

PLIEGO PARA LA CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE COMUNICACIÓN Y SOCIAL MEDIA PARA LA ASOCIACIÓN CLUB DE PRODUCTO CICLOTURISMO EN MADRID

1. Objetivos de la acción

Esta acción se encuadra dentro de las iniciativas de creación, promoción y mejora del producto cicloturista que la Asociación Club de Producto Cicloturismo en Madrid está llevando a cabo en la región. Esta actuación se incluye entre las actividades que la Asociación realiza al amparo de la subvención nominativa concedida por la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid para el año 2026.

El objetivo principal de esta contratación es el diseño, automatización y ejecución integral del Plan de Marketing de la Asociación, con el fin de captar potenciales asociados, fidelizar a los socios actuales y visibilizar los destinos e itinerarios de cicloturismo de la Comunidad de Madrid (marca CiclaMadrid).

A través de campañas de publicidad segmentadas, la creación regular de contenidos en redes sociales, la gestión de newsletters y la difusión de notas de prensa, se busca consolidar el Club de Producto y transmitir de forma coordinada el dinamismo, la sostenibilidad, la accesibilidad y la riqueza turística de las rutas madrileñas mediante un enfoque fresco, profesional y de alto impacto estratégico.

2. Alcance de los trabajos y requerimientos técnicos

2.1. Organización y gestión

Cronograma de acciones y organización: Se elaborará, de manera única al inicio del contrato, un calendario con la planificación temporal de todas las actuaciones previstas. Además, de acordar la forma de relacionarse con la persona designada de CiclaMadrid.

Definición de objetivos y KPIs: Al inicio de la prestación del servicio, y por una sola vez, la empresa adjudicataria procederá a la definición estratégica de los objetivos, indicadores clave de rendimiento (KPIs) y metas cuantificadas que guiarán la estrategia.

Seguimiento mensual y posibles propuestas de mejora: Con una periodicidad mensual, la empresa realizará un análisis del rendimiento de las acciones ejecutadas.

2.2. Estrategia de redes sociales.

Las actuaciones en los canales sociales oficiales de CiclaMadrid (especialmente LinkedIn e Instagram) se someterán a los siguientes requisitos de carácter semanal:

Creación de creatividades: Elaboración de, al menos, dos creatividades (carrusel o vídeo) semanales, adaptando el formato a las especificidades y

perfiles de LinkedIn e Instagram.

Gestión de comunidad y respuestas: Monitorización y respuesta, al menos semanal, a los comentarios, dudas y mensajes privados de los usuarios en las redes sociales.

Interacción con asociados: Revisión semanal de las publicaciones de los miembros de la Asociación, realizando interacciones directas (comentarios, "me gusta") para fomentar las sinergias del Club de Producto.

Publicación: Programación y difusión periódica y semanal de los contenidos aprobados en los canales correspondientes.

2.3. Campaña de captación de leads

Campañas de publicidad digital (LinkedIn Ads y/o Meta Ads): Diseño e implementación de una campaña de anuncios segmentada específicamente de forma diferenciada para dos públicos objetivos: Ayuntamientos y Empresas.

La propuesta económica presentada por los licitadores deberá incluir de manera explícita la partida presupuestaria destinada a la inversión publicitaria en estas plataformas (compra de medios/anuncios). Dicho coste correrá enteramente a cargo de la agencia adjudicataria y nunca será asumido de forma adicional por CiclaMadrid.

Desarrollo de Landing Page: Diseño y puesta en marcha, por una sola vez, de una landing page optimizada para la conversión, enfocada bajo la temática "Asociación: qué es, beneficios y cómo unirse", con el fin de captar nuevos leads y potenciales socios.

2.4. Lead magnets y otros documentos

El adjudicatario redactará, diseñará y entregará, por una sola vez al inicio del servicio, los siguientes materiales corporativos y de atracción:

Guía para Ayuntamientos: Manual digital orientado a administraciones locales con las pautas para convertirse en un Destino Cicloturista de éxito.

Guía para Empresas: Documento formativo e informativo enfocado a proveedores de servicios para atraer y fidelizar al cliente cicloturista.

Presentación comercial y ventajas de socio: Dossier de ventas en formato digital dirigido a la captación de potenciales nuevos socios para CiclaMadrid.

2.5. Creación, gestión y automatización de la newsletter.

Redacción y diseño: Conceptualización, maquetación y envío de un boletín electrónico al menos al trimestre con información de interés general de CiclaMadrid y del sector del cicloturismo.

Integración tecnológica: Contará con herramientas profesionales de email marketing y gestión de clientes (CRM).

Analítica de envíos: Seguimiento técnico y estadístico del impacto de los envíos (tasas de apertura, clics, bajas, etc.).

Automatizaciones (Workflows): Configuración técnica y redacción de flujos automatizados de correo electrónico, incluyendo, como mínimo, mensajes automatizados de bienvenida y confirmaciones de inscripción a eventos.

2.6. Relación con medios y notas de prensa

Elaboración de notas de prensa: Redacción y diseño de notas de prensa oficiales de la Asociación.

Difusión a medios: Distribución y envío de los textos informativos a los medios de comunicación locales, nacionales y especializados a través de la base de datos de periodistas de la agencia, previa aprobación de CiclaMadrid.

Clipping de prensa: Recopilación, seguimiento y valoración del impacto de las apariciones conseguidas en los diferentes medios de comunicación masivos y sectoriales.

3. Entregables

Tras la firma del contrato la empresa entregará el cronograma de acciones y organización, así como la definición de objetivos y KPIs. Del mismo modo presentará la base de datos inicial de medios de comunicación.

El día 1 de diciembre de 2026 la empresa presentará un informe de los trabajos realizados que deberán incluir al menos los siguientes:

- **Resultados de los trabajos en redes sociales:** Informe con las métricas conseguidas.
- **Base de datos de leads:** Registro estructurado y segmentado de los contactos cualificados captados a través de las campañas (LinkedIn Ads / Meta Ads) y de la landing page específica de la Asociación.
- **Procedimientos para los envíos de correos electrónicos cumpliendo con la normativa vigente:** Términos y condiciones aceptados por los interesados para recibir la newsletter.
- **Notas de prensa elaboradas:** Recopilación de los textos redactados.
- **Newsletter desarrolladas:** Archivo de los boletines informativos diseñados y enviados, junto con la analítica de sus correspondientes tasas de apertura y clics.
- **Materiales corporativos de captación:** Entrega de los documentos de valor estratégico diseñados (Guía para Ayuntamientos, Guía para Empresas, Presentación comercial).

4. Plazo de ejecución

Desde la firma del contrato hasta el 31 de diciembre 2026.

5. Presentación de propuestas

Las propuestas se presentarán exclusivamente a través del correo electrónico de la Asociación (gerencia@cyclemadrid.com). El plazo de presentación de propuestas finaliza el próximo día **17 de julio de 2026 a las 14:00 horas**.

Las empresas candidatas deberán adjuntar en su mensaje:

1. Una propuesta económica detallada que especifique el alcance del servicio (incluida la inversión publicitaria descrita anteriormente).
2. Un portfolio técnico que acredite su experiencia y calidad en la prestación de servicios similares, y de manera muy preferente, proyectos de promoción turística o cicloturismo.

6. Criterios de valoración

Oferta económica (51 puntos): La oferta económica que optimice mejor la relación coste/rendimiento o que presente la tarifa más ventajosa para la Asociación obtendrá la puntuación máxima.

Nota obligatoria: Los licitadores deberán desglosar e incluir de manera explícita dentro de su propuesta económica la partida presupuestaria destinada a la inversión publicitaria en plataformas digitales (LinkedIn Ads y/o Meta Ads) para las campañas de captación. Este coste correrá enteramente a cargo de la agencia.

Las demás ofertas recibirán una puntuación proporcional conforme a la fórmula estándar del Club de Producto que se especifica más adelante.

Valoración del Portfolio Técnico (Máximo: 35 puntos). Se evaluará la calidad técnica, el enfoque estratégico, la capacidad narrativa y la creatividad del portfolio aportado por la agencia candidata. La comisión de valoración de la Asociación prestará especial atención a la experiencia demostrada en los siguientes campos:

Gestión de redes sociales y creación de contenidos (LinkedIn e Instagram), campañas de captación B2B dirigidas a administraciones y empresas, email marketing y automatización, relaciones con medios y gabinete de prensa.

Se valorará especialmente experiencia en creación y/o desarrollo de planes de marketing para empresas de turismo, desarrollo local, sostenibilidad o cicloturismo.

Estrategia de Comunicación (14 puntos): Se valorará la calidad y adecuación de la estrategia presentada, atendiendo a criterios como:

- Coherencia con los objetivos del proyecto

- Enfoque por canales y públicos
- Medios y formatos propuestos
- Creatividad e innovación
- Redacción de las propuestas
- Conocimiento actual de las redes sociales.

Cálculo de la puntuación: Esta nota se obtendrá mediante la media aritmética de los puntos otorgados de forma individual por los miembros de la comisión de valoración de la Asociación, redondeando el resultado al segundo decimal mediante la siguiente fórmula:

$$Y=51*(XO/X)$$

Donde:

- **Y = puntuación de la oferta evaluada**
- **XO = importe de la oferta más baja presentada por los licitadores admitidos**
- **X = importe de la oferta a valorar**

Todas las puntuaciones se redondearán al segundo decimal.

7. Forma de pago

El pago de este contrato se realizará en dos pagos. El primero será del 50% del importe total y se realizará a la firma del contrato. El segundo pago será de un 50% y se realizará a la finalización del contrato.

8. Precio máximo

El precio máximo establecido será de 10.000 € (IVA incluido).