



Junta de Andalucía

Consejería de Turismo, Cultura y Deporte

Empresa Pública para la Gestión del Turismo
y del Deporte de Andalucía S.A.

PLIEGOS DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A. PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE CREATIVIDAD, PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INTERNACIONAL EN EL ECOSISTEMA AMAZON 2024, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA PARA 2024. LICITACIÓN ELECTRÓNICA (SIREC).

Expediente: C101-13MR-0624-0055

Título: CREATIVIDAD, PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INTERNACIONAL EN EL ECOSISTEMA AMAZON 2024.

Código CPV: 79341000-6

PRIMERA.- OBJETO DEL CONTRATO.

El objeto del presente pliego es fijar las prescripciones técnicas para la contratación, por procedimiento abierto, de la prestación de servicios para la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante Turismo y Deporte de Andalucía) de agencia de publicidad, de conformidad con el art. 13 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, para la CREATIVIDAD, PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INTERNACIONALES EN EL ECOSISTEMA AMAZON, de conformidad con lo establecido en el presente pliego y en el pliego de condiciones particulares.

Este procedimiento se apoya en el establecimiento de vías de comunicación directas con el turista potencial internacional a través de la transmisión continua de información turística y emisión de mensajes publicitarios en todo el ecosistema de plataformas de la multinacional Amazon alineados a los intereses turísticos que se quiere potenciar a lo largo del año.

Se persigue la puesta en valor de productos/segmentos concretos con un alto potencial desestacionalizador, deslocalizador o de gran sostenibilidad en mercados asentados o con gran potencial para Andalucía.

El ámbito principal de actuación de estas acciones es el turismo de los mercados UK y nacional, representando estos los mercados con mayor valor para Andalucía, por lo tanto, este será el núcleo central del público objetivo al que dirigir esta información a fin de proporcionarles herramientas que faciliten su toma de decisión a la hora de realizar un viaje hacia el destino andaluz, además de promover la internacionalización de las Pymes andaluzas.

A día de hoy, el ecosistema de marketing que ofrece la multinacional Amazon, tiene una visibilidad global tanto en ecosistemas online como offline, permitiendo llegar desde un único punto a multitud de público, por multitud de medios y a multitud de targets. Teniendo en cuenta sus principales plataformas, enumeradas en el apartado 2, en el punto 1-2, las posibilidades que brinda de coordinación y simplicidad de uso para la transmisión de un mensaje no tienen comparación en el mercado. En este sentido, por ejemplo, cabe destacar que ya en los últimos meses de 2023, Amazon Prime Video es el número uno de contenido bajo demanda en España, superando a Netflix.

Por otro lado, la marca Amazon se ha posicionado como una marca de prestigio y gracias al esfuerzo que ha realizado los últimos años en despliegue de flota eléctrica, también se está posicionando como una marca asociada a la sostenibilidad medioambiental.



SEGUNDA. PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD.

1- Servicios de Agencia:

Como servicios relacionados con la planificación, producción, activación y seguimiento de campañas de publicidad internacional de Turismo y Deporte de Andalucía en el ecosistema de la multinacional Amazon, centrándose principalmente en Prime Video y el packaging personalizado de bolsas de Amazon Fresh, se han de acometer los siguientes servicios:

1-1: La elaboración de un plan de medios para cada uno de los mercados, con las siguientes especificaciones: para los países/grupo de países con objetivo de posicionamiento, el plan de medios incluirá campañas de branding con la frecuencia, duración y calendarización que maximice la inversión y el cumplimiento de objetivos. Para los países/grupo de países con objetivo de reposicionamiento, el plan de medios incluirá campañas tácticas. Se entiende por campaña "táctica", aquella que tiene un objetivo concreto más allá de simplemente generar notoriedad del destino Andalucía en su conjunto y un objetivo de atraer turistas internacionales en una época del año determinada.

El licitador, de acuerdo con los objetivos determinados por Turismo y Deporte de Andalucía para cada campaña o acción publicitaria, propondrá en cada caso que los medios, soportes, canales y modelos de contratación más eficaces, dentro del ecosistema de la multinacional Amazon.

Los planes en medios, se desarrollarán en función de los objetivos y públicos marcados por Turismo y Deporte de Andalucía bajo la premisa de optimizar la inversión y conseguir la máxima eficacia; y serán validados por la entidad.

Turismo y Deporte de Andalucía participará en la generación de recomendaciones basadas en los datos de la propia campaña (proporcionados por adjudicataria) y los datos internos de Turismo y Deporte de Andalucía (mercado aéreo y otras). Turismo y Deporte de Andalucía generará recomendaciones de obligado cumplimiento, a menos que las recomendaciones entren en conflicto con la propia campaña y sea debidamente justificado por el adjudicatario y previa autorización de Turismo y Deporte de Andalucía.

Los planes deberán ser validados por Turismo y Deporte de Andalucía.

1-2: La activación y ejecución de dichos planes de medios en los mercados seleccionados.

Dependiendo de los objetivos y mercados, y en todo caso bajo la premisa de maximizar la inversión y conseguir la mayor eficacia, la propuesta de plataformas del ecosistema Amazon podrán incluir:

- Prime Video
- Amazon Ads
- Alexa
- Amazon packaging-sampling

Corresponderá al adjudicatario realizar todas aquellas prestaciones necesarias para la ejecución de cada campaña o acción en concreto, incluyendo todas las prestaciones accesorias que se deriven de las mismas.

1-3: Desarrollo creativo y producción:

-La adjudicataria, en caso de ser requerido por Turismo y Deporte de Andalucía, deberá de realizar la adaptación de los materiales publicitarios de los disponibles en Turismo y Deporte de Andalucía, a los idiomas y formatos requeridos por los medios y soportes off line y online en los que éstas se desarrollen.



-En el caso de que los materiales creativos y/contenidos sean producidos por los propios soportes/medios, el adjudicatario será responsable del control de calidad técnico de las piezas, contenidos, creatividades y artes finales a fin de garantizar la correcta ejecución de la campaña publicitaria.

-Se incluye también en el objeto del contrato, el desarrollo de los "microsites" específicos para la campaña y/o "landing pages" en cada uno de los mercados objeto de las campañas dentro de la plataforma andalucia.org y/o amazon, con las traducciones correspondientes, en caso de que Turismo y Deporte de Andalucía considere que es necesario producirlas para dotar de coherencia a la campaña y con el fin de la mejor consecución de los objetivos perseguidos.

-Si las acciones publicitarias en Amazon Alexa requieren modificaciones o adaptaciones de la actual Skill de Andalucía, estas deberán también estar en el objeto del contrato.

-En todas las acciones, el licitador deberá transferir semanalmente los datos brutos de cada campaña con el objeto de aceptar recomendaciones elaboradas por parte de Turismo y Deporte de Andalucía de obligado cumplimiento, las cuales podrán modificar, activar o eliminar cualquier aspecto de la campaña, así como bloquear páginas, mercados, pruebas A/B o cualquier aspecto de la campaña.

-El material creativo/contenido, los "microsites"/"landing pages" y las adaptaciones de la skill de Alexa, deberán ser aprobados por Turismo y Deporte de Andalucía. La traducción de este material al español u inglés, con el fin de poder ser aprobado (en idiomas no soportados por Turismo y Deporte de Andalucía) estará incluido en el servicio de la agencia.

-El contratista deberá disponer de una plataforma tecnológica homologada para la gestión controlada y la correcta entrega de las creatividades producidas/adaptadas, a los medios contratados.

1-4: Seguimiento permanente de las campañas y acciones en los distintos mercados, identificando mecanismos de optimización y "retargeting", modelos de atribución y verifican o el buen funcionamiento de las herramientas de "brand safety" y "viewability" utilizadas.

La adjudicataria dispondrá de una herramienta o cuadro de mando que permita el seguimiento continuo de las campañas y al que Turismo y Deporte de Andalucía tendrá acceso, por ejemplo a Amazon DSP.

1-5: Evaluación final de los resultados de ejecución, utilizando los indicadores adecuados para medir la efectividad de las acciones y campañas de publicidad y el cumplimiento de objetivos.

El adjudicatario deberá permitir y facilitar la implementación de un pixel de seguimiento de la herramienta Impact de ADARA en cada una de las acciones online en cada una de las plataformas del ecosistema Amazon. La no implementación del pixel sin una causa debidamente justificada y aceptada previamente por el licitante, significará el no cumplimiento del contrato.

El adjudicatario deberá transferir los datos brutos de las campañas y los accesos a los ficheros de forma que Turismo y Deporte de Andalucía se pueda conectar y obtener los archivos para el procesamiento. El adjudicatario debe proveer el espacio en servidor del ecosistema Amazon para facilitar la conexión y la obtención de archivos. De igual forma debe proveer los accesos para que Turismo y Deporte de Andalucía deposite archivos con las recomendaciones de optimización de campaña, en particular para programática.



Todos los trabajos, incluidos en su caso, los estudios, documentos y ficheros elaborados en ejecución del contrato relativo a los datos (sin limitación), serán propiedad de Turismo y Deporte de Andalucía, quien podrá reproducirlos, publicarlos y divulgarlos, total o parcialmente por tiempo indefinido sin nueva contraprestación, sin que pueda oponerse a ello el adjudicatario autor de los trabajos, cediendo igualmente todos los derechos de uso.

1-6: La realización y la gestión en su caso, de los contratos de tratamiento de datos con terceros, que se deriven de la ejecución de este contrato.

1-7: Asesoramiento experto permanente y continuo sobre la adecuación de materiales creativos a utilizar en los diferentes soportes, así como para la mejora de la estrategia de comunicación y marketing, orientado a optimizar la promoción turística de Andalucía en los mercados objetivo.

2- Estrategia:

La estrategia global de la campaña debe ser posicionar la marca "Andalucía" en los mercados seleccionados para la campaña, de una forma notoria, mediante acciones de gran impacto en el usuario y de forma que el mensaje se articule y recorra el máximo número de plataformas (de las enumeradas anteriormente) del ecosistema Amazon según su notoriedad y temporalidad.

3-Objetivos:

Los objetivos generales que se buscan con estas acciones de comunicación son:

- Generar notoriedad de la marca turística Andalucía a través de diferentes acciones publicitarias.
- Reforzar las acciones de promoción y marketing llevadas a cabo a lo largo del año.
- Trasladar de manera permanente propuestas y novedades turísticas dirigidas al público potencial de la campaña.

Los objetivos y mensajes básicos de cada campaña serán determinados en cada caso concreto por Turismo y Deporte de Andalucía.

4- Ámbito y público destinatario del contrato:

- Las acciones de comunicación y promoción se desarrollarán, con carácter general, en el ámbito internacional en Europa, principalmente UK y España.
- El público objetivo destinatario será aquel que se determine para cada caso, según el contenido de la acción de comunicación que se vaya a realizar.
- Datos Sociodemográficos: Edad comprendida entre 25 y 65 años, y con una renta en el tramo alto / medio-alto (de acuerdo con cada mercado) y estudios medios/superiores.

5- Temporalidad:

Las empresas adjudicatarias recibirán con antelación suficiente los calendarios que se establezcan para llevar a cabo las acciones de comunicación previstas. Fecha máxima final de las campañas, se estima, final de 2024.

6- Condiciones de servicio:

Los adjudicatarios contarán con los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para prestar los servicios contratados con la diligencia, eficacia y eficiencia que exige el uso de fondos público, y de acuerdo con la oferta presentada, sin que ello implique por lo que se refiere al personal, vinculación alguna de tipo laboral, jurídico o económico con Turismo y Deporte de Andalucía.



El adjudicatario deberá ser capaz de ejecutar la estrategia global de Turismo y Deporte de Andalucía, prestando los servicios localmente en cada mercado.

6-1-Recursos Humanos:

El equipo deberá incluir al menos los siguientes perfiles:

- 1 Director de Cuenta.
- 1 Director creativo.
- 1 Responsable de planificación para medios off-line y online
- 1 Responsable de seguimiento y analítica de datos.

a) El director de Cuenta será el responsable por parte de la empresa adjudicataria de la correcta ejecución del contrato. Asumirá la coordinación del equipo asignado y la interlocución con Turismo y Deporte de Andalucía.

b) Director creativo: será el responsable bajo la supervisión del director de cuenta, del "equipo de creativos" encargado de la concepción y diseño de campañas considerando las peculiaridades de cada mercado y el público objetivo, y que será un experto en marketing, y en diseño y producción de contenidos.

c) El equipo creativo, que puede ser subcontratado, realizará los contenidos en los idiomas de los mercados objeto de las campañas y asumirá, asimismo, la adaptación en su caso, de contenidos y creatividades aportados por Turismo y Deporte de Andalucía, a los idiomas y formatos que se requieran para su difusión en los medios y soportes en los que se desarrollen las campañas. Sus propuestas deberán ser validadas por Turismo y Deporte de Andalucía.

d) Responsable de planificación de medios offline y on-line. Será responsable bajo la supervisión del director de cuenta, de la planificación y contratación de medios off-line y de medios on-line.

Será responsable de la implementación de medidas de Brand safety para garantizar la mayor eficacia en visibilidad y afinidad de medios on-line.

f) Responsable de seguimiento y analítica de datos será responsable bajo la supervisión del director de cuenta, del control y análisis de datos, de la elaboración y presentación de informes de seguimiento y resultados de las campañas y acciones desarrolladas en los planes de medios. De igual forma será responsable de la recolección y transmisión de los datos brutos a Turismo y Deporte de Andalucía, así como la recepción, procesamiento y comunicación a equipos del licitante para implementar las recomendaciones de Turismo y Deporte de Andalucía en producción

El licitante podrá determinar la necesidad de subcontratar a proveedores externos para la prestación total o parcial de algunos de los servicios objeto de contrato por razón de la especialización y calidad de los servicios por parte del proveedor externo.

6-2-Recursos materiales y tecnológicos:

El adjudicatario deberá disponer de los recursos materiales y tecnológicos necesarios para la prestación del servicio, y en especial aquellas necesarias para llevar a cabo la compra de medios, la producción de contenidos/creatividades publicitarias y el seguimiento continuo de la ejecución de las campañas, con especial relevancia de los recursos tecnológicos que permitan la optimización de la campaña y aseguren el "Brand safety" y "viewability".



7- Informes a entregar:

- Informes de seguimiento de la ejecución de la campaña, con la regularidad que se determine por parte de Turismo y Deporte de Andalucía.

El adjudicatario deberá proporcionar acceso a una plataforma tecnológica para el seguimiento y monitorización de las campañas. La posibilidad de Turismo y Deporte de Andalucía de acceder y consultar el cuadro de mando, no exime al adjudicatario de elaborar los informes de seguimiento que sean oportunos con la información extraída de dicha plataforma ni de la transmisión de ficheros con los datos brutos.

Los informes detallarán los KPI más adecuados para valorar el cumplimiento de objetivos de Turismo y Deporte de Andalucía.

Todos los informes deberán incluir de los justificantes visuales de cada una de las acciones incluyendo pantallazos/fotos de las campañas creativas junto a la composición de los logos de Andalucía con los de FEDER.

- Un informe de valoración al término de cada una de las oleadas de campaña y de cada campaña táctica, que incluirá, tanto un análisis global de cada una de ellas, como un informe individual para cada uno de los países en los que se llevará a cabo. En dichos informes se valorará la idoneidad de los medios, canales y soportes elegidos, la eficacia de los formatos elegidos por su contribución al cumplimiento de los objetivos medido a través de los KPI que se determinen, así como cualesquiera otros aspectos de la campaña que ayuden a valorar el cumplimiento de los objetivos de las campañas. El informe relativo a programática debe incluir las audiencias impactadas y los resultados de las mismas, en función de los objetivos, rangos, temporales, perfil sociodemográfico, etc.

Todos los informes deberán incluir de los justificantes visuales de cada una de las acciones incluyendo pantallazos/fotos de las campañas creativas junto a la composición de los logos de Andalucía con los de FEDER. En los casos de publicidad programática una muestra lo suficientemente representativa que la campaña se ha publicado con los correspondientes logos FEDER.

Los informes finales se deberán presentar como máximo a los 10 días de la finalización de la campaña/oleada.

Los informes se presentarán en pdf y en formato editable, y las tablas incluidas en ellos deberán ser exportables a csv y Excel.

TERCERA.- CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

Los adjudicatarios, con la periodicidad que determine Turismo y Deporte de Andalucía, y a través de los interlocutores indicados o el personal del equipo que se estime conveniente, darán cuenta detallada del desarrollo y avance de los trabajos, pudiendo Turismo y Deporte de Andalucía adoptar las decisiones que estime pertinentes para la correcta realización y optimización de las campañas y/o el desarrollo de los trabajos y cumplimiento de los objetivos.

Turismo y Deporte de Andalucía podrá solicitar otros informes que considere necesarios para el análisis de la evolución de las campañas, los trabajos relacionados con el desarrollo y producción de la creatividad, y los trabajos relacionados con la medición del retorno de la inversión y la medición del impacto.

Málaga a 3 de julio de 2024