PLIEGO DE BASES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE SECRETARÍA TÉCNICA PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS BILBAO BIZKAIA PARA EL EJERCICIO 2021.

1. ANTECEDENTES

La Asociación para la Revitalización del Bilbao Metropolitano (en adelante Bilbao Metropoli-30) se constituye para realizar proyectos de planificación, estudio y promoción, dirigidos hacia la recuperación y revitalización del Bilbao Metropolitano, definido como una realidad social y económica sin unos límites geográficos precisos y cuya existencia se ha proyectado por todo su entorno regional e internacional.

En este sentido, Bilbao Metropoli-30, viene colaborando con la Diputación Foral de Bizkaia para la promoción y posicionamiento de Bizkaia en el exterior en actividades como las siguientes:

- Impulsar las actuaciones en liderazgo, desarrollo y marketing derivadas de la Estrategia de Turismo 2020 de Bizkaia.
- Potenciar la imagen integral de Bizkaia mediante la participación y presencia activa en eventos y presentaciones europeas e internacionales tales como ferias de turismo, congresos, certámenes, acontecimientos deportivos, encuentros institucionales, empresariales, culturales y otros dirigidos a promocionar y posicionar Bizkaia en el exterior.
- Asesoramiento como Proyect Manager en la puesta en marcha y organización de congresos, exposiciones, foros y demás eventos.
- Promoción y organización de encuentros de nivel institucional, empresarial, cultural y deportivo, en relación con la divulgación de los planes estratégicos de promoción turística en escenarios internacionales.
- Coordinación de trámites y documentos que resulten necesarios para asegurar la participación de la Diputación Foral de Bizkaia en los diversos eventos internacionales.

2. ESTRATEGIA DE TURISMO 2020

El turismo de Bilbao Bizkaia está asumiendo grandes retos desde que esta actividad ha venido consolidándose en los últimos años. Orientar la estrategia del destino al consumidor, fomentar un desarrollo turístico territorial sostenible, así como liderar un sector complejo y transversal, es ahora más necesario que nunca. El objetivo de la Estrategia de Turismo 2020 es ayudar al destino a ser más competitivo a través de una nueva estrategia operativa que reduzca la atomización de actividades y alinee los esfuerzos del sector público y privado.

En este sentido se ha desarrollado una estrategia operativa nueva que incorpora siete drivers que nos indican cómo queremos alcanzar nuestros objetivos, qué valores incorporamos a la hora de poner en marcha las acciones y qué visión transmitimos al conjunto del sector.
Una Bizkaia más colaborativa que nunca y con una gestión integrada del destino, que nos permita alcanzar de manera más eficiente los objetivos marcados año tras año. Un compromiso firme con el sector que permitirá optimizar los beneficios económicos mediante mecanismos más sofisticados e inteligentes.

Siete valores que nos permiten proponer un cambio con una visión amplia. Conscientes de que el "bien" más importante de nuestro sector es el propio turista, tenemos un compromiso para que la inversión realizada genere un impacto económico en el destino, y además integrar los beneficios del turismo en nuestra sociedad.

- Colaboración
- Orientación al consumidor
- Innovación y excelencia en turismo
- Transparente y que responde a resultados
- Gestión integrada del destino
- Decisiones basadas en investigación
- Beneficios económicos, sociales y medioambientales

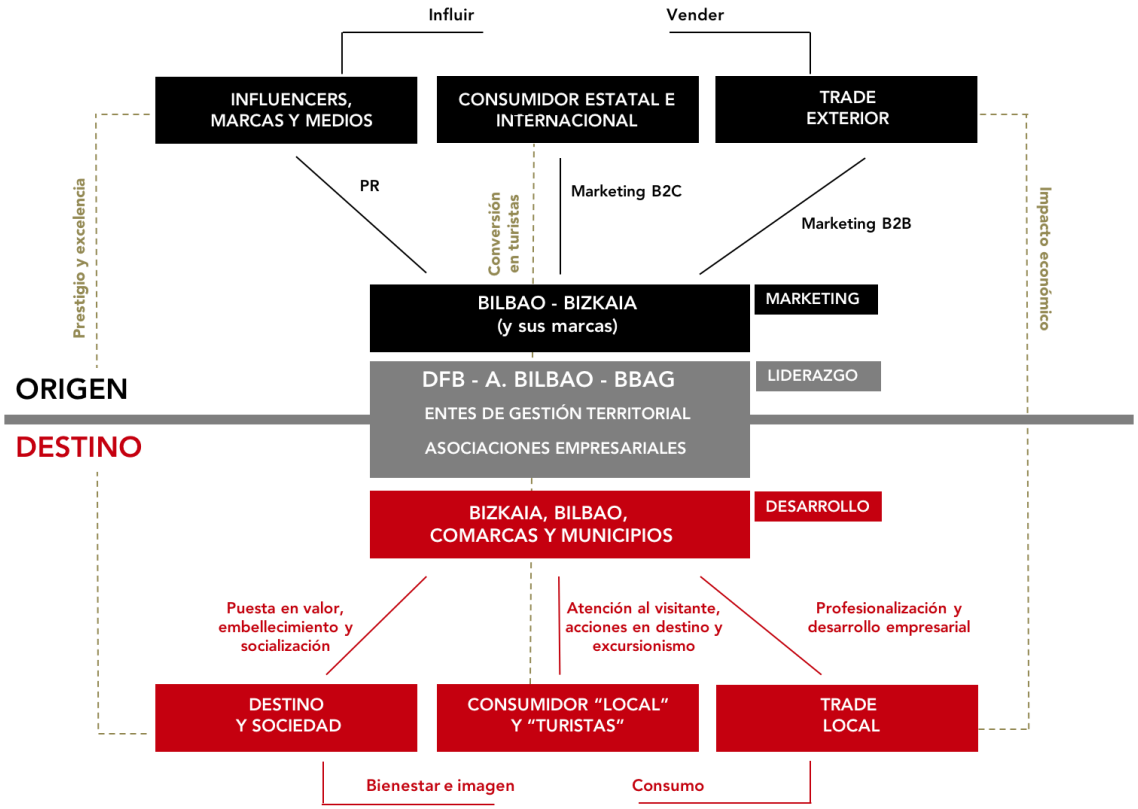
Debemos imaginarnos cómo queremos que sea Bizkaia como destino turístico en los próximos años y plantearnos desde este mismo instante qué necesitamos para conseguirlo. El sector turístico evoluciona a gran velocidad, dado que son los mercados quienes marcan las tendencias, configuran los flujos turísticos y determinan el éxito de los destinos. Nuestros competidores cuentan cada vez con estrategias más competitivas, por ello enfocamos nuestros esfuerzos en alcanzar metas exigentes y a la altura de los tiempos.

Contar con unos objetivos claros y que podamos medir es fundamental para conocer si aquello que queríamos conseguir se está cumpliendo. Gestionar el turismo con la responsabilidad que ello conlleva, pasa por que la Diputación Foral de Bizkaia asuma el liderazgo de un sector atomizado y a su vez por garantice un impacto que beneficie a turistas, empresas y sociedad.

Estos son los 8 objetivos principales de la nueva Estrategia de Turismo 2020 de Bizkaia:

1. Atraer a consumidores potenciales y segmentados.
2. Desestacionalizar el destino temporal y geográficamente.
3. Crear una red organizativa activa y funcional.
4. Digitalización del sector turístico.
5. Contar con un sistema de inteligencia y medición eficiente del sector.
6. Profesionalización del sector turístico.
7. Proveer experiencias auténticas adaptadas a la demanda.
8. Integrar y visibilizar los beneficios del turismo en la sociedad.

Nuestro reto pasa por desatomizar el turismo en Bizkaia y alinear los esfuerzos de los entes de gestión turística, así como de las asociaciones empresariales. La Dirección de Competitividad Territorial y Turismo lidera la estructuración mediante el Bilbao Bizkaia Action Group (BBAG) y sus mesas en las que participa activamente Bilbao Metropoli-30, además de todas aquellas acciones en origen junto con el sector. Bilbao, Bizkaia, las comarcas y los municipios junto con las asociaciones empresariales se encargan de desarrollar el turismo en destino de manera organizada.



En primer lugar, para comprender la dimensión global de nuestro sector, es importante diferenciar entre dos escenarios de actuación: el origen y el destino.
El primero es allí donde reside nuestro público objetivo, las empresas que comercializan productos y servicios directamente al usuario; además de los medios, marcas y otros influencers que influyen en los consumidores.
El segundo es el lugar al que llegan los turistas, el destino que visitan. Aquí encontrarán toda la atención y disfrutarán de la oferta del destino además de poder consumir servicios ofrecidos por los empresarios locales. En este escenario también están presentes los consumidores locales o excursionistas.

Siendo conscientes de que el elemento más importante para que se dé la actividad turística es el propio turista, la estrategia debe enfocarse en dos líneas. Captar consumidores en el origen y ofrecer lo mejor del destino al turista una vez ha llegado.

En este sentido, este nuevo esquema determina en qué posición debe operar cada organismo, asociación o empresa de cara a alinear los esfuerzos del sector. Dejando en manos de la marca turística de Bizkaia todo lo relativo a las acciones en origen, y el desarrollo turístico en el destino a los entes de gestión territorial y sector empresarial.

La marca turística de Bizkaia es el fruto de trabajar conjuntamente entre la Diputación Foral de Bizkaia, el Ayuntamiento de Bilbao, los entes de gestión territorial y las asociaciones empresariales como Bilbao Metropoli-30, todos ellos, representados en el BBAG.

Liderar e impulsar el sector, desarrollar turísticamente el territorio y dirigirse a los consumidores. Una estructura de trabajo más sencilla y compacta que diferencia el esfuerzo que Bizkaia debe hacer en el destino y en el origen, en la que la Dirección de Promoción Exterior y Turismo asume el liderazgo del sector turístico del Territorio y en el que Bilbao Metropoli-30 colabora de manera activa. Reformulamos las líneas de trabajo en tres: **Liderazgo, Desarrollo y Marketing**.

LIDERAZGO

La necesidad de desatomizar el sector y sus actividades, pasa por crear una nueva forma de relacionarse entre lo público y lo privado. Trasladar mensajes claros y estratégicos sobre la gestión del territorio y hacer partícipe a los agentes del sector, son las prioridades de las propuestas realizadas.
El liderazgo es sin duda uno de los aspectos clave para que el destino alcance los ocho objetivos de la estrategia.

DESARROLLO

Preparar el destino antes de hacerlo llegar a los consumidores. Contar con recursos e infraestructuras que faciliten la visita, tener una oferta atractiva y variada, así como prepararse profesionalmente, son fundamentales para convertirse en un destino excelente.
El trabajo mediante los entes de gestión territorial y las empresas del destino facilita un desarrollo equilibrado, operativo y coordinado en Bizkaia.

MARKETING

Dirigirse al consumidor para satisfacer sus necesidades, crear productos adaptados a la demanda y ayudar al sector en la comercialización. Determinar el retorno de nuestra inversión es vital para conocer el impacto de nuestras acciones y así atribuir el peso del turismo a la estrategia del destino.
En un sector en el que los turistas son el “bien” más preciado, el marketing se convierte en la espina dorsal de una estrategia orientada al consumidor.

A continuación, se muestran las veintitrés actuaciones definidas como prioritarias para la mejora del sector turístico de Bizkaia en el periodo 2017 – 2020. Clasificadas en los nuevos ejes de trabajo (Liderazgo, Desarrollo y Marketing), todas ellas están orientadas a cumplir los ocho objetivos estratégicos de la estrategia y cuentan con un sistema de medición específico para evaluar su eficiencia. Bilbao Metropoli-30, a través de su convenio de colaboración con la Diputación Foral de Bizkaia, tiene como objetivo impulsar el desarrollo de varias de las actuaciones aquí mencionadas para apoyar la Estrategia de Turismo 2020.

BILBAO Metropoli-30

LIDERAZGO

L1	Nuevo plan de marketing turístico para Bilbao-Bizkaia, B2C y B2B. Nuevo mapa del sector turístico de Bilbao Bizkaia (agentes, áreas de actuación, alineación de estrategias, inversión coordinada…)
L2	Desarrollar un panel de control del turismo actualizado mensualmente que incluya no solo volumen y valor sino también la rentabilidad (conversion rate) y el impacto económico generado de las inversiones del territorio (additionality). Renovar y completar los informes de turismo mensuales y anuales con información sobre tendencias, previsión, competitividad del destino, impacto en el sector; así como elaborar informes propios por mercados, marcas y segmentos.
L3	Estructura operativa y dinamización de las mesas de expertos, mesas de representación del sector y la actual mesa BBAG
L4	Construir una red de agentes influyentes en los mercados exteriores con el fin de alimentar el sistema de inteligencia turística del departamento.
L5	Liderar y dinamizar los Planes de Actuación de las marcas Bilbao Bizkaia (Ciudad, Costa, Montaña) mediante grupos de trabajo
L6	Financiación a la estructura y planes de actuación de las marcas Bilbao-Bizkaia

DESARROLLO

D1	Análisis e implantación de señalización turística de Bilbao-Bizkaia. Desarrollo de señalización de iconos top y rutas turísticas en carreteras.
D2	Puesta en valor de los Grandes Iconos de Bilbao-Bizkaia (parking, información presencial, servicios, materiales para consumidores y señalización a pie.)
D3	Apoyar los nuevos eventos en destino de gran impacto económico y posicionamiento para Bilbao Bizkaia.
D4	Desarrollo de planes y rutas para impulsar el excursionismo en Bilbao-Bizkaia.
D5	Sistema de formación "en píldoras" sobre desarrollo de experiencias, análisis de consumidores, productos export-ready, gestión de destinos turísticos… entre otros.
D6	Plataforma digital para la venta de tickets y actividades en oficinas de turismo así como aplicación móvil con ofertas exclusivas, información interactiva, sistema de compra de tickets y entradas…(aumentar la interacción en destino y conseguir lead – valoración del destino real time)
D7	Sistema de información turística del destino para informadores y empresarios.
D8	Bilbao-Bizkaia MarketPlace. Espacio de trabajo para empresarios del sector con el fin de intercambiar servicios y preparar productos export-ready al mercado estatal e internacional.
D9	Impulso a start-ups de gran impacto local y global dentro del sector turístico.

MARKETING

M1	Impulso a la tour operación en los mercados en desarrollo mediante asistencia a eventos B2B. Acciones B2C presenciales mediante eventos gastronómicos en origen o ferias especializadas en turismo en ciudades medias con vuelo directo / próximo.
M2	Nueva web turística para Bilbao Bizkaia. Plan de content marketing y gestión de redes sociales del destino.
M3	Fondo para el co-marketing de conexiones aéreas / ferroviarias / marítimas de nueva apertura con el destino.
M4	Apoyo a la atracción de eventos de proyección internacional e impacto turístico en Bilbao Bizkaia.
M5	Campaña anual de marketing B2C del destino, digital y off-line integrado.
M6	Sistema turístico CRM para el destino y acciones de email marketing.
M7	Acciones de PR, medios de comunicación y guías de viaje especializadas para aumentar impacto de influencers en origen.
M8	Realización de estudio de conversión de todas las acciones de marketing que mida la rentabilidad de la inversión, la generación de riqueza anual y la sostenibilidad en tiempo-geográfica del destino.

Se puede consultar el resumen ejecutivo de la Estrategia de Turismo 2020 de Bizkaia a continuación: http://bit.ly/2n8DaYG

3. EL PLAN DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO 2018 -2025

El Ayuntamiento de Bilbao y la Diputación Foral de Bizkaia aúnan esfuerzos en la promoción de la ciudad y el territorio desde el 2010. Año tras año, el compromiso entre ambas instituciones han dibujado nuevos horizontes a los que llegar conjuntamente. Bilbao Bizkaia se convierte en una apuesta firme por el 2014 sector turístico.

En enero de 2017, se presentó una nueva manera de gestionar el turismo en el territorio, adaptada a los nuevos tiempos y con la voluntad de liderar este sector en Bilbao Bizkaia en la que participa de manera activa Bilbao Metropoli-30. El resultado de 12 meses de intenso trabajo con el sector público y el privado, son el primer paso de una estrategia a largo plazo.

En enero de 2018, tras un profundo trabajo de análisis del sector turístico, los visitantes y nuestro propio territorio, presentamos una nueva fórmula para promocionar y posicionar Bilbao Bizkaia en el mundo entero. Una cartera de productos únicos nos presenta internacionalmente en nuestros mercados prioritarios, con una estrategia que mira al 2025 y que desde Bilbao Metropoli-30 se impulsa en 2018.

A continuación el resumen ejecutivo del Plan de Posicionamiento Turístico de Bilbao Bizkaia 2018-2025: http://bit.ly/BilbaoBizkaia_2018_2025

4. OBJETO DEL CONCURSO Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Constituye el objeto del contrato la prestación de servicios de secretaría técnica para el desarrollo de productos turísticos Bilbao Bizkaia para el ejercicio 2021. Esta actuación deriva directamente de las propuestas de actuación de la Estrategia de Turismo 2020, que apoya Bilbao Metropoli-30.

5. OBJETIVOS DEL PROYECTO

En relación con el Plan de Posicionamiento Turístico 2018-2025 desarrollado desde el Departamento de Desarrollo Económico y Territorial de la Diputación Foral de Bizkaia, a través de Bilbao Metropoli-30, se pretenden desarrollar actuaciones en liderazgo, desarrollo y marketing derivadas de la estrategia de turismo.

En cumplimiento de las actuaciones marcadas para este año, se requiere desarrollar los productos que resulten estratégicos del Plan de Posicionamiento Turístico 2018-2025, y que principalmente serán los vinculados con el txakoli, el shopping, el lgbt, el turismo rural así como la gastronomía, sin descuidar el resto de productos.

A continuación de plasman los 30 productos y sus prioridades dentro del Plan de Posicionamiento Turístico 2018 – 2025 de Bilbao Bizkaia.



6. ALCANCE DE LOS SERVICIOS

Para una correcta implementación de los productos estratégicos del Plan de Posicionamiento turístico 2018-2025 en el ejercicio 2021, será necesario proveer los siguientes servicios:

- El desarrollo de un mínimo de dos productos estratégicos previstos en el Plan de Posicionamiento Turístico 2018-2025 de Bilbao Bizkaia durante el ejercicio 2021.

- Revisión y actualización de los productos desarrollados por el Plan de Marketing hasta la fecha.

- Personal técnico cualificado y con conocimiento específico en el contenido de los productos estratégicos seleccionados para el ejercicio 2021. Se debe garantizar una experiencia mínima de 2 años en el desarrollo de productos similares o formación universitaria en turismo por parte del personal planteado.

- El desarrollo de producto implicará la redacción de un documento técnico por producto que incorporará, como base, los siguientes elementos:
    - Análisis de los recursos turísticos vinculados con cada producto.
    - Trabajo de campo y contraste con el sector público-privado implicado de los servicios/recursos aplicables al producto turístico.
    - Formulación estratégica del producto turístico, que incluya objetivos, posicionamiento del producto en el mercado y despliegue de recursos/servicios que componen el producto.
    - Planificación de las fases de implementación del producto turístico.
    - Propuestas de control, seguimiento y mejora del producto.
    - Conclusiones y documentos anexos al producto.

- Investigación y bench-marking a nivel internacional de los productos estratégicos planteados para el ejercicio 2021.

- Elaboración de focus groups o comisiones de trabajo para marcar las líneas estratégicas de los productos en el conjunto del Plan de Posicionamiento 2018-2025 así como coordinación con los grupos del BBAG para la implementación de los mismos.

- Apoyo en el de desarrollo de contenidos para la promoción turística de Bilbao Bizkaia en el marco de los productos estratégicos seleccionados para el ejercicio 2021.

- Elaborar un informe de evaluación de los productos desarrollados durante el ejercicio.

- Coordinación y supervisión del trabajo realizado por el personal propuesto para el desarrollo de los productos.

- Asistencia y consultas durante todo el año relacionadas con el proyecto.

- Se deberá garantizar la igualdad de género en el equipo técnico presentado.

7. OFERTA A REALIZAR

La propuesta técnica para este proyecto debe desarrollar:

- Una introducción sobre el contexto de trabajo que se plantea.
- Una metodología de trabajo propia o secundaria, con los procesos de trabajo y otros detalles.

- Una propuesta de equipo, sistema de coordinación y supervisión de los trabajos.
- Una recapitulación de los resultados que se entregarán, incluyendo, si se considera relevante, mejoras al proyecto.
- Una tabla con los parámetros de medición que permitan valorar cualitativa y cuantitativamente la eficacia y eficiencia del servicio prestado.

8. OTRAS CONSIDERACIONES

No se contemplan.

9. SUPERVISIÓN Y CONTROL

Incumbe a Bilbao Metropoli-30, ejercer de una manera continuada y directa la inspección y vigilancia y supervisión de los trabajos para velar por su correcta ejecución, pudiendo hacer al contratista observaciones y comentarios respecto a la ejecución de los servicios. A este fin, el adjudicatario deberá permitir el examen de cualquier proceso o fase del trabajo. El adjudicatario deberá fijar, de mutuo acuerdo con Bilbao Metropoli-30, un calendario de reuniones de seguimiento.

La dirección de los trabajos será ejercida por un representante de Bilbao Metropoli-30, que actuará de coordinador y supervisor. Asimismo, todo cambio o modificación sobre la propuesta adjudicada, deberá contar con el acuerdo de Bilbao Metropoli-30 que en todo momento podrá indicar variaciones en las directrices del trabajo.

10. CONFIDENCIALIDAD Y PROPIEDAD DEL TRABAJO

Los trabajos y todos los datos en ellos contemplados, así como los que de ellos resulten, son propiedad exclusiva de Bilbao Metropoli-30.

Del mismo modo, contarán con carácter confidencial, y no podrán ser publicados, ni en todo ni en parte, o utilizados de cualquier otro modo sin la expresa y previa autorización escrita de Bilbao Metropoli-30.

En ningún momento, el adjudicatario podrá hacer declaraciones públicas sobre los proyectos, sin la expresa y previa autorización de Bilbao Metropoli-30.