PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A. PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PROMOCIÓN ÓRGANICA DE LA MARCA ANDALUCIA EN REDES SOCIALES, POR PROCEDIMIENTO ABIERTO.

Expediente: C101-13MR-0818-0073

Título: SERVICIO DE PROMOCIÓN ÓRGANICA DE LA MARCA ANDALUCIA EN REDES SOCIALES.

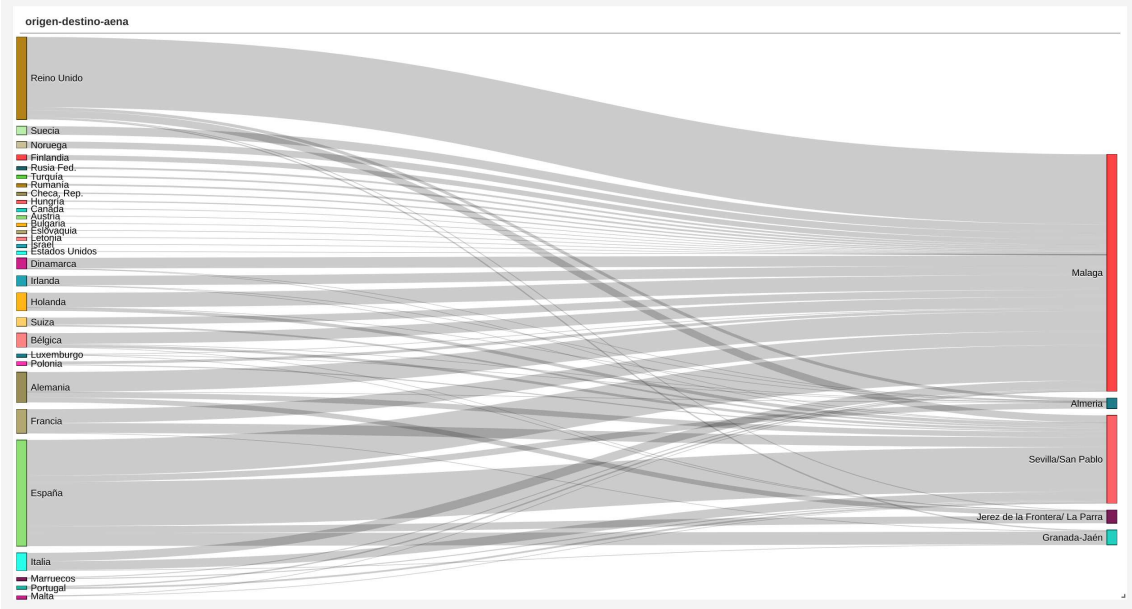
Código CPV: 79340000

PRIMERA. ANTECEDENTES.

La industria turística está inmersa en un continuo cambio. Modificaciones en los hábitos de compra, gustos, preferencias, tendencias, canales, etc. Sin duda alguna, el éxito radica, entre otras cosas, en saber adecuarse a estos cambios en los comportamientos de los consumidores. Y en el marco de estos cambios, es indiscutible que el marketing digital es una tendencia que ha llegado para quedarse y que incluso con el paso de los años irá creciendo en importancia.

Por este motivo, desde la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.se apuesta por el marketing digital como una herramienta clave y fundamental en la actividad diaria de la empresa. Una importancia tanto desde el punto de vista de acciones exclusivas en el entorno digital como con estrategias onmicanales con acciones de marketing offline/online. Entre todos los canales online, cabe destacar las redes sociales, ya que su repercusión y e impacto en ciertos sectores de la sociedad de especial interés para la industria del turismo, hacen necesario la creación de un plan de acción específico para Social Media.

Las principales conexiones aéreas de Andalucía en 2018, que marcan los mercados de referencia, se muestran en el siguiente gráfico:



Los perfiles de viajeros de los principales mercados de Andalucía, hacen que las acciones a realizar deban de realizarse con suficiente antelación, como marcan las siguientes tablas:

	Búsquedas		**Reservas**	
Mercado	**Duración estancia**	**Antelación búsqueda**	**Duración estancia**	**Antelación compra**
España	9 días	71 días	6 días	28 días
Reino Unido	9 días	109 días	8 días	53 días
Alemania	10 días	98 días	10 días	75 días

El perfil millenial está cobrando cada vez mayor importancia en la comunicación digital, principalmente por dos motivos, son los primeros nativos digitales con comportamientos totalmente distintos frente a lo digital y se están incorporando al mercado laboral, aumentando su poder adquisitivo. Se adjunta infografía descriptiva del perfil millenial.

PRIMERA. OBJETO DEL CONCURSO.

Recientemente la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía ha publicado el concurso C101-06VS-0618-0048 el cual persigue realizar acciones publicitarias de Branding en diferentes medios on line y offline, dentro de los que están incluidos los medios sociales, en diferentes mercados.

Dicha licitación tiene que ser complementada con acciones orgánicas en redes sociales que ayuden a posicionar la marca turística Andalucía en los mercados.

Para ello, y teniendo en cuenta la reciente publicación, por parte de red.es, del "Informe anual del sector de los Contenidos Digitales en España (Edición 2017)" (http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/content/informe-anual-del-sector-de-los-contenidos-digitales-en-españa-edición-2017), donde se pone de manifiesto que los contenidos que más están creciendo en la industria son los asociados a video, música y videojuegos, es necesario realizar la contratación de acciones de marketing orgánico en redes sociales. El principal objetivo de dicha licitación es, por tanto, la promoción de la marca turística Andalucía, a través de sus experiencias únicas y diferentes, con contenidos y acciones dinámicas y experienciales basadas en lo que el público demanda actualmente.

SEGUNDA. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO.

MERCADOS

Los mercados en los que habrá que realizar las acciones de marketing orgánico serán: España, Reino Unido e Irlanda, Alemania y Francia. Teniendo en cuenta las capacidades de transporte de cada una de los mercados descritos, se describe el detalle de cada uno de los mercados.

MERCADO	ESPAÑA	
CIUDADES	Madrid	Barcelona
TEMPORALIDAD	Septiembre/Diciembre	
SEGMENTO	Interior + Cultural	
PÚBLICO OBJETIVO	Interior - Hombres/Mujeres de entre 30-65 años Cultural – Hombres/Mujeres entre 18 y 65 años Campaña especifica a Millenials para el segmento Cultural	

Alcance potencial: 3 900 000 personas

MERCADO	REINO UNIDO		
CIUDADES	Londres	Manchester	Birmingham
TEMPORALIDAD	Septiembre/Diciembre		
SEGMENTO	Cultural/Interior		
PÚBLICO OBJETIVO	Hombres / Mujeres de entre 18 y 65 años Campaña especifica a Millenials		

Alcance potencial: 8 100 000 personas

MERCADO	IRLANDA
CIUDADES	Dublín
TEMPORALIDAD	Septiembre/Diciembre
SEGMENTO	Golf + Litoral + Cultura
PÚBLICO OBJETIVO	Litoral - Hombres/Mujeres de entre 30-70 años Cultural – Hombres/Mujeres entre 18 y 65 años Golf – Hombres/Mujeres entre 35 y 75 años Campaña especifica a Millenials para el segmento Cultural

Alcance potencial: 850 000 personas

MERCADO	ALEMANIA		
CIUDADES	Berlín		Düsseldorf
TEMPORALIDAD	Septiembre/Diciembre	Septiembre / Diciembre	Septiembre / Diciembre
SEGMENTO	Golf	Cultural y Naturaleza	Cultural y Naturaleza
PÚBLICO OBJETIVO	Golf – Hombres/Mujeres entre 35 y 75 años Cultural – Hombres/Mujeres entre 18 y 65 años Naturaleza – Hombres/Mujeres entre 18 y 55 años Campaña especifica a Millenials para los segmentos Cultural y Naturaleza		

Alcance potencial: 2 600 000 personas

MERCADO	FRANCIA
CIUDADES	Paris
TEMPORALIDAD	Septiembre/Diciembre
SEGMENTO	Interior/Naturaleza
PÚBLICO OBJETIVO	Interior – Hombres/Mujeres entre 18 y 65 años Naturaleza – Hombres/Mujeres entre 18y 55 años Campaña especifica a Millenials

Alcance potencial: 3 500 000 personas

FINALIDAD

Marketing orgánico en redes sociales para mejorar el posicionamiento de Andalucía como destino turístico en dichos mercados.

TRABAJOS A REALIZAR

Acciones de marketing orgánico en redes sociales que permita aumentar el número de visitantes a Andalucía durante la temporalidad y mercados establecidos. El ofertante deberá proveer de todo el material y recursos necesarios para realizar las acciones propuestas. El ofertante podrá contar con las plataformas online de la EPTDA (RRSS y andalucia.org) como apoyo a las campañas propuestas.

DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO

Las empresa sobre el presupuesto ofertado (información que solo debe incluirse en el sobre A), en el momento de realizar su propuesta técnica, ha de tener en consideración el siguiente reparto por mercado:

- España – 25%
- Reino Unido e Irlanda - 30%
- Alemania – 30%
- Francia - 15%

.

Málaga, 28 de agosto de 2018