

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS PARTICULARES**

**SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE LA  
FUNCIÓN DE COMUNICACIÓN ONLINE  
EN LAS REDES SOCIALES, BLOG Y  
CORREO ELECTRONICO PARA LAS  
EXPLOTACIONES TURÍSTICAS DE FGC**

## ÍNDIX

1.	OBJETO DEL PLIEGO .....	3
2.	ABASTO DEL SERVICIO.....	4
3.	DESCRIPCION DEL SERVICIO A REALIZAR .....	4
3.1	Antecedentes del servicio .....	4
3.2	Objetivos y tareas previstas en el servicio .....	6
3.3	Requisitos técnicos básicos .....	9
4.	CONDICIONES DEL SERVICIO .....	10
4.1	Gestión del servicio y metodología de trabajo .....	10
4.1.1	Planificación del servicio .....	10
4.1.2	Coordinación y seguimiento del contrato.....	11
4.2	Cualificación del personal .....	12
4.2.1	Equipo ejecutor del contrato y experiencia requerida .....	12
4.2.2	Formación .....	13
4.3	Consideraciones generales.....	14
4.4	Calidad del servicio y trabajos realizados .....	14
4.5	Normativa Aplicable.....	14
4.5.1	Cláusula de propiedad intelectual.....	15
4.5.2	Confidencialidad.....	15
4.5.3	LOPD.....	16
4.6	Liquidación económica prestación servicio .....	18
5.	DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR .....	18
	ANEXO 1 - POLÍTICA DE FGC TURISME I MUNTANYA .....	21
	ANEXO 2 – DOCUMENTACIÓN DE REFERÈNCIA.....	22

## 1. OBJETO DEL PLIEGO

El presente pliego de prescripciones técnicas particulares tiene como objetivo definir las tareas y funciones que se tienen que llevar a cabo para la ejecución de las funciones de comunicación de tipo comercial / informativas en el canal online en varios medios y soportes de comunicación para las explotaciones turísticas que FGC gestiona para a tres ámbitos de negocio diferenciados:

### Estaciones de Montaña

- La Molina
- Vallter
- Espot
- Port Ainé
- Vall de Núria
- Boí Taüll

### Trenes y Transportes Turísticos

- Turistren – Trens Turístics d'FGC
  - Cremallera i Funiculars de Montserrat
  - Ferrocarril Turístic de l'Alt Llobregat (Tren del Ciment)
  - Cremallera de Núria
  - Tren dels Llacs
  - Funicular de Gelida

### Otros Negocios Turísticos

- Parc Astronòmic del Montsec
- Centre d'activitats *outdoor* Santa Maria de Palautordera

A las que eventualmente se pueden sumar algunas tareas de soporte en la comunicación a las unidades de negocio que por ahora, o bien no tiene presencia propia con perfiles en redes sociales o bien esta función es compartida con otras áreas, así como la cobertura y difusión de actos institucionales y corporativos de la área de Presidencia y dirección General de la empresa y de la unidad de negocio de movilidad (transporte en líneas metropolitanas).

En todo lo no especificado en el presente pliego de prescripciones técnicas particulares, el contratista tendrá que cumplir aquello especificado en el pliego de prescripciones técnicas generales de FGC, así como las normativas de obligado cumplimiento, en especial aquellas relativas a la Prevención de Riesgos Laborales i Real Decreto 1627/1997.

## 2. ABASTO DEL SERVICIO

FGC Turisme gestiona actualmente doce negocios turísticos. Seis estaciones de montaña (La Molina, Espot, Port Ainé, Boí Taüll, Vall de Nuria y Vallter 2000), cinco trenes turísticos (Cremallera de Nuria, Cremallera y Funiculares de Montserrat, Tren del Cement, Tren dels Llacs y Funicular de Gelida) y otros negocios turísticos (destaca Parque Astronómico del Montsec) que están operativos prácticamente los 365 días del año.

Los negocios turísticos de FGC cuentan con una comunidad social de más de 250.000 seguidores en cerca de 25 perfiles sociales con frecuencia de publicación diaria que generan más de 30MM de impactos informativos a lo largo del año (alcance) gracias a un contenido variado de calidad técnica producido por un equipo multidisciplinario que incluye redactores de contenido, diseñadores gráficos, montadores de video, gestores de comunidades, técnicos en programación... coordinados por uno/a jefe de cuenta que se encargan de la producción de contenidos a los diferentes apoyos de comunicación en función de los objetivos de comunicación transversales de la división de FGC Turisme y específicamente de las unidades de negocio individuales.

La comunicación realizada a través de las redes sociales y en correo electrónico tiene como apoyo principal la publicación de contenido informativo a los sitios web de contenido de los negocios turísticos y a los espacios bloque. Estos apoyos de información web reciben hoy en día hasta 3MM de visitas anuales que convierten a una tasa próxima al 1,5%. Este es uno de los principales indicadores de rendimiento del área gestora de esta función de comunicación atendida la natura eminentemente comercial de la división turística de FGC, que integra a su proyecto web corporativo varias tiendas en línea para la comercialización del producto.

El alcance del servicio objeto de esta licitación es pues el de la planificación, gestión y ejecución integral de la función de comunicación en línea de todos los negocios de FGC Turisme a través de las redes sociales, correo electrónico y bloque durante los 365 días del año; integrando todas las tareas y utilidades necesarias para la producción, tratamiento, adaptación y difusión del contenido en apoyo video, audio, imagen y texto y colaborando con el equipo dedicado de FGC al planteamiento estratégico y táctico así como a la analítica de rendimiento y establecimiento de objetivos específicos.

## 3. DESCRIPCION DEL SERVICIO A REALIZAR

### 3.1 Antecedentes del servicio

Hasta ahora, el servicio de comunicación redes sociales y correo electrónico de FGC Turismo ha estado ejecutado por GOLINE DIGITAL AGENCY SL (B-67117051). En líneas generales, las tareas principales han estado las propias a la ejecución de la función de comunicación online

en soportes digitales para a una empresa de tipo comercial que, en su mayor medida, se basan en la producción y difusión de contenidos digitales multimedia (redaccional, fotográfica, publicitario y video) para dar a conocer la oferta y servicio de cada una de las explotaciones turísticas de FGC a través de sus soportes propios de comunicación:

- Perfiles sociales a las principales redes (Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok, Strava, Wikiloc, Google My Business)
- envío de correos electrónicos periódicos y automatizados (Mailchimp)
- Redacción y difusión de contenido al blog corporativo [turismefgc.cat/blog](http://turismefgc.cat/blog)

La producción de contenidos y difusión de estos se concibe a día de hoy teniendo en cuenta una planificación mensual y otra por temporada en relación a los objetivos de comunicación específicos de las áreas comerciales de las unidades de negocio y transversales corporativos. Esta información la posee en común la responsable del contrato por parte de FGC con la persona homóloga de la empresa prestamista del servicio en varias reuniones de briefing e inmersión que se mantienen al avance de cada mes y de la temporada, donde también se analizan los resultados de la acción del mes anterior o temporada y se plantean los objetivos cualitativos e indicadores de seguimiento.

La empresa contratista se encarga a día de hoy de la tarea de gestión de la comunidad. Esto incluye desde la atención a los usuarios que interactúan con las publicaciones propias o con los perfiles a través de los diferentes puntos de contacto y mensajería, así como también la escucha activa de la conversación y menciones de marca, seguimiento y promoción de los comentarios en perfiles propios y de terceros y otras tareas vinculadas a la propia monitorización de la presencia digital de los negocios turísticos.

La empresa contratista realiza también la función de colaboración a la definición de la táctica a seguir para conseguir el mejor plan de comunicación en términos de eficacia y eficiencia de recursos para cumplir los objetivos planteados. Hay que hacer especial mención a la tarea de coordinación del equipo propio de “campo”<sup>1</sup> y de oficina para la correcta ejecución del servicio.

A final de cada temporada de explotación<sup>2</sup> el contratista entrega a FGC un informe final de temporada incluyente conclusiones y haciendo balance del desempeño de los objetivos planteados al inicio de la misma.

A día de hoy, el contratista integra un equipo compuesto por dos personas a dedicación plena y otros perfiles de gestión, técnicos y especialistas con dedicación parcial. Entre los perfiles se distinguen:

- Cabeza de cuenta
- Equipo editorial
  - *Community manager*
  - Redacción y coordinación

---

<sup>1</sup> Personal subcontratado por el contratista para cubrir las necesidades de producción y comunicación a los diferentes territorios donde tiene presencia FGC con negocios turísticos

<sup>2</sup> Estaciones de Montaña (Mayo y octubre), Trenes turísticos y otros negocios turísticos (Diciembre)

- Equipo multimedia
  - o Programación
  - o Especialista en *emailmarketing*
  - o *Diseño grafico*
  - o *Montaje y edición de video*
- Equipo de campo
  - o Coordinación equipo de campo
  - o *Community* de campo

Respeto al entorno técnico del trabajo, el contrato actual de FGC dispone<sup>3</sup> parte del entorno técnico y parte del licenciamiento del programa y espacio de almacenamiento de archivos relacionados con la ejecución del contrato. Se trabaja con los siguientes programas:

- gestión de proyecto, archivo y seguimiento: MS Teams i Office 365
- gestión de redes sociales: Hootsuite
- Comunicación y márketing correo electrónico: Mailchimp
- Diseño, montaje y edición de vídeo: Adobe Creative Suite (Photoshop, Premiere, After Effects), Canva, Vimeo Pro
- Gestión de contenidos: CMS propietario eMascaró, Wordpress
- Otros programas de márketing: Easypromos
- Análítica y Reporting: Datastudio, Cyfe, Metricool, Supermetrics

Todo el material i equipo técnico relacionado con la producción de contenido de fotografía y video (cameras Réflex, Steady, Deportivas tipo “gopro”, drone, microfonía e iluminación) y para la movilidad de los equipos desplazados por el contratista durante sus visitas a los destinos turísticos de FGC es provisto por el propio contratista

### 3.2 Objetivos y tareas previstas en el servicio

El objetivo específico a lograr en el nuevo contrato de servicio es **integrar toda la función de comunicación en línea de la división turística desde el punto de vista estratégico y táctico** y permitir una correcta distribución de recursos con una perspectiva de eficiencia y eficacia que contribuya a lograr los objetivos planteados a nivel de cobertura, frecuencia de publicación e impacto en la audiencia distribuyendo correctamente los recursos a lo largo del servicio y manteniendo siempre la comunidad debidamente informada y dinamizada en todos los apoyos de comunicación.

En cuanto a los objetivos particulares del contrato, estos irán relacionados con los diferentes estadios del ciclo de relación con la empresa de los clientes y usuarios de nuestras explotaciones turísticas, expresados en diferentes indicadores:

---

<sup>3</sup> No es voluntad de FGC mantener este sistema en el contrato de esta licitación

- Objetivos principales
  - o Notoriedad (indicadores: alcance e impresiones)
  - o Consideración (indicadores: interacciones, ratio de interacciones, ratios de obertura y clic)
  
- Objetivos secundarios
  - o Adquisición (indicadores: nuevos contratos con origen social)
  - o Venta (indicadores: compras al web con origen social o email)
  - o Fidelización (indicadores: interacciones, ratio de interacciones, ratio obertura y clic en acciones relacionadas)
  - o Recomendación (indicadores: menciones y reviews positivas).

En cuanto a las tareas previstas en el nuevo contrato objeto de esta licitación serán las propias a la ejecución de la función de comunicación en línea en apoyos digitales para una empresa de tipo comercial que, en su mayor medida, se basarán en la producción y difusión de contenidos digitales multimedia (redaccional, imagen y gráfica, video) para dar a conocer la oferta y servicios de cada una de las explotaciones turísticas de FGC a través de sus apoyos propios de comunicación:

- **Redes Sociales** (Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, TikTok, Strava, Wikiloc, Google My Business)
- **Blogs de experiencias**
- **Sistema de envío de correos electrónicos**<sup>4</sup>

La producción de contenidos y difusión de los mismos será concebida teniendo en cuenta una planificación mensual y por temporada en relación a los objetivos específicos de las áreas comerciales de las unidades de negocio y transversal corporativo que pondrá en común el equipo de FGC con la persona homóloga de la empresa prestamista del servicio. Esta última realizará también la función de colaboración a la definición técnica – estratégica del mejor plan de comunicación a ejecutar para cumplir los objetivos así como de coordinación del equipo propio de “campo” y de despacho para la correcta ejecución del servicio.

Debido a la naturaleza de la función de comunicación y a la necesidad constante de producción de contenido en tiempo real; será imprescindible para la ejecución del servicio contar con la figura del *community* “de campo” que visiten de forma regular y continuada las explotaciones turísticas para producir contenido in situ atendiendo a los hechos relevantes noticiables que en estas se producen de acuerdo con la propia operativa del servicio, siempre de forma coordinada por la empresa contratista; que se encargará de la gestión integral de las tareas y coordinación de este equipo.

El personal de campo tendrá que visitar las estaciones para grabar video, realizar entrevistas y sesiones fotográficas, participar en actos y acontecimientos realizando la función de

---

<sup>4</sup> Actualmente Mailchimp

cobertura de los mismos y otros encargos previamente *brifats* por las responsables de la cuenta (contratista) con el objetivo de realizar una comunicación próxima y actual que impacte en la comunidad y audiencia seguidora.

Adicionalmente, de acuerdo con la transversalidad de la oferta y el servicio de las unidades de negocio y la naturaleza multicanal de la difusión de contenidos; habrá que contemplar las siguientes tareas complementarias:

- Creación, adaptación y carga en gestor web de contenidos digitales (redireccionados y multimedia) dinámicos en los espacios de blog de los sitios web de las explotaciones turísticas.
- Creación y adaptación gráfica a los estilos previstos en las guías de identidad de la marca y la imagen gráfica proveída por la agencia creativa de la área a los diferentes contenidos en función de los requerimientos y especificidades del soporte o medio donde se tengan que publicar.
- Conceptualización y creación de acciones de promoción y dinamización de la comunidad social seguidora utilizando herramientas integrables a los soportes de comunicación.
- Atención a las consultas de clientes recibidas a través de mensajería directa o comentarios a los soportes de redes sociales y blog y gestión de respuestas y seguimiento. Escucha activa y monitorización de la conversación y menciones a las marcas en el canal online.

En cuanto a la tarea propia de la comunicación a través de redes sociales, se contempla como tarea inherente también la colaboración en la ejecución de la estrategia de *paid media*<sup>5</sup> para reforzar el rendimiento de las publicaciones en las redes sociales atendiendo a los objetivos específicos de campañas y unidades negocio.

A banda, se exigirá la definición y entrega a FGC de un informe dinámico de rendimiento en redes sociales de las unidades de negocio de acuerdo con la propuesta que se apruebe entre FGC y el proveedor del servicio que incluya como mínimo datos de audiencias, número de publicaciones y alcance de las mismas, interacción de los usuarios, tráfico derivado a web segmentando según tipo de publicaciones (orgánico – pago), para cada unidad de negocio y en agregado así como el seguimiento de los objetivos estacionales y anuales planteados. A final de cada explotación de negocio, el proveedor tendrá que entregar a FGC un informe final de temporada incluyendo conclusiones y haciendo balance de cumplimiento o no de los objetivos planteados al inicio.

En referencia a la función de ejecución del servicio de comunicación mediante correo electrónico, las tareas previstas serán las siguientes:

---

<sup>5</sup> Esta tarea la realizará una empresa especialista con la que el contratista tendrá que interlocutor para la optimización del rendimiento de la comunicación orgánica

- Gestión de la comunicación relacional con los suscriptores vía la creación y envío de campañas por correo electrónico (programadas/automatizadas)
- Servicio de creación de plantillas personalizadas para las explotaciones turísticas para los envíos automatizados (marketing automation) y programados (boletines) de acuerdo con la línea grafica definida en los manuales de imagen
- Realización de tareas relacionadas con la propia ejecución de la función de comunicación y parametrización de las herramientas utilizadas para la ejecución del servicio (creación y testeo automatizaciones, diseño, mantenimiento de listas y audiencias, etiquetas segmentos y grupos).
- Mantenimiento y creación de nuevas integraciones y conexiones necesarias con otros aplicativos (tiendas online, publicidad, redes sociales...)
- gestión de la reputación de FGC como *sender* (rebots, spam, blacklist, entregabilidad)
- Elaboración de informes de rendimiento mensuales con indicadores clave de rendimiento (Ctr, oberturas, rebots, bajas, conversión tiendas) y anuales/estacionales.
- Colaboración en el planteo táctico de la función de comunicación en el soporte correo electrónico y sobre la gestión de las audiencias y listas de usuarios.
- Monitorización y actuaciones para garantizar el cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos y la Ley de Protección de datos personales vigente.

### 3.3 Requisitos técnicos básicos

La empresa licitadora tendrá que acreditar la tenencia, el conocimiento y la capacitación del equipo técnico destinado a la ejecución del contrato con varias herramientas y entornos para la correcta realización de las tareas previstas y que tendrá que poner a disposición de FGC para la correcta ejecución del mismo.

A continuación, se detallan los requisitos técnicos mínimos previstos en cuanto a equipamiento y capacitación que tendrá que prever la empresa licitadora en función de la naturaleza de las tareas para las cuales son necesarios, según sigue:

- **Diseño gráfico digital y edición y producción de vídeo:** Adobe Creative Suite con programas individuales (en especial, Illustrator, Indesign, Photoshop, Premiere, After effects) para la producción y edición de imagen para a usar en los soportes citados y en la edición y montaje de video incluyendo eventualmente la inclusión de elementos gráficos animados.
- **Producción de contenido multimedia (Foto / Vídeo / Audio):** Camera fotográfica tipo reflex, Camera vídeo tipo “steady” con estabilizador de la imagen para grabación de vídeo, Camera tipo “Go Pro” (vídeos de acción), Microfonía per la grabación de voz (uso para entrevistas vídeo) i Trípode.
- **Producción contenido redireccional para blogs y redes:** Conocimientos acreditados de copywriting i de SEO *onpage* (metadatos, descripciones de

página, títulos, optimización de fotografías con texto i de carga de página) y *offpage* (*linkbuilding* social, *blogging*)

- **Gestión de redes sociales y comunicades**<sup>6</sup>: Hootsuite, Facebook Business Manager, Google Business, Easypromos App, .
- **Analytica y sistemas de información**: Google Analytics, Google Adwords, Google Tag Manager Google Data Studio, Twitter Analytics, Facebook Business Manager, Metricool, Cyfe
- **Programación y desarrollo**: Lenguaje HTML, HTML5, CSS y PHP y conocimientos de las integraciones habituales útiles para la gestión del contrato objeto de la licitación:
  - web – redes sociales
  - redes sociales – cuentas publicitarias
  - redes sociales – sistemas de envío de correos electrónicos – cuentas publicitarias
  - sistemas de envío por correo – tiendas online – cuentas publicitarias
  - *scripts* para la gestión de campañas de márketing automatizadas a través de su correo electrónico y cualificación de los contactos de bases de datos
- **Otras herramientas de gestión de proyecto y servicio**: Microsoft Teams, Sharepoint, Dropbox, Mailchimp

## 4. CONDICIONES DEL SERVICIO

### 4.1 Gestión del servicio y metodología de trabajo

#### 4.1.1 Planificación del servicio

Los detalles sobre la planificación se concretarán en la reunión inicial de inicio de proyecto, si bien se espera que la empresa licitadora aporte una propuesta metodológica de planificación de tareas donde se identifique claramente:

- Metodología de gestión operativa<sup>7</sup>
- Metodología de gestión táctica y estratégica

Trabajada por cada uno de los negocios turísticos y de forma transversal, con un horizonte temporal de un año de servicio a partir de un inicio hipotético de contrato en mes de noviembre.

---

<sup>6</sup> Se valorara (ver criterios de valoración técnicos) aportaciones de mejora para la gestión integrada de redes sociales que incluyan herramientas con permisos de trabajo en equipo que permitan mejorar la agilidad de la función de producción, validación y programación de contenidos a los diferentes perfiles y redes sociales con diferentes roles de gestión que se complementan con un robusto sistema de información sobre el rendimiento y permitan integrarse con otras herramientas

<sup>7</sup> Sirvan de referencia los anexos al PCTP sobre *Governance* y los diferentes [modelos de ejemplo propuestos](#)

La empresa licitadora tendrá que prever la elaboración de una hoja de cálculo donde identifique claramente los diferentes recursos destinados al servicio (personas y materiales), así como una previsión de horas de dedicación según perfiles (mensuales y anuales), temáticas y/o publicaciones y campañas y licenciamientos de servicios proveídos por terceros.

Para la ejecución del contrato se prevé una media de 525 horas mensuales de dedicación mínima, de las cuales aproximadamente un 25% serían realizadas por equipo destinado a gestión, un 50% para el equipo de producción y un 25% para el equipo de campo. En relación al equipo de campo, es importante remarcar que FGC no se hará cargo de dietas ni desplazamientos realizado por personal del equipo dispuesto por la empresa contratista, si bien le facilitará pases de servicio para los servicios propios sin coste.

Hay que tener en cuenta que la función de comunicación para los negocios turísticos de FGC requiere de disponibilidad por parte del equipo ejecutor durante los 365 días del año y en un horario de atención de 08hrs a 18hrs de forma general (exceptuando cobertura específica de acontecimientos o emergencias fuera de este horario según requerimiento de FGC).

#### **4.1.2 Coordinación y seguimiento del contrato**

El adjudicatario nombrará un responsable que será quien coordinará con el responsable correspondiente de FGC los protocolos de trabajo y el seguimiento del servicio, a la vez que se responsabilizará que las tareas que se efectúen tengan el estándar de calidad pactado con FGC. La persona designada deberá tener disponibilidad para mantener reuniones periódicas y contactos frecuentes con el área de FGC gestora de este contrato de servicios, a fin de hacer el seguimiento de la gestión global.

En cuanto al lanzamiento y seguimiento de proyecto, FGC exigirá una primera reunión de lanzamiento donde el adjudicatario presentará equipo y metodología de trabajo, así como el calendario previsto de ejecución de las tareas. Posteriormente habrá que realizar las reuniones de seguimiento que a petición de FGC se consideren necesarias.

FGC quiere que el seguimiento de la actividad sea constante y continuo. Los interlocutores del contrato tienen que hablar y gestionar el día a día para solucionar las casuísticas que se puedan ir presentando. Periódicamente el adjudicatario y responsables de FGC realizarán reuniones de seguimiento de actividad, y se levantarán actas de servicio que se incorporarán en el seguimiento del contrato.

Las empresas licitadoras tendrán que proponer un calendario de desarrollo del proyecto incluyendo hitos, tareas y entregas con el horizonte tipo de un año de

servicio antes mencionado. Hará falta también que propongan cuál será la documentación prevista de generar a lo largo del proyecto disponible para FGC y que elaboren un documento concreto donde especifiquen a detalle su propuesta de plan de gestión de incidencias y garantía.

## 4.2 Cualificación del personal

### 4.2.1 Equipo ejecutor del contrato y experiencia requerida

Se espera que las empresas licitadoras dispongan a los efectos de la ejecución de este contrato de servicio de un equipo multidisciplinario para la ejecución del servicio con formación académica relacionada y experiencia profesional demostrable con capacidad y conocimientos suficientes para desarrollar las siguientes funciones:

#### Equipo de gerencia de contrato, gestión, organización y estrategia

- Gestor de cuenta y/o contrato especialista en comunicación (mínimo 5 años experiencia ejerciendo funciones similares)
- *Community Manager* & ejecutivo *Social Media* (mínimo 3 años de experiencia ejerciendo funciones similares)

#### Equipo de producción y técnicos

- Diseñador gráfico especialista en soporte digital (mínimo 3 años de experiencia)
- Producción y edición de Vídeo (mínimo 3 años de experiencia)
- Analista Digital (mínimo 3 años de experiencia)
- Técnico Programador utilizados para tareas relacionadas con la realización del servicio (Javascript / HTML / PHP / HTML5 / CSS) (mínimo 2 años de experiencia)
- Técnico especialista en *emailmarketing* con la herramienta Mailchimp (mínimo 2 años de experiencia)

#### Equipo de campo<sup>8</sup>

- Coordinador/a de equipo de campo (mínimo 3 años de experiencia coordinando equipos)
- Equipo de comunicación y producción de contenido de campo (mínimo 2 años de experiencia en funciones similares con un mínimo de 5 personas ubicadas en los territorios<sup>9</sup> donde se encuentran las explotaciones turísticas de FGC.

---

<sup>8</sup> En ningún caso se prevé como requisito una dedicación completa de las personas del equipo designado a la ejecución del servicio, ni una en relación 1 rol- 1 persona con excepción de los perfiles "Content creator – Social Media "de campo" donde se especifica la necesidad de contar con 1 persona en cada territorio.

<sup>9</sup> Las comarcas donde se tendrá que cubrir a nivel geográfico el equipo de producción de campo serán Cerdanya, Ripollès, Pallars Sobirà, Pallars Jussà, Alta Ribagorça, Noguera, Bages, Berguedà, Alt Penedès

#### 4.2.2 Formación

La empresa adjudicataria tendrá que dedicar un equipo técnico compuesto por programadores, diseñadores, especialistas en contenidos y un jefe de proyecto que interlocutara directamente con las personas responsables que FGC indique. Como mínimo:

- Jefe de proyecto: Ingeniería superior o Licenciatura específica en marketing, comunicación, publicidad y relaciones públicas o periodismo.
- Técnicos: formación técnica superior (CFGS, ingeniería técnica o diplomatura) en las especialidades técnicas que se desarrollaran en el proyecto.

Sera exigible a nivel técnico que, como mínimo:

- 1 persona del equipo ejecutor del contrato disponga de las certificaciones vigentes de Google Academy en Google Analytics y Google Tag Manager
- 2 personas del equipo ejecutor del contrato dispongan de las certificaciones vigentes de Hootsuite – Fundamentales de plataforma
- 1 persona en el equipo ejecutor del contrato que disponga de las certificaciones vigentes de Mailchimp Academy en Fundamentos, emailmarketing y automatización.
- 2 personas del equipo de producción encargadas de la producción de contenido redaccional que dispongan de nivel C de lengua catalana
- 2 personas del equipo de producción encargadas de la producción de contenido redaccional que dispongan del nivel B2 (o equivalente) de lengua inglesa.

La empresa licitadora tendrá que acreditar la formación y posesión vigente de las certificaciones, experiencia y formación académica exigida con currículos, fotocopia de las titulaciones o documentación equivalente y una declaración responsable fehaciente.

En caso de que la empresa licitadora no pueda cumplir alguno de los requisitos previamente mencionados, hará falta que especifique claramente en su propuesta de servicio qué serán las empresas o profesionales autónomos que preverá subcontratar para la realización de las tareas específicas técnicas previstas.

En caso de que el adjudicatario disponga de personal con formación similar a la anteriormente descrita, pero ejercida en otro país o con nomenclatura diferente, pero de igual competencia, FGC evaluará su adecuación.

El adjudicatario velará por formar inicialmente a su personal y realizar sesiones de inmersión en el conocimiento del entorno técnico asociado a la naturaleza del negocio del cliente, así como formará de forma continuada al personal según las

novedades técnicas o necesidades que se vayan incorporando durante la ejecución del contrato.

El resto de las formaciones que puedan ser necesarias en el transcurso del contrato, por causas imputables a la organización del adjudicatario, serán en el mismo formato y serán íntegramente con cargo al adjudicatario.

#### **4.3 Consideraciones generales**

El adjudicatario estará sujeto a cumplir los criterios ambientales, los requerimientos generales y específicos por proveedores y subcontratistas y los procedimientos derivados de la ISO 14001 y la indicación de Calidad Q, así como la Política de Turismo y Montaña de FGC (ver Anexo 1 – POLÍTICA DE TURISME I MUNTANYA).

Para poder asumir estos planteamientos el adjudicatario tendrá que disponer de todos aquellos recursos técnicos y humanos suficientemente cualificados y contar con los medios de formación suficientes.

Cualquier cambio en la organización del servicio y/o la composición del equipo de trabajo tendrá que ser comunicado por la empresa adjudicataria a FGC sea por correo electrónico formal o en las reuniones de seguimiento. En todo caso siempre será con la antelación suficiente que garantice que la seguridad, la ejecución de los trabajos, el desempeño de los procedimientos de trabajo y calidad del servicio no se vea afectada.

#### **4.4 Calidad del servicio y trabajos realizados**

Le corresponde al adjudicatario establecer las medidas que crea correctas para entregar las tareas del contrato con los mínimos de calidad que le son exigidos.

#### **4.5 Normativa Aplicable**

Por la naturaleza de las tareas que desarrolla la empresa de proveedores del servicio será necesario que tenga conocimiento y cumpla aplicando buenas prácticas en la ejecución de su trabajo las leyes y reglamentos siguientes:

- Ley Orgánica de Protección de Datos 3/2018
- Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica de Protección de Datos
- Ley de Servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico
- Ley de Propiedad intelectual
- Ley de Marcas

Así como los derechos de los usuarios con los que interactuara:

- Protección de datos personales
- Protección de los derechos a la intimidad, privacidad, honor y propia imagen
- Protección de la propiedad intelectual e industrial
- Protección de la seguridad de la información

Aparte de esto, tendrá que cumplir con la normativa específica de FGC respecto sus proveedores.

#### **4.5.1 Cláusula de propiedad intelectual**

La propiedad intelectual de los trabajos realizados al amparo de este contrato pertenece a FGC de forma exclusiva. Los productos, documentación o subproductos derivados así como otros fines de información, no podrán ser utilizados sin la debida autorización previa.

El acceso a información y/o productos protegidos por la propiedad intelectual, propiedad FGC, necesarios para el desarrollo del producto o servicio contratado no presupone en ningún caso la cesión de la misma.

La empresa contratada acepta expresamente que los derechos de explotación de los productos o información derivados de este pliego corresponden única y exclusivamente a FGC.

Así pues, el contratado cede, con carácter de exclusividad, la totalidad de los derechos de explotación de los trabajos y documentación resultante del objeto de este pliego, incluidos los derechos de comunicación pública, reproducción, transformación o modificación y cualquiera de otro derecho susceptible de cesión en exclusiva, de acuerdo con la legislación sobre derechos de propiedad intelectual.

#### **4.5.2 Confidencialidad**

La empresa contratada se obliga a no difundir y a guardar el más absoluto secreto de toda la información a la cual tenga acceso en cumplimiento del presente contrato y a suministrarla solo al personal autorizado por FGC. Atendiendo la naturaleza del contrato, el deber de secreto incluye los componentes tecnológicos y medidas de seguridad técnicas implantadas al proyecto, así como otros que puedan ser tratados a lo largo de la vigencia del contrato.

La empresa contratada será responsable de las violaciones del deber de secreto que se puedan producir por parte del personal a su cargo. Así mismo, se obliga a aplicar las medidas necesarias para garantizar la eficacia de los principios de mínimo privilegio y necesidad de conocer, por parte del personal participando en el desarrollo del contrato.

Una vez finalizada el presente contrato, la empresa contratada se compromete a destruir con las garantías de seguridad suficientes o devolver toda la información facilitada por FGC, así como cualquier otro producto o información obtenida como resultado del presente contrato.

### 4.5.3 LOPD

El adjudicatario se obliga a tratar los datos de carácter personal a las cuales tenga acceso con ocasión del cumplimiento del presente contrato de acuerdo con las instrucciones dictadas por FGC, sin que en ningún caso las pueda aplicar ni utilizar con una finalidad diferente a aquel cumplimiento, ni comunicarlas, ni siquiera para su conservación, a otras personas, y tendrá en conformidad con la normativa aplicable en materia de contratación la consideración de encargado del tratamiento:

1.- El adjudicatario resto obligado al secreto profesional en cuanto a los datos de carácter personal a las cuales tenga acceso con ocasión del cumplimiento del presente contrato, obligación que subsistirá, incluso, una vez el contrato se haya extinguido, por finalización de su plazo u objeto, por resolución o por cualquier otra causa legalmente admitida o establecida en este contrato.

Así mismo, el adjudicatario tiene que guardar reserva respecto de los datos o antecedentes de los cuales haya tenido conocimiento con ocasión del presente contrato. En este sentido, la documentación e información a la cual tenga acceso el adjudicatario tiene carácter confidencial, y no podrá ser objeto de reproducción total o parcial por ningún medio o apoyo. Por lo tanto, no se podrá hacer ningún tratamiento ni edición, informática o no, ni transmisión a terceras personas fuera del estricto ámbito de ejecución directa del presente contrato, ni siquiera entre el resto del personal que tenga o pueda tener la entidad que presta el servicio objeto de este.

Si el acceso a los datos se hace a los locales de FGC, o si se hace de forma remota exclusivamente a apoyos o sistemas de información de FGC, el adjudicatario tiene prohibido incorporar los datos a otros sistemas o apoyos sin autorización expreso y tendrá que cumplir con las medidas de seguridad establecidas en el documento de seguridad del responsable del tratamiento.

En todo caso, y sin perjuicio otras medidas a adoptar de acuerdo con la normativa vigente en materia de protección de datos personales solo podrán acceder a los mencionados datos de carácter personal, informaciones y documentación las personas estrictamente imprescindibles por el desarrollo de las tareas inherentes al propio encargo. Todas ellas serán advertidas por el adjudicatario del carácter de información confidencial y reservada y del deber de secreto a los cuales están sometidas, y aquel será responsable del cumplimiento de estas obligaciones por parte de su personal.

2.- El adjudicatario/aria manifiesta que tiene implantadas las medidas de carácter técnico y organizativo necesarias para garantizar la seguridad de los datos de carácter personal a las cuales tendrá acceso con ocasión de la ejecución del presente contrato, evitando su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado, teniendo en cuenta el estado de la tecnología, la naturaleza de los datos almacenados y los riesgos a que están expuestas, y en

estricto cumplimiento de la normativa vigente en materia de protección de datos de carácter personal.

Estas medidas de seguridad implantadas por el adjudicatario son de aplicación a los ficheros, centros de tratamiento, locales, equipos, informes, expedientes, información, sistemas, programas y personas que intervengan en el tratamiento de los datos.

Cuando el cumplimiento del presente contrato se haga en el local de FGC o el acceso sea remoto, el adjudicatario se obliga a adoptar las medidas de seguridad previstas por FGC. En el supuesto de que el servicio sea prestado en los locales del mismo adjudicatario, entonces este tendrá que elaborar un documento de seguridad, en los términos establecidos en la normativa reglamentaria sobre la protección de datos de carácter personal, o completar el que ya hubiera elaborado, en su caso, identificando el fichero o tratamiento y el responsable del mismo e incorporando las medidas de seguridad a implantar en relación con este tratamiento.

En todo caso, el adjudicatario tendrá que poner en conocimiento de FGC, inmediatamente después de ser detectada, cualquier sospecha o constatación de eventuales errores o incidencias que pudieran producirse en el sistema de seguridad de la información.

3.- FGC podrá designar, en cualquier momento, durante la vigencia del presente contrato, a personal interno o externo para verificar que el adjudicatario tiene implantadas las medidas necesarias para garantizar la seguridad de los datos de carácter personal.

4.- Durante la vigencia del contrato el adjudicatario tendrá que conservar cualquier dato objeto de tratamiento, salvo que reciba indicaciones en sentido contrario de FGC.

5.- Una vez ejecutado el presente contrato, el adjudicatario tendrá que destruir y/o devolver a FGC, de acuerdo con aquello que se establezca legalmente o las indicaciones que le transmita este, los datos de carácter personal que hayan estado objeto de tratamiento por parte de aquel durante la vigencia del mismo, junto con los apoyos o documentos en que conste algún dato de carácter personal. El retorno de los datos a FGC se llevará a cabo en el formato y los apoyos utilizados por el adjudicatario por su almacenamiento. En el supuesto de que alguna previsión legal exija la conservación de los datos, o de parte de ellas, el adjudicatario tendrá que conservarlas, debidamente bloqueadas, para impedir el acceso y el tratamiento en tanto en cuanto puedan derivarse responsabilidades de su relación con FGC.

6.- En el supuesto de que destine los datos a las cuales tenga acceso a una finalidad diferente a la establecida, o las comunique o las utilice incumpliendo las estipulaciones del presente contrato o las instrucciones de FGC, el adjudicatario será considerado responsable del tratamiento y responderá

personalmente de las infracciones que haya cometido y de las posibles reclamaciones que se puedan producir al respeto.

FGC repercutirá en el adjudicatario los costes correspondientes a las sanciones y/o indemnizaciones a que tenga que hacer frente que se hubieran originado directa o indirectamente por el deficiente y/o negligente tratamiento de datos de carácter personal realizado por el adjudicatario. En todo caso, el adjudicatario se obliga a mantener indemne FGC de todos los gastos u otras consecuencias negativas que se le puedan originar a causa de los mencionados tratamientos, sanciones y/o indemnizaciones.

El adjudicatario se obliga a comunicar a FGC qué trabajos serán objeto de subcontratación y qué serán las empresas que los realizarán. Con el permiso expreso y escrito de FGC, y actuante en nombre y representación de este, el adjudicatario formalizará el correspondiente contrato con la empresa o empresas subcontratadas que, a los efectos de la aplicación de la normativa de protección de datos, tendrán la consideración de encargados de tratamiento de FGC. Estos contratos se añadirán como anexo en el contrato administrativo que formaliza esta adjudicación.

El tratamiento de datos realizado por parte del subcontratado tendrá que cumplir con la normativa vigente en materia de protección de datos de carácter personal, y se ajustará así mismo a las obligaciones asumidas por el contratista y a las instrucciones específicas que le dé el FGC al respeto.

#### **4.6 Liquidación económica prestación servicio**

FGC recepcionará la prestación del servicio con periodicidad mensual sobre un total previsto anual, una vez efectuado el servicio y habiendo presentado los albaranes de servicio a los responsables de FGC y que estos validen el contenido.

### **5. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR**

- Documento ejecutivo de propuesta de servicio anual que incluirá:
  - o Detalle de la propuesta de servicio de comunicación para FGC
    - Relación equipo humano ejecutor, interacciones y procedimientos internos propios con cliente
    - Relación equipamiento técnico hard y soft propuesto para la ejecución del servicio.
    - Propuesta de procedimientos y programación de tareas diarias, semanales, mensuales y tácticas previstas para la correcta ejecución del servicio por cada equipo (gestión, producción, campo)
    - Propuesta específica de gestión del apoyo de comunicación correo electrónico (gestión de bases de datos y contactos,

acciones de captación y perfilado, segmentación, automatización de campañas e integraciones)

- Detalle de procesos clave para cubrir:
    - Producción de “campo” y difusión de contenido o Interlocución & Dinámicas de trabajo Account \*Manager – Social Media \*Manager FGC
    - Servicio de comunicación en fines de semana y festivos
    - Relación de tareas con número horas previstas dedicadas.
    - Relación de horas previstas dedicadas al servicio por cada persona integrante del equipo ejecutor
  - Cronograma / Calendario de ejecución (previsión) detallado del supuesto de prestación del servicio anual y las mejoras propuestas.
  - Documentación / Argumentario relacionado con las mejoras previstas puntuables de la propuesta técnica
- Documento propuesta Supuesto “Campaña de dinamización y comunicación - Campeonatos Europa Esquí de Montaña Boi Taüll” (ver briefing anexo)
- **Plano de acciones de comunicación** específico por cada apoyo de comunicación (blog, redes sociales, Email) incluyente:
    - Resumen ejecutivo y planteamiento táctico y de objetivos específicos del plan de comunicación de la campaña
    - Propuesta de calendario de publicaciones en todos los apoyos de comunicación previstos
    - Propuesta de inversión publicitaria prevista por redes sociales y acciones publicitarias necesarias
    - Propuesta acción de captación contactos interesados en esquí de montaña y los campeonatos y posterior automatización de campañas de correos electrónicos hasta la finalización de los campeonatos incluyente perfilado de datos y propuesta de remarketing vinculada a ecommerce por venta de forfaits y estancias durante los campeonatos.
    - Propuesta de informe de seguimiento de campaña de activación de comunicación con detalle métricas e indicadores, propuesta de cuadro de mando y detalle de metodología y fuentes de extracción de los datos.

- **Producción Multimedia de apoyo:**
  - 1 entrada Blog de Apoyo a la comunicación (incluyendo redaccional 350 palabras catalán / inglés; galería fotográfica y clip de video)
  - 1 Galería fotográfica incluyente retoque y selección de calidad del tópico: esquí de montaña en Boí
  - 3 Adaptaciones de la gráfica publicitaria de los campeonatos segundos apoyos de comunicación (animación, estática, horizontal, vertical...) adaptada al estilo de marca Boi Taüll y a la imagen del campeonato
  - 1 Producción clip video 30" con grafismos, cartelas y adaptada al estilo de marca Boi Taüll y a la imagen del campeonato
  - 7 simulaciones de publicaciones reales ejecutadas en diferentes apoyos de comunicación:
    - 4 Redes sociales incluyendo copy + mèdia (Instagram, Facebook, Twitter, TikTok)
    - 1 Video (YouTube)
    - 1 entrada de blog
    - 1 Campaña de email temática tipo boletín con Mailchimp

## **ANEXO 1 - POLÍTICA DE FGC TURISME I MUNTANYA**

## ANEXO 2 – DOCUMENTACIÓN DE REFERÈNCIA

- [Brandplanning Transversal Marcas Turisme](#)
- [Audits & Benchmark Marcas Turisme](#)
- [Propuesta Estratégica - Comunicación Marcas Turisme](#)
- **Manuales de identidad y aplicaciones de marca [FGC Turisme](#):**
  - [Estacions de Muntanya](#)
  - [Parc Astronòmic](#)
  - [Turistren](#)
- [Directorio soportes Comunicación Online FGC Turisme](#) (estaciones de montaña, trens turístics i Parc Astronòmic del Montsec. Incluye links de los perfiles sociales, websites i apps)
- [Selección de Fotografías de recurso y Dosieres de Prensa. Destinaciones FGC Turisme](#)
- [Estado del servicio del contrato de emailmarketing](#)

### **Briefing i material necesario para desarrollar un caos de prueba**

La prueba consiste en realizar una propuesta del plano de acciones de comunicación específica para los campeonatos de Europa de esquí de montaña Boí Taüll, que permita evaluar las capacidades técnicas del equipo ejecutor:

- **Objetivos del plan de comunicación**
  - Posicionar y visibilizar BOÍ TAÜLL y por extensión la Vall de Boí, como una destinación de referencia para el esquí de montaña.
  - Augmentar la notoriedad y relevancia de la disciplina del esquí de montaña al público esquiador
  - Conseguir el máximo de abasto en las publicaciones para crear un interés sobre el evento en el público objetivo (con interés por el esquí de la montaña, el esquí y la competición), y en el público general (con interés en la alta montaña y destinos de nieve).
- **Calendarización del plan de comunicación:** diciembre, enero y febrero
  - Activación de la comunicación: diciembre y enero de 2021.
  - Cobertura del evento: del 8 al 13 de febrero del 2022
  - Seguimiento del post del evento: del 13 al 29 de febrero de 2022

El documento de la prueba tendrá que incluir el plan de acciones de comunicación mencionado en los puntos 5. Para la ejecución del ejercicio, se proporcionan los siguientes materiales:

- [Plantilla de ejemplo para el plan de contenidos](#)
- **Material Gráfico Foto / Vídeo**
  - [Material Gráfico del Campeonato](#)
  - [Imágenes de recurso](#)
  - [Vídeos de recurso](#)

- **Indicaciones para la producción multimedia de soporte:**
  - 1 entrada Blog de soporte a la comunicación (incluyendo redaccional 350 palabras catalán / inglés; galería fotográfica i clip de video). Esta entrada al blog se tendrá que entregar en una versión maquetada, que permita evaluar el uso del texto y material multimedia. Ver ejemplos aquí:  
<https://www.turismefgc.cat/blog/>
  - **1 Galería fotográfica incluyendo retoque y selección de calidad del tópico:** esquí de montaña a Boí Taüll. Consiste en realizar los siguientes ejercicios:
    - **Imagen 1. Edición de color de una imagen de poca calidad**, como un supuesto de una imagen recibida por WhatsApp, que hay que editar antes de publicar para saca-le el máximo provecho visual:  
<https://www.dropbox.com/s/7t524ycr2op2zlh/Imatge%201%20-%20Edici%C3%B3%20de%20color.jpeg?dl=0>
    - **Imagen 2. Edición de una imagen de calidad.** El ejercicio consiste en mejorar la imagen, simulando que el cielo no esta tan encapotado de nubes y borrando las marcas visibles en los equipamientos de los figurantes. La edición tiene que pasar lo mas desapercibida posible, con un resultado natural (retocar el color si es necesario)  
<https://www.dropbox.com/s/om00i7gibc4erk4/Imatge%202%20-%20esborrar%20marques%20i%20cel%20gris.jpeg?dl=0>
    - Selección de las 10 mejores fotografías de **la disciplina del esquí de montaña, de entre las fotografías disponibles en la siguiente carpeta:**  
<https://www.dropbox.com/sh/ppezl6t2ik8eu5x/AABDNUU40cbKD8L4dQ7WwBfa?dl=0>
  - **3 Adaptaciones de la grafica publicitaria** de los campeonatos adaptados a la marca de Boí Taüll y a la imagen del campeonato. Se pueden utilizar imágenes de archivo para complementar los diseños, siempre que sean imágenes de la disciplina de esquí de montaña o paisaje de Boí Taüll. Las adaptaciones a ejecutar son las siguientes, utilizando este archivo:  
[https://www.dropbox.com/sh/cbxkxk8p61ujxq8/AABLI7fyZ\\_C1QSaoJ1TH4IHya?dl=0](https://www.dropbox.com/sh/cbxkxk8p61ujxq8/AABLI7fyZ_C1QSaoJ1TH4IHya?dl=0):
    - 1 animación 1600x 900px en formato gif, para incluir en la simulación de una newsletter. La animación tiene que resumir la información del cartel en un formato dinámico
    - 1 cadena de 3 historias de Instagram, que resuman la información del cartel.
    - 1 carrusel de Facebook que resuma la información del cartel.

Es necesario presentar estas adaptaciones tal y como se verían en las respectivas plataformas, a modo de simulación.

- **1 Producción clip video** de entre 15'' i 30'' a modo *teaser* del evento, con grafismos, carteles y adaptada al estilo de marca de Boí Taüll y a la imagen del campeonato. Las imágenes escogidos tienen que ser de la disciplina de esquí de montaña. Para este ejercicio se pueden hacer planes de video de todas las estaciones de montaña de FGC Turisme, incluidas al archivo "Esquí de Montaña estaciones de FGC"
  - Vídeos de recurso general:  
[https://www.dropbox.com/sh/zt9bl324q13mstv/AAD0EuBPQzy8NKNVNtH6qMj\\_a?dl=0](https://www.dropbox.com/sh/zt9bl324q13mstv/AAD0EuBPQzy8NKNVNtH6qMj_a?dl=0)
  - Manual de marca, logotipo i ejemplos de aplicaciones de los grafismos i carteles:  
<https://www.dropbox.com/sh/rqxvl9tii7kvfwo/AABBMamgnz6QLPZTn16kpAHra?dl=0>

Estas producciones multimedia se tienen que incluir en las simulaciones de publicaciones reales ejecutados en diferentes soportes de comunicación, mencionadas en el punto 5:

- **4 redes sociales** incluyendo *copy* + *mèdia* (Instagram, Facebook, Twitter, TikTok)
  - **1 Vídeo** (Youtube)
  - **1 entrada de blog**
  - **1 Campaña de email** tematizada tipo boletín con Mailchimp
- **Briefing del evento**
    - Boí Taüll acollirà els Campionats d'Europa d'Esquí de Muntanya del 2022  
<https://www.turismefgc.cat/actualitat/noticies/boi-taull-acollira-els-campionats-d-europa-d-esqui-de-muntanya-del-2022>
  - **Otros links de interes - Benchmarking competència:**
    - The ISMF presents the final calendar for the 2021/22 winter season  
<http://www.ismf-ski.org/webpages/packed-international-race-calendar-shows-increasing-interest-in-top-ski-mountaineering-competitions/>
    - Arinsal i el Comapedrosa seran els escenaris del Campionat del Món de 2021 d'esquí de muntanya de la ISMF. <https://www.comapedrosaandorra.com/>