



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PLAN PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DEL CONTRATO DE SERVICIOS PARA LA REALIZACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DEL PLAN DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO CAMÍN REAL DE LA MESA, COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS Y ACCIONES PROMOCIONALES.

ÍNDICE

- I. ANTECEDENTES
- II. OBJETO DEL CONTRATO
- III. DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS
- IV. PERIODO DE LA CAMPAÑA
- V. CREATIVIDAD Y MATERIALES





1.- ANTECEDENTES

La Comarca **Camín Real de la Mesa** está integrada por los Ayuntamientos de Belmonte de Miranda, Candamo, Grado, Las Regueras, Proaza, Quirós, Santo Adriano, Somiedo, Teverga y Yernes y Tameza.

Como titulares de competencias, bienes y derechos estos Ayuntamientos constituyen con fecha 11 de octubre de 2006 el Consorcio denominado Camín Real de la Mesa.

El Consorcio es la organización administrativa puesta al servicio de la ejecución del **Plan de Dinamización del Producto Turístico Camín Real de la Mesa**, Proyecto que surge como consecuencia del Convenio firmado el 20 de mayo de 2008 entre la Secretaria de Turismo del Gobierno de España, la Consejería de Cultura y Turismo del Principado de Asturias, el Consorcio Camín Real de la Mesa y la Federación Asturiana de Empresarios FADE.

El Plan de Dinamización del Producto Turístico, en adelante PDPT, tiene como objetivo favorecer el desarrollo turístico de la Comarca Camín Real de la Mesa, un territorio que a pesar de disponer de recursos y atractivos suficientes, todavía no se encuentra incorporado plenamente al proceso de desarrollo turístico.

El PDPT Camín Real de la Mesa es por tanto un instrumento de actuación sobre la oferta turística del territorio, cuyo fin último es maximizar el aprovechamiento de éste, haciendo hincapié en los criterios de calidad y sostenibilidad.





Se trata de un proyecto ambicioso, cuyos resultados serán evaluados a medio plazo y que pretende crear un destino turístico de calidad, diferenciado de otros productos similares existentes en la España Verde y susceptible de ser comercializado.

2.-OBJETO DEL CONTRATO

El PLAN DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO CAMÍN REAL DE LA MESA pone en marcha una campaña de promoción turística de la Comarca Camín Real de Mesa, procediendo a la contratación de los servicios de un plan de medios, compra de espacios publicitarios y acciones promocionales para la adecuada difusión del mensaje.

El objetivo es aprovechar el potencial de atracción de la Comarca, sus recursos, equipamientos, naturaleza, patrimonio histórico- artístico y etnográfico..., permitiendo incrementar el número de turistas, su estancia, favorecer la desestacionalización y destacando la integración de sus recursos en la oferta turística del Principado de Asturias.

3.-DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS

a) Servicios

Partiendo del Manual de Identidad Corporativa de la Comarca que se facilitara , se pretende un Plan de Medios que se enriquezca de la propia imagen del territorio, y a la vez complemente su fuerza y capacidad de comunicación, siempre dentro de la oferta turística del Principado. Y que además, posibilite llegar al mayor tamaño posible de la Población Objetivo de la Campaña en términos de audiencias, de impactos y de tiempos de interés.





Si la creatividad facilitada sufriera alguna modificación parcial o total durante la vigencia del contrato, el Plan de Medios deberá adaptarse a la nueva creatividad. Una vez iniciada la campaña, podrán incluirse, a petición del PDPT CAMÍN REAL DE LA MESA, inserciones sueltas en medios de comunicación, patrocinios y otras acciones promocionales no incluidas en el plan.

El adjudicatario ha de tener presente que esta es una campaña de marketing en medios convencionales y no convencionales.

Para el seguimiento y control de resultados, será necesaria la realización y presentación de informes de seguimiento mensuales que garanticen que los objetivos iniciales del plan de medios se están cumpliendo.

Asimismo, el adjudicatario realizará un informe final de medición de resultados que recoja los datos consolidados de la totalidad de la campaña.

El adjudicatario designará un responsable de la campaña que actúe como interlocutor con la entidad contratante durante el periodo de desarrollo de la misma, a fin de atender las solicitudes e indicaciones que sean oportunas.

b) Ámbito y público objetivo

La campaña se dirige a una audiencia con un perfil principalmente urbano, profesional, de nivel socioeconómico medio y medio-alto, y de edad joven y media, tal y como los estudios estadísticos muestran al turista tipo que viaja por Asturias y teniendo en cuenta que esta campaña se enmarca en la estrategia de promoción turística del Principado.



Se establecen como mercados prioritarios los siguientes mercados nacionales: Madrid, Castilla y León, País Vasco, Cataluña y Galicia además del propio mercado interior asturiano.

c) Medios y soportes

Los medios y soportes para los que se ha de diseñar el Plan de Medios son:

- Medios on-line 10% aprox. del presupuesto total.
- Medios convencionales 80 % aprox. del presupuesto total.
- Patrocinio y difusión de acciones promocionales: 10% aprox. del presupuesto total.

Toda la campaña habrá de enmarcar la Comarca dentro del oferta turística del Principado de Asturias.

c.1) MEDIOS ON-LINE

c.1.1) Difusión en medios no convencionales:

- Acciones de Marketing Viral mediante la difusión de contenidos en plataformas multimedia, blogs, comunidades etc.

El presupuesto para llevar a cabo estas acciones estará incluido en el presupuesto de ejecución, gestión y seguimiento de la campaña.

c.1.2) Inserciones publicitarias en medios on-line

- portales generalistas
- portales de viajes
- sites afines al destino Camín Real de la Mesa.



Se valoraran las propuestas de promoción en otros canales que sean capaces de contribuir a una mayor difusión de la campaña, así como su originalidad.

c.2) MEDIOS OFF-LINE

c.2.1) Televisión:

Televisiones de los mercados objetivo de la Campaña:

- Difusión del Spot publicitario de 20". Corresponderá a la adjudicataria la producción del spot, su adaptación para difusión en internet y redes sociales y las copias y adaptaciones necesarias para entregar a los medios en los que haya previsto las inserciones. La adjudicataria entregará al Consorcio Camín Real de la Mesa master del Spot y 10 copias en DVD.
- Difusión de la campaña y la imagen del producto mediante acciones promocionales no convencionales.

c.2.2) Medios escritos:

Con la finalidad de llegar también al público más cercano y desarrollar una labor de sensibilización en el territorio, se utilizarán:

- Diarios Regionales (edición regional): La Nueva España, El Comercio y La Voz de Asturias. Todas y cada de una de las inserciones se realizarán en apoyo de los eventos de repercusión turística que se programen en la Comarca o de reportajes turístico-informativos de la misma.
- Suplementos de diarios (de viajes, ocio, información general, otros)
- Revistas de viajes y turismo.



En la medida de lo posible, las inserciones en suplementos de diarios y revistas de viajes y turismo, deberán ir acompañadas de información turística sobre la Comarca Camín Real de la Mesa.

Asimismo, se valorará la capacidad (justificada por el licitador) de generar repercusión mediante la difusión de información relativa a la Comarca Camín Real de la Mesa.

c.2.3)Radio:

Radios de los mercados objetivo de la Campaña:

- Difusión del Cuña Publicitaria de 20” Texto, locución y grabación a realizar por la empresa adjudicataria, según indicaciones facilitadas por el PDPT Camín Real de la Mesa y teniendo en cuenta la integración del territorio comarcal en la oferta turística del Principado de Asturias.
- En medios regionales todas y cada de una de las inserciones se realizarán en apoyo de los eventos de repercusión turística que se programen en la Comarca o de reportajes turístico- informativos de la misma.

c.3) PATROCINIO Y PROMOCIÓN DE EVENTOS:

Patrocinio y promoción de eventos de carácter turístico y cultural, coordinados desde el PDPT Camín Real de la Mesa, cuyo desarrollo tenga repercusión turística en materia promocional de la Comarca (pendientes de definir por la comisión de seguimiento del PDPT Camín Real de la Mesa).

d) Especificaciones :





Corresponde al contratista la realización del spot y cuña y obtención de todas las autorizaciones y licencias, tanto oficiales como particulares, que se requieran para la ejecución del contrato.

Los envíos y transportes de materiales correrán también a cargo de las empresas concurrentes.

4.-PERIODO DE CAMPAÑA

La presente Campaña tendrá una duración desde la fecha de firma del contrato hasta el 31 octubre de 2011, pudiendo prorrogarse hasta 31 de diciembre de 2011 si las circunstancias así lo requieren, no suponiendo en ningún caso un incremento en el presupuesto de adjudicación.

La campaña se dividirá en dos periodos:

- Junio y Primera Quincena de Julio: 50 % del presupuesto total
- Septiembre – Octubre: 50 % del presupuesto total

La entidad contratante se reserva el derecho de modificar el calendario y la planificación de los formatos propuestos por el adjudicatario, siempre que dicha modificación no suponga un coste adicional al adjudicatario, cuando la concurrencia de circunstancias especiales así lo exijan o cuando se considere imprescindible para la debida consecución de los objetivos del programa.

5.- CREATIVIDAD Y MATERIALES

El adjudicatario deberá diseñar una creatividad de acuerdo con el Manual de Identidad Corporativa del Camín Real de la Mesa que deberá adaptar a todos los medios que proponga, elaborándola en caso de que fuera preciso.





La propiedad intelectual de la creatividad, spot promocional y cuña de radio presentada por la empresa adjudicataria, pasará a ser desde el momento de la firma del Contrato del Consorcio Camín Real de Mesa.

Tanto la creatividad, como en el spot promocional se incluirán logotipos/mención de las Administraciones firmantes del PDPT Camín Real de la Mesa.

Los materiales a entregar por PDPT CAMÍN REAL DE LA MESA al adjudicatario son:

- Manual de identidad
- Banco de imágenes con todos los derechos de uso.

6.- CONTENIDO DE LAS OFERTAS

Para facilitar la valoración de las ofertas, deberán adecuarse al esquema que se define a continuación:

- Memoria explicativa (máximo 25 páginas) conteniendo:

- Plan de medios
- Se deberá incluir propuesta de creatividad de acuerdo con el Manual de Identidad Corporativa adaptada a todos los medios que se propongan. En el caso del spot promocional, se definirá idea creativa o story telling.
- Mejoras al pliego (valoradas económicamente)

La memoria explicativa se presentará en formato papel y soporte electrónico (PDF)

