener y, en caso de contingencia, sustituir los recursos asignados para que la actividad objeto de este contrato no se vea afectada.

3.7 Desarrollo de la actividad

El adjudicatario desarrollará las tareas relacionadas con el contrato en sus propias dependencias, a excepción de aquellas ocasiones en que deba asistir a las oficinas de TMB para coordinación o para la realización de sesiones de trabajo conjuntas que sean necesarias para el correcto desarrollo de las tareas asignadas.

3.8 Reuniones de trabajo

Las reuniones serán (por defecto) a través de videoconferencia mediante Teams o en las oficinas de TMB, y podrán convocarse con un día de antelación.

3.9. Modelo de oferta detallado – Anexo A

El Anexo A, modelo detallado de oferta, debe contener una estimación de los costes, ingresos y beneficio neto que el adjudicatario se compromete a alcanzar a través del programa de marketing de afiliación, teniendo en cuenta los diferentes mercados. Esta estimación se basará en el volumen de tráfico del eCommerce Hola Barcelona y en su ticket medio.

Para obtener este modelo detallado, se debe solicitar al correo serveis@tmb.cat y completar el documento de "cláusula de confidencialidad".