

CONCURSO
OFICINA NACIONAL DE TURISMO DE CROACIA

CONVOCATORIA PARA LA ELECCIÓN DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD 2014

La Oficina Nacional de Turismo de Croacia convoca el concurso para la elección de la AGENCIA DE PUBLICIDAD / MEDIOS que programará y ejecutará la campaña publicitaria en **la prensa** para el año 2014.

Las empresas que quieran concursar deben cumplir los siguientes requisitos en forma y contenido.

PRERREQUISITO

- La empresa debe aportar un documento acreditativo de inscripción en el registro mercantil que valide la capacitación para la ejecución de las actividades previstas y un certificado de liquidez financiera.
- Si los GRP reflejados en los posts buy análisis resultan inferiores a los presentados en la propuesta y acordados en el contrato, la Oficina Nacional de Turismo de Croacia se reserva el derecho de reducir el pago en el porcentaje del desvío del GRP objetivo.

PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

- La propuesta para este medio/canal debe estar redactada en inglés y enviarse por duplicado en 2 sobres cerrados indicando: el nombre y dirección de la empresa y CONCURSO DE PUBLICIDAD EN ESPAÑA MEDIOS OFFLINE RADIO. La dirección de envío es: Oficina Nacional de Turismo de Croacia, C/ Claudio Coello, 22 – Portal B – 1ºC, 28001 Madrid. Es necesario facilitar la propuesta también en formato electrónico en un CD. Otros métodos de entrega de la oferta no son válidos.
- **La fecha límite para la presentación de la propuesta es el lunes, 24 de marzo de 2014 hasta las 12.00 h.**
- La propuesta debe tener validez de 60 días.
- Los resultados finales del concurso o su anulación se comunicarán en el plazo de 30 días del cierre del concurso.
- La Oficina Nacional de Turismo de Croacia se reserva el derecho de dejar desierto el concurso o cualquiera de sus áreas, si se considera que no alcanza los niveles de calidad requeridos.
- Cada propuesta debe ir acompañada del cálculo de datos solicitados en el formulario excel que se facilita junto con las bases y el cual incluye el cálculo de los objetivos marcados en GRP y Reach.
- La propuesta debe prever el trabajo de adaptación y/o producción y el coste tiene que ir incluido en la propuesta.
- La propuesta debe incluir un post buy análisis, en inglés, que se facilite mensualmente y otro al final de la campaña recapitulando lo anterior. El coste del post buy análisis debe estar incluido en la propuesta.
- La propuesta debe prever una persona de contacto para la Oficina de Turismo de Croacia, cuyo nombre y datos de contacto se facilitarán a la firma del contrato, así como un sistema de monitorización de la campaña en curso. Los correos de la Oficina de Turismo de Croacia deben ser contestados en el plazo máximo de 48 horas, y de no ser así, la Oficina de Turismo de Croacia se reserva el derecho de rescindir el contrato.

- La propuesta económica debe ir sin IVA y los importes deben estar indicados en euros y también en la moneda nacional croata (kuna). El tipo de cambio a aplicar es 1 € = 7,6 HRK.
- La propuesta debe estar impresa a máquina con tinta indeleble, no se aceptarán propuestas a mano. Las páginas deben ir enumeradas y mostrar el número de páginas totales.
- Durante el plazo de vigencia del concurso se puede modificar la oferta, complementarla o renunciar. En el caso de que hubiese modificaciones en la propuesta deben ir indicadas, reflejadas, fechadas, firmadas y selladas por parte de la persona autorizada. El proceso de entrega de la documentación posterior es idéntico al de la entrega inicial.
- Rellenar el Anexo 1 del presente documento (de forma mecánica) e incluirlo en la propuesta de cada canal/medio a la que aplican.
- La propuesta debe incluir un índice que refleje toda los anexos/documentación enviada.
- Solo se tomaran en consideración propuestas que se ciñan exactamente a las pautas indicadas en el concurso público tal y como está recogido en el presente documento y no se aceptaran propuestas alternativas.
- La convocatoria del concurso se publicará en la página web de la Oficina Nacional de Turismo de Croacia en www.croatia.hr y en la página web de la delegación en España.

La fecha límite de la entrega de la propuesta es el lunes, 24 de marzo a las 12.00 horas.

La fecha de apertura de las propuestas es el lunes, 24 de marzo a las 12.00 horas.

El lugar de la apertura de las propuestas es la Oficina Nacional de Turismo de Croacia en España, c/ Claudio Coello, 22, portal B, 1ºC, 28001 Madrid.

FACTURACIÓN

- Las facturas deben ser emitidas en euros y exentas de IVA, irán a nombre de la Oficina Nacional de Turismo de Croacia en Zagreb (con VAT: **HR72501368180**, los datos se pueden comprobar en la base de datos internacional VIES). La agencia contratada emitirá las facturas indicando su CIF y datos bancarios completos (nombre y dirección de la entidad bancaria, número de cuenta, IBAN y SWIFT). En la parte del IVA tendrán que indicar „**Reverse charge**“.
- Se puede facturar por el total de la campaña o de manera mensual. En todo caso la factura debe de ir acompañada de un post buy análisis, en inglés, de la parte de la campaña realizada y con la última factura presentar un post buy análisis, en inglés, de la totalidad de la campaña. No se harán pagos por adelantado.
- Las facturas con la indicación „Račun za usluge offline oglašavanja” deben enviarse a la delegación de la Oficina de Turismo en Madrid, quien se encargara de su revisión y envío a la Oficina central de en Zagreb. Deben ir acompañadas de la:
 - Copia del contrato firmado
 - Especificación detallada de la campaña contratada y ejecutada incluyendo el país y fechas de realización
 - El valor y porcentaje del presupuesto total por revista/periódico, fechas
 - Información del Reach 1 y Reach 5 y GRP
 - Los comprobantes de la realización de la campaña: ejemplares originales de las revistas y periódicos
 - Post buy análisis

- Las facturas recepcionadas en la Oficina central, y que estén acompañadas de la documentación completa, se pagaran en el plazo de 30 días desde la recepción. En caso de que la documentación sea incompleta, la Oficina central no podrá realizar el pago de la factura del mes anterior.
- El concursante no reclamará a la Oficina Nacional de Turismo de Croacia el pago de facturas que no estén debidamente justificadas ni acompañadas con la documentación anteriormente indicada.

OBJETIVOS Y CANALES DE LA CAMPAÑA

El objetivo de la campaña es potenciar a través de la publicidad el incremento de llegadas de turistas al destino en la pre y post temporada (hasta el 30 de junio y a partir del 7 de septiembre), así como el incremento de llegadas a las regiones de Croacia continental, incremento del gasto medio por viajero en el destino y el fortalecimiento de la marca de Croacia.

Posicionamiento de Croacia

Croacia es un destino con:

- Bella naturaleza y diversidad natural
- Bella costa y mar
- Rica herencia cultural e historia
- Rica y variada gastronomía

Público Objetivo

- A Parejas: edades entre 30-39, 40-54, 55+, ingresos medio altos
- B Familias: edades entre 30-39, 40-54, ingresos medio altos / altos
- C Amigos: edades 18-29, ingresos medio altos / altos
- D Género: Hombre y mujer de manera equitativa
- E Residencia: población en ciudades con mas de 100.000 habitantes
- F Educación: media y superior.
- G Motivo de viaje: relajación, investigación y descubrimiento, disfrute.
- H Frecuencia de viajes: personas que realizan como mínimo 1 o más viajes turísticos al año, que han viajado antes y que están familiarizadas con destinos parecidos.
- I Uso de Internet: personas que están familiarizadas con internet, y que lo usan para buscar inspiración e información sobre un destino antes de realizar reservas del viaje.

Los productos

Primarios:

- Sol y playa
- Intereses especiales
- Viajes cortos
- Náutica
- Camping
- Cultura y touring
- Vino y gastronomía
- Congresos

Secundarios:

- Turismo relacionado con belleza natural
- Viajes de negocios / reuniones
- Turismo de aventura y deporte
- Ciclismo

Terciarios

- Vacaciones cortas
- Turismo rural y de montaña
- Turismo de salud / wellness
- Golf

Campaña en la prensa

Desarrollo de la campaña basado en las experiencias y emociones del viajero.

A continuación pasamos a definir la distribución presupuestaria por medio y prioridad.

PRENSA:

Presupuesto: **349.600 HRK / tipo de cambio 1 € = 7,60 HRK / 46.000 €**

Periodo de campaña: Mayo – Septiembre de 2014.

Datos necesarios:

Reach 1 + = Público objetivo que verá la publicidad de la O.T. de Croacia en prensa al menos 1 vez.

Reach 5 + = Público objetivo que verá la publicidad de la O.T. de Croacia en prensa al menos 5 veces.

GRP (Gross Media Rating) Completo

Plan de Medios

La propuesta debe incluir el precio y los datos numéricos indicados: Reach 1, Reach 5 y GRP Completo para cada medio, calculándolos posteriormente de forma global para el total de la campaña en prensa.

La publicidad en revistas se hará con la inserción de 1 página en color. En periódicos se pueden hacer publirreportajes y publicidad de mínimo 1/4 página en color. Se usará la creatividad existente, no obstante hay que incluir las adaptaciones a los distintos soportes.

Se busca el máximo número de inserciones únicas en los siguientes medios:

45% Revistas de viaje: Viajar, De Viajes, Viajes National Geographic, Conde Nast Traveler, Lonely Planet, Viajeros, Rutas del Mundo, Aladierno (Air Nostrum).

30% Revistas de lifestyle: Vanity Fair, Telva, Grazzia, Vogue Novias.

15% Revistas especializadas: Clio (historia), Historia National Geographic, Caravaning & Camping, Buceadores (buceo), Oxígeno,

10% Periódicos: El Periódico de Cataluña, La Vanguardia.

Anexo 1. de la propuesta

Formulario de la propuesta

Propuesta para offline publicidad en la prensa para la campaña de publicidad en España en 2014 de la Oficina Nacional de Turismo de Croacia en Madrid.

| | |
|---|--|
| Nombre de la empresa | |
| Dirección de la empresa | |
| CIF | |
| Teléfono | |
| Fax | |
| E-mail | |
| Nombre y apellido de la persona responsable | |
| Persona de contacto | |
| Validez de la oferta hasta | |

SELLO Y FIRMA DE LA PERSONA
RESPONSABLE
