



*turismoaren  
euskal agentzia  
agencia vasca  
de turismo*

alameda urquijo, 36. 5<sup>a</sup> planta  
edificio plaza bizkaia  
48011 bilbao  
tel. +34 94 607 75 98  
fax: +34 94 607 75 98  
[www.basquestour.net](http://www.basquestour.net)

## **PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL “ESTUDIO PARA EL DESARROLLO Y GESTIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO MICE EN EUSKADI”**

### **1. ANTECEDENTES**

El Turismo Vasco aspira a ser reconocido social e institucionalmente como actividad capaz de generar riqueza y empleo, de traccionar otros sectores y actividades, contribuir a la calidad de vida y al bienestar de la ciudadanía, articular y desarrollar de forma sostenible el territorio, mejorar la notoriedad e imagen de Euskadi en el mundo como territorio atractivo, tanto para el desarrollo de la actividad turística, como para la localización de inversiones y talento.

Todo ello sobre la construcción colectiva de Euskadi como un destino turístico sostenible desde un punto de vista económico, social y ambiental, de calidad, accesible y atractivo para los mercados nacionales e internacionales prioritarios y para todas las personas.

Uno de los objetivos principales del eje 7 (Gobernanza: liderazgo y cooperación) del Plan de Competitividad e Innovación del Turismo Vasco 2010-2013 (en adelante PCITV 2010-2013), es el de desarrollar una adecuada gobernanza pública en clave transversal que pueda ejercer unos efectos multiplicadores sobre la mejora de la competitividad e innovación de Euskadi como destino turístico y de las empresas y resto de agentes que lo integran.

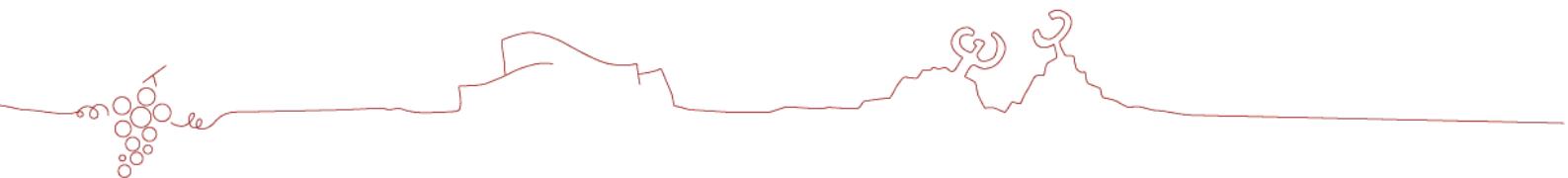
A través de este eje se trata en síntesis de facilitar el mejor marco público-privado de entendimiento y gestión de los nuevos retos individuales y colectivos en torno a una visión de futuro del turismo vasco 2010-2013 por la Viceconsejería de Comercio y Turismo del Gobierno Vasco, en el ejercicio del liderazgo que le corresponde, en el ámbito público-privado:

- Promover a corto medio plazo los máximos niveles de cooperación y corresponsabilidad de otras instituciones en base a la hoja de ruta que constituye el PCITV 2010-2013, así como los planes preexistentes y englobados en el mismo (Plan de Marketing Turístico de Euskadi 2010-2013, Planes directores, Planes de Producto, etcétera).
- Consensuar con el resto de departamentos del Gobierno las líneas de actuación e iniciativas que se van a trabajar conjuntamente durante el período.
- De la misma manera, la línea 7.2 del PCITV 2010-2013 - Liderazgo y promoción de la coordinación, cooperación y corresponsabilidad con el turismo en el ámbito institucional o público desde el respeto y asunción de los ámbitos de competencia de los distintos niveles administrativos - hace referencia a los siguientes puntos:
  - 7.2.1 Impulsar la coordinación interinstitucional
  - 7.2.2 Liderar una acción concertada de Gobierno en torno a un turismo competitivo y sostenible a partir de la coordinación y cooperación intradepartamental e interáreas.

#### **Plan de Competitividad e Innovación del Turismo Vasco 2010-2013 y Plan de Marketing Turístico**

La formulación de la estrategia para la competitividad del turismo vasco en el horizonte 2013 se ha construido a partir de la visión compartida de las/os agentes participantes en el proceso sobre el diagnóstico de situación de partida del turismo vasco que emana del análisis de competitividad de la industria turística vasca.

Para más información ver “**Plan de Competitividad e Innovación del Turismo Vasco 2010-2013 (Documento Ejecutivo)**” en el área de publicaciones de [www.basquetour.net](http://www.basquetour.net)



A lo largo del año 2009 se desarrolló el **Plan de Marketing Turístico de Euskadi 2010-2013**. En él se realizó una clasificación de producto en la que se priorizan los productos turísticos a desarrollar:

Los denominados **A**: City-Breaks, **Reuniones (MICE)**, Touring, Gastronomía y vinos: cuatro productos por los que Euskadi debe apostar fuertemente y que constituyen las líneas de máxima prioridad.

Los denominados **B**: Rural, Naturaleza y Aventura, Cultura y Eventos: sectores en los que Euskadi debe apostar pero con un nivel de intensidad y esfuerzo menor que en los prioritarios, debido a que en Euskadi su nivel de atractividad y de competitividad es menor.

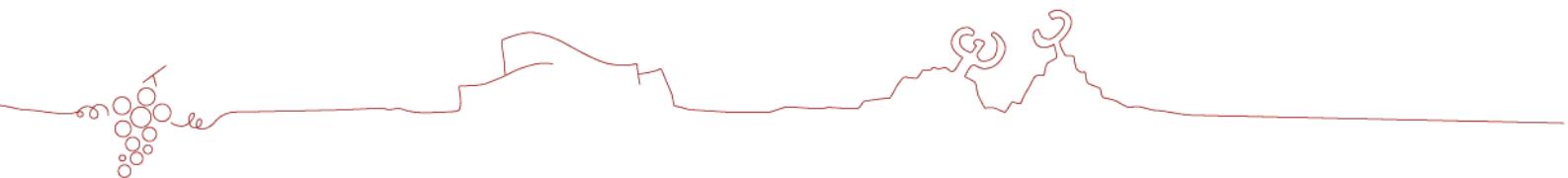
El Plan de Marketing Turístico de Euskadi 2010-2013 establece 1 meta, 3 objetivos, 5 estrategias de producto, 4 de comunicación, 6 de venta y 4 de infraestructura de Marketing, obteniendo un total de 51 tácticas.

Para más información consultar el Plan de Marketing Turístico de Euskadi 2010-2013 en el área de publicaciones de [www.basquetour.net](http://www.basquetour.net).

Dada la importancia del producto MICE en la estrategia turística de Euskadi, a lo largo del presente año 2011 se ha llevado a cabo un **Estudio para el desarrollo y gestión del producto turístico MICE (en adelante Estudio)**, el cual contiene los siguientes apartados:

Diagnóstico (análisis interno y externo):

- Aproximación al turismo MICE
- Análisis de la oferta
- Análisis de la demanda
- Análisis benchmark de destinos de referencia



Propuesta estratégica:

- Diagnóstico estratégico
- Propuesta de formulación estratégica
- Resumen de líneas de actuación

## **2. OBJETO DEL CONTRATO**

El presente concurso tiene por objeto contratar la asistencia de una empresa con contrastada experiencia en el desarrollo y gestión de productos turísticos (especialmente en el ámbito MICE), que lleve a cabo la implementación del **plan operacional** partiendo de la definición realizada en el Estudio. (Para obtener la versión completa del **Estudio para el desarrollo y gestión del producto turístico MICE**, deberán remitir un correo electrónico a [info@basquetour.net](mailto:info@basquetour.net) aceptando las condiciones reflejadas en el documento que se muestra en el Anexo).

Se solicita por tanto el apoyo (oficina técnica) en la implementación de dichas tácticas, debiendo definir previamente la hoja de ruta, priorizando y concretando cada una de las tácticas propuestas en el Estudio, todo bajo un escenario real de cara a operativizar el plan en base a los recursos disponibles tanto económicos como humanos.

En el Estudio, la formulación estratégica ha dado paso a la creación de tácticas o acciones específicas por cada estrategia planteada en relación a los siguientes ejes:

- En relación al producto y marca/destino
- En relación a la promoción y comercialización
- En relación a la profesionalización y desarrollo de cultura del sector
- En relación a la innovación y desarrollo tecnológico
- En relación a la gestión, organización e implementación del plan



### **3. CONTENIDO DE LA PROPUESTA**

Los licitadores deberán presentar para su valoración la siguiente documentación:

- Documento explicativo sobre la metodología a utilizar para realizar el trabajo encomendado.
- Propuesta de priorización de las acciones a abordar en los años 1 y 2 (de entre todas las propuestas en el documento correspondiente al plan MICE que debe solicitarse de acuerdo a lo estipulado en el punto 2 del presente pliego).
- Presentación del equipo técnico que destinarán a la acometida del proyecto: perfil de los recursos humanos destinados para cada actividad (formación y experiencia), valorándose perfiles con experiencia contrastada (teórica y práctica) así como dedicación de cada uno de los componentes del equipo a cada apartado. Deberá indicarse el número de horas comprometidas para cada miembro del equipo.

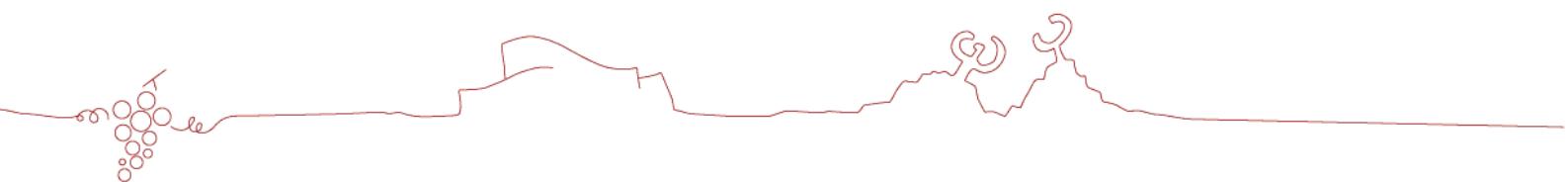
Se requiere que el/la responsable del proyecto contemple en la dedicación al proyecto la necesidad de que un alto porcentaje de las horas dedicadas (aproximadamente el 40%) sea en el propio destino (Euskadi), ya que se considera necesaria una relación in situ con el sector vasco implicado en la implementación del estudio debiendo adaptarse el número de horas de dedicación presencial del resto de especialistas implicadas/os en el trabajo a las necesidades que requiera la propuesta presentada por la empresa adjudicataria.



#### **4. TRABAJOS A REALIZAR POR PARTE DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA:**

Una vez asignado el proyecto y bajo la supervisión de Basquetour, la empresa adjudicataria deberá realizar las siguientes acciones:

- Planteamiento de una estructura de gestión (definición de un modelo de trabajo en red público y público - privado bajo normas o estándares de calidad)
- Definir una estrategia de trabajo para el desarrollo, gestión e implementación del producto para los **próximos 4 años** teniendo en cuenta la priorización y **propuesta de implementación** de las tareas que se definan para los **2 primeros años** (estableciendo un cronograma para la implementación de cada fase y sus correspondientes acciones).
- Definir un modelo de control y seguimiento de la actividad para la toma de decisiones.
- Presupuesto de actividad por eje y táctica
- Acompañamiento en la implementación (**Oficina técnica**) para el **primer año**:
  1. Elaborar un Plan de trabajo para su aprobación por parte de BASQUETOUR.
  2. Establecer un cronograma de reuniones de coordinación y seguimiento del Plan de trabajo y una entrega mensual y trimestral:
    - Informe de seguimiento de la asistencia, detalle de las horas y ejecución de las actividades.
    - Informe económico de la asistencia (parte de gastos).
  3. Gestión y coordinación de las diversas presentaciones y reuniones con los diferentes sectores implicados.
  4. Asistencia y coordinación en reuniones con cada ente gestor y administración correspondiente, en coordinación y bajo la supervisión del área de productos de Basquetour.
  5. Comunicación permanente con Basquetour de 9:00 a 18:00 horas durante la semana laboral a excepción de puentes y festivos.



6. Diseño de una planificación conjunta junto al área de productos de Basquetour y en coordinación con el área de competitividad y de marketing y sus respectivas unidades:

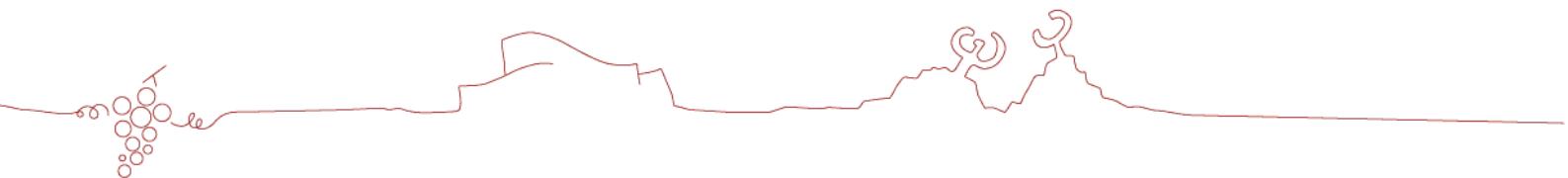
6.1 Coordinación con el **Área de Competitividad** a través del área de producto en el desarrollo de la implantación de las líneas de producto y de entes gestores del territorio a través de las siguientes acciones:

- Desarrollo territorial
- Implantación de los sistemas de Calidad en Destino.

6.2 Coordinación y apoyo técnico en el diseño y gestión en la implementación de los planes de promoción que se definirán por la adjudicataria (diseño, valoración, ejecución y evaluación de los mismos) y coordinar y unificar todas las acciones y recursos de promoción y comercialización turística con el **Área de Marketing** de Basquetour (Unidades de Promoción y Ventas):

- Elaboración y ejecución del plan de marketing del producto MICE desarrollando las acciones, actividades y publicidad de acuerdo con el Plan de Marketing general.
- Asesoramiento y colaboración en:
  - Contratación de los diferentes elementos promocionales.
  - Diseños, creatividades, adaptaciones de contenidos, cambios y adaptaciones en diseño y maquetación tanto online como offline...
  - Viajes de prensa y touroperadores.
  - Apoyo técnico en la gestión de jornadas, workshops, así como actividades promocionales: eventos, ferias...
  - Acciones club de producto.
  - Definición y coordinación en la prospección de mercados.

6.3 Con la Unidad de **Comunicación**.



- Propuestas de mejora y actualización de los contenidos referentes al producto MICE de la Web de Turismo Euskadi.
- Asesoramiento, Gestión y colaboración en la contratación de los diferentes elementos promocionales, colaboración en la Gestión de la campaña de medios, inserciones, desarrollo de seguimiento con la empresa adjudicataria del Plan de Medios 2011-2012.
- Apoyo técnico, coordinación y seguimiento de la comunicación interna y externa del producto.

#### **5.- DOCUMENTACIÓN A ENTREGAR A LA FINALIZACIÓN DEL PROYECTO:**

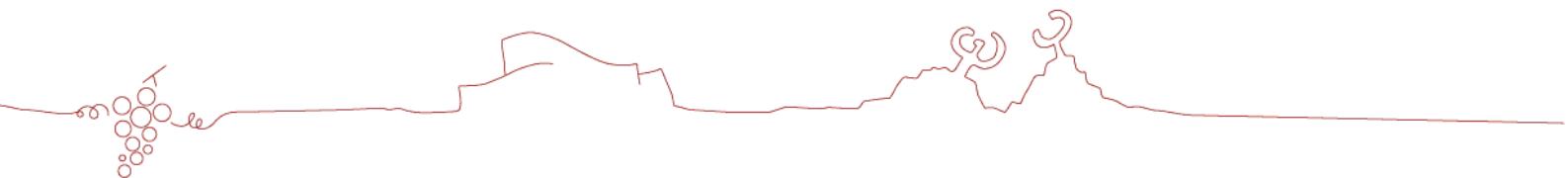
A la finalización del contrato y una vez obtenido el visto bueno por parte de Basquetour, se realizará entrega de los siguientes documentos:

- Informe/memoria de la actividad desarrollada, en euskera y castellano, adaptado y enmaquetado en los siguientes formatos: pdf, .ppt y .doc. Además se facilitarán 4 copias en papel encuadrernadas.
- Documento ejecutivo: resumen de la memoria de actividad. Se tratará de una versión pública del documento que se utilizará para presentaciones al sector. Deberá entregarse en euskera y castellano, adaptado y enmaquetado en los siguientes formatos: pdf, .ppt y .doc. Además se facilitarán 4 copias en papel encuadrernadas.

#### **6.- SUPERVISIÓN Y CONTROL**

Incumbe a la Agencia Vasca de Turismo BASQUETOUR, ejercer de una manera continuada y directa la inspección y vigilancia de los trabajos. A este fin, el adjudicatario facilitará el examen de cualquier proceso o fase del trabajo. El adjudicatario deberá fijar un calendario de reuniones de seguimiento del estudio.

La Agencia Vasca de Turismo BASQUETOUR ayudará al adjudicatario facilitándole la información que posea y colaborará con él para conseguir el acceso a las fuentes de información ajenas a ella.





La dirección de los trabajos será ejercida por un representante de la Agencia Vasca de Turismo BASQUETOUR, que actuará de coordinador y supervisor. Asimismo todo cambio o modificación sobre la propuesta adjudicada, deberá contar con el acuerdo de BASQUETOUR que en todo momento podrá indicar variaciones en las directrices de los trabajo.

#### **7.- CONFIDENCIALIDAD Y PROPIEDAD DEL TRABAJO**

Los informes y todos los datos en ellos contemplados, así como los que de ellos resulten, son propiedad exclusiva de BASQUETOUR

Del mismo modo, contarán con carácter confidencial, y no podrán ser publicados, ni en todo ni en parte, o utilizados de cualquier otro modo sin la expresa y previa autorización escrita del BASQUETOUR

En ningún momento, el adjudicatario podrá hacer declaraciones públicas sobre los proyectos, sin la expresa y previa autorización de BASQUETOUR.

