

PLIEGO DE BASES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS PARA EL MONITOR DE REPUTACIÓN ONLINE DEL DESTINO TURÍSTICO EUSKADI 2019

1.- INTRODUCCIÓN

BASQUETOURL es la sociedad pública del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco, creada en 2006 para gestionar la implementación de la estrategia de competitividad del turismo vasco liderada por el Departamento, en colaboración con los entes públicos y privados que conforman la industria turística de Euskadi.

Sus objetivos son: mejorar la competitividad del turismo como actividad económica generadora de riqueza y empleo; mejorar el posicionamiento de Euskadi en segmentos estratégicos y consolidar la marca Euskadi como destino turístico en los mercados emisores.

Para alcanzar los objetivos mencionados dentro de BASQUETOURL el Observatorio Turístico de Euskadi trabaja como agente de generación y difusión del conocimiento al sector turístico.

Desde sus inicios el Observatorio Turístico de Euskadi diseña, desarrolla y ejecuta operaciones de investigación ligadas a la demanda y la oferta de la actividad turística, con el apoyo e identificación de nuevas oportunidades a través de metodologías y técnicas novedosas.

En este caso, el desarrollo de proyectos de investigación en el entorno online pretende avanzar también en la transformación digital del sector y utilizar el big data y el business intelligence como herramientas claves para la toma de decisiones y actuaciones.

2.- OBJETO DEL CONCURSO

El objeto del presente concurso es desarrollar un proyecto de monitorización e investigación online que nos facilite conocer **la reputación**:

- **por un lado, del conjunto del destino turístico Euskadi**

- **y por otro lado, de las empresas turísticas que participan en proyectos a nivel de Euskadi bajo un modelo de gestión público-privado en relación al nivel de satisfacción de los servicios que prestan**

En concreto poner en marcha, a través de una metodología, de las herramientas apropiadas y de un equipo humano formado en estas capacidades, un servicio de reputación online que profundice en el conocimiento de las necesidades, deseos, experiencias, motivaciones, actitudes, percepciones y nivel de satisfacción de la demanda turística de nuestros públicos objetivo en relación a los intereses, misión, visión y valores de BASQUETOUR que no son otros que mejorar la competitividad del turismo como actividad económica generadora de riqueza y empleo y mejorar el posicionamiento de Euskadi en segmentos estratégicos y consolidar la marca Euskadi como destino turístico en los mercados emisores.

3.- DESARROLLO DEL PROYECTO

Tal como se presenta en el objeto del concurso el monitor de reputación online del destino turístico Euskadi debe responder a un doble objetivo. A continuación se presenta con mayor detalle el alcance, las características y las necesidades del proyecto.

I. REPUTACIÓN ONLINE DEL DESTINO TURÍSTICO EUSKADI

Entre los proyectos que ejecuta el Observatorio Turístico de Euskadi desde el año 2014 se encuentran los estudios de reputación online centrados en el análisis de las expresiones espontáneas (opiniones, comentarios, fotos, videos, etc.) de la demanda en espacios online sobre Euskadi como destino turístico a través de la utilización de herramientas de monitorización y de investigación. Gracias a estos modelos hemos profundizado en el conocimiento de las necesidades, deseos, experiencias, motivaciones, actitudes y percepciones de la demanda turística en comunidades online para la creación de productos, servicios y marcas. Con esta tipología de proyectos avanzamos en la escucha activa para comprender el contenido de la conversación online existente entre los consumidores y las consumidoras que influye en la elección de un destino turístico y la organización del viaje.

El **objetivo principal** es la caracterización, tipificación y análisis del comportamiento de la demanda y oferta turística en los espacios online a través de la monitorización, la extracción y el tratamiento de las expresiones espontáneas para la mejora del sector turístico en Euskadi.

Los **objetivos específicos** se centran en:

- a) Detectar temas y palabras claves de conversación
- b) Identificar y caracterizar los diferentes perfiles de opinantes; visitantes, creadores de opinión, residentes, etc.
- c) Identificar y clasificar los espacios/canales online donde se localizan las conversaciones
- d) Analizar cómo se expresan los perfiles de opinantes (sentimientos, intencionalidad...)
- e) Identificar la visibilidad y el tráfico de interacciones de las expresiones
- f) Caracterizar los perfiles y el comportamiento de los y las visitantes en función de los momentos del viaje (fase previa, durante y posterior del viaje)
- g) Caracterizar los perfiles y el comportamiento de los y las visitantes en función de los principales mercados emisores
- h) Caracterizar los perfiles y el comportamiento de los y las visitantes en función de los subdestinos de Euskadi: Vitoria-Gasteiz, Bilbao, Donostia, Costa Vasca, Rioja Alavesa e Interior
- i) Caracterizar los perfiles y el comportamiento de la demanda en función de las motivaciones y/o de los productos turísticos
- j) Identificar destinos turísticos competidores y sus atractivos
- k) Identificar oportunidades de nuevos segmentos, productos turísticos...
- l) Detectar momentos adecuados para las interacciones
- m) Detectar crisis y oportunidades para poder actuar en tiempo real

II. REPUTACIÓN ONLINE DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS QUE PARTICIPAN EN PROYECTOS A NIVEL DE EUSKADI BAJO UN MODELO DE GESTIÓN PÚBLICO-PRIVADO

Con el fin de mejorar la competitividad del turismo como actividad económica generadora de riqueza y empleo, y mejorar el posicionamiento de Euskadi en segmentos estratégicos BASQUETOUR ha diseñado y/o implantado a lo largo de los últimos años diferentes proyectos.

El **objeto del estudio** serán todas las **empresas turísticas** que participan en los proyectos de **Euskadi Gastronomika, Turismo Náutico, Programa Experiencial y Turismo Familiar**. En concreto, un **total de 1.408 empresas**:

El **objetivo principal** es conocer el nivel de satisfacción y la calidad de los servicios prestados por las empresas turísticas que participan en los proyectos Euskadi Gastronomika, Turismo Náutico, Programa Experiencial y Turismo Familiar a través de la monitorización, la extracción y el tratamiento de las expresiones espontáneas de los y las clientes en los principales canales online, para la mejora de la calidad y de los servicios de la oferta del sector turístico en Euskadi.

a) EUSKADI GASTRONOMIKA (960 empresas)

"Euskadi Gastronomika" es un proyecto que nace en el marco del "Plan de Impulso al turismo enogastronómico" con el fin de convertir el destino en un referente enogastronómico a nivel mundial, ampliando el concepto de turismo desde la buena mesa hacia la genuina cultura culinaria vasca, vinculada al territorio productor y sus paisajes, sus fiestas y eventos gastronómicos, sus gentes, las industrias productoras y los espacios de compras y degustación.

Esta iniciativa tiene como objetivo principal asentar y afianzar el liderazgo en turismo gastronómico, así como desarrollar un producto turístico enogastronómico, asociado a todo el potencial de la cultura gastronómica. No obstante, la creación de "Euskadi Gastronomika" tiene otras finalidades añadidas:

- Crear un producto turístico relacionado con la gastronomía que incluya todas las etapas de la cadena alimentaria, desde el origen (mar, campo) hasta la mesa.
- Fomentar el desarrollo de actividades innovadoras y singulares que contribuyan al posicionamiento de Euskadi como destino gastronómico.
- Crear productos turísticos que contribuyan al desarrollo socioeconómico de todos los territorios, fomentando la economía local y el equilibrio territorial.
- Atraer mayores flujos turísticos motivados por la gastronomía y proporcionar un excelente complemento gastronómico a los públicos que nos eligen por otras motivaciones
- Potenciar los productos y destinos turísticos gastronómicos consolidados.
- Generar nuevas alternativas económicas para los sectores primario y secundario.

- Contribuir a la promoción y el desarrollo de los productos vascos.

Para más información consultar:

- Gastronomía y enología en Euskadi: <http://www.basquetour.eus/contenido.aspx?idmp=41>
- Guía de turismo enogastronómico:
https://turismo.euskadi.eus/contenidos/recurso_tecnico/aa30_folletos/es_def/folletos/2017/Guia_Euskadi_Gastronomika_CAST.pdf
- Club Euskadi Gastronomika:
<https://turismo.euskadi.eus/aa30-15522/es/s12PortalWar/buscadoresJSP/buscadorEusGastronomika.jsp?r01kLang=es>
- Gastromapa:https://turismo.euskadi.eus/contenidos/recurso_tecnico/aa30_folletos/es_def/folletos/2018/euskadi_gastronomika_cast_18.pdf

b) TURISMO NÁUTICO (155 empresas)

Producto en torno a una estancia activa del turista en contacto con el mar (navegación, surf, buceo, kayak...), en un espacio turístico y recreativo especializado en experiencias basadas en la práctica deportiva y el aprendizaje, que incluye de forma complementaria el resto de la oferta turística del destino, lo que contribuirá a alargar la temporada y a desestacionalizar la demanda turística de la Costa Vasca.

Es un producto turístico cuya oferta la forman empresas de chárter náutico, empresas de transportes turístico por mar, centros de buceo, empresas de multiactividades y, en el ámbito concreto del surf e integrados en el club de producto Surfing Euskadi: escuelas de surf, surfcamps (establecimientos especializados que ofrecen alojamiento y clases de surf), alojamientos surffriendly y servicios especializados (guías, receptivos, etc.).

Las acciones de desarrollo y de promoción del producto se valoran y se llevan a cabo junto con la Mesa Náutica de la Costa Vasca, foro creado en el marco el Plan Director de Turismo de la Costa Vasca donde están representados las empresas del sector, los municipios que apuestan por el turismo náutico, la asociación AKTIBA – Asociación de empresas de turismo activo de

Euskadi y EKP – Euskal Kirol Portua, S.A. Esa mesa, además de ser la impulsora del producto, ha servido para aglutinar un sector tradicionalmente disperso y para facilitar la colaboración público-privada y la cooperación interempresarial.

El club de producto Surfing Euskadi, por su parte, se creó en 2012 para, a través de una **alianza estratégica** entre prestadores de servicios e instituciones, estructurar, desarrollar, promocionar y comercializar el turismo de surf en Euskadi con criterios de profesionalidad, calidad y sostenibilidad. Su sistema de gestión contempla una mesa público-privada de representantes y asambleas de los miembros del club para valorar y validar planes y acciones.

Objetivos estratégicos:

- Diferenciar a Euskadi como un destino turístico ideal para la actividad náutica y en especial para el aprendizaje y la práctica del surf.
- Estructurar la actual oferta de turismo náutico y de surf y posicionarla en los destinos de interés.
- Crear un producto de calidad que sirva de elemento diferenciador respecto a otros destinos y que garantice una experiencia satisfactoria.
- Generar una red de cooperación empresarial basada en estrategias conjuntas de operación, gestión y comercialización.

Para más información consultar:

- https://turismo.euskadi.eus/contenidos/recurso_tecnico/aa30_folletos/es_def/folletos/2018/Turismo_activo_costa_vasca2018_CAST.pdf;
- <http://www.surfingeuskadi.eus>

c) PROGRAMA EXPERIENCIAL(153 empresas)

El Plan de Marketing de Euskadi 2010-2013 puso las bases de la oferta experiencial del turismo vasco. BASQUETOUR ha impulsado en los últimos años varias iniciativas en lo que se refiere al Programa Experiencial.

Las experiencias se han llevado a las diferentes iniciativas y soportes de promoción impulsadas desde BASQUETOUR, entre los que el portal de Euskadi Turismo (www.euskaditurismo.eus) es uno de los más relevantes.

Todo el proceso ha sido objeto de un plan de seguimiento y control, con el fin de garantizar la operatividad de las experiencias y velar por su calidad. Evaluaciones, cliente misterioso, encuestas a turistas, estadísticas de visitas al portal, estadísticas de compra, etc. han contribuido a enriquecer la oferta experiencial y, sobre todo, a conocer mejor lo que nuestros turistas y potenciales turistas demandan y esperan de la misma.

El conocimiento de los comportamientos y demandas de nuestros turistas/potenciales turistas, y el nuevo escenario estratégico para el turismo vasco diseñado desde el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco y desde BASQUETOUR.

“Un producto turístico es lo que compras, una experiencia turística es lo que recuerdas.”

Las experiencias no suceden por sí mismas; no son espontáneas. Al contrario, hemos de crearlas y diseñarlas estratégicamente para lograr momentos únicos. Buscaremos de forma inducida e intencionada una respuesta emocional de los turistas y excursionistas; y todo ello mediante estímulos y técnicas que fomenten su participación activa y la inmersión en sucesos y momentos únicos.

Unido a ello, las experiencias potenciadas desde BASQUETOUR se sustentan en 4 pilares:

- **Memorabilidad:** es el factor clave de la experiencia; aquello que consigue emocionar y fidelizar al cliente.
- **Atractividad:** se basa en los recursos y productos que sustentan la experiencia, en su poder de atracción y en la coherencia espacial – temporal de la experiencia en su conjunto.
- **Operatividad:** equipamientos e infraestructuras que permitirán al turista consumir la experiencia dentro de un contexto de “seguridad”.
- **Implementación:** facilidad de comercialización, al coste y al calendario de implementación.

Para más información consultar:

https://turismo.euskadi.eus/aa30-16970x/es/s12PortalWar/buscadoresJSP/buscadorD4D6.jsp?tip_oRecurso=D6&r01kLang=es#buscador

d) **TURISMO FAMILIAR (182 empresas)**

El turismo familiar representa el segundo segmento por perfil de turista que viene a Euskadi con un 23% y uno de los más importantes del mundo suponiendo el 33% de los viajes de ocio del mundo. Es por ello que se ha decidido trabajar con los principales subsectores que mayor impacto tienen en el viaje de una familia a un destino turístico; los alojamientos, la restauración y empresas de actividades turísticas.

En el último año se ha conformado un grupo de empresas especializadas que ya dan servicio a éste segmento y que cumplen con una serie de requisitos contrastados, el objetivo es incorporarles a la dinámica de análisis online para conocer el nivel de satisfacción de los clientes en relación al servicio prestado, para posteriormente establecer acciones correctoras o de apoyo de cara a mejorarlas.

Para más información consultar:

https://issuu.com/turismoeuskadi/docs/bajaturismo_familiar_castellano_201?mode=embed&layout=http://turismo.euskadi.eus/contenidos/recurso_tecnico/aa30_comun/es_def/folletosdigitales/issuu/custom/layout_euskadi.xml

Para el cumplimiento de los objetivos del servicio anteriormente presentados, en concreto para conocer la reputación online del conjunto del destino como de las empresas turísticas, se deberá tomar en cuenta:

- **Marco temporal.** Monitorización y recogida de información diaria durante 12 meses desde la firma del contrato, y una retrospectiva completa de los 12 meses anteriores a la firma del contrato. En este servicio es importante tomar en cuenta la relevancia de las temporadas en la actividad turística, por lo tanto, será necesario realizar análisis

específicos de la semana santa, verano y navidades, y asimismo, tomar en cuenta el calendario de eventos que se celebren en Euskadi.

- **Mercados.** Se analizarán las opiniones de los principales mercados emisores de turistas a Euskadi, por lo tanto, el proyecto se centrará en las conversaciones en los siguientes idiomas: euskera, castellano, francés, inglés y alemán.
- **Benchmarking.** El monitor de reputación online debe ser un proceso sistemático y continuo de análisis desde la perspectiva interna, competitiva, funcional y genérica

El **alcance del servicio** comprende todas las tareas que van desde el diseño y planteamiento general, la metodología, el proceso de trabajo, la producción de resultados, y el modelo de transferencia de los resultados al equipo de BASQUETOURL, y a los y las agentes públicos y privados del sector turístico de Euskadi.

En relación al **modelo de transferencia de resultados**, su diseño y desarrollo deberá cumplir los siguientes requisitos:

- acceso diario a los resultados a través de una herramienta online,
- informes de resultados tanto semestrales como anuales,
- informes de resultados personalizados para cada empresa objeto de estudio,
- los informes en versión bilingüe (en euskera y castellano).

Tras la adjudicación del servicio se convocará **una sesión preparatoria** del proyecto entre el personal de BASQUETOURL responsable del proyecto y la empresa adjudicataria. En dicha sesión preparatoria se facilitará toda la información y documentación necesaria para el desarrollo del proyecto, y participará todo el personal técnico implicado.

Asimismo, se celebrarán **reuniones periódicas** entre el personal de BASQUETOURL responsable del proyecto y la empresa adjudicataria en las cuales se consensuarán en el cronograma del proyecto, con el fin de informar del desarrollo del trabajo, e introducir modificaciones para mejorar su calidad y el ajuste a los objetivos de la investigación si se considera necesario. No obstante la adjudicataria deberá poder facilitar información diaria cuando se requiera.

4.- DURACIÓN DEL CONTRATO

El contrato finalizará a los **14 meses contados desde el día siguiente hábil al de la firma del contrato, y tras una sesión preparatoria del proyecto** entre BASQUETOURL y la empresa adjudicataria. Prorrogable 14 meses más desde el día siguiente hábil al de la finalización del contrato principal.

5.- PRESUPUESTO MÁXIMO

El presupuesto máximo para la ejecución del servicio **son cien mil euros (100.000 €), IVA no incluido.**

6.- DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR Y ESTRUCTURA DE LA OFERTA

Las propuestas se entregarán atendiendo al siguiente esquema:

- I. **Solvencia técnica de la empresa:** experiencia en el desempeño de servicios similares en instituciones y empresas, y/o experiencia del equipo propuesto.
- II. **Memoria explicativa** de las acciones y propuestas, de acuerdo al siguiente esquema:
 - (i) **METODOLOGÍA:** alcance de la metodología y técnicas para la extracción y análisis de la información. Visión del proyecto y planteamiento general.
 - (ii) **DISEÑO** del Plan de Trabajo: estructura y flujo de procesos con detalle de tareas propuestas a realizar y productos entregables.
 - (iii) **HERRAMIENTAS:** herramientas a utilizar de captura, extracción, depuración, análisis y difusión adecuadas para alcanzar los objetivos del proyecto.
 - (iv) **MEJORAS:** Otras cuestiones de interés que aporten valor al objetivo del proyecto
- III. **Oferta económica.**
- IV. **Declaración responsable** mediante la cual el licitador hace constar que cumple con las condiciones exigidas para contratar y de que dispone de la documentación que lo acredita, comprometiéndose a aportarla en el momento en el que el órgano de contratación se lo exija.

7.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Las propuestas se valorarán según los siguientes criterios:

1. **Calidad del servicio según la memoria presentada. 49 puntos.**

- 1.1. Metodología y tecnología aplicables a cada proyecto (máximo 25 puntos). Se valorará con mayor puntuación la visión del proyecto y planteamiento que más se adecúe a las necesidades y objetivos expresados en el Pliego de Bases Técnicas, y la capacidad de las herramientas tecnológicas utilizadas que faciliten la monitorización, explotación, y posterior utilización de los resultados de cada proyecto
- 1.2. Adecuación y calidad del plan de trabajo (máximo 7 puntos). Se valorará la calidad, coherencia y adecuación del plan de trabajo a las necesidades y objetivos de los servicios que figuran detallados en el Pliego de Bases Técnicas.
- 1.3. Sistemas de información a la dirección del trabajo de Basquetour dirigidos a lograr una adecuada comunicación entre la adjudicataria y Basquetour. (máx. 7 puntos). Se valorará con mayor puntuación el sistema de información propuesto más apropiado para la adecuada comunicación direccional entre la Dirección del Trabajo de Basquetour y la dirección del proyecto nombrada por la adjudicataria.
- 1.4. Equipo de trabajo, organización del trabajo, flexibilidad y aseguramiento del cumplimiento de objetivos planteados. (máx. 10 puntos). Se valorará con mayor puntuación al equipo propuesto más completo, capacitado y equilibrado para cumplir los objetivos definidos en el Pliego de prescripciones técnicas y que muestre mayor flexibilidad para el cumplimiento de los mismos.

2. **Precio. 51 puntos**

Precio de la gestión general: 51 puntos

Se valorarán mediante la fórmula:

$$\text{Puntos. Of} = \text{Max.P} \times \text{Pb} / \text{Pof}$$

Siendo:

Puntos.of = Puntuación asignada a cada oferta

Max.P = Máximo de puntos a asignar = 51

Pof = Precio de la oferta

Pb = Precio más bajo de las ofertas presentadas no consideradas anormales o desproporcionadas.

Se considerará anormal o desproporcionada la oferta económica que sea un 20% inferior a la media de todas las ofertas recibidas.

8.- PRECIO Y PAGOS

La facturación se realizará: el 30% del importe de adjudicación al inicio del servicio y el restante 70% del importe de forma proporcional respecto al periodo del contrato y el periodo establecido para la ejecución del servicio. El pago se realizará en un plazo máximo de treinta (30) días desde la recepción de la factura.