

Pliego de prescripciones técnicas que deben regir el contrato de servicios “Promoción turística de Enkarterri, Realidad Virtual”.

I.- Antecedentes

Enkarterri es una comarca situada en la parte más occidental de la provincia de Vizcaya, limitando con Cantabria, Castilla y León y Álava. Con una población total de 30.966 habitantes, la comarca consta de diez municipios; siendo Zalla el municipio de mayor población, superando los 8.000 habitantes.

La comarca destaca por su entorno natural de cumbres y valles, con espacios relevantes turísticamente cómo las cuevas de Pozalagua en Karrantza o el Parque Natural de Armañón. También destacan cómo activos turísticos las distintas villas medievales, la tradición industrial vasca o su rico patrimonio cultural. En este contexto, se trabaja desde hace años con el desarrollo turístico de la comarca -que fundamentada en sus activos y una propuesta que pivota en la sostenibilidad de Enkaterri - posiciona la comarca como claro destino de turismo en Euskadi.

El proyecto de EK2: Interconexión Activos Turísticos y Culturales tiene cómo ámbito territorial Enkaterri, y tiene como principal hilo conductor la propuesta de un desarrollo turístico sostenible que permita la mejora de la competitividad turística de la comarca, así como una reactivación económico sectorial y territorial. El proyecto se encuentra vertebrado en las siguientes actuaciones:

1. Incrementar la oferta para el turismo de autocaravanas
2. Realidad virtual aumentada
3. Plataforma digital de gestión aglutinadora de toda la oferta turística de Enkarterri
4. Proyecto de movilidad sostenible
5. Enkarterri Bike&Walking
6. Desarrollo de un Plan estratégico como territorio de eventos singulares

En estos antecedentes globales, una de las actuaciones en la que queda enmarcada la presente licitación es la actuación 2: Realidad virtual. Trabajar por la mejora paisajística de Enkarterri permite reforzar la imagen de la identidad de los y las habitantes de la comarca, recalcando su sentimiento de pertenencia al sitio. Sólo desde esta óptica se puede promover la defensa y recuperación medioambiental de entornos, así como la defensa y recuperación de su patrimonio y elementos antropológicos que lo componen.

De manera preliminar se selecciona cómo espacios a desarrollar el CERCO DE BOLUNBURU de Zalla así como el conjunto monumental Bolumburu y EL CERRO DEL CASTILLO de Balmaseda y su casco histórico.

Esta recreación podría ampliarse a otros recursos turísticos de gran interés cultural dando un sentido y un hilo conductor histórico, cultural y patrimonial a toda la zona de Enkarterri.

II.- Objeto del pliego de prescripciones técnicas

El presente Pliego de prescripciones técnicas tiene como objeto la descripción de los trabajos a desarrollar y de los aspectos a afrontar para la correcta ejecución del presente contrato de servicios. En el Pliego de prescripciones técnicas se fijarán los contenidos mínimos del contrato de servicios.

III- Objeto del contrato

El presente contrato tiene como objetivo el desarrollo de la estrategia de promoción y comunicación de Enkarterri -y en concreto del proyecto de Realidad Virtual Aumentada- que forma parte del proyecto EK2: Interconexión Activos Turísticos y Culturales, así como la ejecución y seguimiento de dicha estrategia. El horizonte temporal del contrato es desde su firma hasta el 31 de diciembre de 2022.

De este objetivo marco se desprenden los siguientes sub objetivos:

1. Consensuar con la Secretaría Técnica de EK2: Interconexión Activos Turísticos y Culturales, la estrategia de promoción y comunicación vinculada al turismo de Enkarterri y de la Realidad Virtual Aumentada.

2. Contribuir a la mejora del posicionamiento competitivo de los productos turísticos estratégicos de Enkartur, generando valor con la propuesta de la Realidad Virtual Aumentada.
3. Ejecutar la campaña de comunicación y promocional consensuada, incrementando la notoriedad de Enkarterri.
4. Realizar un seguimiento del impacto de la campaña realizada.
5. Posicionar Enkarterri en los distintos mercados diana seleccionados y cómo se puede generar valor mediante el producto de la Realidad Virtual Aumentada.
6. Contribuir a desestacionalizar la demanda turística de Enkarterri, incremento del gasto turístico por persona y redireccionar el turismo en toda la comarca.

IV.- Contenido técnico de los trabajos a desarrollar

Los trabajos técnicos a desarrollar se dividen en las siguientes categorías conceptuales: servicios estructurales y operacionales, acciones promocionales estructurales, campaña publicitaria on-line, acción promocional evento inauguración, campaña de prescriptores, influenciadores y generadores de contenidos, acción promocional singular e informes. Dichas actuaciones son fijadas como trabajos mínimos a ejecutar, siendo ampliables en base a la propuesta de promoción y comercialización realizada por la empresa adjudicataria.

Para el desarrollo de las distintas actuaciones, se debe de tener en cuenta los distintos públicos objetivo y ámbitos territoriales:

1. Segmento escolar, como un segmento especialmente relevante para el uso de realidad virtual.
2. Segmento familiar, como segmento estratégico en el marco de turismo cultural y de Enkarterri.
3. Mercados: se focalizará en un posicionamiento en el mercado de proximidad de Euskadi y territorios situados a menos de 1 hora de trayecto, con el que se posicionaría en base a *short breaks*.
4. Mercado estatal, siendo mercados prioritarios el catalán, valenciano y el de la comunidad autónoma de Madrid.

5. Mercado internacional, siendo el mercado francés, Benelux, Italia e Inglaterra los mercados prioritarios, con productos de larga estancia.

Incorporando los distintos mercados diana, encontramos las siguientes funciones a desarrollar por la empresa adjudicataria.

Servicios estructurales y operacionales

La empresa adjudicataria dispondrá de un servicio estratégico y fijo que se desarrollará durante toda la ejecución del contrato. Este servicio implica:

1. Propuesta inicial y consensuada con la Secretaría Técnica de la estrategia promocional a aplicar para la promoción y comunicación turística del turismo en Enkarterri, con especial acento al producto de la Realidad Virtual.
2. Representar a Enkartur en las acciones promocionales derivadas de las actuaciones promocionales y de comercialización en este segmento de manera consensuada con la Secretaría Técnica.
3. Realización de reuniones periódicas de seguimiento de proyecto con la Secretaría Técnica de EK2: Interconexión Activos Turísticos y Culturales; fijando un mínimo de 1 reunión mensual. En función del requerimiento de la Secretaría Técnica esta se puede realizar de manera presencial u on-line.
4. La gestión, seguimiento, corrección y control de las acciones y campañas promocionales.
5. La conceptualización creativa, el diseño, la planificación con calendario, la selección y la contratación de los medios y espacios publicitarios (online/ offline).
6. Asesorar en la selección y contratar los espacios, soportes y medios técnicos necesarios para la ejecución de la acción/campaña.
7. Puesta a disposición de las herramientas tecnológicas necesarias para realizar las actuaciones derivadas de la presente licitación.
8. Gestión y traslado de información a la Secretaría Técnica de las peticiones por parte de prescriptores.
9. Creación de base de datos de agentes relevantes relacionados con el turismo en Enkarterri.

Acciones promocionales estructurales

Entre las acciones promocionales a ejecutar por parte de la empresa adjudicataria, se encuentran las siguientes:

1. Actuaciones en materia de promoción on-line, que de manera preliminar se fijarían en los siguientes:
 - a. La creación y gestión de espacio web on-line específico del producto de la realidad virtual en Enkarterri que estaría insertado en la web turística visitenkarterri.com en el apartado de experiencias. Dicho espacio está realizado en una base de programación Apache: 2.4.6; Php:5.3.29 y Mysql:5.5.68. El espacio web on-line debería reunir los siguientes requisitos y funciones por parte del adjudicatario:
 - i. Redacción de contenidos.
 - ii. Coordinación con empresa gestora del espacio.
 - b. En la propuesta de estrategia por parte de la empresa adjudicataria se valorará de manera consensuada la creación y gestión de otros elementos estructurales promocionales on-line.
2. Creación de 3 vídeos de presentación de destinación con las siguientes características:
 - a. Segmentados por perfil de público, fijando de manera preliminar el segmento de turismo familiar y escolar como público diana.
 - b. Traducción de los vídeos a un mínimo 4 idiomas: euskera, español, catalán, francés e inglés.
 - c. Cada uno de los vídeos tendrá una duración de 90 segundos y dispondrá de una versión reducida de 20 segundos.
3. Campaña promocional dirigida al segmento escolar con las siguientes características:
 - a. Dirigida al segmento escolar del conjunto de Enkarterri y el País Vasco.
 - b. Diseño, edición, impresión y distribución de material específico para este segmento.
4. Promoción del producto de realidad virtual en destino, en concreto en la globalidad de Enkarterri, con las siguientes características:

- a. Diseño, edición, impresión y distribución de trípticos informativos relacionados con el producto; que serán distribuidos a los principales puntos turísticos de la comarca, oficinas de turismo, hoteles o restauración, entre otros. Se estima una impresión mínima de 20.000 trípticos.
 - b. Diseño, edición, impresión e instalación de elementos promocionales en los dos puntos de referencia del proyecto, que permitan visualizar su presencia. A modo de referencia se realizaría cartelería y roll ups.
5. Creación de banco de imágenes para promocionar el producto de realidad virtual, con un mínimo de 20 imágenes de calidad y que permitan segmentar posteriores campañas promocionales.

Campaña publicitaria on-line

La empresa adjudicataria deberá trabajar de manera consensuada con la Secretaría Técnica la creación y ejecución de una campaña publicitaria para poner de relieve la oferta de Enkarterri con especial presencia del producto de realidad virtual.

Dicha campaña on-line se dirigirá a los siguientes públicos objetivo:

- a. Mercado nacional de Euskadi, estatal e internacional.
- b. Perfiles de segmentos complementarios alineados con los segmentos estratégicos de Enkarterri.
- c. Actuaciones de inserción de publicidad en espacios de redes sociales, siendo las plataformas Facebook e Instagram las dos principales plataformas en que insertar publicidad dirigida al público finalista. La estimación de gasto en publicidad en esta campaña promocional, se situaría en los 10.000 €, asumidos por la empresa adjudicataria.

Acción promocional evento inauguración

La empresa adjudicataria deberá trabajar de manera consensuada con la Secretaría Técnica la creación de un acto promocional vinculado a la presentación/inauguración de los dos proyectos de realidad virtual. Tendrá las siguientes tareas asignadas:

1. Conceptualización del evento.
2. Selección de la fecha del evento en base a criterios de mercados objetivo.
3. Tareas operativas vinculadas al evento, cómo la gestión de inscripciones, búsqueda de prescriptores *media* relevantes, gestión de la información y asistencia a los inscritos.
4. Base de datos de potenciales prescriptores Media y prescriptores seleccionados.
5. La empresa adjudicataria se compromete a la realización del acto con un mínimo de 10 prescriptores Media y 25 inscritos.

Los costes derivados de la acción promocional, serán todos a cargo de la empresa adjudicataria.

Campaña de prescriptores, influenciadores y generadores de contenidos

Se realizará viajes de familiarización con la destinación de prescriptores, influenciadores o generadores de contenidos especializados. Se trabajará de forma consensuada con la Secretaría Técnica para:

1. Creación de 3 viajes de familiarización con la destinación en Enkarterri.
2. Selección de prescriptores, identificación de los potencialmente relevantes por mercados y gestión de elementos relacionados con su captación.
3. Estos viajes tendrían la siguiente característica:
 - a. Uno con prescriptores, influenciadores y generadores de contenidos pensado para el mercado vasco, con un mínimo de 8 representantes.
 - b. Uno con prescriptores, influenciadores y generadores de contenidos pensado para el mercado estatal, con un mínimo de 4 representantes.
 - c. Uno con prescriptores, influenciadores y generadores de contenidos pensado para el mercado internacional, con un mínimo de 2 representantes.

4. Creación de experiencia fundamentada con los principales activos estratégicos del territorio y en la que debe de formar parte el producto de realidad virtual.
5. Soporte a los trips -ya sean individuales o no- realizados durante los distintos viajes de familiarización.

Los costes derivados de la acción, serán todos a cargo de la empresa adjudicataria, fijando un total estimado de 10.000 € en esta partida.

Acción promocional singular

La empresa adjudicataria deberá trabajar de manera consensuada con la Secretaría Técnica la creación de un acto promocional singular que respondería a las siguientes características:

1. Conceptualización, diseño y gestión de la acción promocional.
2. Vinculación directa con la *Plataforma digital de gestión aglutinadora de toda la oferta turística de Enkarterri*.
3. Sorteo entre los usuarios de la plataforma de una recompensa que estaría fundamentada en una noche de alojamiento, un menú en un restaurante o un producto artesano o agroalimentario del territorio. El sorteo se realizaría para los usuarios de la plataforma que forma parte del proyecto EK2: Interconexión Activos Turísticos y Culturales.
4. Número de personas premiadas en el sorteo: 365 packs regalo.
5. Los agentes de la oferta que formarían parte serían aquellos que formen parte de la plataforma.
6. El presupuesto asignado para el pago de los proveedores de los servicios sería de 20.000 €.

Informes

Se realizará un conjunto de informes necesarios para la correcta ejecución de la presente licitación:

- 1) Informe derivado de cada una de las categorías conceptuales anteriormente recogidas, que recoja las principales características de este.
- 2) Informe trimestral de las tareas realizadas y evaluación de su impacto.
- 3) Informe final de proyecto indicando:
 - a) Grado de ejecución del conjunto de la licitación, con cronograma detallando las distintas actuaciones.
 - b) Grado de ejecución de las actuaciones.
 - c) Análisis de mercados.
 - d) Actuaciones futuras de promoción y comercialización
 - e) Espacios, claves de acceso y bases de datos.

Los informes serán entregados en formato ofimático.

V.- Estimación de valor de licitación

Sin perjuicio de las indicaciones recogidas en el contenido técnico de los trabajos a realizar, a continuación se detallan los costes estimados para determinar el valor de licitación.

Concepto	Importe
Servicios estructurales y operacionales	4.000,0 €
Acciones promocionales estructurales	15.000,0 €
Campaña publicitaria	10.000,0 €
Acción promocional evento inauguración	4.000,0 €
Campaña de prescriptores	10.000,0 €
Acción promocional singular	25.000,0 €
Informes	2.500,0 €
TOTAL Conceptos	70.500,0 €
Costes indirectos (10%)	7.050,0 €
Costes beneficio industrial (8%)	5.640,0 €
Total	83.190,0 €

IVA	17.469,9 €
-----	------------

Total	100.659,9 €
--------------	--------------------

Este valor estimado de costes de las distintas actuaciones a realizar permite también conceptualizar por el licitador la asignación presupuestaria final en las diferentes partidas.

VI.- Obligaciones de los adjudicatarios

Los adjudicatarios se obligan a una correcta ejecución de las funciones descritas en el punto (IV.- *Contenido técnico de los trabajos a desarrollar*) así como a:

- 1) Asignar un equipo humano técnico suficiente y con la dedicación necesaria para una correcta ejecución de la presente licitación y los objetivos identificados.
- 2) Identificar un coordinador de proyecto, que ejercerá de enlace e interlocutor con la Secretaría Técnica.
- 3) Todos los costes directos e indirectos de las actuaciones de promoción y comercialización derivadas de la presente licitación.
- 4) La responsabilidad del servicio realizado y que las actuaciones derivadas de su actividad cumplen en todo momento con el marco normativo.
- 5) La entrega de todas las bases de datos, tanto de información escrita o gráfica derivadas de la presente licitación.
- 6) La realización de todas las actas técnicas de las distintas actuaciones, ya sean de comercialización y promoción como de coordinación.
- 7) Facilitar en todo momento la información requerida desde la Secretaría Técnica.

VII.- Propiedad intelectual

Todos los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de los textos, diseños, fotografías, audiovisuales y cualquier material

resultante de la ejecución del contrato, corresponderá en exclusiva a Enkartur; sin ninguna limitación temporal ni territorial.

A la finalización del contrato, el adjudicatario dejará de utilizar los materiales derivados de la presente licitación y comunicará a la Secretaría Técnica todos los recursos que haya administrado.