Basque Culinary Center Fundazioa
Paseo Juan Avelino Barriola 101
20009 DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN - Gipuzkoa
Tel. 943 574 500 info@bculinary.com
www.bculinary.com

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MARKETING DIGITAL DE BASQUE CULINARY CENTER FUNDAZIOA, BASQUE CULINARY CENTER HEZKUNTZA FUNDAZIOA Y SERVICES FOR BCC, S.L.

1.INTRODUCCIÓN **2**

2. OBJETO DEL CONTRATO **2**

3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO **3**

3.1 Alcance general del proyecto 3

3.1.1 Actividad formativa **4**

3.1.2 Marca Basque Culinary Center 6

3.2. Criterios a aplicar en las campañas 6

3.2.1 Idiomas 6

3.2.2 Mercados 7

3.2.3. Medios y Formatos 7

3.2.4. Páginas de destino 8

4. LUGAR DE REALIZACIÓN **8**

Basque Culinary Center Fundazioa
Paseo Juan Avelino Barriola 101
20009 DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN - Gipuzkoa
Tel. 943 574 500 info@bculinary.com
www.bculinary.com

1.INTRODUCCIÓN

Basque Culinary Center conforma un ecosistema único donde formación, innovación, investigación y emprendimiento coexisten con el objetivo de desarrollar e impulsar la gastronomía, asumida ésta como el conocimiento razonado sobre lo que comemos y cómo lo hacemos. Desde una visión holística, entendemos que la gastronomía constituye un dinámico conjunto de relaciones cuyo denominador común es la alimentación y que, por tanto, se trata de una dinámica cadena de valor en la que, además de aspectos culinarios, entran en cuestión entornos naturales, tecnologías, formas de producción, comercialización y consumo, así como diálogos entre conocimiento, identidad y sostenibilidad, biodiversidad, educación, salud y cultura. Nuestra misión se fundamenta en valores como pasión, innovación, orientación a la excelencia y compromiso social. Situada desde 2011 en Donostia-San Sebastián, Basque Culinary Center es una institución pionera conformada por la Facultad de Ciencias Gastronómicas con estudiantes de 32 países y una oferta académica compuesta por un Grado en Gastronomía y Artes Culinarias, 10 másteres y cursos de especialización, un pionero programa de Doctorado; por BCC Innovation, centro tecnológico en gastronomía, un centro de investigación interdisciplinar que investiga e innova en el diseño de productos y servicios al tiempo en que apoya a empresas y a nuevos emprendedores; además de un amplio espectro de programas, iniciativas y eventos cuyo objetivo final es la promoción integral de la gastronomía. Más información en: www.bculinary.com

2. OBJETO DEL CONTRATO

En concreto, el objeto del presente contrato lo constituye la prestación de los servicios para estrategia, planificación, activación, seguimiento y mejora continua de las campañas de pago en los diferentes medios orientados a potenciar la notoriedad de marca y a la adquisición y conversión de leads para sus diferentes programas formativos, promocionando así el centro y los diferentes programas formativos.

Concretamente, el objeto del contrato comprenderá la prestación de los siguientes servicios a demanda de BASQUE CULINARY CENTER FUNDAZIOA, BASQUE CULINARY CENTER HEZKUNTZA FUNDAZIOA y SERVICES FOR BCC, S.L., (en adelante, las entidades contratantes):

a. Propuesta de campañas: A partir del brief que proporcionará Basque Culinary Center junto con el presupuesto de inversión general, la agencia deberá realizar la propuesta estratégica de campañas en medios de pago que la agencia considere adecuadas. Las entidades contratantes darán un feedback a la propuesta para acordar conjuntamente la propuesta definitiva.

b. Activación - Setup de las campañas en las diferentes plataformas de acuerdo con la propuesta definida.

c. Anuncios gráficos: Basándose en la guía de estilo y las plantillas que las entidades contratantes proveerán, la agencia creará los jpgs y gifs que las campañas requieran, también realizará las variaciones en copies necesarios según el rendimiento de la

Basque Culinary Center Fundazioa
Paseo Juan Avelino Barriola 101
20009 DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN - Gipuzkoa
Tel. 943 574 500 info@bculinary.com
www.bculinary.com

campaña. Las entidades contratantes proveerán las imágenes, vídeos y materiales necesarios. En ocasiones desde las entidades contratantes se entregarán las jpgs y/o gifs finales.

d. Seguimiento: Seguimiento de las campañas para la optimización continua del rendimiento de las campañas y de acuerdo a la evolución de los diferentes programas formativos. Realizar los cambios y ajustes que la agencia considere oportunas (como variaciones en pujas, presupuestos, copies, anuncios gráficos, etc).

e. Velar por el correcto funcionamiento y rendimiento de las campañas en caso de cambios en las políticas o condiciones de las diferentes plataformas donde están desplegadas las campañas.

f. Cuadro de mando – Indicadores: Definir y actualizar periódicamente un cuadro con los indicadores principales para el seguimiento de las campañas.

g. Atención a las entidades contratantes: atención y respuesta de mails y llamadas con peticiones o dudas en relación a las campañas.

3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

3.1 Alcance general del proyecto

Las entidades contratantes pretenden con este proyecto redefinir la estrategia, la planificación general, y la ejecución, el análisis y valoración de las campañas de pago para impulsar la notoriedad de marca y la captación de leads y clientes para su actividad.

Las campañas deberán dar respuesta a potenciar la notoriedad de la marca global Basque Culinary Center, aunque el grueso de las campañas estará orientada a la captación de leads cualificados en CRM para **los diferentes programas formativos de las diferentes áreas de la Gastronomía.**

Para entender y concretar, a qué tipo de contenido nos referimos detallamos dos aspectos: **Actividad Formativa** y **Marca "**Basque Culinary Center".

3.1.1 Actividad formativa

La formación que impartimos bajo esta actividad es en torno a la Gastronomía pero comprende diferentes tipos de formación en cuanto a público, temáticas, modalidad, duración, etc. A continuación, indicamos la formación que impartimos a día de hoy a modo enunciativo y no exhaustivo:

- 1 Grado universitario presencial con una edición anual
  - Grado en Gastronomía y Artes Culinarias

- 10 Másteres de diferentes áreas de la Gastronomía (Gestión, Cocina, Sala y Sumillería, otras) y modalidades (presenciales, online e híbridos) con una edición anual cada uno que se suceden en diferentes momentos del año
  - Máster en Ciencias Gastronómicas (presencial)

Basque Culinary Center Fundazioa
Paseo Juan Avelino Barriola 101
20009 DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN - Gipuzkoa
Tel. 943 574 500 info@bculinary.com
www.bculinary.com

  - Máster en Cocina, Técnica, Producto y Creatividad (presencial)
  - Máster de Perfeccionamiento en Cocina (presencial)
  - Máster en Pastelería de Restaurante y Cocina Dulce (presencial)
  - Máster en Innovación y Gestión de Restaurantes (presencial)
  - Máster en Turismo Gastronómico (híbrido)
  - Máster en Dirección de F&B (presencial)
  - Máster en Sumillería y Enomarketing (presencial)
  - Máster en Comunicación y Periodismo Gastronómico (híbrido)
  - Máster en Formación del Profesorado en Gastronomía (online)

- 10 cursos de especialización de diferentes áreas de la Gastronomía (Gestión, Cocina, Sala y Sumillería) y modalidades (presenciales y online) con entre 1 y 2 ediciones por año:
  - Experto en Dirección de Sala y Atención al Cliente (presencial)
  - Perfeccionamiento de Técnicas Culinarias (online)
  - Técnicas Culinarias de Vanguardia (online)
  - Bases y Técnicas de Pastelería enfocadas a la Cocina Dulce (presencial)
  - Experto en Bartender y Coctelería moderna (presencial)
  - Experto en Marketing del Vino, Enoturismo y Gastronomía (presencial)
  - Turismo Gastronómico (online)
  - Técnicas Culinarias y Creatividad desde la Huerta (presencial)
  - Técnicas Culinarias de Vanguardia (presencial)
  - Perfeccionamiento de Técnicas Culinarias (presencial)

- 14 cursos intensivos online de diferentes materias de cocina que se suceden a lo largo del año con 3 ediciones al año.

- Otros:
  - Formación a medida para empresas.
  - Formación lúdica para “no profesionales del sector de la Gastronomía”. Esta formación se imparte bajo la submarca “Club Basque Culinary Center”.

A lo largo del año académico, los hitos más destacables que se dan en los varios programas formativos, se detallan a continuación de forma enunciativa y no exhaustiva:

- **Apertura de inscripción:** momento en el que se activa la posibilidad de inscribirse en el programa formativo. Sucede una vez por edición de un programa formativo
- **Evento relacionado:** evento (la mayoría se trata de eventos online), relacionado con un área o programa formativo, como por ejemplo un webinar de contenido, una mesa redonda online, o una jornada de puertas abiertas.
- **Últimos días – últimas plazas:** unos días antes de que se finalice el proceso de admisión y se cierra la inscripción se comunica que faltan pocos días o quedan pocas plazas.

Basque Culinary Center Fundazioa
Paseo Juan Avelino Barriola 101
20009 DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN - Gipuzkoa
Tel. 943 574 500 info@bculinary.com
www.bculinary.com

- **Descuento comercial:** en algunos casos en función de cómo vaya el número de alumnos se pueden activar descuentos comerciales que hay que comunicar.

A lo largo del año académico podría ampliarse el portfolio de programas formativos que ofertamos y el proyecto deberá dar cobertura a estos nuevos programas. Como referencia, en 2021 se han lanzado dos nuevos másteres, dos cursos de especialización y seis cursos intensivos online. Durante 2022 es probable que puedan lanzarse nuevos programas formativos, pero es muy improbable que superen los lanzados en 2021.

A modo informativo indicamos los valores, la misión y visión de Basque Culinary Center que se deberán tener en cuenta para que las campañas estén en consonancia:

- Valores: pasión, innovación, orientación a la excelencia y compromiso social
- Misión: desarrollar el potencial de la gastronomía como motor de desarrollo económico y social sostenibles
- Visión: ser considerado como el mejor centro y ecosistema del mundo en conocimiento aplicado sobre gastronomía y experiencia culinaria, a través de actividades de formación, investigación, innovación, emprendimiento y promoción.
    - Consolidando y socializando la visión Gastronomía 360º genuina de Basque Culinary Center
    - Robusteciendo y revitalizando permanentemente un ecosistema interdisciplinar de actividades de alto valor y escalabilidad
    - Aportando valor real a los clientes a través de una oferta adaptada y vanguardista
    - Logrando presencia global y fortaleciendo las raíces y el desarrollo local
    - Atrayendo, reteniendo y desarrollando talento diferencial, con un proyecto basado en la excelencia, la innovación, la autonomía y la corresponsabilidad de las personas
    - Trabajando en red
    - Ejercitando activamente su compromiso social y contribuyendo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

3.1.2 Marca Basque Culinary Center

Además de orientar campañas para la actividad formativa, se deberán crear campañas para impulsar la notoriedad de la marca Basque Culinary Center a nivel general, en línea con la misión, visión y valores descritos en el punto anterior.

Basque Culinary Center Fundazioa
Paseo Juan Avelino Barriola 101
20009 DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN - Gipuzkoa
Tel. 943 574 500 info@bculinary.com
www.bculinary.com

3.2. Criterios a aplicar en las campañas

Los criterios de idiomas, mercados, medios y soportes que se describen a continuación se aplican tanto para las campañas de formación (grado, másteres y cursos) como para las de marca.

3.2.1 Idiomas

Los idiomas en los que deberán realizarse las campañas son:

1. Español: actualmente todos los programas formativos se imparten en español por lo tanto todas las campañas de captación deberán estar en español y las que se orientan a Latam localizadas para estos países.
2. En caso de realizarse campañas en otros idiomas las traducciones a otros idiomas como inglés, catalán, euskera, etc correrían por cuenta de las entidades contratantes.

3.2.2 Mercados

Por las características actuales de nuestros programas formativos, los principales mercados a los que se dirigen las campañas actualmente son:

- España.
- Latam: principalmente a Colombia, México, Perú, Ecuador, Chile, Brasil y Argentina.
- EE.UU a público hispano hablante: puntualmente para algunos programas formativos y en momentos concretos orientamos campañas a este mercado.
- Europa: puntualmente para algunos programas formativos y en momentos concretos hemos orientado campañas a Portugal y Francia.

Sin perjuicio de las necesidades adicionales que se puedan producir por causa de la actividad, y que en todo caso serán acordadas en las reuniones conjuntas.

3.2.3. Medios y Formatos

Los medios y formatos los marcará la agencia según considere más adecuado para la consecución de los resultados, con previa validación de las entidades contratantes. De forma orientativa, se indican a continuación a modo enunciativo y no exhaustivo los medios de pago en los que hasta ahora se han activado campañas. Pero no debe entenderse como un requerimiento que sea así, sino meramente orientativo ya que será la agencia adjudicataria quien, en su estrategia de campaña global y en las específicas por programa, deberá proponer los medios, formato de anuncios, segmentación, etc.

- GoogleAds:
  - Search
  - Display
  - Video
- SocialAds

Basque Culinary Center Fundazioa
Paseo Juan Avelino Barriola 101
20009 DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN - Gipuzkoa
Tel. 943 574 500 info@bculinary.com
www.bculinary.com

- FacebookAds (feed y stories)
- Facebook LeadAds
- InstagramAds (feed y stories)
- LinkedIn
- Spotify
- Programática
- Sitios de referencia: la gestión de los enlaces de pago en sitios externos no entra en el alcance de este proyecto.

3.2.4. Páginas de destino

La definición, diseño y desarrollo de las páginas de destino serán por cuenta de las entidades contratantes. La agencia será responsable de vincular los anuncios activos a las URLs más relevantes. La agencia podrá dar recomendaciones sobre el diseño y los contenidos de las páginas de destino para mejorar el rendimiento de las campañas, pero su implementación estará a cargo de las entidades contratantes.

4. LUGAR DE REALIZACIÓN

El servicio prestado se llevará a cabo en las dependencias de la agencia licitadora. En el supuesto de que, durante la prestación del servicio y siempre que se hayan planificado y autorizado por el Responsable del contrato por parte de la entidades contratantes, la realización de ciertos trabajos conllevase un traslado, por parte del personal del contratista, los gastos de dietas, alojamiento y viajes que pudieren incurrirse estarán incluidos en el importe del contrato, no pudiendo ser facturados con carácter adicional.

Siendo necesaria una reunión presencial en la sede de las entidades contratantes cada seis meses.