

Es traducción del original:

“PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE RIGEN LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE APOYO EN EL ASESORAMIENTO TÉCNICO PARA EL DESARROLLO Y LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE ACCIONES ANUAL, DE ACUERDO CON EL PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE CATALUÑA

Con la mera presentación de su oferta, la empresa licitadora acepta las prescripciones técnicas establecidas en este pliego. Cualquier propuesta que no se ajuste a los requerimientos mínimos establecidos en este pliego quedará automáticamente excluida de la licitación.

1. Antecedentes

La Agencia Catalana de Turismo (en adelante ACT) en base al Plan de Marketing Turístico de Cataluña 2018-2022 que se ha prorrogado hasta 2024, contempla desarrollar la estrategia con el objetivo principal de posicionar Cataluña como una de los mejores destinos turísticos del mundo y ayudar al sector a realizar un marketing de alta eficacia.

Esta estrategia debe basarse en las ventajas que Cataluña puede ofrecer, así como en los segmentos de demanda a los que se orienta según necesidades fundamentales, los productos turísticos y los mercados. Todo esto en línea continuista con gran parte de los objetivos del anterior plan de marketing, pero orientándose a modelos de producto 4D. Las 4D hacen referencia a: desestacionalización (destino de primer nivel todo el año), gasto (atraer a turista de mayor poder adquisitivo), desconcentración (reparto flujos turísticos) y diversificación (nuevos segmentos / nuevos mercados).

Con el fin de alcanzar el objetivo principal a través de los modelos de producto 4D, Cataluña debe posicionar y desarrollar una oferta atractiva para diversos segmentos, mercados y tipologías de productos, en función de su análisis previo en relación con su atraktividad y competitividad.

De acuerdo con todo esto, la ACT prioriza y desarrolla diferentes programas:

- Turismo Familiar
- Turismo Activo-Naturaleza
- Turismo Deportivo
- Turismo Enogastronómico
- Turismo Cultural (incluyendo escapadas urbanas y visitas a ciudades, pueblos y villas)
- Turismo Premium
- Turismo Médico
- Marca Pirineos
- Grand Tour de Cataluña
- Reuniones e incentivos: Catalunya Convention Bureau (en adelante CCB)
- Red de turismo para todos – turismo accesible

Todos los programas comparten unos objetivos específicos:

- Incrementar la creación y desarrollo de oferta a través de distintos productos orientados a modelos 4D (ver explicaciones más adelante).
- Satisfacer las necesidades de la demanda: relajarse, descubrir, disfrutar, aprender, reunirse.
- Posicionar a Cataluña como destino ideal para los viajeros.

Todos ellos, exceptuando Pirineos, Grand Tour de Cataluña y el Programa de turismo para todos – turismo accesible, incorporan empresas o entidades afiliadas que cumplen con unos requisitos específicos.

Las marcas Catalunya Meetings & Mobility y Catalunya Meetings & Sports tampoco tienen requisitos específicos, sino que están orientados a eventos de estos sectores.

Alineado con la estrategia de la ACT, el CCB, programa de promoción del turismo de reuniones y eventos profesionales, inicia una estrategia de segmentación por industrias dentro de la actividad MICE. Con esta intención, se identifican en Cataluña industrias fuertes y diferenciadas, que además son importantes generadoras de eventos profesionales y que ofrecen un gran potencial de futuro por estar alineadas con las nuevas tendencias y necesidades globales y de transformación socioeconómicas. Unas industrias que, aparte de su valor diferencial respecto a otros destinos por su fuerza y proyectos existentes en el país, tienen una presencia territorial que contribuye a la diversificación y desconcentración de la actividad turística y del MICE en Cataluña.

Las industrias por las que se decide apostar inicialmente son: la automoción/movilidad, el deporte, la innovación y la tecnología, la alimentación, y el BioTech, entre otros. De acuerdo con todo ello, se prioriza y despliegan, como pruebas piloto, las líneas de los siguientes programas:

- Cataluña Meetings & Mobility
- Cataluña Meetings & Sports

Como comentado, la intención es continuar con otras industrias escalando la metodología que pueda desarrollarse a partir del despliegue de estos dos programas piloto.

También es importante destacar que la estrategia de las líneas de producto debe reforzarse, en su caso, con la participación en varios programas de cariz europeo ya existentes como pueden ser Hiking Europe, Meadpearls, RestartMed o Plataforma de Regiones Europeas de la Gastronomía, así como por otros que puedan llegar y encajen en otros tipos de productos.

Además, es necesario tener en cuenta el modelo turístico que impulsa la ACT basado en que todas las experiencias deben pivotar sobre la sostenibilidad y accesibilidad universal del turismo.

2. Objeto del contrato

El objeto de este contrato es el servicio de asesoramiento técnico en la materia de cada uno de los lotes para el desarrollo y ejecución del Plan de acciones integrado (en adelante PAI) anual, que será definido durante el transcurso del año anterior a su ejecución de acuerdo con el Plan de Marketing Turístico de Catalunya.

La licitación se divide en 5 lotes:

- Lote 1: Programa Turismo Enogastronómico
- Lote 2: Programa Turismo Activo Natura
- Lote 3: Red Turismo para Todos – Turismo Accesible
- Lote 4: Cataluña Meetings & Mobility
- Lote 5: Cataluña Meetings & Sports

Las empresas licitadoras se podrán presentar independientemente por cada uno de los lotes y como máximo podrán ser adjudicatarias de dos lotes.

3. Obligaciones de la empresa licitadora

Seguidamente se detallan las obligaciones comunes a todos los lotes y características técnicas específicas para cada lote.

3.1. Obligaciones comunes a todos los lotes

3.1.1. Gestión del programa (lotes 1, 2, 4 y 5) o red (lote 3)

1. Apoyo y asesoramiento técnico continuado a la ACT en temas relacionados con cada lote. Las reuniones se llevarán a cabo de forma telemática, aunque será posible tener reuniones presenciales en las oficinas de la ACT. La empresa contratista deberá estar presente de forma presencial u online para realizar las prestaciones objeto del contrato siempre que la ACT lo requiera con un preaviso mínimo de 48h.
2. Organización y dinamización de reuniones, jornadas, comités, consejos, grupos y mesas, y redactado de los informes o actas posteriores, donde consten los principales acuerdos tomados y los próximos pasos.
3. Apoyar la captación, gestión y asesoramiento técnico a los afiliados al programa de cada lote (por correo electrónico, teléfono o presencialmente), así como a las empresas o entidades que puedan estar interesadas en éste. Los afiliados son las empresas y entidades del sector turístico catalán que forman parte de los programas de la ACT, pagan una cuota y reciben una serie de ventajas (www.act.gencat.cat). En el caso del lote 3, la interlocución será con empresas y entidades del sector, pues no se trata de un programa de afiliación.
4. En su caso, velar por que las empresas afiliadas vinculadas al programa/producto del lote, cumplan con los requisitos establecidos, ya sean requisitos técnicos como de comunicación (por ejemplo: información técnica de los productos, presencia logotipo en las webs de los afiliados, etc.).
5. Gestión de las acciones y proyectos que figuran en el PAI.
6. Realización de tareas administrativas de soporte vinculadas a las prestaciones objeto del contrato.
7. Creación de una memoria anual de las acciones realizadas.

Algunas de las tareas pueden acarrear eventuales desplazamientos y realización de presentaciones.

La empresa contratista tendrá que asumir los gastos de dietas, desplazamiento y alojamiento que se deriven de aquellas acciones que tengan lugar en Cataluña. Los gastos que sean necesarios para la realización de acciones fuera del territorio catalán serán asumidos por la ACT.

3.1.2. Comunicación, contenidos y soportes a la comunicación

1. Actualización de BBDD: CRM, directorio web, Infotur, BBDD específicas de interés.
2. Identificación de empresas, operadores, agencias receptoras, agencias organizadoras de eventos profesionales y viajes de incentivos, asociaciones, entidades, proveedores y servicios relacionados con el lote y creación de bases de datos con esta información, en coordinación con las oficinas en el exterior (CPTs) y, en el caso de los lotes 4 y 5, también

con ACCIO o de otros departamentos según actividad. En caso de que surgiera la necesidad, también se identificarán y verificarán empresas y recursos que ofrezcan actividades y experiencias tematizadas, comercializables, accesibles y sostenibles.

3. Búsqueda de novedades y tendencias a nivel nacional e internacional de la línea de producto del lote en cuestión.
4. Diseño y redacción de boletines informativos internos (novedades, acciones implementadas, eventos futuros...) dirigidos a los afiliados.
5. Identificación de blogs, webs, foros y otras plataformas de promoción digital sobre la temática del lote.
6. Asesoramiento a las acciones de promoción en redes sociales, dotando de contenidos a las responsables de las redes sociales de la ACT para que puedan redactar los elementos textuales que sean adecuados
7. Asesoramiento en el diseño para la creación y/o adaptación de materiales gráficos de pequeño formato.
8. Asesoramiento en la creación, recopilación, revisión y actualización de contenidos generales y específicos on y offline relacionados con la línea de producto del lote (informativos, textuales, experienciales y gráficos) que se generen de acciones o publicaciones y para la promoción en diferentes soportes de la ACT, y con diversas finalidades como presentaciones de producto o programa o publicaciones ACT y contenidos generados para acciones offline.
9. Elaboración de contenidos para acciones online
 - Boletines, dosieres de prensa, manuales, colecciones, guías, entre otros formatos.
 - Contenidos del ecosistema digital de la ACT, si es necesario: www.catalunya.com; www.experience.catalunya.com; www.escasateva.catalunya.com; www.act.gencat.cat; www.turismeperatothom.catalunya.com; www.visitpirineus.com, landing pages de los programas Catalunya Meetings & Mobility y Catalunya Meetings & Sports, y otros webs y blogs vinculados.
 - Aquellos contenidos textuales que se generen derivados de publicaciones u otras acciones correspondientes a cada programa serán entregados en el formato que indique la ACT.

3.1.3. Apoyo en la ejecución del PAI

- Apoyo técnico en la ejecución del PAI del programa del lote correspondiente, en catalán, castellano e inglés aportando propuestas de mejora en la definición de las acciones, y de forma consensuada y conjunta con los agentes implicados (afiliados a las marcas, socios de los programas, ...). Cuando se considere, realización de acciones de representación hacia el sector turístico catalán. En el ámbito español e internacional se puede requerir la representación de la empresa contratista en entre dos y cuatro acciones del PAI.
- Evaluación de cada una de las acciones del PAI a través del modelo que especifique la ACT en cada caso, así como soporte en el seguimiento del retorno de las acciones. El informe de evaluación de cada acción también debe incluir propuestas de mejora y una BBDD de los contactos efectuados y fotografías de la acción.

- La ACT trabaja en el marco de un programa de proyectos europeos que pueden estar directa o indirectamente vinculados al lote. En estos casos, la empresa contratista deberá asesorar y dar soporte técnico al equipo de Marketing de Experiencias en las tareas que deba realizar cuando proceda.
- Identificación y propuesta de nuevas oportunidades de promoción priorizando acciones en formato digital: eventos, ferias, plataformas, medios, etc.... con el objetivo, en su caso, de incrementar la visibilidad de las empresas y entidades afiliadas.
- Identificación y propuesta de nuevas tendencias del sector hacia la demanda turística relacionada con la línea de producto del lote, trabajando en coordinación con los CPTs y en el caso de los lotes 4 y 5 y de otras entidades que puedan aportar valor y que la ACT designe como interlocutoras.
- Elaboración de una propuesta de acciones concretas por el PAI del año siguiente y en la propuesta de estrategia a seguir a largo plazo.

La empresa contratista deberá realizar una memoria descriptiva de las acciones realizadas en la que se especifiquen los resultados obtenidos. En esta memoria constarán las acciones realizadas, las experiencias identificadas, comunicaciones, y las valoraciones obtenidas, así como toda aquella documentación que se genere en el transcurso del año y que sea de importancia para cada lote, o que específicamente esté solicitada por la ACT. Esta memoria acompañará a cada factura para su pago, y se entregará en formato abierto, o en aquel formato que requiera la ACT.

La ACT se encargará de entregar plantillas estándar para cada tipología de documentación a entregar.

3.2. Obligaciones específicas para cada lote

- Lote 1 Programa Turismo Enogastronómico: consultar anexo 1
- Lote 2 Programa Turismo Activo-Naturaleza: consultar anexo 2
- Lote 3 Red Turismo para todos – turismo accesible: consultar anexo 3
- Lote 4 Cataluña Meetings & Mobility: consultar anexo 4
- Lote 5 Cataluña Meetings & Sports: consultar anexo 5

4. Descripción de medios técnicos y personales

La empresa contratista dispondrá de los suficientes medios técnicos y personales para desarrollar las labores objeto de este contrato.

4.1. Descripción de medios personales

Cada empresa contratista pondrá a disposición de la ACT un equipo técnico, cuyas funciones serán asistir y apoyar a cada responsable de proyecto tanto en la gestión técnica y ejecutiva como en el desarrollo de las acciones de acuerdo con las expectativas en calidad, alcance y



plazos. En concreto, deberá asignar un equipo técnico, formado como mínimo por dos personas con los siguientes perfiles profesionales: un/a director/ay un/a técnico/

El equipo que se presente a la propuesta de licitación deberá ser el mismo que, una vez adjudicado el lote correspondiente, desarrolle las mencionadas tareas.

- Se requieren perfiles de directores con una experiencia mínima de tres años en la temática de cada uno de los lotes.
- Se requiere perfiles de técnicos con experiencia mínima de un año en la temática de cada uno de los lotes.
- Para cada lote se asignará a un técnico interlocutor. En caso de que una empresa licitadora sea adjudicataria de más de un lote, deberá designar personas diferentes por cada lote.
- En caso de que la empresa contratista lo considerase necesario, podrá definir un equipo de trabajo con profesionales a tiempo parcial especializados en tareas concretas que permitan dar cobertura a las necesidades del programa. Sin embargo, los gastos derivados de un equipo adicional de personas correrán a cargo de la empresa contratista.
- La empresa contratista se hará cargo de los gastos de desplazamiento, manutención, alojamiento y resto de gastos derivados de su asistencia a reuniones, jornadas, presentaciones, acciones de representación institucional o presentaciones que se realicen en Cataluña. Irán a cargo de la ACT aquellos gastos derivados de desplazamientos fuera del territorio catalán, siempre y cuando no se especifique de otra forma para cada uno de los lotes.
- La empresa contratista ejecutará el PAI en el idioma correspondiente según el mercado al que se dirijan las acciones. En cualquier caso, se requerirá la ejecución de las acciones en catalán, castellano e inglés.
- La empresa contratista se encargará de realizar las actas técnicas de las reuniones derivadas de la ejecución del contrato. El responsable de la ACT podrá aceptar en su sustitución un resumen de las reuniones, sin necesidad de estar firmadas.

4.2. Descripción de medios técnicos

- Se requiere conocimiento del uso de las herramientas de Microsoft Office 365 (Teams, Planner, Outlook, One Note).

5. Seguimiento y control de la ejecución del contrato

El órgano de contratación designará a una persona que asumirá el control y la coordinación de la ejecución contractual con la empresa licitadora a fin de tratar directamente las cuestiones relacionadas con el desarrollo normal de las tareas indicadas en este pliego.

La empresa licitadora debe designar a una persona responsable a quien encargar la gestión de la ejecución del contrato y que deberá garantizar la calidad de la prestación objeto de este pliego, tratando directamente las cuestiones relacionadas con el desarrollo normal de las tareas indicadas en este pliego con la persona interlocutora designada por el órgano de contratación.

Las personas referidas anteriormente se reunirán con una periodicidad mínima de una vez al mes y máxima de tres, a fin de supervisar, controlar y tratar cualquier aspecto vinculado con el desarrollo del contrato, a fin de asegurar que el mismo se está ejecutado conforme lo establecido en el presente pliego.

Firma digital

Beatriz Nubiola
Jefa de Marcas
Unidad de Marketing de Experiencias
Agencia Catalana de Turismo

Firma digital

Sonia Serracarbassa
Directora
Unidad Catalunya Convention Bureau
Agencia Catalana de Turismo”