

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS

SERVEI DE PLANIFICACIÓ, PROGRAMACIÓ I EXECUCIÓ DE TASQUES VINCULADES A LA IMPLEMENTACIÓ D'UNA ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING D'INFLUENCIADORS A LES XARXES SOCIALS PER A LA PROMOCIÓ DELS EQUIPAMENTS I SERVEIS TURÍSTICS D'FGC TURISME I FGC OPERADORA

ÍNDEX

1. OBJECTE DEL PLEC	3
2. ABAST DEL SERVEI	3
2.1. Antecedents	3
2.2. Objectius	3
3. ÀMBIT DE PRESTACIÓ DELS SERVEIS	4
4. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI	4
5. REQUISITS PER A LA REALITZACIÓ DEL SERVEI	6
5.1. Condicions d'execució del contracte:	6
5.2. Coordinació i seguiment del contracte	6
5.3. Qualificació, rols i formació del personal	7
5.3.1. Rols, formació i experiència	7
5.4. Qualitat del servei i treballs realitzats	7
5.5. Confidencialitat, Seguretat i protecció de dades	8
5.5.1. Confidencialitat	8
5.5.2. Seguretat i Protecció de Dades	8
5.5.3. Clàusula de propietat industrial i intel·lectual	9
5.6. Consideracions generals	9
5.7. Liquidació econòmica de la prestació del servei	10
ANNEX 1 - POLÍTICA D'FGC TURISME	11

1. OBJECTE DEL PLEC

El present Plec de Prescripcions Tècniques Particulars té com a objectiu definir les característiques tècniques que ha de complir Servei de planificació, programació i execució d'una estratègia de màrqueting d'Influenciadors a les xarxes socials per a la promoció dels equipaments i serveis turístics d'FGC Turisme (Estacions de muntanya, trens turístics i altres equipaments turístics) i d'FGC Operadora (Tren dels Llacs i d'altres serveis turístics).

En tot allò que no s'especifica al present Plec Particular, el contractista haurà d'acomplir allò especificat al Plec de Prescripcions Tècniques General d'FGC i Plec General de Serveis d'FGC, que es troben a la web d'FGC, així com en les normatives d'obligat compliment.

2. ABAST DEL SERVEI

2.1. Antecedents

Des de l'any 2021 es realitza la contractació del servei d'influenciadors a les explotacions d'FGC Turisme, ja sigui estacions de muntanya, trens turístics o altres equipaments, i des de llavors més de 50 influenciadors o creadors de continguts s'han desplaçat a diferents explotacions per presentar l'oferta dels equipaments, viure les experiències que se'ls ha organitzat i poder compartir contingut als seus perfils socials.

L'objectiu és la necessitat de donar a conèixer i posicionar les explotacions turístiques d'FGC, conformades per sis estacions de muntanya, dos trens cremallera, dos funiculars, tres trens turístics i un parc astronòmic, a diferents públics objectius els quals no és viable impactar de forma orgànica des dels canals digitals propis, creant d'aquesta manera una comunicació creïble generada per líders d'opinió i d'altres usuaris referents en els seus àmbits de comunicació com poden ser el familiar, l'esportiu o d'estil de vida.

2.2. Objectius

El servei objecte de contractació ha de permetre l'assoliment dels següents objectius de màrqueting i comercials:

- Generar notorietat sobre les explotacions d'FGC Turisme: Aconseguir que un major nombre de persones coneguin les estacions de muntanya, trens turístics i altres equipaments turístics gestionats per FGC Turisme.
- Reforçar la presència digital de les marques d'FGC Turisme: Augmentar la visibilitat i influència de les marques d'FGC Turisme a les xarxes socials, incrementant la seva presència i interacció amb els usuaris.
- Arribar a segments i perfils que no s'impacten de manera orgànica als canals propis: Utilitzar influenciadors per accedir a nous públics que no es troben habitualment entre els seguidors dels canals propis.
- Establir noves formes d'interacció amb els usuaris: Desenvolupar estratègies innovadores que permetin una interacció més profunda i significativa amb els usuaris, fomentant la seva participació i compromís.
- Impulsar activitats i esdeveniments amb valor afegit fora dels productes del catàleg de serveis: crear i promocionar activitats i esdeveniments exclusius que aportin un valor

addicional als usuaris i enriqueixin l'experiència global que ofereixen les explotacions d'FGC Turisme.

Per mitjà de la proposta d'accions i campanyes de màrqueting, tant les que estan detallades al plec com les que poden proposar els licitadors de forma addicional.

3. ÀMBIT DE PRESTACIÓ DELS SERVEIS

Els serveis es realitzaran per a tots els negocis turístics que gestiona FGC i per a requeriments transversals de comunicació de la divisió turística.

- Estacions de Muntanya (Vallter, Vall de Núria, La Molina, Espot Esquí, Port Ainé, Boí Taüll)
- Trens Turístics (Cremallera de Núria, Cremallera i Funiculars de Montserrat, Tren del Ciment, Tren dels Llacs, Funicular de Gelida) i d'altres serveis turístics ferroviaris.
- Altres Equipaments Turístics (Parc Astronòmic del Montsec)

4. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI

La present contractació de serveis haurà d'incloure l'execució de totes les tasques implícites en la definició i execució d'un projecte integral de difusió de les marques a través d'una estratègia de màrqueting d'influenciadors. L'empresa adjudicatària haurà de tenir en consideració tota la definició estratègica de cadascuna de les explotacions turístiques, tenint en compte els diferents *targets*, el posicionament estratègic i les activitats i els serveis prioritaris, per tal d'executar una campanya d'influenciadors que reforci el posicionament de cada marca.

Amb caràcter enunciatiu i no limitant, les característiques del servei a prestar l'adjudicatari són les següents:

1. Anàlisi i diagnòstic inicial
 - Realitzar una anàlisi exhaustiva de l'estat actual de la presència digital de les marques d'FGC Turisme.
 - Identificar els segments de públic objectiu i els seus hàbits de consum a les xarxes socials.
 - Estudiar les tendències actuals en el màrqueting d'influenciadors i la seva aplicabilitat a les necessitats d'FGC Turisme.
2. Planificació estratègica: definició de les accions i calendari
 - Desenvolupar una estratègia integral de màrqueting d'influenciadors que inclogui:
 - Definició d'objectius qualitatius a assolir
 - Definició de tàctiques i pla d'acció previst per a l'acompliment de indicadors clau de rendiment objectius
 - Cost per impacte objectiu: 0,05 - 0,10€
 - Taxa d'Abast sobre l'audiència objectiu: 10-15%
 - Taxa d'interacció amb el contingut publicat (engatjament): 3-5%

- Definició i programació específica d'accions ¹amb influenciadors: el *target* al que va dirigida i el tipus de perfil d'influenciador que es contractarà, el número d'impactes i abast estimat de l'acció i la definició de l'acció en sí, detallant quines contraprestacions es demanaran a l'influenciador. Es requereix l'execució efectiva d'un número d'accions amb influenciadors objectiu mínim per cada equipament turístic segons la taula següent:

Equipament Turístic	Número Accions Objectiu
LA MOLINA	7
VALL DE NURIA	7
ESPOT ESQUI	3
PORT AINE	4
VALLTER	3
BOI TAÜLL	4
PARC ASTRONÒMIC DEL MONTSEC	3
CREMALLERA DE NÚRIA	5
CREMALLERA I FUNICULARS DE MONTSERRAT	6
TREN DEL CIMENT	1
TREN DELS LLACS	2

45

L'objectiu de l'establiment d'aquest nombre objectiu mínim d'accions és el de garantir la cobertura durant tots els períodes d'explotació dels diferents equipaments i assegurar una correcta i completa cobertura dels diferents *targets* (primari i secundaris) que aquests tenen. No obstant, la concreció del nombre d'accions final serà pactada entre l'adjudicatari i els responsables d'FGC.

- Recerca de perfils i selecció de perfils d'influenciadors
 - Recerca d'influenciadors que encaixin amb els criteris definits a la planificació estratègica. Cal disposar de varis perfils per cada acció definida. Aquest triatge servirà com a punt de partida per a poder fer la selecció final.
 - Aportar informació detallada de cada perfil per a una correcta selecció: nom, enllaç als seus perfils socials, mida de la comunitat a cada canal social, àmbit d'actuació de l'influenciador (familiar, esportiu, etc.), rellevància, l'abast, l'autenticitat i l'impacte potencial dels influenciadors.
- Gestió de relacions amb els Influenciadors i coordinació de les accions
 - Negociar i establir les col·laboracions amb influenciadors, incloent la negociació de termes, condicions i compensacions.
 - Gestió amb col·laboradors externs (hotels, punts de restauració i altres activitats) en el cas de ser necessària la contractació de serveis de tercers.

¹ cal tenir en compte l'estacionalitat i calendari d'obertura de cadascuna de les explotacions turístiques d'FGC turisme, de cara a adequar la difusió a través d'influenciadors en els moments clau per a cadascuna de les marques i assegurar la difusió continuada durant tot l'any.

- Mantenir una comunicació contínua i fluïda amb els influenciadors per assegurar una col·laboració efectiva i alineada amb els objectius de la campanya.
- Coordinació amb l'equip de màrqueting d'FGC Turisme i la coordinació amb els responsables comercials de cada explotació
- Fer seguiment de l'execució de les accions.
- Gestionar el pagament d'honoraris als influenciadors i tancar els contractes amb ells.

5. Monitorització i anàlisi de resultats

- Realitzar un seguiment continu dels KPI's definits per FGC Turisme per avaluar l'efectivitat de les accions.
- Utilitzar eines analítiques per mesurar l'impacte de les accions d'influenciadors i el retorn sobre la inversió (ROI)
- Elaborar informes periòdics detallats que reflecteixin els resultats obtinguts, comparant-los amb els objectius inicials.
- Proporcionar recomanacions per a futures accions i millores basades en l'anàlisi de les dades recollides.

6. Conducció de reunions de seguiment i tasques administratives

- Conduir reunions de seguiment de projecte.
- Realitzar les tasques administratives vinculades a l'execució del contracte.

5. REQUISITS PER A LA REALITZACIÓ DEL SERVEI

5.1. Condicions d'execució del contracte:

L'adjudicatari haurà de:

- a) Estar en disposició de poder prestar el servei objecte d'aquest contracte en horari laboral de dilluns a divendres de 08 a 18hrs
- b) Satisfer els honoraris de totes les despeses vinculades a la contractació de treballs i serveis subjectes a drets d'autors o d'imatge per al desenvolupament dels treballs encarregats per FGC amb la vigència que es determini en el procés de brífing.
- c) Garantir l'originalitat de les accions o campanyes, sense que pugui ser còpia ni adaptació d'altres preexistents, assumint en tot cas la responsabilitat davant les possibles reclamacions de tota mena que puguin ser plantejades per tercers en relació amb l'autoria o plagiat d'obra existent, exonerant FGC de qualsevol mena de responsabilitat al respecte.

5.2. Coordinació i seguiment del contracte

L'adjudicatari nomenarà un Responsable del servei que serà qui coordinarà amb el responsable corresponent de FGC els protocols de treball i el seguiment del servei, a la vegada que es responsabilitzarà que les tasques que s'efectuïn tinguin l'estàndard de qualitat pactat amb FGC. La persona designada haurà de tenir disponibilitat per mantenir reunions periòdiques i contactes freqüents amb l'àrea d'FGC gestora d'aquest contracte de serveis, a fi de fer-ne el seguiment de la gestió global.

Pel que fa al llançament i seguiment de projecte, FGC exigirà una primera reunió de llançament on l'adjudicatari presentarà equip i metodologia de treball així com el calendari previst

d'execució de les tasques. Posteriorment caldrà realitzar les reunions de seguiment que a petició d'FGC es considerin necessàries.

FGC vol que el seguiment de l'activitat sigui constant i continu. Els interlocutors del contracte han de parlar i gestionar el dia a dia per solucionar les casuístiques que es puguin anar presentant. Periòdicament l'adjudicatari i responsables de FGC realitzaran reunions de seguiment d'activitat, i se'n aixecaran actes de servei que s'incorporaran en el seguiment del contracte.

Les empreses licitadores hauran de proposar un calendari de desenvolupament del projecte incloent fites, tasques i documentació a lliurar a FGC amb l'horitzó tipus d'un any de servei abans esmentat. Caldrà també que proposin quina serà la documentació prevista de generar al llarg del projecte disponible per a FGC.

5.3. Qualificació, rols i formació del personal

5.3.1. Rols, formació i experiència

Per garantir la prestació dels serveis, i sense perjudici que es necessiti la intervenció d'altres perfils professionals de forma puntual, l'empresa adjudicatària haurà de dedicar un equip tècnic compost per 1 tècnic especialista en Màrqueting Digital i xarxes socials i un responsable del servei que farà la interlocució directament amb les persones responsables que FGC indiqui. Com a mínim:

- Un/a (1) Responsable del servei (Project Manager) del servei amb experiència en serveis d'igual o similar naturalesa de l'objecte del contracte durant els darrers 5 anys, entre els quals com a mínim 3 serveis hauran d'haver estat en el sector esportiu i 3 serveis en el targete lúdic i familiar, amb titulació universitària (Enginyeria Superior o Grau) que asseguri la competència en la matèria o titulació equivalent homologada a l'Estat espanyol.
- Un/a (1) Tècnic/a amb experiència en serveis d'igual o similar naturalesa de l'objecte del contracte durant els darrers 3 anys, amb titulació tècnica (Cicle Formatiu de Grau Superior, enginyeria tècnica o diplomatura) en Ciències de la Informació o Periodisme, Publicitat i Relacions Públiques, Màrqueting i/o Comunicació Audiovisual que asseguri la competència en la matèria o titulació equivalent homologada a l'Estat espanyol.

L'adjudicatari vetllarà per formar inicialment al seu personal, així com formarà de forma continuada al personal d'acord a les novetats tècniques o necessitats que es vagin incorporant durant l'execució del contracte.

La resta de formacions que puguin ser necessàries en el transcurs del contracte, per causes imputables a l'organització de l'adjudicatari, seran en el mateix format i seran íntegrament amb càrrec a l'adjudicatari.

5.4. Qualitat del servei i treballs realitzats

Li correspon a l'adjudicatari establir les mesures que consideri adients per lliurar les tasques del contracte amb els nivells mínims de qualitat que li són exigits.

5.5. Confidencialitat, Seguretat i protecció de dades

5.5.1. Confidencialitat

L'empresa adjudicatària està obligada a guardar secret respecte les dades o informació prèvia que no sent públics o notoris, estiguin relacionats amb l'objecte del contracte. Qualsevol comunicat de premsa o inserció als mitjans de comunicació que l'adjudicatari realitzi referent al servei que presta a FGC haurà de ser aprovat prèviament pel client.

5.5.2. Seguretat i Protecció de Dades

L'adjudicatari dels serveis es compromet a complir els requeriments de seguretat i continuïtat aplicables a l'objecte del contracte especificats a:

- La legislació vigent en general, i en particular, quan es tractin de dades de caràcter personal, Reial Decret 1720/2007, de 21 de desembre, pel que s'aprova el Reglament de desenvolupament de la Llei Orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal.
- Reial Decret 1720/2007, de 21 de desembre, pel que s'aprova el Reglament de desenvolupament de la Llei Orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal.
- Les normes ISO/IEC/UNE 17799 de millors pràctiques de seguretat de la informació i UNE71502 de gestió de la seguretat de la informació, adaptades a l'estructura administrativa, personal i entorn tecnològic del client i aplicades de forma proporcional als riscos reals.
- Al Reglament (UE) 2016/679 del Parlament Europeu i del Consell de 27 d'abril de 2016, relatiu a la protecció de les persones físiques pel que fa al tractament de dades personals i a la lliure circulació d'aquestes dades –en endavant RGPD–.
- Que d'acord amb l'article 28.3 del RGPD, la realització de tractament per compte de tercers, haurà d'estar regulada en un contracte què haurà de constar per escrit o en alguna altra forma que permeti acreditar la seva celebració i contingut, establint-se expressament que l'encarregat del tractament únicament tractarà les dades conforme a les instruccions del responsable del tractament, i no les aplicarà o utilitzarà amb finalitat diferent a la que figuri en el contracte, ni les comunicarà ni tan sols per a la seva conservació, a altres persones.
- La Directiva 2014/24/UE del Parlament Europeu i del Consell, de 26 de febrer de 2014, sobre contractació pública, posa en relleu la dimensió instrumental de la contractació pública per assolir un creixement intel·ligent, sostenible i integrador seguint la pauta marcada per l'Estratègia Europa 2020 i impulsa el concepte de contractació pública socialment responsable que ha de conduir els òrgans de contractació a utilitzar la compra pública per assolir finalitats socials i ambientals que ajudin a l'assumpció del desenvolupament de determinades polítiques públiques. Per tant, la normativa en matèria de contractació pública permet que per adjudicar un contracte es puguin valorar qüestions que obeeixin a un objectiu social o ambiental.
- L'empresa adjudicatària haurà de proporcionar, al llarg de tot el període d'execució del contracte, la informació relativa a la prestació de serveis públics o a l'execució de potestats administratives delegades que FGC consideri que ha de ser publicada d'acord

amb el que disposa la normativa sobre transparència i lliure accés a la informació. La publicació a Internet serà realitzada per FGC a través del portal de transparència.

- El principi vuitè de l'article 3 de la Llei 17/2015, de 21 de juliol, d'igualtat efectiva entre dones i homes, estableix que els poders públics catalans han de fer un ús no sexista del llenguatge, que eviti l'expressió de concepcions sexistes de la realitat i els usos androcèntrics i amb estereotips de gènere, i han de promoure un llenguatge respectuós amb les dones, amb les minories i amb totes les persones en general en l'atenció personal i en tota la documentació escrita, gràfica i audiovisual. Per aquest motiu l'empresa contractista haurà d'incorporar en tots els serveis que dugui a terme la comunicació no sexista i la perspectiva de gènere.

Adicionalment, l'adjudicatari es compromet a:

- Complir amb les directives tecnològiques i de seguretat i qualitat que estableixi el client.
- Implementar les mesures, processos, i requeriments que el client sol·liciti amb aquesta finalitat i li proposarà els que consideri necessaris per millorar les solucions.
- Facilitar tota aquella informació que el client requereixi per tal que aquest pugui donar compliment a la legislació i normativa referida en aquest apartat.

5.5.3. Clàusula de propietat industrial i intel·lectual

La totalitat dels treballs realitzats objecte d'aquest contracte (a partir d'ara l'Obra), seran propietat exclusiva de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (FGC), així com tots els drets de propietat industrial i intel·lectual que recaiguin sobre els mateixos i que es generin com a conseqüència de l'execució del contracte, sense que l'adjudicatària pugui fer cap ús o divulgació dels mateixos, ni de forma total o parcial, directa o extractada, sense expressa autorització d'FGC. L'adjudicatària accepta expressament la cessió a FGC de la propietat intel·lectual i industrial dels treballs objecte d'aquest contracte.

De conformitat amb el Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril, l'empresa adjudicatària cedeix a FGC, en exclusiva i a perpetuïtat, els drets d'explotació de l'Obra. Per tant, cedeix i autoritza la lliure utilització de l'Obra per a la seva difusió, reproducció, comunicació pública, transformació i divulgació per part d'FGC, utilitzant qualsevol mitjà i de qualsevol forma. L'esmentada cessió dels drets de propietat intel·lectual es realitza pel màxim temps legal possible i en un àmbit d'eficàcia mundial.

En el cas dels drets de propietat industrial, la titularitat d'FGC és igualment exclusiva i comprendrà la possibilitat d'explotar-los en qualsevol camp i de registrar-los o no davant qualsevol oficina de propietat industrial, sent l'àmbit mundial i pel màxim temps legal possible.

Igualment, FGC queda expressament autoritzat a transmetre els drets de propietat intel·lectual i industrial sobre l'Obra a altres societats, empreses o entitats del grup FGC.

L'empresa adjudicatària garantirà que els treballs i serveis prestats a FGC, objecte del contracte, no infringeixen ni vulneren els drets de propietat intel·lectual o industrial o qualsevol altre dret legal o contractual de tercers, quedant FGC indemne de qualsevol responsabilitat.

5.6. Consideracions generals

És imprescindible que l'empresa executora tingui experiència demostrable en prestació de serveis i de projectes d'innovació dins de l'àmbit del turisme i l'esport.

L'adjudicatari estarà subjecte a complir els criteris ambientals, els requeriments generals i específics per proveïdors i subcontractistes i els procediments derivats de la ISO 14001 i la indicació de Qualitat Q, així com la Política de FGC Turisme (veure Annex 2 – POLÍTICA DE TURISME).

FGC podrà demanar a l'adjudicatari la informació o resultats que tinguin d'algun sistema de control, reducció i mitigació de les seves emissions de CO², per tal d'avaluar l'impacte ambiental de tota la cadena de valor vinculada al contracte.

Per poder assumir aquests plantejaments l'adjudicatari haurà de disposar de tots aquells recursos tècnics i humans suficientment qualificats i comptar amb els mitjans de formació suficients.

Qualsevol canvi en l'organització del servei i/o la composició de l'equip de treball haurà de ser comunicat per l'empresa adjudicatària a FGC sigui per correu electrònic formal o en les reunions de seguiment. En tot cas sempre serà amb l'antelació suficient que garanteixi que la seguretat, l'execució dels treballs, l'acompliment dels procediments de treball i qualitat del servei no es vegi afectada.

L'empresa adjudicatària en tota la documentació, publicitat, imatge o material que generi durant l'execució del contracte, haurà d'emprar un ús del llenguatge no sexista, respectuós i inclusiu, evitar qualsevol imatge discriminatòria de les dones o estereotips sexistes i fomentar imatges amb valors d'igualtat, diversitat, presència equilibrada i pluralitat de identitats.

5.7. Liquidació econòmica de la prestació del servei

FGC abonarà la prestació del servei segons les etapes acomplertes una vegada efectuat el servei, facilitant els entregables associats i havent presentat els albarans de servei prestats i validats pels responsables d'FGC.

La liquidació dels serveis es realitzarà segons el següent percentatge màxim a la finalització per part de l'adjudicatari de cada de cada fase de treball:

1. Anàlisi i diagnòstic inicial – 5% de l'import d'adjudicació
2. Planificació estratègica: definició de les accions i calendari – 5% de l'import d'adjudicació
3. Recerca de perfils i selecció de perfils d'influenciadors - 5% de l'import d'adjudicació
4. Gestió de relacions amb els Influenciadors i coordinació de les accions // 5. Negociar i establir les col·laboracions amb influenciadors, incloent la negociació de termes, condicions i compensacions. // 6. Monitorització i anàlisi de resultats – 80% de l'import d'adjudicació.
5. Conducció de reunions de seguiment i tasques administratives- 5% de l'import d'adjudicació

ANNEX 1 - POLÍTICA D'FGC TURISME