

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 – OBLIGACIONES ESENCIALES DEL CONTRATO.....	2
QUINTA.- PRESUPUESTO Y APLICACIÓN PRESUPUESTARIA.....	9
SEXTA.- PLAZO DE EJECUCIÓN.....	9
SÉPTIMA.- PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS ECONÓMICAS.....	9
OCTAVA. PROPUESTA TÉCNICA.....	10
NOVENA.- PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO.....	11
DÉCIMA.-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 – OBLIGACIONES ESENCIALES DEL CONTRATO.....	12
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.....	21
UNDÉCIMA.-PROPIEDAD DE ESTA PRESTACIÓN.....	21



Código de verificación : 938551ec01e43030

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 04.4327.22630. Reserva de la Biosfera de Tajo Internacional, promoción turística.

SEGUNDA.- OBJETO

Diseño y ejecución de una Estrategia de Marketing Turístico Digital que desarrolle una serie de acciones que doten al destino Reserva de la Biosfera 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.

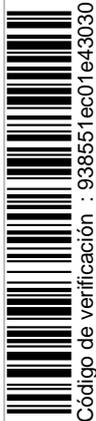
CUARTA.- CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN - OBLIGACIONES ESENCIALES DEL CONTRATO

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 Tajo Internacional y dar a conocer sus recursos y oferta turística en el propio territorio.

Página 2 de 21

Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030

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 las 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



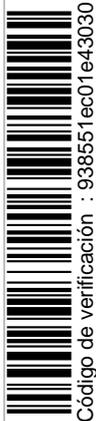
Código de verificación : 938551ec01e43030

contrato del Área de Reto demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 y Twitter. **Se creará un nuevo perfil en tik -tok** .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 5 publicaciones semanales propias en cada red social anteriormente mencionada (vídeos, reportajes y/o fotos y contenido) independientemente de los posts que se puedan compartir de otras páginas de interés para el destino. Se publicarán también un mínimo de 5 *stories* semanales en Facebook e Instagram y en Twitter cuando sea conveniente. 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 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 entrega del material audiovisual original generado en cada una de ellas, que además de utilizarse para publicaciones y demás

Página 4 de 21

Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=938551ec01e43030>

Firmado por: MARIO SUAREZ ZABALA
Cargo: Técnico Turismo
Fecha: 14-07-2022 09:52:48

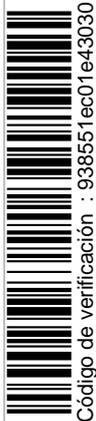
Firmado por: FRANCISCO RIVERO CORTES
Cargo: Técnico Gestión y Administración General
Fecha: 14-07-2022 10:05:17

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 festivos, 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 dos publicaciones semanales 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. 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 Tajo Internacional.
 - 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 para el Mes de la Reserva:
- 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.

Página 5 de 21

Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=938551ec01e43030>

Firmado por: MARIO SUAREZ ZABALA
Cargo: Técnico Turismo
Fecha: 14-07-2022 09:52:48

Firmado por: FRANCISCO RIVERO CORTES
Cargo: Técnico Gestión y Administración General
Fecha: 14-07-2022 10:05:17

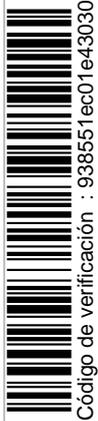
- Promoción de todas las actividades en redes sociales antes, durante y después del Mes de la Reserva. Las publicaciones deberán recoger la esencia de las actividades, así como elementos significativos del lugar donde nos encontramos. La empresa adjudicataria deberá estar permanentemente coordinada y 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.
- **Gestión de los perfiles del destino Tajo Internacional en las plataformas Tripadvisor y Minube**, que incluyan la descripción del destino, sus principales recursos y la oferta turística del territorio, implicando y sensibilizando a las empresas del territorio en la importancia de su presencia digital en estas plataformas.
- **Creación de contenidos adicionales a la web de promoción turística.** A los contenidos existentes en la web www.turismotajointernacional.es se podrán añadir 5 reportajes, a determinar por 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, 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

Página 6 de 21

Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=938551ec01e43030>

Firmado por: MARIO SUAREZ ZABALA
Cargo: Técnico Turismo
Fecha: 14-07-2022 09:52:48

Firmado por: FRANCISCO RIVERO CORTES
Cargo: Técnico Gestión y Administración General
Fecha: 14-07-2022 10:05:17

- **Campaña de publicidad de pago en redes sociales y buscadores.** La empresa adjudicataria destinará un **mínimo de 500 euros a la promoción del evento del Mes de la Reserva**. La empresa, de forma conjunta con el equipo técnico del Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo de la 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.

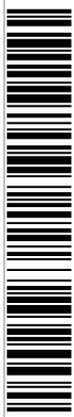
La empresa podrá destinar un presupuesto adicional para otras campañas de publicidad de pago en redes sociales y buscadores con el objetivo de mejorar el posicionamiento del destino.

- **Campaña Influencers.** Se realizará al menos una campaña en España y otra en Portugal con personas relevantes que pongan en valor en sus perfiles de redes sociales/blogs los recursos de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional.
- **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 3 horas.
- **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.

Mínimo de comunidad: La estrategia deberá generar al menos un total de **1.500 nuevos seguidores en las redes sociales** y fidelizar a los que ya componen la comunidad.

Página 7 de 21

Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=938551ec01e43030>

Firmado por: MARIO SUAREZ ZABALA
Cargo: Técnico Turismo
Fecha: 14-07-2022 09:52:48

Firmado por: FRANCISCO RIVERO CORTES
Cargo: Técnico Gestión y Administración General
Fecha: 14-07-2022 10:05:17

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.

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.

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 reportajes publicados en 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 (500 euros) realizada en las campañas de pago en RRSS y buscadores para el Mes de la Reserva
- 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.
- Informe completo de las campañas de influencers.
- 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).

Página 8 de 21

Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030

- Todas las fotografías y vídeos publicados durante el Mes de la Reserva
- Todos estos entregables deberán obtener la validación del equipo del Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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.

QUINTA.- PRESUPUESTO Y APLICACIÓN PRESUPUESTARIA

El tipo máximo de licitación será de 18.000 € I.V.A. incluido, con cargo a la siguiente aplicación presupuestaria:

Aplicación Presupuestaria	Descripción	Presupuesto base licitación
PROGRAMA 04.4327.22630	Reserva de la Biosfera de Tajo Internacional. Promoción turística.	18.000€

SEXTA.- PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución de los servicios contratados será de 12 meses desde la notificación de la resolución de adjudicación.

Se prevé la posibilidad de prorrogar el contrato por la misma duración. La prórroga se acordará por el órgano de contratación y será obligatoria para el empresario, siempre que su preaviso se produzca al menos con dos meses de antelación a la finalización del plazo de duración del contrato, salvo que en el pliego que rija el contrato se establezca uno mayor, según lo establecido en el artículo 29.2 LCS

SÉPTIMA.- 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	Reportajes para la web turística		



Código de verificación : 938551ec01e43030

	Campaña de publicidad de pago en redes sociales y buscadores Mes de la Reserva (mínimo 500 euros)		
	Presupuesto adicional para la campaña de publicidad de pago en redes sociales y buscadores (máximo 1000 euros)		
2	Campañas influencers		
1	Concurso promocional online y premio		
	BASE IMPONIBLE		
	IVA		
	TOTAL		

OCTAVA. PROPUESTA TÉCNICA

Conjuntamente con la propuesta económica se ha de presentar una propuesta técnica de un máximo de 20 páginas, 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 newsletter**, que muestre la capacidad de conseguir captar la atención, lanzar un mensaje inspirador de viajes al territorio, conectar con el público objetivo y despertar el interés del público objetivo.
- **Propuesta de microvídeo.** De una duración mínima de 20 segundos y máxima de 59 segundos y sobre cualquier recurso turístico del territorio. Se insertará en esta propuesta técnica un enlace que permita visualizar la propuesta en cualquier plataforma de video o servicio de almacenamiento en la nube.
- **Ejemplo de Plan de medios.** Resumen de la planificación estratégica de las acciones recogidas en este pliego, identificando público objetivo, medios y plazos para la consecución de los objetivos marcados.

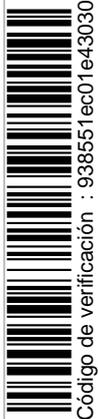
La empresa deberá incluir declaración responsable indicando:

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.

Página 10 de 21

Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030

NOVENA.- PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO

	BASE	IVA 21%	TOTAL
PRESUPUESTO	14.876,03	3.123,97	18.000,00

Se realizarán dos pagos:

- Un pago fraccionado del 50 % del precio de adjudicación al entregar los trabajos específicos de “El Mes de la Reserva” recogidos en el punto quinto del presente pliego.
- Un segundo y último pago del 50% del precio de adjudicación a la finalización y entrega del total de los trabajos recogidos en el presente pliego.

DÉCIMA.-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.

Página 11 de 21

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



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 04.4326.22630, Reserva de la Biosfera de Monfragüe. 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 - OBLIGACIONES ESENCIALES DEL CONTRATO

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 Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030

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

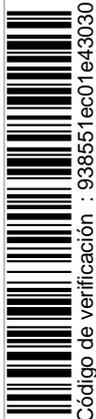
La generación de contenidos debe ser continua para mantener la presencia en las redes, pero sin ser invasiva, evitando así la saturación de nuestro público objetivo.

➤ Acciones a desarrollar:

- **Campaña creatividades gráficas.** Se diseñarán un mínimo de 10 nuevas creatividades 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...)
- **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 Reto demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 Monfragüe en las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter. **Se creará un nuevo perfil en tik -tok.** 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.

Página 13 de 21

Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030

Se realizará un mínimo de 5 publicaciones semanales propias en cada red social anteriormente mencionada (vídeos, reportajes y/o fotos y contenido) independientemente de los posts que se puedan compartir de otras páginas de interés para el destino. Se publicarán también un mínimo de 5 stories semanales en Facebook e Instagram y en Twitter cuando sea conveniente.

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 la sostenibilidad turística y la orientación de las acciones a incentivar las visitas al territorio y el consumo de experiencias turísticas.

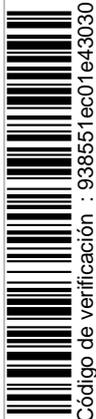
Algunas de las temáticas que pueden inspirar las publicaciones son:

- 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 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 Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <https://licitaciones.dip-caceres.es/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=938551ec01e43030>

Firmado por: MARIO SUAREZ ZABALA
Cargo: Técnico Turismo
Fecha: 14-07-2022 09:52:48

Firmado por: FRANCISCO RIVERO CORTES
Cargo: Técnico Gestión y Administración General
Fecha: 14-07-2022 10:05:17

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 Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030

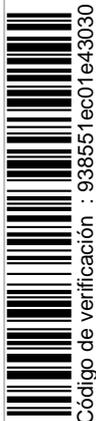
- Diseño, elaboración y ejecución de un plan de promoción en redes sociales específico para el mes de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe. Este plan conllevará el pre evento, evento y post evento. 20 días antes del desarrollo de la promoción del evento se deberá entregar este documento, que deberá 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 Turismo en la RB de Monfragüe, recopilando material existente, manteniéndolo actualizado con los materiales audiovisuales que se vayan generando y mejorando el SEO del mismo.
- **Gestión de los perfiles del destino Monfragüe en las plataformas Tripadvisor y Minube**, que incluyan la descripción del destino, sus principales recursos y la oferta turística del territorio, implicando y sensibilizando a las empresas del territorio en la importancia de su presencia digital en estas plataformas.
- **Mantenimiento del blog** de la web www.turismomonfrague.es, realizando un total de 12 entradas (una por mes) durante la ejecución del 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 proyectos de rutas BTT, senderismo, astroturismo, carreteras paisajísticas, arte rupestre, bonos turísticos...

Página 16 de 21

Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030

- **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 500 euros a la promoción del evento del Mes de la Reserva.** La empresa, de forma conjunta con el equipo técnico del Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo de la 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.

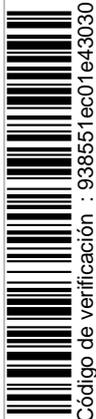
La empresa podrá destinar un presupuesto adicional para otras campañas de publicidad de pago en redes sociales y buscadores con el objetivo de mejorar el posicionamiento del destino.

- **Campaña Influencers.** Se realizará al menos dos campañas con personas relevantes que pongan en valor en sus perfiles de redes sociales/blogs los recursos de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe.
- **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 3 horas.
- **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.



Código de verificación : 938551ec01e43030

- **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.

Mínimo de comunidad: La estrategia deberá generar al menos un total de 1.500 nuevos seguidores en las redes sociales y fidelizar a los que ya componen la comunidad.

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

La empresa adjudicataria aplicará las herramientas necesarias para obtener el conocimiento necesario del destino y para definir el perfil de los usuarios que interactúan 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.

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).
- 12 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 (500 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.
- Informe completo de las campañas de influencers.
- 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.
 - Premiados y fotografía del concurso promocional online

➤ ENTREGABLES PROPIOS DEL MES DE LA RESERVA

Página 18 de 21

Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030

- 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 Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo y se repetirán cuantas veces sea necesario hasta obtener los resultados adecuados
 - Todos estos entregables deberán obtener la validación del equipo del Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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.

QUINTA.- PRESUPUESTO Y APLICACIÓN PRESUPUESTARIA

El tipo máximo de licitación será de 18.000 € I.V.A. incluido, con cargo a la siguiente aplicación presupuestaria:

Aplicación Presupuestaria	Descripción	Presupuesto base licitación
PROGRAMA 04.4326.22630	Reserva de la Biosfera de Monfragüe. Promoción turística.	18.000€

SEXTA.- PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución de los servicios contratados será de 12 meses desde la notificación de la resolución de adjudicación.

Se prevé la posibilidad de prorrogar el contrato por la misma duración. La prórroga se acordará por el órgano de contratación y será obligatoria para el empresario, siempre que su preaviso se produzca al menos con dos meses de antelación a la finalización del plazo de duración del contrato, salvo que en el pliego que rija el contrato se establezca uno mayor, según lo establecido en el artículo 29.2 LCS

SÉPTIMA.- PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS ECONÓMICAS



Código de verificación : 938551ec01e43030

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		
12	Entradas en el blog		
	Campaña de publicidad de pago en redes sociales y buscadores Mes de la Reserva (mínimo 500 euros)		
	Presupuesto adicional para la campaña de publicidad de pago en redes sociales y buscadores (máximo 500 euros)		
2	Campañas influencers		
1	Concurso promocional online y premio		
	BASE IMPONIBLE		
	IVA		
	TOTAL		

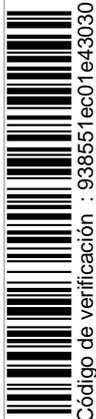
OCTAVA. PROPUESTA TÉCNICA

Conjuntamente con la propuesta económica se ha de presentar una propuesta técnica de un máximo de 20 páginas, 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 newsletter**, que muestre la capacidad de conseguir captar la atención, lanzar un mensaje inspirador de viajes al territorio, conectar con el público objetivo y despertar el interés del público objetivo.
- **Propuesta de microvídeo.** De una duración mínima de 20 segundos y máxima de 59 segundos y sobre cualquier recurso turístico del territorio. Se insertará en esta propuesta técnica un enlace que permita visualizar la propuesta en cualquier plataforma de video o servicio de almacenamiento en la nube.

Página 20 de 21

Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030

- **Ejemplo de Plan de medios.** Resumen de la planificación estratégica de las acciones recogidas en este pliego, identificando público objetivo, medios y plazos para la consecución de los objetivos marcados.

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.

NOVENA.- PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO

	BASE	IVA 21%	TOTAL
PRESUPUESTO	14.876,03	3.123,97	18.000,00

Se realizarán dos pagos:

- Un pago fraccionado del 50 % del precio de adjudicación al entregar los trabajos específicos de “El Mes de la Reserva” recogidos en el punto quinto del presente pliego.
- Un segundo y último pago del 50% del precio de adjudicación a la finalización y entrega del total de los trabajos recogidos en el presente pliego.

DÉCIMA.-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.

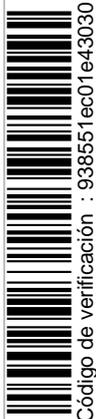
En Cáceres, a fecha firma electrónica

TÉCNICO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA TERRITORIOS UNESCO

Fdo.: Mario Suárez Zabala

Página 21 de 21

Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud 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 : 938551ec01e43030