

TRACATAMENT I SELECCIÓ DE RESIDUS, S.A.

CONTRATACIÓN DE UN PARTNER DE INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA PARA BARCELONA ENERGIA.



Barcelona Energia

Operador
elèctric metropolità

NÚMERO DE EXPEDIENTE CTTE662

1. Antecedentes

Barcelona Energia ha detectado la oportunidad de, a través de disponer de mejor información sobre el usuario de energía de Barcelona y su Área Metropolitana, poder optimizar sus recursos para ofrecer un mayor valor añadido a este, tanto a través de su comunicación como de su servicio, y de este modo impactar mejor en la ciudadanía y acelerar la transición energética.

La finalidad de los pliegos objeto del presente procedimiento es definir las características técnicas a las cuales debe ajustarse esta contratación mediante el procedimiento abierto y sujeto a regulación armonizada. El nombre que se establece para el procedimiento es "contratación de un partner de investigación estratégica para Barcelona Energia".

2. Objeto

El objeto del presente pliego es el establecimiento de las prescripciones técnicas que regirán el contrato de un partner de investigación estratégica para Barcelona Energia.

3. Duración del contrato

La vigencia de este contrato se establece en tres años a contar a partir de la fecha siguiente a la formalización del mismo, con posibilidad de prórroga expresa anual con el máximo de dos anualidades (3 + 1+ 1).

4. Normas generales

El contratista estará obligado a cumplir con todos los requisitos que se describen en este pliego, y en las condiciones que se indican, y será el responsable a todos los efectos.

5. Resultados esperados del servicio

Barcelona Energia espera obtener información sobre el usuario de electricidad de Barcelona y su Área Metropolitana para poder establecer una relación óptima con todos los ciudadanos de acuerdo con las demandas, preocupaciones, motivaciones y necesidades de cada perfil y también continuar optimizando un servicio de excelencia.

Más concretamente, hay cuatro grandes puntos que se deben cubrir bajo el presente contrato:

1. Evaluación de la evolución anual del conocimiento y percepción de Barcelona Energia y principales KPI estratégicos de Barcelona Energia en base a la información representativa obtenida de la ciudadanía de Barcelona y su Área Metropolitana (36 municipios en total).
2. Elaboración de una estrategia de segmentación y creación de perfiles tipo de la ciudadanía responsable o con parte de responsabilidad en la contratación de servicios de suministro eléctrico en Barcelona + Área metropolitana que vaya más allá de criterios socio-demográficos para que nos aporte todos los matices necesarios para conocer al 100% a los distintos perfiles y así poder responder a una sencilla pero retadora pregunta: ¿Quiénes son, cómo son y qué debemos tener en cuenta para dirigirnos a estas personas y conseguir su máxima satisfacción?

3. Definir y analizar el proceso de búsqueda y contratación de una compañía eléctrica de los segmentos estratégicos definidos en el estudio anterior y construir un análisis del ciclo de vida de las personas usuarias de Barcelona Energia. Para así configurar un protocolo estratégico de comunicación enfocado a usuarios potenciales y usuarios actuales de Barcelona Energia que logre su máxima satisfacción.
4. La obtención de otra información relativa a la ciudadanía de Barcelona y su Área Metropolitana que pueda ser necesitada durante la vigencia del contrato de colaboración

6. Metodología de trabajo y alcance del servicio

El adjudicatario del presente proyecto podrá seguir la metodología propia que considere adecuada para la ejecución de los trabajos. No obstante, se deberá alinear con la metodología propia de Barcelona Energia para la ejecución de proyectos y asegurar la entrega de los entregables de cada una de las fases del proyecto. En concreto, debe:

- Participar activamente en todas las reuniones del tipo que sean (informativas, de trabajo, de revisión, de aceptación, etc.).
- Tener en cuenta las actuaciones y decisiones previas, y que para su cometido deberá coordinarse en todo momento con los equipos, tanto internos como externos, responsables de tales actuaciones previas.
- Asegurar una correcta transferencia de conocimiento al personal de Barcelona Energia que participe en el proyecto, tanto en cuanto a la metodología de trabajo como en cuanto a las herramientas específicas que se utilicen, organizando actividades de formación a medida y entregando la documentación que sea necesaria.

En cuanto a la estructura global del servicio, el proyecto se divide en tres grandes puntos.

1. Tracking de marca anual

Este estudio debe permitir una evaluación de la evolución anual de los principales KPIs de marca (conocimiento, relevancia e imagen).

Incluye:

- Estudio cuantitativo con metodología online, cuestionario autoadministrado.
- Diseño de cuestionario
- Programación, test de calidad y seguimiento
- Análisis de datos
- Informe
- Infografía
- Presentación de resultados
- Target: hombres y mujeres 18-65 años que sean responsables o tengan parte de responsabilidad en la contratación de servicios de suministro eléctrico en Barcelona + Área metropolitana
 - Error muestral global de máximo $\pm 4,4$ para un nivel de confianza mínimo de 95%
 - Representatividad de la sociedad garantizada a través de cuotas de género, edad o clase social.
 - Submuestra de clientes actuales de Barcelona Energia (BBDD proporcionada por Barcelona Energia).

- Debe cubrir:
 - Conocimiento espontáneo y sugerido de energéticas
 - Familiaridad con las compañías
 - Asociaciones espontáneas
 - Grado de conocimiento de productos o tarifas
 - Engagement: ¿es una marca que gusta y por qué?
 - Intención de cambio de compañía y en qué status se encuentra: se lo plantea, ha empezado a mirar, está comparando o si se ha cambiado recientemente.
 - Razones de cambio (precio, sostenibilidad, etc)
 - Grado de importancia (factores de retención)
 - Grado de satisfacción (factores de retención)
 - NPS (Net Promoter Score)
 - Consideración de energéticas
 - Seguimiento de los touchpoints de comunicación que trabaja Barcelona Energía (redes sociales, actos políticos, prensa, site oficial, etc.)
 - Para conocedores y usuarios actuales:
 - Atributos de imagen
 - Grado de valoración de los atributos de imagen estratégicos de la marca en relación a la competencia.
 - Aspectos positivos destacados (último año)
 - Aspectos negativos destacados (último año)
 - Áreas de mejora de la marca
 - Grado de satisfacción clientes actuales
 - Otros elementos propuestos por el licitador para cubrir los objetivos del proyecto y del output.
- Output:
 - Tracking de notoriedad y percepción de la marca respecto a la competencia
 - Identificación de principales palancas coyunturales y estructurales de la contratación eléctrica.
 - Factores críticos de retención y grado de consecución entre usuarios
 - Evaluación de los puntos fuertes y débiles de la compañía en el último año
 - Grado de satisfacción de clientes actuales
 - Oportunidades de interlocución con usuarios y público potencial
 - Diseño de herramienta de tracking para agregar resultados a futuras olas

2. Segmentación de mercado + Customer Journey.

Fase 1: Segmentación de mercado:

Elaboración de una estrategia de segmentación y creación de perfiles tipo de la ciudadanía responsable o con parte de responsabilidad en la contratación de servicios de suministro eléctrico en Barcelona + Área metropolitana que vaya más allá de criterios socio-demográficos para que nos aporte todos los matices necesarios para conocer al 100% a los distintos perfiles y así poder responder a una sencilla pero retadora pregunta: ¿Quiénes son, cómo son y qué debemos tener en cuenta para dirigirnos a estas personas y conseguir su máxima satisfacción?

Incluye:

- Diseño de la metodología.
- Diseño de cuestionario o cuestionarios
- Ejecución del campo, programación, test de calidad y seguimiento.
- Análisis de datos
- Informe
- Infografía
- Presentación de resultados con recomendaciones estratégicas
- Debe cubrir:
 - Detalle sociodemográfico
 - Relación con las eléctricas (es la primera compañía contratada, cuánto tiempo llevan con su compañía, cada cuánto tiempo se plantean cambiar...)
 - Relación y actitud hacia el sector eléctrico.
 - Grado de conocimiento del sector eléctrico.
 - Proceso de información
 - Pautas de relación con el acceso y consumo de energía.
 - Hábitos de consumo de energía.
 - Grado de satisfacción con la compañía eléctrica contratada
 - Razones de satisfacción
 - Actitudes hacia la sostenibilidad y frecuencia de actividades relacionadas con la sostenibilidad
 - Relevancia de valores de las energéticas (transparencia, sostenibilidad, honestidad, precio...)
 - Factores de importancia
 - Aficiones e intereses
 - Ideología o tendencia política
 - Relación y valoración con los servicios públicos.
 - Consumo de medios
 - Credibilidad de distintos claims por parte de Barcelona Energía
 - Otros elementos propuestos por el licitador para cubrir los objetivos del proyecto y del output.
- Output
 - Segmentación representativa del usuario potencial de Barcelona y AMB
 - Nombre del perfil
 - Características de cada perfil (portrait) sociodemográfico, actitudinal, valores, conocimiento y relación con el sector, distribución geográfica, consumo eléctrico...
 - Drivers y barreras en el cambio de comercializadora de cada perfil
 - Factores de cambio y retención de cada perfil
 - Dimensión en volumen de cada perfil dentro del universo total de Barcelona + AMB (18-65 años responsables de la contratación de compañía eléctrica)
 - Ratio de conversión potencial/afinidad hacia Barcelona Energia
 - Penetración de cada perfil entre los usuarios actuales de Barcelona Energia.
 - Oportunidades de captación y retención en posteriores campañas de marketing y comunicación.

- Recomendación de segmentos estratégicos para Barcelona Energia con su correspondiente argumentación.

Cada perfil debe ser traducible a unas variables de segmentación digital para la creación de campañas específicas para cada perfil.

Fase 2: Customer Journey:

Definir y analizar el proceso de búsqueda y contratación de una compañía eléctrica de los segmentos estratégicos definidos en el estudio anterior y construir un análisis del ciclo de vida de las personas usuarias de Barcelona Energia. Para así configurar un protocolo estratégico de comunicación enfocado a usuarios potenciales y usuarios actuales de Barcelona Energia que logre su máxima satisfacción.

Incluye:

- Target: Usuarios potenciales de Barcelona Energia y Usuarios actuales de Barcelona Energia de cada uno de los segmentos estratégicos definidos.
- Diseño de la metodología.
- Diseño de cuestionario o cuestionarios
- Ejecución del campo, programación, test de calidad y seguimiento.
- Análisis de datos
- Informe
- Infografía
- Presentación de resultados con recomendaciones estratégicas
- Debe cubrir por perfil:
 - Canales habituales de búsqueda
 - Motivaciones de búsqueda
 - Barreras encontradas
 - Pain points
 - Canal deseado de comunicación
 - Frecuencia y puntos calientes de comunicación preferidos
 - Canales de contratación
 - Barreras encontradas
 - Preferencia de canales de contratación
 - Tiempo transcurrido desde el primer impacto hasta la contratación final.
 - Experiencia de usuario deseada
 - Otros elementos propuestos por el licitador para cubrir los objetivos del proyecto y del output.
- Output
 - Esquema del Customer Journey para cada uno de los perfiles según lo que hace, piensa y siente en cada uno de los siguientes pasos, así como los canales de información y formatos efectivos en cada paso y los mensajes más relevantes que motivan a dar el salto al siguiente paso del funnel.
 - Awareness (aparición de la necesidad de contratación)
 - Consideration (búsqueda de información del producto o servicio)
 - Purchase (contratación)
 - Delivery & Use (proceso de alta y primeras experiencias de uso)
 - Retention & Advocacy (fidelización, recomendación y nuevas necesidades).

- Oportunidades de perfeccionamiento y declinación de la propuesta de valor en base a la experiencia del proceso de contratación y experiencia de usuario de BE.
- Identificación de factores críticos de éxito (Critical Success Factors) por segmento: necesidades, expectativas y escenario ideal de relación con la compañía.
- Argumentarios de conversión y elementos de mejora de la experiencia de contratación
- Creación de satisfacción y elementos de mejora de la experiencia de usuario en relación con la comunicación.
- Identificación de palancas accionables para la nueva estrategia de comunicación para usuarios potenciales: protocolos, procesos, timings entre comunicaciones diferenciados según perfil, tipos de mensajes relevantes por perfil y tipo de procesos de compra aflorados.
- Identificación de palancas accionables para la nueva estrategia de comunicación para usuarios actuales: protocolos, procesos, timings entre comunicaciones diferenciados según perfil, tipos de mensajes relevantes por perfil y tipos de experiencias de usuario deseadas.

3. Partida alzada para otros proyectos de investigación estratégica durante el 3º año.

Partida alzada para la realización de otros estudios sobre el usuario potencial de Barcelona Energia (Barcelona + AMB) cuya necesidad pueda surgir debido al desarrollo de la actividad de la compañía y/o a la aparición de nuevos objetivos durante el tercer año de contrato.

7. Supervisión, control, condiciones y excepciones

Barcelona Energia, como contratante de los servicios, podrá realizar las tareas de control e inspección que crea oportunas para garantizar el correcto funcionamiento del proyecto. Además, se mantendrán reuniones presenciales con el interlocutor establecido por el adjudicatario con el objeto de establecer una coordinación y un diálogo activo.

La empresa adjudicataria no podrá utilizar, ni para sí ni para terceros, ningún dato relacionado con los trabajos contratados, tampoco podrá publicar total o parcialmente su contenido.

Todos los datos obtenidos durante el proyecto serán propiedad de Barcelona Energia. En todo caso se deberá cumplir con la normativa europea de protección de datos GDPR.

Garantía del Servicio

Las incidencias serán resueltas por la empresa.

8. Interpretación y omisiones

El adjudicatario tendrá la obligación de poner de manifiesto cualquier omisión, ambigüedad o contradicción que figure en el pliego. En ningún caso podrá sustituir la falta unilateralmente y sin autorización expresa.

Cualquier interpretación o aclaración referente al pliego es competencia exclusiva de TERSA o de la persona en quien esta delegue.

El presente pliego, realizado para la presentación de ofertas, constituye la única normativa técnica sobre el alcance del trabajo. Sin embargo, en el caso de que se estime oportuno, Barcelona Energia podrá aportar nuevas especificaciones que modifiquen o aclaren conceptos.