

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN POR LOTES, POR PROCEDIMIENTO ABIERTO DEL SERVICIO DE DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL QUE DIFUNDA LOS VALORES TURÍSTICOS DE LAS RESERVAS DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE Y TAJO INTERNACIONAL

CONTENIDO DEL PLIEGO

1 LOTE I. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL QUE DIFUNDA LOS VALORES TURÍSTICOS DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA DE TAJO INTERNACIONAL.....	2
PRIMERA.- ANTECEDENTES.....	2
SEGUNDA.- OBJETO.....	2
TERCERA.- ÁMBITO DE ACTUACIÓN.....	2
CUARTA.- CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN: ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL.....	2
QUINTA.- ENTREGABLES.....	8
SEXTA.- PRESUPUESTO Y APLICACIÓN PRESUPUESTARIA.....	9
SÉPTIMA.- PLAZO DE EJECUCIÓN.....	9
OCTAVA.- PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS ECONÓMICAS.....	9
NOVENA.- PROPUESTA TÉCNICA.....	10
DÉCIMA.- PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO.....	10
UNDÉCIMA.- PROPIEDAD DE ESTA PRESTACIÓN.....	11
2 LOTE II. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL QUE DIFUNDA LOS VALORES TURÍSTICOS DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE.....	12
PRIMERA.- ANTECEDENTES.....	12
SEGUNDA.- OBJETO.....	12
TERCERA.- ÁMBITO DE ACTUACIÓN.....	12
CUARTA.- CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN: ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL.....	12
QUINTA.- ENTREGABLES.....	18
SEXTA.- PRESUPUESTO Y APLICACIÓN PRESUPUESTARIA.....	19
SÉPTIMA.- PLAZO DE EJECUCIÓN.....	19
OCTAVA.- PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS ECONÓMICAS.....	19
NOVENA.- PROPUESTA TÉCNICA.....	20
DÉCIMA.- PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO.....	20
UNDÉCIMA.- PROPIEDAD DE ESTA PRESTACIÓN.....	21



Código de verificación : 895baa2bbb7fbed3

1 LOTE I. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL QUE DIFUNDA LOS VALORES TURÍSTICOS DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA DE TAJO INTERNACIONAL

PRIMERA.- ANTECEDENTES

La Diputación de Cáceres, dentro del Plan de Acción del “Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible para la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional”, identifica como prioridad el desarrollo de una Estrategia de Marketing Digital para la optimización de los soportes digitales y el desarrollo de acciones promocionales online.

Esta estrategia permitirá poner en valor del destino turístico que supone la figura de la Reserva de la Biosfera, a través de acciones que favorezcan la generación de identidad territorial y sentido de pertenencia al territorio entre la población local, y otras que pongan en valor los recursos naturales, patrimoniales, culturales y gastronómicos así como otras que promueven su promoción con actuaciones de diversa índole a fin de dar a conocer el espacio y sus recursos para atraer turistas y visitantes.

Concretamente esta actuación está enmarcada en la aplicación 04.4320.22631, programa de Información y promoción turística.

SEGUNDA.- OBJETO

Diseño y ejecución de una Estrategia de Marketing Turístico Digital que desarrolle una serie de acciones que doten al destino Tajo Internacional de una óptima presencia digital, poniendo en valor sus recursos, experiencias, actividades y valores, dirigidas al público objetivo, de manera que contribuyan a un aumento de visitas al territorio.

TERCERA.- ÁMBITO DE ACTUACIÓN

El ámbito de actuación será el territorio de la Reserva de la Biosfera Transfronteriza de Tajo Internacional, poniendo en valor los recursos, experiencias, actividades y valores de sus municipios: Alcántara, Brozas, Carbajo, Cedillo, Herrera de Alcántara, Herrerueta, Mata de Alcántara, Membrión, Piedras Albas, Salorino, Santiago de Alcántara, Valencia de Alcántara, Villa del Rey y Zarza la Mayor.

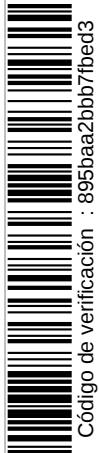
CUARTA.- CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN: ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

El **target o público objetivo** al que va a ir dirigida la estrategia será el definido en el “Plan de Marketing Turístico Sostenible 2020-2030 de la Reserva de la Biosfera de Tajo Internacional”, (versión resumida anexa) en concreto a los siguientes segmentos de demanda: *birdwatchers*, senderistas, personas que quieren disfrutar de un entorno natural intacto, que buscan descansar en un alojamiento rural y desestresarse, amantes de la flora y fauna, familias con niños, mayores de 55 años, jóvenes amantes del turismo activo, *empty nesters*, interesados en la cultura material e inmaterial del territorio, amantes de la gastronomía autóctona, interesados en experiencias lúdicas, lúdico-educativas o educativas, que les guste disfrutar de una experiencia rural familiar, de la naturaleza o realizar alguna actividad ligera en un entorno natural intacto.

No hay que olvidar a los propios agentes del territorio, su sector turístico y los habitantes, pues otro de los objetivos es crear comunidad y sentido de pertenencia en torno al destino turístico Monfragüe y dar a conocer sus recursos y oferta turística en el propio territorio.

Página 2 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excma. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es



Código de verificación : 895baa2bbb7fbed3

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=895baa2bbb7fbed3>

Firmado por: MARIO SUAREZ ZABALA

Cargo: Técnico Turismo

Fecha: 19-04-2024 13:40:21

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Fecha: 22-04-2024 09:53:52

Área geográfica:

Las acciones irán dirigidas a los mercados emisores nacionales e internacionales prioritarios identificados en el "Plan de Marketing Turístico Sostenible 2020-2030 de la Reserva de la Biosfera de Tajo Internacional", (versión resumida anexa). Destacan en este punto los mercados emisores prioritarios nacionales (Comunidad de Madrid, mercados de proximidad, región de Extremadura, provincia de Sevilla, sur de Castilla y León y Cataluña) e internacionales (Portugal, Alemania, Francia, y Reino Unido). Debido al carácter transfronterizo del destino, cobra especial importancia la promoción en el mercado portugués.

La empresa deberá desarrollar una estrategia de marketing digital poniendo en valor los recursos, experiencias, actividades y valores del territorio. Se tendrá siempre en cuenta el público objetivo y las particularidades de cada red social a la hora de determinar qué contar, cómo, cuándo y dónde desde el punto de vista del marketing de contenidos enfocado al marketing de destino, cuyo objetivo es la mejora del posicionamiento online y en RRSS.

La comunicación en redes estará basada en una estrategia de marketing de contenidos, con los principios de la metodología *Inbound*, aumentando y mejorando la comunidad mediante la creación de contenido valioso y experiencias hechas a la medida. Habrá de ser novedosa, participativa, y motivará al público a buscar más información sobre el destino.

Se proponen tres líneas editoriales para la comunicación, que han de conjugarse en el tiempo de duración de la estrategia:

- Promoción del destino RB Tajo Internacional, sus recursos y experiencias turísticas
- Sentido de pertenencia y sensibilización a la población del territorio RB Transfronteriza Tajo Internacional
- Desarrollo y sostenibilidad

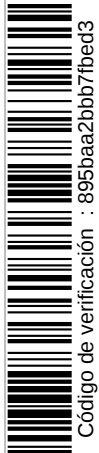
La generación de contenidos debe ser continua para mantener la presencia en las redes, pero sin ser invasiva, evitando así la saturación de nuestro público objetivo.

➤ Acciones a desarrollar:

- **Campaña creativities gráficas.** Se diseñarán un mínimo de 10 nuevas creativities gráficas a partir de imágenes originales atendiendo a los segmentos de mercado prioritarios identificados en el "Plan de Marketing Turístico Sostenible 2020-2030 de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional" y sus adaptaciones a distintos formatos de publicidad en display. Se deberán adaptar los *claims* de la campaña "Un destino para viajeros de verdad", dirigido a los distintos segmentos prioritarios y "Reserva de la Biosfera TI, estoy dentro" orientado a fomentar el sentido de pertenencia dentro del territorio. Será necesaria también la adaptación gráfica de estos *claims* (tipografía, colores, estilo...)
- **Elaboración de un plan de medios digitales** para el tiempo de duración de la Estrategia (12 meses). El documento recogerá los objetivos de la estrategia, las claves de la planificación estratégica de los canales a utilizar, el público objetivo al que irá dirigida, el desglose presupuestario y el calendario previsto de las acciones para conseguir los objetivos, además de cualquier otro aspecto que la empresa considere relevante. Incluirá obligatoriamente un plan de contenidos y un calendario de publicaciones en redes sociales. En la primera reunión de coordinación celebrada con los responsables del

Página 3 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excm. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es



Código de verificación : 895baa2bb7fbed3

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=895baa2bb7fbed3>

contrato del Área de Desarrollo Sostenible y Turismo deberá entregar el plan de medios completo que deberá ser aprobado por este personal.

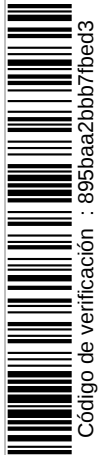
- **Gestión de perfiles de redes sociales.** Se gestionarán los perfiles ya creados del destino Tajo Internacional en las redes sociales Facebook, Instagram, Tiktok y X. Será imprescindible llevar a cabo una estrategia diferenciada para cada una de las redes sociales, atendiendo al perfil de usuarios, contexto y peculiaridades de cada una de ellas y una estrategia diferenciada para Portugal. Se realizará
 - Un mínimo de 3 publicaciones semanales propias en Facebook e Instagram (vídeos, reportajes y/o fotos y contenido) independientemente de los posts que se puedan compartir de otras páginas y perfiles de interés para el destino. Se publicarán también un mínimo de 2 *stories* semanales en Facebook e Instagram.
 - Un mínimo de 1 publicación semanal al mes en X, siempre que el contenido sea pertinente y adecuado para esta red social (institucional, noticias de actualidad...).
 - Un mínimo de 3 publicaciones al mes en Tik tok.

La empresa adjudicataria deberá buscar la interacción con los seguidores. Deberá conseguir la interacción, como mínimo, en el 20% de las publicaciones.

- **Generación de contenidos.** Se generarán contenidos originales para las publicaciones a partir de los recursos y valores del territorio. Se tendrá en cuenta especialmente el carácter transfronterizo del destino, la sostenibilidad turística y la orientación de las acciones a incentivar las visitas al territorio y el consumo de experiencias turísticas. Algunas de las temáticas que pueden inspirar las publicaciones son:
 - Patrimonio, gastronomía, recetario, arte rupestre, yacimientos, cuarcita armoricana, aves, peregrinación, hechos históricos, leyendas, personajes históricos, artesanía, arquitectura vernácula, trashumancia, cielos, dehesa y bosque mediterráneo, uso sostenible de los recursos, plantas aromáticas.
 - Productos agroalimentarios y denominaciones de origen.
 - Eventos del territorio y folclore.
 - Naturaleza en diferentes momentos del día y épocas.
 - Momentos emblemáticos (atardeceres, niebla, lluvia de estrellas, lunas de sangre, eclipse, sonidos ...) en la Reserva de la Biosfera de Tajo Internacional.
 - Productos turísticos de la RB
 - Elementos que distinguen y diferencian a este espacio natural con respecto a otros destinos similares.
 - Curiosidades sobre la RB.
 - Actualidad e innovación en la Reserva destacando actividades y personajes. Personas, noticias y actualidad relevantes de la RB
 - Consejos y noticias sobre sostenibilidad y desarrollo sostenible
- **Trabajo de campo.** La empresa deberá visitar el territorio al menos en 11 ocasiones (una por mes, excluyendo las necesarias durante la celebración del Mes de la Reserva) durante la ejecución del contrato con la finalidad de adquirir conocimiento, conseguir sus propias fuentes de información, crear material y generar contenidos originales. No se entiende el desarrollo de esta Estrategia sin el contacto directo y el conocimiento en primera persona

Página 4 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excm. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es



Código de verificación : 895baa2bbb7fbed3

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=895baa2bbb7fbed3>

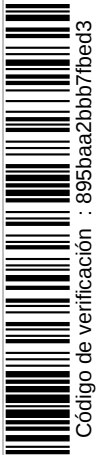
Firmado por: MARIO SUAREZ ZABALA
Cargo: Técnico Turismo
Fecha: 19-04-2024 13:40:21

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES
Fecha: 22-04-2024 09:53:52

Este documento es Copia Auténtica según el artículo 30.5 de la Ley 11/2007, de 22 de Junio. Su autenticidad puede ser comprobada en la dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do>

de los recursos, experiencias, tejido empresarial y relación con el resto de agentes del territorio, que proporcionarán la visión necesaria para el desarrollo correcto de los trabajos. Estas visitas se justificarán con la emisión de un vídeo en directo en en las redes sociales Facebook e Instagram, la entrega del material audiovisual original generado en cada una de ellas, que además de utilizarse para publicaciones y demás acciones de la estrategia, será entregado a Diputación de Cáceres para su propiedad y uso con fines promocionales. Por cada una de las visitas mensuales se entregarán un mínimo de 10 fotos promocionales y 1 microvídeo de 59 segundos de recursos, experiencias o valores turísticos del territorio.

- **Publicaciones específicas en RR.SS. para el mercado portugués.** Adaptando el mensaje y teniendo en cuenta las horas de publicación más interesantes, el calendario de festivales, los intereses propios y demás aspectos interesantes del mercado portugués. Se incidirá en la promoción del destino RB Transfronteriza Tajo Internacional en Portugal y en el sentido de pertenencia a un destino transfronterizo entre los habitantes del territorio. Al menos una publicación semanal en cada una de las redes sociales se destinará al mercado portugués.
 - **Campaña de promoción en RRSS del evento del mes de la RB de Tajo Internacional.**
- Los objetivos de esta acción son:
- Promocionar el evento y conseguir participación en cada una de las actividades.
 - Aumentar la actividad turística en la Reserva de la Biosfera durante el Mes de la Reserva.
 - Posicionar el destino turístico entre los amantes de la naturaleza, el turismo activo y patrimonial, el turismo familiar y gastronómico.
- La empresa adjudicataria deberá estar permanentemente coordinada y en comunicación directa con la empresa organizadora del evento en la Reserva de la Biosfera de Tajo Internacional.
- La empresa adjudicataria deberá estar presente en al menos el 50% de las actividades del Mes de la Reserva para obtener material original y realizar publicaciones en tiempo real. Las actividades a las que asistir serán las indicadas por el equipo técnico de Diputación. De igual forma se realizarán publicaciones en tiempo real del resto de actividades, siendo proporcionado el material necesario por el resto de empresas involucradas en la organización del evento.
- Las publicaciones en redes sociales deberán: dar visibilidad y mostrar las actividades que se pueden realizar en vivo, además de estar dirigidas a incentivar la participación en las distintas actividades, pero también complementarlas con información sobre el destino y sobre toda la oferta turística, de manera que el turista se plantee prolongar la estancia en el territorio y contactar otros servicios turísticos. Se trata de realizar una comunicación continua sobre el destino.
- Acciones a desarrollar:
- Diseño, elaboración y ejecución de un plan de promoción en redes sociales específico para el mes de la Reserva de la Biosfera de Tajo Internacional. Este plan conllevará el pre evento, evento y post evento. 20 días antes del desarrollo de la promoción del evento se deberá entregar este documento, que deberá ser aprobado por el personal responsable del contrato del Área.



- Promoción de todas las actividades en redes sociales antes, durante y después del Mes de la Reserva. Las publicaciones deberán recoger la esencia de las actividades, así como elementos significativos del lugar donde nos encontramos. La empresa adjudicataria deberá estar permanentemente coordinada y en comunicación directa con la empresa organizadora del evento Mes de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe con el objetivo de que el material generado sea óptimo para su publicación en RRSS.
- Identificación e interacción con posibles prescriptores.
- Atención de consultas de información.
- Sistema de alertas para identificar en los medios sociales contenidos de interés para el destino, que deberán ser dinamizados.
- Cada semana, durante la celebración del evento, habrá como mínimo:
 - Dos publicaciones sobre cada actividad organizada por el Área o por organizaciones o instituciones del territorio, antes del fin semana, se realizarán más publicaciones si alguna de las actividades necesita reforzar las inscripciones.
 - Dos publicaciones sobre el destino u otros recursos/oferta turística para incentivar al viaje y la realización de otras actividades en el territorio.
 - Una publicación en tiempo real sobre cada actividad en desarrollo
 - Una publicación resumen por día de las actividades que se hayan realizado, en el caso de alguna actividad de especial interés se hará alguna publicación especial. Esta publicación resumen será en formato vídeo editado con fondo musical de 1 minuto de duración.

La empresa entregará todas las fotografías y vídeos publicados durante el Mes de la Reserva a Diputación de Cáceres.

- **Gestión del canal de Youtube** de Tajo Internacional, manteniéndolo actualizado con los materiales audiovisuales que se vayan generando y mejorando el SEO del mismo. Se deberán subir los contenidos audiovisuales generados en el Mes de la Reserva.
- **Mantenimiento del blog de la web** www.turismotajointernacional.es. Se añadirán 5 entradas al blog, a consensuar con el equipo técnico de Diputación durante la duración del presente contrato.
- **Promoción de recursos existentes y de nueva creación del territorio promovidos por Diputación de Cáceres.** Se dará especial difusión por los canales más apropiados a la Red de Centros de Interpretación y a los nuevos proyectos "Centros de Identidad", "Memoria Viva" de Tajo Internacional, Vía de la Estrella, Ciclosenda del Tajo, astroturismo o carreteras Paisajísticas, entre otros.
- **Campañas de email marketing.** El equipo técnico del Área proporcionará los *leads* o contactos conseguidos con acciones promocionales anteriores para realizar al menos 4 campañas de email marketing con el objetivo de comunicar sobre actividades y recursos del territorio. El contenido de esta acción será consensuado con el equipo técnico de Diputación de Cáceres
- **Campaña de publicidad de pago en redes sociales y buscadores.** La empresa adjudicataria destinará un mínimo de 2.000 euros para acciones de pago en función de la estrategia determinada. Estas acciones podrán ser campañas de posicionamiento SEM en buscadores, campañas de pago en Redes Sociales, *campañas con influencers* o otras

Página 6 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excm. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es



Código de verificación : 895baa2bbb7fbed3

acciones que contribuyan a mejorar el posicionamiento del destino, promocionar sus recursos y oferta turística, aumentar la comunidad y el *engagement* o participación y llevar tráfico a la web de promoción del destino Tajo Internacional.

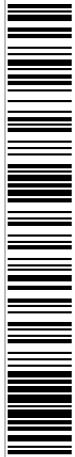
La estrategia y distribución de la inversión será dinámica, atendiendo a los objetivos marcados y resultados que se vayan obteniendo y las necesidades marcadas por la propia evolución de los resultados de las acciones. De esta cantidad, un mínimo de 500 euros se destinarán a la promoción del evento del Mes de la Reserva. La empresa, de forma conjunta con el equipo técnico del Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de Diputación de Cáceres acompañará y realizará seguimiento de la estrategia a desarrollar en cuanto a las características de la audiencia a la que dirigirse (localización, edad, género, idioma, intereses y comportamientos), durante cuánto tiempo y los recursos gráficos y mensaje con el que impactar al segmento sobre el que se pretende conseguir el objetivo. Esta acción irá acompañada de la presentación y análisis de los resultados de las campañas. Se elaborará y entregará al Área el informe analizando con detalle el impacto.

- **Concurso promocional online** destinada a la obtención de más contactos o *leads*. Se realizará al menos una campaña en RRSS durante un periodo determinado que, a través de la originalidad incentive a la participación y proyecte una imagen positiva de la RB Tajo Internacional. Se determinará y justificará el momento más adecuado para esta acción. La empresa destinará una cantidad mínima de 250 euros al premio de esta campaña, que deberá ser original, alineado con los valores del territorio, los objetivos del presente contrato y tendrá que ser aprobado por el equipo técnico de Diputación de Cáceres. Se facilitará el contacto de los participantes y se visibilizará el premio y las personas premiadas en RR.SS. Se especificará este punto en las bases de la campaña y deberá ser autorizado por los participantes.
- **Atender consultas de información.** En el transcurso de los trabajos se deberá interactuar con las comunidades, responder a los usuarios, agradecer su interacción, resolver sus dudas...
- **Elaboración de un manual de buenas prácticas en promoción digital del destino.** Involucrar a todos los agentes del territorio implicados en la promoción turística para homogeneizar la estrategia digital y obtener mejores resultados. Centros de Interpretación, Oficinas de Turismo, Ayuntamientos, empresas, deberían usar los mismos mecanismos en beneficio global del destino. Este manual incluirá nociones básicas e indicaciones para las publicaciones en RR.SS. Analítica, etc. y se difundirá y presentará en una jornada técnica telemática con los agentes determinados por Diputación y con una duración aproximada de 1 hora.
- **Estadísticas y su análisis.** La empresa deberá llevar un control semanal de los resultados y entregar un informe final analizando todos los datos que arrojen las estadísticas mensualmente.
- **Alertas de contenido y búsqueda de prescriptores.** Deberán establecerse alertas para identificar en los medios sociales contenidos de interés para el destino, que deberán ser dinamizados, así como identificar prescriptores, y perfiles de interés e interactuar con ellos.

Eventos. Se prestará especial atención a los eventos celebrados durante este periodo en la Reserva de la Biosfera de Tajo Internacional, haciendo publicaciones propias, compartiendo el programa e información sobre el desarrollo de los mismos, promocionando antes, durante y después del evento.

Página 7 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excma. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es



Código de verificación : 895baa2bb7fbed3

La empresa adjudicataria aplicará las herramientas necesarias para obtener el conocimiento necesario del destino y para definir el perfil de los usuarios que interaccionan con las RR.SS. las palabras que muestran mayor interés, los recursos, actividades que replican, etc.. Entregará un informe en relación a esto, además analizará el punto de partida y lo conseguido con la estrategia.

QUINTA.- ENTREGABLES.

- Plan de medios para el tiempo de duración de la estrategia (12 meses).
- Todas las creatividades generadas para la publicidad en display en formato .jpg o .gif
- Informe mensual de resultados de RRSS (estadísticas).
- 5 entradas para el blog de la web de promoción turística de Tajo Internacional en formato word y pdf maquetado.
- Informe completo de cada una de las campañas de email marketing, incluyendo los resultados de la misma y el CTR
- Justificación de la inversión mínima (2.000 euros) realizada en las campañas de pago en RRSS y buscadores
- Justificación del gasto mínimo (250 euros) en el premio del concurso promocional online
- Informe completo del concurso promocional online y los contactos conseguidos en formato hoja de cálculo o similar válido para campañas de email marketing. Estos contactos solamente podrán ser usados por Diputación de Cáceres.
- Manual de buenas prácticas en promoción digital del destino en formato word y pdf.
- Informe final con los resultados de la Estrategia. Este informe incluirá:
 - Informe y recopilación de todas las publicaciones realizadas
 - Informe de las campañas de pago y su justificación
 - Informe analizando las estadísticas con su análisis pormenorizado con los contenidos que nos harán saber qué interesa del destino, posicionamiento, palabras claves, perfiles, procedencia y atendiendo a esto propuestas de líneas de actuación futuras.
 - Premios y fotografía del concurso promocional online
 - Propuestas de mejora

➤ ENTREGABLES PROPIOS DEL MES DE LA RESERVA

- Plan de promoción en redes sociales para el Mes de la Reserva
- Elaboración y entrega del informe final con su análisis pormenorizado de las estadísticas, además de las incidencias surgidas y aquellas propuestas que desde su conocimiento contribuya a mejorar ediciones futuras.
- Control semanal de resultados (estadísticas).
- Todas las fotografías y vídeos publicados durante el Mes de la Reserva
- Todos estos entregables deberán obtener la validación del equipo del Área de Desarrollo Sostenible y Turismo. Aquellos resultados que no obtengan la aceptación por parte del equipo de seguimiento serán detraídos del importe final de la factura.

Página 8 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excm. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es



Código de verificación : 895baa2bbb7fbed3

- Se entregará todo el contenido generado durante la campaña en un disco duro externo, una vez haya sido aceptado por el equipo del Área.
- Los entregables, exigidos en el PPT, se presentarán a los Técnicos del Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excm. Diputación de Cáceres encargados de la ejecución de dicho contrato, para la comprobación de su adecuación a los requisitos establecidos en el presente pliego de prescripciones técnicas, quienes validarán el resultado del trabajo.

SEXTA. PRESUPUESTO Y APLICACIÓN PRESUPUESTARIA

El tipo máximo de licitación será de 17.500 € I.V.A. incluido, con cargo a la siguiente aplicación presupuestaria:

Aplicación Presupuestaria	Descripción	Presupuesto base licitación IVA Incluido
PROGRAMA 04.4327.22630	Promoción turística. RB Tajo Internacional	17.500 €

SÉPTIMA.- PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución de los servicios contratados será de 12 meses a partir del 19 de octubre de 2024.

OCTAVA.- PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS ECONÓMICAS

Tanto la propuesta como, posteriormente, la factura que se originen, tendrán que desglosarse en precios unitarios, en función de los siguientes conceptos, tal y como se detalla a continuación:

Unidades	Concepto	Precio Unitario	Total
	Diseño y ejecución de un Plan de Medios Digitales		
	Diseño de al menos 10 creatividades gráficas		
5	Entradas para el blog		
	Campaña de publicidad de pago en redes sociales y buscadores		
1	Concurso promocional online y premio		
	BASE IMPONIBLE		
	IVA		
	TOTAL		

NOVENA. PROPUESTA TÉCNICA

Conjuntamente con la propuesta económica se ha de presentar una propuesta técnica con los aspectos que cada licitador considere oportunos y en la que constará al menos lo siguiente:

- **Portfolio de trabajos de similar naturaleza realizados en los últimos 3 años por las personas que ejecutarán el presente contrato:** Campañas, clientes, objetivos, muestra de los trabajos, acciones novedosas y originales...
- **Ejemplo de copy/publicaciones en redes sociales**, que muestre la capacidad de conseguir captar la atención, conectar con el público objetivo y despertar el interés de la audiencia, con las particularidades de cada red social. Se deberá realizar una muestra para cada una de las siguientes redes sociales: Facebook, Instragram y TikTok. En el caso de tratarse de contenido audiovisual se presentará un enlace que permita visionarlo (drive, youtube, vimeo...) .
- **Propuesta de creatividad para la campaña “Un destino para viajeros de verdad” en formato A4**, pudiendo para ello cambiar todos los elementos necesarios de la original (tipografía, colores...) pero respetando el claim “un destino para viajeros de verdad”.
- **Ejemplo de newsletter de cara al otoño en el destino**. Destacando planes, recursos, eventos de interés en el territorio, demostrando conocimiento del territorio y capacidad de motivar el viaje a la Reserva de la Biosfera de Tajo Internacional.

La empresa deberá incluir declaración responsable indicando:

Declaro bajo mi responsabilidad:

- 1. Que dispongo de la capacidad de obrar y de la habilitación profesional necesaria para realizar la prestación, en los términos exigidos en los artículos 65, 84, 85, 87, y 131.3 de la LCSP .
- 2. Que no estoy incurso en ninguna de las prohibiciones para contratar con la Administración establecida en el art. 71 de la LCSP.

DÉCIMA.- PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO

	BASE	IVA 21%	TOTAL
PRESUPUESTO	14.462,81	3037,19	17,500

Se realizarán tres pagos:

- Un pago fraccionado del 30 % del precio de adjudicación a lo largo del mes de diciembre una vez que el equipo técnico de Diputación de Cáceres valore positivamente la ejecución del Plan de Medios digitales hasta ese momento, en concordancia con la propuesta presentada por la empresa.
- Un segundo pago fraccionado del 40 % del precio de adjudicación a lo largo del mes de mayo del año siguiente al de la adjudicación, una vez que el equipo técnico de Diputación de Cáceres valore positivamente la ejecución del Plan de Medios digitales
- El tercer y último pago del 30% del precio de adjudicación a lo largo del mes de octubre, a la finalización y entrega del total de los trabajos recogidos en el presente pliego.

Página 10 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excm. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es



UNDÉCIMA.-PROPIEDAD DE ESTA PRESTACIÓN.

La propiedad de todos y cada uno de los contenidos generados en este contrato la ostentará en exclusiva la Diputación de Cáceres.



Código de verificación : 895baa2bbb7fbed3

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=895baa2bbb7fbed3>

Página 11 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excma. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es

Firmado por: MARIO SUAREZ ZABALA
Cargo: Técnico Turismo
Fecha: 19-04-2024 13:40:21

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES
Fecha: 22-04-2024 09:53:52

Este documento es Copia Auténtica según el artículo 30.5 de la Ley 11/2007, de 22 de Junio. Su autenticidad puede ser comprobada en la dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do>

2 LOTE II. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL QUE DIFUNDA LOS VALORES TURÍSTICOS DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE

PRIMERA.- ANTECEDENTES

La Diputación de Cáceres, dentro del Plan de Acción del “Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible para la Reserva de la Biosfera de Monfragüe”, identifica como prioridad el desarrollo de una Estrategia de Marketing Digital para la optimización de los soportes digitales y el desarrollo de acciones promocionales online.

Esta estrategia permitirá poner en valor del destino turístico que supone la figura de la Reserva de la Biosfera, a través de acciones que favorezcan la generación de identidad territorial y sentido de pertenencia al territorio entre la población local, y otras que pongan en valor los recursos naturales, patrimoniales, culturales y gastronómicos así como otras que promueven su promoción con actuaciones de diversa índole a fin de dar a conocer el espacio y sus recursos para atraer turistas y visitantes.

Concretamente esta actuación está enmarcada en la aplicación 2021.04.4320.22631, programa de Información y promoción turística.

SEGUNDA.- OBJETO

Diseño y ejecución de una Estrategia de Marketing Turístico Digital que desarrolle una serie de acciones que doten al destino Monfragüe de una óptima presencia digital, poniendo en valor sus recursos, experiencias, actividades y valores, dirigidas al público objetivo, de manera que contribuyan a un aumento de visitas al territorio.

TERCERA.- ÁMBITO DE ACTUACIÓN

El ámbito de actuación será el territorio de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe, poniendo en valor los recursos, experiencias, actividades y valores de sus municipios: Casas de Millán, Casas de Miravete, Casatejada, Deleitosa, Higuera de Albalat, Jaraicejo, Malpartida de Plasencia, Mirabel, Romangordo, Saucedilla, Serradilla, Serrejón, Toril, Torrejón el Rubio y Villarreal de San Carlos.

CUARTA.- CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN: ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

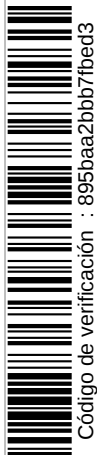
El **target o público objetivo** al que va a ir dirigida la estrategia será el definido en el “Plan de Marketing Turístico Sostenible 2020-2030 de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe”, (versión resumida anexa) en concreto a los siguientes segmentos de demanda: birdwatchers, senderistas, personas que quieren disfrutar de un entorno natural intacto, que buscan descansar en un alojamiento rural y desestresarse, amantes de la flora y fauna, familias con niños, mayores de 55 años, jóvenes amantes del turismo activo, empty nesters, interesados en la cultura material e inmaterial del territorio, amantes de la gastronomía autóctona, interesados en experiencias lúdicas, lúdico-educativas o educativas, que les guste disfrutar de una experiencia rural familiar, de la naturaleza o realizar alguna actividad ligera en un entorno natural intacto.

No hay que olvidar a los propios agentes del territorio, su sector turístico y los habitantes, pues otro de los objetivos es crear comunidad y sentido de pertenencia en torno al destino turístico Monfragüe y dar a conocer sus recursos y oferta turística en el propio territorio.

Área geográfica: Las acciones irán dirigidas a los mercados emisores nacionales e internacionales prioritarios identificados en el “Plan de Marketing Turístico Sostenible 2020-2030 de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe” (versión resumida anexa) . Destacan en este punto los mercados

Página 12 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excm. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es



Código de verificación : 895baa2bb7fbed3

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=895baa2bb7fbed3>

Firmado por: MARIO SUAREZ ZABALA

Cargo: Técnico Turismo

Fecha: 19-04-2024 13:40:21

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Fecha: 22-04-2024 09:53:52

emisores prioritarios nacionales (Comunidad de Madrid, mercados de proximidad, norte de España y Cataluña) e internacionales (Portugal, Alemania, Francia, Reino Unido y el Benelux) La empresa deberá desarrollar una estrategia de marketing digital poniendo en valor los recursos, experiencias, actividades y valores del territorio. Se tendrá siempre en cuenta el público objetivo y las particularidades de cada red social a la hora de determinar qué contar, cómo, cuándo y dónde desde el punto de vista del marketing de contenidos enfocado al marketing de destino, cuyo objetivo es la mejora del posicionamiento online y en RRSS.

La comunicación en redes estará basada en una estrategia de marketing de contenidos, con los principios de la metodología Inbound, aumentando y mejorando la comunidad mediante la creación de contenido valioso y experiencias hechas a la medida. Habrá de ser novedosa, participativa, y motivará al público a buscar más información sobre el destino.

Se proponen tres líneas editoriales para la comunicación, que han de conjugarse en el tiempo de duración de la estrategia:

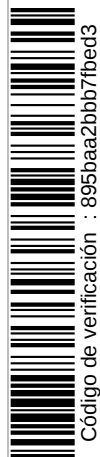
- Promoción del destino RB Monfragüe, sus recursos y experiencias turísticas
- Sentido de pertenencia y sensibilización a la población del territorio RB Monfragüe
- Desarrollo y sostenibilidad

La generación de contenidos debe ser continua para mantener la presencia en las redes, pero sin ser invasiva, evitando así la saturación de nuestro público objetivo.

➤ Acciones a desarrollar:

- **Campaña creativities gráficas.** Se diseñarán un mínimo de 10 nuevas creativities gráficas a partir de imágenes originales atendiendo a los segmentos de mercado prioritarios identificados en el "Plan de Marketing Turístico Sostenible 2020-2030 de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe" y sus adaptaciones a distintos formatos de publicidad en display. Se dará continuidad a los claims y hashtags: #temerecesmonfrague, dirigido a los distintos segmentos prioritarios y #gastronomiagranreserva, especialmente orientado a promocionar los recursos gastronómicos del territorio. Será necesaria también la adaptación gráfica de estos claims (tipografía, colores, estilo...)
- **Gestión de perfiles de redes sociales.** Se gestionarán los perfiles ya creados del destino Reserva de la biosfera de Monfragüe en las redes sociales Facebook, Instagram, Tiktok y X. Será imprescindible llevar a cabo una estrategia diferenciada para cada una de las redes sociales, atendiendo al perfil de usuarios, contexto y peculiaridades de cada una de ellas y una estrategia diferenciada para Portugal. Se realizará
 - Un mínimo de 3 publicaciones semanales propias en Facebook e Instagram (vídeos, reportajes y/o fotos y contenido) independientemente de los posts que se puedan compartir de otras páginas y perfiles de interés para el destino. Se publicarán también un mínimo de 2 stories semanales en Facebook e Instagram.
 - Un mínimo de 1 publicación semanal al mes en X, siempre que el contenido sea pertinente y adecuado para esta red social (institucional, noticias de actualidad...).
 - Un mínimo de 3 publicaciones al mes en Tik tok.

La empresa adjudicataria deberá buscar la interacción con los seguidores. Deberá conseguir la interacción, como mínimo, en el 20% de las publicaciones.



Código de verificación : 895baa2bb7fbed3

- **Elaboración de un plan de medios digitales para el tiempo de duración de la Estrategia** (12 meses). El documento recogerá los objetivos de la estrategia, las claves de la planificación estratégica de los canales a utilizar, la campaña o campañas a desarrollar, el público objetivo al que irá dirigida, el desglose presupuestario y el calendario previsto de las acciones para conseguir los objetivos, además de cualquier otro aspecto que la empresa considere relevante. Incluirá obligatoriamente un plan de contenidos y un calendario de publicaciones en redes sociales. En la primera reunión de coordinación celebrada con los responsables del contrato del Área de Desarrollo Sostenible y Turismo deberá entregar el plan de medios completo que deberá ser aprobado por este personal.
- **Generación de contenidos.** Se generarán contenidos originales para las publicaciones a partir de los recursos y valores del territorio. Se tendrá en cuenta especialmente la sostenibilidad turística y la orientación de las acciones a incentivar las visitas al territorio y el consumo de experiencias turísticas.

Algunas de las temáticas que pueden inspirar las publicaciones son:

- Patrimonio, gastronomía, recetario, arte rupestre, yacimientos, cuarcita armoricana, aves, peregrinación, hechos históricos, leyendas, personajes históricos, artesanía, arquitectura vernácula, trashumancia, cielos, dehesa y bosque mediterráneo, uso sostenible de los recursos, plantas aromáticas.
- Productos agroalimentarios y denominaciones de origen.
- Eventos del territorio y folclore.
- Naturaleza en diferentes momentos del día y épocas.
- Momentos emblemáticos (atardeceres, niebla, lluvia de estrellas, lunas de sangre, eclipse, sonidos ...) en la Reserva de la Biosfera de Monfragüe.
- Productos turísticos de la RB
- Elementos que distinguen y diferencian a este espacio natural con respecto a otros destinos similares.
- Curiosidades sobre la RB.
- Actualidad e innovación en la Reserva destacando actividades y personajes. Noticias y actualidad relevantes de la RB
- Consejos y noticias sobre sostenibilidad y desarrollo sostenible
- **Trabajo de campo.** La empresa deberá visitar el territorio al menos en 11 ocasiones (una por mes, excluyendo las necesarias durante la celebración del Mes de la Reserva) durante la ejecución del contrato con la finalidad de adquirir conocimiento, conseguir sus propias fuentes de información, crear material y generar contenidos originales. No se entiende el desarrollo de esta Estrategia sin el contacto directo y el conocimiento en primera persona de los recursos, experiencias, tejido empresarial y relación con el resto de agentes del territorio, que proporcionarán la visión necesaria para el desarrollo correcto de los trabajos.

Estas visitas se justificarán con la emisión de un vídeo en directo en las redes sociales Facebook e Instagram, la entrega del material audiovisual original generado en cada una de ellas, que además de utilizarse para publicaciones y demás acciones de la estrategia, será entregado a Diputación de Cáceres para su propiedad y uso con fines promocionales.

Página 14 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excm. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es



Código de verificación : 895baa2bb7fbed3

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=895baa2bb7fbed3>

Firmado por: MARIO SUAREZ ZABALA

Cargo: Técnico Turismo

Fecha: 19-04-2024 13:40:21

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Fecha: 22-04-2024 09:53:52

Por cada una de las visitas mensuales se entregarán un mínimo de 10 fotos promocionales y 1 microvídeo de 59 segundos de recursos, experiencias o valores turísticos del territorio.

- **Campaña de promoción en RRSS del evento del mes de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe.**
- Los objetivos de esta acción son:
 - Promocionar el evento y conseguir participación en cada una de las actividades. Hay que tener en cuenta que se trata de un evento turístico y no local, por lo que preferiblemente esta participación será de personas de fuera del territorio que comprende la Reserva de la Biosfera.
 - Aumentar la actividad turística en la Reserva de la Biosfera durante el Mes de la Reserva.
 - Posicionar el destino turístico entre los amantes de la naturaleza, el turismo activo y patrimonial, el turismo familiar y gastronómico.
 - La empresa adjudicataria deberá estar permanentemente coordinada y en comunicación directa con la empresa organizadora del evento en la Reserva de la Biosfera de Monfragüe.
 - La empresa adjudicataria deberá estar presente en al menos el 50% de las actividades del Mes de la Reserva para obtener material original y realizar publicaciones en tiempo real. Las actividades a las que asistir serán las indicadas por el equipo técnico de Diputación. De igual forma se realizarán publicaciones en tiempo real del resto de actividades, siendo proporcionado el material necesario por el resto de empresas involucradas en la organización del evento.
 - Las publicaciones en redes sociales deberán: dar visibilidad y mostrar las actividades que se pueden realizar en vivo, además de estar dirigidas a incentivar la participación en las distintas actividades, pero también complementarlas con información sobre el destino y sobre toda la oferta turística, de manera que el turista se plantee prolongar la estancia en el territorio y contactar otros servicios turísticos. Se trata de realizar una comunicación continua sobre el destino.
 - El trabajo que se tendrá que realizar para la promoción del Mes de la Reserva de la Biosfera supondrá una atención continua al estado de las inscripciones, revisando continuamente la planificación realizada, apoyando a aquellas actividades que no tengan el nivel de inscripciones deseadas.
 - Se hará un seguimiento de la ejecución de las actividades, jornadas y eventos desarrollados durante este mes, para lo cual se deberán publicar vídeos, imágenes y/o contenido de todas y cada una de ellas, antes, durante y después de cada una.
 - Para dirigir esta promoción, aparte de los objetivos fijados, se tendrá en cuenta el ámbito geográfico preferente de actuación: grandes ciudades de España y su radio de influencia, así como las Comunidades Autónomas de Extremadura, Castilla y León, Andalucía, Cataluña, C. Valenciana y Castilla la Mancha y regiones vecinas de Portugal.
 - La empresa contará también con material audiovisual y fotográfico tanto del destino como de las actividades realizadas en ediciones anteriores del Mes de la Reserva, proporcionado por Diputación de Cáceres.
- Acciones a desarrollar:

Página 15 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excm. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es

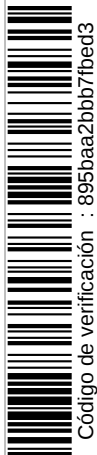
- Diseño, elaboración y ejecución de un plan de promoción en redes sociales específico para el mes de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe. Este plan conllevará el pre evento, evento y post evento. 20 días antes del desarrollo de la promoción del evento se deberá entregar este documento, que deberá ser aprobado por el personal responsable del contrato del Área.
- Promoción de todas las actividades en redes sociales antes, durante y después del Mes de la Reserva. Las publicaciones deberán recoger la esencia de las actividades, así como elementos significativos del lugar donde nos encontramos. La empresa adjudicataria deberá estar permanentemente coordinada y en comunicación directa con la empresa organizadora del evento Mes de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe con el objetivo de que el material generado sea óptimo para su publicación en RRSS.
- Identificación e interacción con posibles prescriptores.
- Atención de consultas de información.
- Sistema de alertas para identificar en los medios sociales contenidos de interés para el destino, que deberán ser dinamizados.
- Cada semana, durante la celebración del evento, habrá como mínimo:
 - Dos publicaciones sobre cada actividad organizada por el Área o por organizaciones o instituciones del territorio, antes del fin semana, se realizarán más publicaciones si alguna de las actividades necesita reforzar las inscripciones.
 - Dos publicaciones sobre el destino u otros recursos/oferta turística para incentivar al viaje y la realización de otras actividades en el territorio.
 - Una publicación en tiempo real sobre cada actividad en desarrollo
 - Una publicación resumen por día de las actividades que se hayan realizado, en el caso de alguna actividad de especial interés se hará alguna publicación especial. Esta publicación resumen será en formato vídeo editado con fondo musical de 1 minuto de duración.

La empresa entregará todas las fotografías y vídeos publicados durante el Mes de la Reserva a Diputación de Cáceres.

- **Gestión del canal de Youtube** de la RB de Monfragüe, manteniéndolo actualizado con los materiales audiovisuales que se vayan generando y mejorando el SEO del mismo. Se deberán subir los contenidos audiovisuales generados en el Mes de la Reserva.
- **Mantenimiento del blog de la web** www.turismomonfrague.es. Se añadirán 5 entradas al blog, a consensuar con el equipo técnico de Diputación durante la duración del presente contrato.
- **Promoción de recursos existentes y de nueva creación del territorio promovidos por Diputación de Cáceres.** Se dará especial difusión por los canales más apropiados a la Red de Centros de Interpretación y a los nuevos proyectos.
- **Campañas de email marketing.** El equipo técnico del Área proporcionará los leads o contactos conseguidos con acciones promocionales anteriores para realizar al menos 4 campañas de email marketing con el objetivo de comunicar sobre actividades y recursos del territorio. El contenido de esta acción será consensuado con el equipo técnico de Diputación de Cáceres

Página 16 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excm. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es



Código de verificación : 895baa2bb7fbed3

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=895baa2bb7fbed3>

Firmado por: MARIO SUAREZ ZABALA
Cargo: Técnico Turismo
Fecha: 19-04-2024 13:40:21

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES
Fecha: 22-04-2024 09:53:52

Este documento es Copia Auténtica según el artículo 30.5 de la Ley 11/2007, de 22 de Junio. Su autenticidad puede ser comprobada en la dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do>

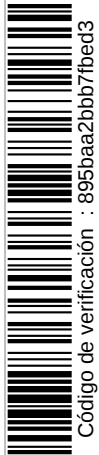
- **Campaña de publicidad de pago en redes sociales y buscadores.** La empresa adjudicataria destinará un mínimo de 2.000 euros para acciones de pago en función de la estrategia determinada. Estas acciones podrán ser campañas de posicionamiento SEM en buscadores, campañas de pago en Redes Sociales, *campañas con influencers* o otras acciones que contribuyan a mejorar el posicionamiento del destino, promocionar sus recursos y oferta turística, aumentar la comunidad y el engagement o participación y llevar tráfico a la web de promoción del destino Tajo Internacional.

La estrategia y distribución de la inversión será dinámica, atendiendo a los objetivos marcados y resultados que se vayan obteniendo y las necesidades marcadas por la propia evolución de los resultados de las campañas de pago. De esta cantidad, un mínimo de 500 euros se destinarán a la promoción del evento del Mes de la Reserva. La empresa, de forma conjunta con el equipo técnico del Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de Diputación de Cáceres acompañará y realizará seguimiento de la estrategia a desarrollar en cuanto a las características de la audiencia a la que dirigirse (localización, edad, género, idioma, intereses y comportamientos), durante cuánto tiempo y los recursos gráficos y mensaje con el que impactar al segmento sobre el que se pretende conseguir el objetivo. Esta acción irá acompañada de la presentación y análisis de los resultados de las campañas. Se elaborará y entregará al Área el informe analizando con detalle el impacto.

- **Concurso promocional online** destinada a la obtención de más contactos o leads. Se realizará al menos una campaña en RRSS durante un periodo determinado que, a través de la originalidad incentive a la participación y proyecte una imagen positiva de la RB Monfragüe. Se determinará y justificará el momento más adecuado para esta acción. La empresa destinará una cantidad mínima de 250 euros al premio de esta campaña, que deberá ser original, alineado con los valores del territorio, los objetivos del presente contrato y tendrá que ser aprobado por el equipo técnico de Diputación de Cáceres. Se facilitará el contacto de los participantes y se visibilizará el premio y las personas premiadas en RR.SS. Se especificará este punto en las bases de la campaña y deberá ser autorizado por los participantes.
- **Atender consultas de información.** En el transcurso de los trabajos se deberá interactuar con las comunidades, responder a los usuarios, agradecer su interacción, resolver sus dudas...
- **Elaboración de un manual de buenas prácticas en promoción digital del destino.** Involucrar a todos los agentes del territorio implicados en la promoción turística para homogeneizar la estrategia digital y obtener mejores resultados. Centros de Interpretación, Oficinas de Turismo, Ayuntamientos, empresas, deberían usar los mismos mecanismos en beneficio global del destino. Este manual incluirá nociones básicas e indicaciones para las publicaciones en RR.SS. Analítica, etc. y se difundirá y presentará en una jornada técnica telemática con los agentes determinados por Diputación y con una duración aproximada de 1 hora.
- **Estadísticas y su análisis.** La empresa deberá llevar un control semanal de los resultados y entregar un informe final analizando todos los datos que arrojen las estadísticas mensualmente.
- **Alertas de contenido y búsqueda de prescriptores.** Deberán establecerse alertas para identificar en los medios sociales contenidos de interés para el destino, que deberán ser dinamizados, así como identificar prescriptores, y perfiles de interés e interactuar con ellos.

Página 17 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excm. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es



Código de verificación : 895baa2bbb7fbed3

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=895baa2bbb7fbed3>

Firmado por: MARIO SUAREZ ZABALA
Cargo: Técnico Turismo
Fecha: 19-04-2024 13:40:21

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES
Fecha: 22-04-2024 09:53:52

Este documento es Copia Auténtica según el artículo 30.5 de la Ley 11/2007, de 22 de Junio. Su autenticidad puede ser comprobada en la dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do>

La empresa adjudicataria aplicará las herramientas necesarias para obtener el conocimiento necesario del destino y para definir el perfil de los usuarios que interaccionan con las RR.SS. las palabras que muestran mayor interés, los recursos, actividades que replican, etc.. Entregará un informe en relación a esto, además analizará el punto de partida y lo conseguido con la estrategia.

QUINTA.- ENTREGABLES.

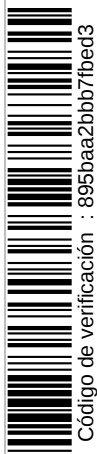
- Plan de medios para el tiempo de duración de la estrategia (12 meses).
- Todas las creatividades generadas para la publicidad en display en formato jpg o gif
- Informe mensual de resultados de RRSS (estadísticas).
- 5 entradas publicadas en el blog de la web de promoción turística de Monfragüe en formato word y pdf maquetado.
- Informe completo de cada una de las campañas de email marketing, incluyendo los resultados de la misma y el CTR
- Justificación de la inversión mínima (2.000 euros) realizada en las campañas de pago en RRSS y buscadores
- Justificación del gasto mínimo (250 euros) en el premio del concurso promocional online
- Informe completo del concurso promocional online y los contactos conseguidos en formato hoja de cálculo o similar válido para campañas de email marketing. Estos contactos solamente podrán ser usados por Diputación de Cáceres.
- Manual de buenas prácticas en promoción digital del destino en formato word y pdf.
- Informe final con los resultados de la Estrategia. Este informe incluirá:
 - Informe y recopilación de todas las publicaciones realizadas
 - Informe de las campañas de pago y su justificación
 - Informe analizando las estadísticas con su análisis pormenorizado con los contenidos que nos harán saber qué interesa del destino, posicionamiento, palabras claves, perfiles, procedencia y atendiendo a esto propuestas de líneas de actuación futuras.
 - Premios y fotografía del concurso promocional online

➤ ENTREGABLES PROPIOS DEL MES DE LA RESERVA

- Plan de promoción en redes sociales para el Mes de la Reserva
- Elaboración y entrega del informe final con su análisis pormenorizado de las estadísticas, además de las incidencias surgidas y aquellas propuestas que desde su conocimiento contribuya a mejorar ediciones futuras.
- Control semanal de resultados (estadísticas).
- Todas las fotografías y vídeos publicados durante el Mes de la Reserva
- Todos estos entregables deberán obtener la validación del equipo del Área de Desarrollo Sostenible y Turismo y se repetirán cuantas veces sea necesario hasta obtener los resultados adecuados

Página 18 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excm. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es



Código de verificación : 895baa2bb7fbed3

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=895baa2bb7fbed3>

Firmado por: MARIO SUAREZ ZABALA

Cargo: Técnico Turismo

Fecha: 19-04-2024 13:40:21

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Fecha: 22-04-2024 09:53:52

- Todos estos entregables deberán obtener la validación del equipo del Área de Desarrollo Sostenible y Turismo. Aquellos resultados que no obtengan la aceptación por parte del equipo de seguimiento serán detraídos del importe final de la factura.
- Se entregará todo el contenido generado durante la campaña en un disco duro externo, una vez haya sido aceptado por el equipo del Área.
- Los entregables, exigidos en el PPT, se presentarán a los Técnicos del Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excm. Diputación de Cáceres encargados de la ejecución de dicho contrato, para la comprobación de su adecuación a los requisitos establecidos en el presente pliego de prescripciones técnicas, quienes validarán el resultado del trabajo.

SEXTA.- PRESUPUESTO Y APLICACIÓN PRESUPUESTARIA

El tipo máximo de licitación será de 17.500 € I.V.A. incluido, con cargo a la siguiente aplicación presupuestaria:

Aplicación Presupuestaria	Descripción	Presupuesto base licitación IVA incluido
PROGRAMA 04.4326.22630	Promoción turística RB de Monfragüe	17.500€

SÉPTIMA.- PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución de los servicios contratados será de 12 meses desde el 19 de octubre de cada año uno de los años de adjudicación o prórroga.

OCTAVA.- PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS ECONÓMICAS

Tanto la propuesta como, posteriormente, la factura que se originen, tendrán que desglosarse en precios unitarios, en función de los siguientes conceptos, tal y como se detalla a continuación:

Unidades	Concepto	Precio Unitario	Total
	Diseño y ejecución de un Plan de Medios Digitales		
	Diseño de al menos 10 creatividades gráficas		
5	Entradas en el blog		
	Campaña de publicidad de pago en redes sociales y buscadores		
1	Concurso promocional online y premio		
	BASE IMPONIBLE		
	IVA		
	TOTAL		



Código de verificación : 895baa2bbb7fbed3

NOVENA. PROPUESTA TÉCNICA

Conjuntamente con la propuesta económica se ha de presentar una propuesta técnica con los aspectos que cada licitador considere oportunos y en la que constará al menos lo siguiente:

- **Portfolio de trabajos de similar naturaleza realizados en los últimos 3 años por las personas que ejecutarán el presente contrato:** Campañas, clientes, objetivos, muestra de los trabajos, acciones novedosas y originales...
- **Ejemplo de copy/publicaciones en redes sociales**, que muestre la capacidad de conseguir captar la atención, conectar con el público objetivo y despertar el interés de la audiencia, con las particularidades de cada red social. Se deberá realizar una muestra para cada una de las siguientes redes sociales: Facebook, Instagram y TikTok. En el caso de tratarse de contenido audiovisual se presentará un enlace que permita visionarlo (drive, youtube, vimeo...) .
- **Propuesta de creatividad para la campaña “Te mereces Monfragüe” en formato A4**, pudiendo para ello diseñar libremente todos los elementos necesarios (tipografía, colores...) pero incluyendo el claim “Te mereces Monfragüe”.
- **Ejemplo de newsletter de cara al otoño en el destino**. Destacando planes, recursos, eventos de interés en el territorio, demostrando conocimiento del territorio y capacidad de motivar el viaje a la Reserva de la Biosfera de Monfragüe.

La empresa deberá incluir declaración responsable indicando:

Declaro bajo mi responsabilidad:

1. Que dispongo de la capacidad de obrar y de la habilitación profesional necesaria para realizar la prestación, en los términos exigidos en los artículos 65, 84, 85, 87, y 131.3 de la LCSP .
2. Que no estoy incurso en ninguna de las prohibiciones para contratar con la Administración establecida en el art. 71 de la LCSP.

DÉCIMA.- PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO

	BASE	IVA 21%	TOTAL
PRESUPUESTO	14.462,81	3.037,19	17.500,00

Se realizarán tres pagos:

- Un pago fraccionado del 30 % del precio de adjudicación a lo largo del mes de diciembre del mismo año de la adjudicación, toda vez que el equipo técnico de Diputación de

Página 20 de 21

Área de Desarrollo Sostenible y Turismo de la Excm. Diputación Provincial de Cáceres
C/ Pintores 10, 10003, Cáceres, España. Tel.: 927255600 Fax.: 927255606. www.DIP-CACERES.es

Firmado por: MARIO SUAREZ ZABALA

Cargo: Técnico Turismo

Fecha: 19-04-2024 13:40:21

Firmado por: EUGENIO CACHO MORALES

Fecha: 22-04-2024 09:53:52



Cáceres valore positivamente la ejecución del Plan de Medios digitales hasta ese momento, en concordancia con la propuesta presentada por la empresa.

- Un segundo pago fraccionado del 40 % del precio de adjudicación a lo largo del mes de mayo del año siguiente al de la adjudicación.
- El tercer y último pago del 30% del precio de adjudicación a lo largo del mes de octubre, a la finalización y entrega del total de los trabajos, recogidos en el punto quinto del presente pliego.

UNDÉCIMA.-PROPIEDAD DE ESTA PRESTACIÓN.

La propiedad de todos y cada uno de los contenidos generados en este contrato la ostentará en exclusiva la Diputación de Cáceres.

En Cáceres, a fecha firma electrónica

TÉCNICO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA TERRITORIOS UNESCO

Fdo.: Mario Suárez Zabala



Código de verificación : 895baa2bbb7fbed3