

AGÈNCIA DE MÀRQUETING DIGITAL –IMPLEMENTACIÓ, OPERACIÓ I SEGUIMENT DEL PLA D'ACCIONS DEL PROGRAMA DE MÀRQUETING RELACIONAL PER A RESIDENTS I VISITANTS

Plec de condicions tècniques

Número expedient: **15012929**

Marta Franco Díaz
Responsable Continguts i Canals Socials

Abril, 2024



Transports
Metropolitans
de Barcelona

ÍNDEX

MÀRQUETING RELACIONAL RESIDENTS I VISITANTS

1	Introducció i objecte del plec	3
2	Antecedents	4
2.1	L'empresa.....	4
2.2	Ecosistema digital de TMB	4
2.3	Programa de màrqueting relacional	6
3	Abast de la licitació	9
3.1	Assessorament integral del programa de màrqueting relacional.....	9
3.2	Assessorament integral d'estratègies digitals per l'increment de vendes.....	9
3.3	Tasques a realitzar.....	10
3.4	Model de gestió.....	17
4	Altres obligacions de l'adjudicatari	18
ANNEX 1: Model contracte d'encarregat de dades.....		19
ANNEX 2: Especificacions tècniques web recompenses.....		25

1. Introducció i objecte del plec

Transports Metropolitans de Barcelona (TMB) és la denominació comuna de les empreses Ferrocarril Metropolità de Barcelona, SA (Metro), i Transports de Barcelona, SA (Bus), que gestionen, respectivament, les xarxes de Metro i autobusos per compte de l'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB). A més, TMB també dirigeix l'empresa Projectes i Serveis de Mobilitat, SA, que gestiona el Telefèric de Montjuïc, l'empresa TMB, S.L, encarregada dels serveis especials i de la plataforma e-commerce, i altres societats mercantils que desenvolupen projectes de consultoria internacional i/o tenen adjudicades altres operacions i el manteniment del transport públic, de forma exclusiva o en col·laboració amb altres empreses.

A nivell local, TMB dona servei a la ciutat de Barcelona i a deu municipis més de l'àrea metropolitana. És el principal operador de transport públic de Catalunya i tot un referent d'empresa de transport i mobilitat ciutadana a Europa i a tot el món. Així mateix, en compliment de la responsabilitat pública que assumeix, impulsa programes de protecció del medi ambient, estalvi energètic, inclusió social i accessibilitat universal.

Els programes de màrqueting relacional per a residents i visitants són la clau per a potenciar la captació i fidelització de nous usuaris, l'increment d'ingressos de TMB mitjançant l'estratègia de venda dels productes de TMB per a residents i visitants, l'increment i la qualificació de la base de dades, així com el desenvolupament del programa de recompenses.

L'objecte del present plec és

- Definir les instruccions tècniques per tal de contractar els serveis d'una agència de màrqueting digital per idear, implementar, operar i dur el seguiment del pla d'accions del programa de màrqueting relacional per a residents i visitants, així com l'increment de vendes i ingressos dels productes de TMB.
- Addicionalment, en el contracte, també s'inclouen tasques globals d'agència de màrqueting digital, tals com l'assessorament, creació de contingut i elements gràfics per micro-campanyes, creació, producció i manteniment de la web de recompenses multidioma –català, castellà i anglès - vinculades al programa de màrqueting relacional per a residents i visitants, creació i manteniment de landings i blogs, enquestes i d'altres elements relacionats amb les necessitats derivades dels objectius dels plans de captació, fidelització, retenció i rescat, i reporting de totes les accions realitzades.
- Finalment, l'agència de màrqueting digital haurà d'assessorar, crear i produir diferents fluxos i segments amb els usuaris, segons el cicle de vida dels mateixos, mitjançant l'eina CRM Microsoft Dynamics. Així com assessorarà sobre altres funcionalitats de l'eina com: esdeveniments, automatització de vendes (lead scoring), formularis, accés mòbil, dashboards...

2 Antecedents

2.1 L'empresa

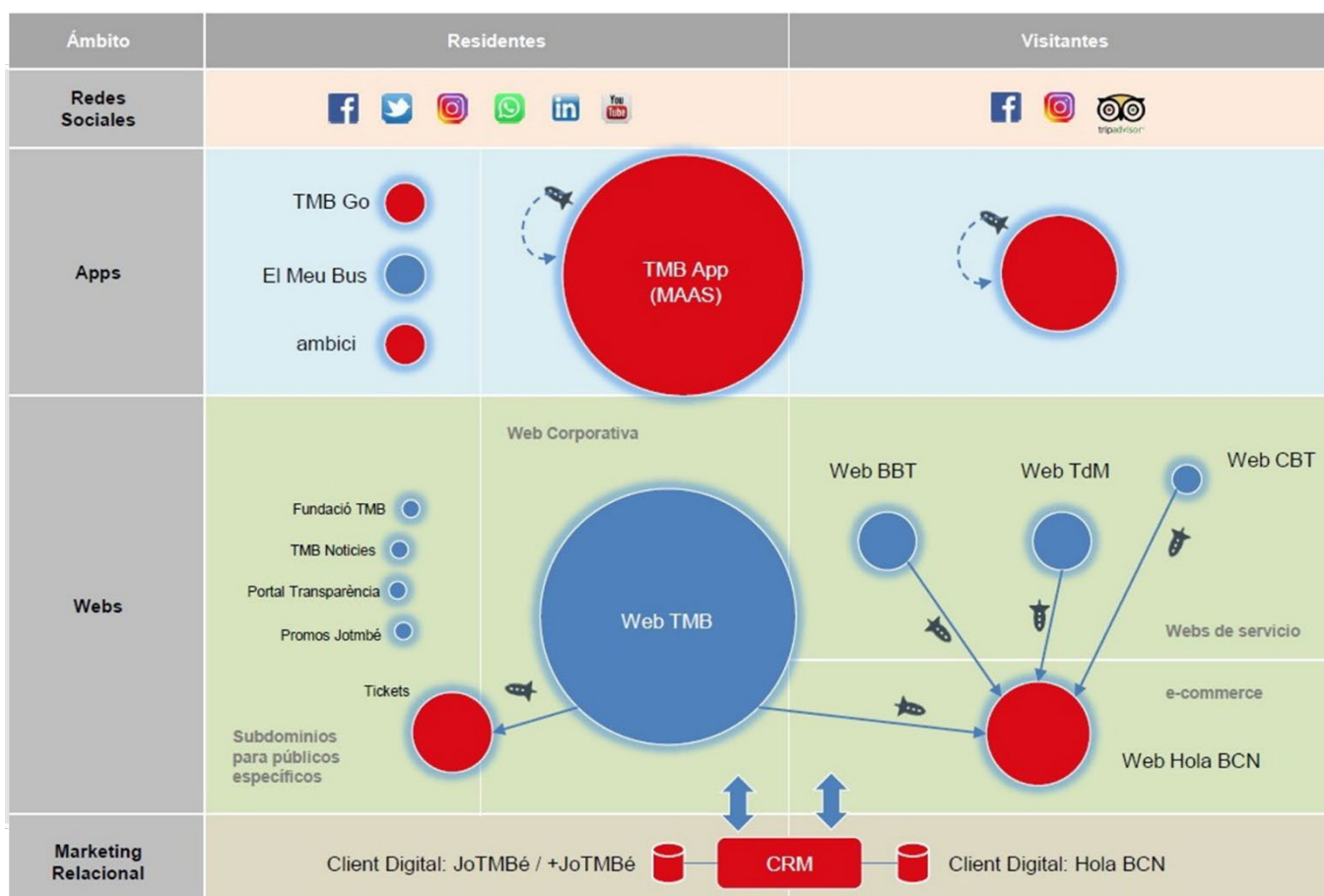
TMB és el principal operador de transport públic de Catalunya i un referent d'empresa de mobilitat ciutadana a Europa i al món.

Gestiona els següents serveis per a residents i visitants:

- Servei de Metro.
- Servei de Bus.
- Funicular de Montjuïc.
- Servei de bicicleta metropolitana AMBici.
- Serveis de Mobilitat turístics com el Barcelona Bus turístic, el Telefèric de Montjuïc, el Catalunya Bus Turístic i Hola Barcelona travel card.

2.2 Ecosistema digital de TMB

TMB compta actualment amb els següents canals digitals per a donar visibilitat i venda als anteriors serveis esmentats per a residents i visitants:



TMB App / Web TMB

- Canals en que es crea i visualitza l'espai d'usuari JoTMBé
- Venda de títols i adequació per a la venda de la T-mobilitat i l'abonament AMBici
- Informació de servei:
- Digitalització de l'atenció al client: formularis, xatbot, cita prèvia, WhatsApp, etc.

TMB Go

- App enfocada a la fidelització
- Unificació del món físic (ddTag) amb el món digital

Web/ App Hola Barcelona

- Venda dels productes de serveis turístics
- Blog amb generació de contingut mensual

Xarxes socials

- Ús de les xarxes socials per a captar nous clients i obtenir seguidors

Altres canals de captació

- WIFI Barcelona Bus Turístic i WIFI Aeroport T1

Web/ App AMBici

- Venda dels abonaments AMBici
- Ús del servei

Dades 2023

Xarxes socials:

Comunitat TMB: 460.974

Impressions TMB: 60.482.533

Comunitat Hola Barcelona: 98.132

Impressions: 34.036.378

Comunitat AMBici: 1.343

Webs (sessions 2023)

Web TMB: 13.976.818

Web Hola Barcelona: 1.812.137

Web BBT: 681.375

Web TDM: 805.664

Web CBT: 44.207

Blog Hola Barcelona: 30.243

Web AMBici: 220.041

Apps (descàrregues 2023)

TMB App: 807.914

TMB Go: 12.773

Hola Barcelona: 120.175

AMBici: 76.482

2.3 Programa de màrqueting relacional

TMB compta amb els usuaris que estan donats d'alta a les respectives bases de dades digitals de residents i visitants:

Residents: a l'espai client JoTMBé, a on l'usuari pot fer:

- Adquisició de la T-mobilitat: compra i històric
- Adquisició de l'abonament d'AMBici: compra i històric
- Informació i atenció al client: configuració de línies, parades i estacions preferides per a rebre informació personalitzada.
- Informació sobre concursos i campanyes de TMB
- Participació al Pla de partenariat digital (sota previ registre).

Al 2023 el nombre d'usuaris JoTMBé supera els 2.600.000, però només 906.000 usuaris aproximadament es consideren vius (que han acceptat rebre informació i han interactuat amb TMB els últims 6 mesos) i per tant, impactables.

Al 2023 el nombre de subscriptors al Pla de fidelització supera el 1.200.000 de membres, però només 276.000 usuaris aproximadament es consideren vius (que han acceptat rebre informació i han interactuat amb TMB els últims 6 mesos), i per tant, impactables.

Per entendre l'activitat de JoTMBé i el seu Pla de fidelització, a continuació es presenten dades quantitatives de l'any 2023 dels impactes rebuts per comunicacions via email:

- Novetats: 392.400 usuaris impactats. Es van enviar un total de 45 emails one-shot i amb uns índexs d'obertura a les 72 hores del 35%.
- Esdeveniments i avisos: 420.600 usuaris impactats. Es van enviar un total de 24 emails one-shot, la majoria segmentats per codis postals, i amb uns índexs d'obertura a les 72h del 37%
- Butlletins promocions: 185.300 usuaris impactats. Es van enviar un total de 14 emails one-shot relacionats amb les promocions i amb uns índexs d'obertura a les 72 hores del 36%.
- Alertes: 831.200 usuaris. Es van enviar un total de 3 emails one-shot segmentats per línies, estacions o codis postals, i amb uns índexs d'obertura a les 72h del 36%.

Visitants: a l'espai Hola Barcelona, on l'usuari pot fer:

- Informació i Adquisició de bitllets de Transports Turístic
- Planificació de routes
- Informació sobre els punts d'interès turístics i l'agenda de Barcelona (blog Hola Barcelona)

Al 2023 el nombre d'usuaris Hola Barcelona supera els 750.000, però només 74.100 usuaris aproximadament es consideren vius (que han acceptat rebre informació i han interactuat amb Hola Barcelona els últims 6 mesos) i per tant, impactables..

Per entendre l'activitat de l'Hola Barcelona, a continuació es presenten dades quantitatives de l'any 2023 dels impactes rebuts per comunicacions via email:

- Fluxos automàtics: Segons la font de captació, els usuaris entren en uns fluxos automàtics on es fa crossselling amb altres transports turístics, s'incentiva a que ens segueixi a les XXSS i a que es converteixin en prescriptors.

Durant el 2023 es va impactar a 63.000 usuaris aproximadament, els índexs d'obertura varien segons la font de captació:

-ECOMMERCE HOLA BARCELONA: 47.300 usuaris impactats, i amb uns índexs d'obertura a les 72h del 70%.

-APP HOLA BARCELONA: 11.900 usuaris impactats, i amb uns índexs d'obertura a les 72h del 60%.

-WIFI BBT: 742 usuaris impactats, i amb uns índexs d'obertura a les 72h del 17%.

-WIFI AEROPORT: 2.944 usuaris impactats, i amb uns índexs d'obertura a les 72h del 2%.

- Campanyes one-shot: Es van enviar un total de 6 emails one-shot promocionant els productes turístics de TMB a un promig de 65.000 usuaris d'Hola Barcelona, i amb uns índexs d'obertura a les 72 hores del 64%.
- Newsletter Hola Barcelona: 225 usuaris impactats. Es van enviar un total de 12 newsletters on s'oferia informació útil i interessant per visitar i gaudir de Barcelona, alhora que es promocionaven els productes turístics de TMB, i amb uns índexs d'obertura a les 72 hores del 37%.

2.4 Objectius del Programa de màrqueting relacional

Els objectius del programa de màrqueting relacional són identificar i acompanyar a l'usuari i potencial usuari de TMB a tot el procés de l'embús de conversió:

- Captació de clients residents en el tràfic, interès i compra de la T-Mobilitat i els abonaments AMBici als canals propis, per augmentar els ingressos de TMB i l'ús dels productes i serveis que ofereix als seus clients, així com la quantificació d'usuaris potencials.
- Captació de clients visitants en el tràfic, interès i en la compra dels productes turístics als canals propis, per augmentar els ingressos de TMB i l'ús dels productes i serveis que ofereix als seus clients. Per això, incrementarem el nombre de fonts de captació de leads per desar i tractar les respectives dades.
- Fidelització residents: increment de la interacció amb TMB per tal de potenciar la recompra, la notorietat de marca i el sentiment de pertinença.
 - Actualment hi ha un Pla de partenariat digital com a eina del pla de fidelització, en què l'usuari pot accedir a entrades a diferents espectacles, oferint una qualificació de la base de dades (aproximadament 150 promocions de partenariat digital/any).
 - Actualment hi ha informació sobre concursos i campanyes de TMB en què l'usuari pot participar.
 - Actualment es fan promocions creuades amb productes turístics, en campanyes específiques, per potenciar les vendes de productes turístics entre el públic resident.
- Fidelització visitants: potenciar la recompra, així com les recomanacions per a nous turistes.
 - Actualment hi ha promocions amb descomptes per la compra de productes turístics, tant en la primera compra, com en promocions especials amb un descompte extra, per a aquells usuaris que ja han comprat productes turístics, així com aquells subscrits al blog.
- Recomanacions a residents i visitants: incrementar la percepció de la marca mitjançant les recomanacions.
- Qualificació de la base de dades de residents i visitants: coneixement més profund de l'usuari,

Implantació, operació i seguiment del pla d'accions del programa de màrqueting relacional per residents i visitants per tal de poder oferir contingut adient a les seves necessitats i perfils.

- Segmentació de la base de dades i pla d'impactes per cadascun dels segments segons els objectius
- Aconseguir més optin (acceptació per rebre informació comercial) d'usuaris residents i visitants per a poder impactar a més usuaris amb l'estratègia de fidelització, i així poder incrementar la interacció i el nombre d'usuaris vius.
- Reactivació de clients residents i visitants

El programa de màrqueting relacional ha de poder donar resposta a aquests objectius mitjançant una estratègia digital, en què ofereixi contingut fent servir els canals digitals de TMB, així com d'altres que es puguin crear adhoc (landing pages, formularis de captació, blogs, etc.)

Així mateix, ha de poder crear una estratègia de fluxos de contacte a partir de la creació de perfils d'usuaris segons consum de contingut, compra, qualificació, interacció, etc. Aquests fluxos han de ser multicanal, mitjançant emailing, notificacions, sms, i d'altres canals presents al CRM

3 Abast de la licitació

3.1 Assessorament integral del programa de màrqueting relacional

Es tracta d'un assessorament integral del programa de màrqueting relacional (CRM) i negoci digital per a residents i visitants: estratègia i gestió de fluxos i segments, esdeveniments, automatització de vendes (lead scoring), formularis, accés mòbil, dashboards...

L'empresa adjudicatària haurà d'explorar i proposar noves accions de captació, fidelització, retenció i rescat, mitjançant eines i canals digitals, amb un enfocament de lead qualificat i susceptible de compra, recompra i recomanació de qualsevol producte de TMB, fins a la realització de les accions, passant per l'estudi gràfic i les adaptacions de les arts que sol·liciti la Direcció de Màrqueting.

En relació a les eines, cal tenir coneixement i proposar estratègies de fidelització, retenció i rescat fent servir l'eina CRM MS Dynamics 365 for Marketing en què actualment resideix la base de dades, així com el pla de recompenses. A més, cal aportar una proposta de blog, tant per a residents com per a visitants amb enfocament increment de visites i captació i tenir experiència en la creació de Landing Pages, formularis i d'altres peces digitals, com vídeos i animació per tal de dur a terme cada acció proposta en l'estratègia.

En relació al disseny, cal donar compliment a l'aplicació de la identitat gràfica corporativa i els diferents manuals i layouts temàtics de manera coherent i homogènia en tots els mitjans con calgui la seva aplicació, així com habilitats per abordar projectes digitals.

Ha de tenir coneixement sobre programàtica, reach media, paid social, paid search i lead nurturing.

Es demanarà també l'avaluació de cada acció, així com realitzar una anàlisi d'altres experiències, com una mesura de millora continua.

Cada proposta haurà d'anar acompanyada d'un pla que confirmi la seva viabilitat i idoneïtat, i una explicació dels recursos i l'operativa necessària per portar-la a terme.

3.2 Assessorament integral d'estratègies digitals per l'increment de vendes de productes de TMB

Es tracta d'un assessorament integral de les estratègies digitals enfocades a la venda dels productes de TMB a través dels nostres canals digitals.

L'empresa adjudicatària haurà d'explorar, proposar i implementar noves accions digitals en l'àmbit de residents i visitants.

Es demanarà també l'avaluació de cada acció, així com realitzar una anàlisi d'altres experiències, com una mesura de millora continua.

Cada proposta haurà d'anar acompanyada d'un pla que confirmi la seva viabilitat i idoneïtat, i una explicació dels recursos i l'operativa necessària per portar-la a terme.

3.3 Tasques a realitzar

3.3.1 Estratègia, implementació i operació de les accions de màrqueting relacional

L'empresa adjudicatària haurà de proposar, implementar i operar accions del programa de màrqueting relacional per a residents i visitants amb el principal objectiu d'incrementar ingressos.

Haurà de proposar, també, un content plan, que vagi d'acord amb les estratègies plantejades i ajudin a assolir els diferents objectius per a cadascun dels plans de màrqueting, tant per residents com per visitats, i segons el moment de vida del funnel del client.

El màrqueting relacional, vist com una relació a llarg termini entre la marca i els usuaris, de manera que es generi no només la compra i la recompra, sinó una interacció contínua amb la marca per tal d'incrementar-ne el sentit de pertinença.

Segons els tipus de productes i serveis que ofereix TMB, existeixen dos perfils molt marcats i que, per tant, tindran estratègies de màrqueting relacional diferents:

RESIDENTS: Habitants de Barcelona i la seva àrea metropolitana, usuaris freqüents o puntuals del transport públic i/o del servei de bicicleta elèctrica compartida AMBici, que han comprat productes o serveis de TMB en algun moment del seu funnel, o bé s'han donat d'alta a la base de dades del JoTMBé en algun moment.

VISITANTS: Turistes que visiten Barcelona i que s'interessen pels productes de transport turístic de TMB, ja sigui en origen o un cop arribats a Barcelona.

3.3.2 Gestió integral de les promocions i accions de patenariat

Les recompenses són un dels principals avantatges que ofereix TMB als usuaris registrats al Pla de patenariat digital, a través del seu Pla de patenariat digital. Es tracta d'un ampli ventall de propostes de lleure i cultura, com ara:

- Entrades per a estrenes de cinema en exclusiva,
- Invitacions als millors festivals de música i passis VIP al Sónar, al Cruïlla Barcelona i Meet and Greet amb artistes.
- Passis per a espectacles de teatre i musicals.
- Invitacions per a passarel·les de moda, com ara la 080 Barcelona Fashion.
- Accés especial a esdeveniments esportius
- Experiències gourmet en els millors restaurants.
- Masterclass
- Experiències VIP
- Experiències TMB
- Premi segur aniversari
- I d'altres

La responsabilitat del grup de processos "Operació" de les promocions serà de l'adjudicatari. Les funcions principals dels processos que formen part del grup d'operacions són els següents:

- ✓ Creació i llançaments de la promoció.
- ✓ Publicar la promoció al gestor de recompenses del JoTMBé
- ✓ Publicar la promoció al MouTV

- ✓ Difondre la promoció per les xarxes socials
- ✓ Redacció dels convenis
- ✓ Anàlisi dels resultats i entrega dels resultats a la responsable de desenvolupament de negoci i parteneriat (en endavant RDNP)

Els processos es detallen a continuació:

1. Sol·licitar el material gràfic de la promoció
 - Sol·licitar al promotor el material gràfic de la promoció
 - Revisar i arxivar el material gràfic de la promoció que ha enviat el promotor
 2. Distribució de la promoció
 - Enviar la fitxa i si escau el briefing de la promoció i el material gràfic al responsable del MouTV , al responsable de les XS, al responsable de la gestió de Recompenses al web, al responsable de ICOM i al responsable de UDG
 3. Gestió de l'edició de la Promoció al MouTV
 - Editar el vídeo pel MOUTV i enviament per la seva validació al promotor. (Només si pertoca reedició del vídeo segons els comentaris per part de Premsa o del promotor).
 - Report final de la publicació del vídeo al Mou TV
 4. Gestió de l'edició i publicació de les Promocions de la web de Recompenses
 - Revisar el contingut de la promoció (text i material gràfic)
 - Editar el text i el contingut per publicar al web
 - Generació de moments guanyadors (MMGG)
 - Comunicacions amb els guanyadors
 - Enviament dels premis (si s'escau)
 - Validar amb el promotor.
 5. Gestió de l'edició i publicació de la Promoció a les XXSS
 - Revisar el contingut de la promoció (text i material gràfic) i editar-lo per a l'adaptació a XXSS
 - A més, també haurà de gestionar els concursos de comentaris a Facebook associats a les promocions VIP del Pla de parteneriat digital de JoTMBé. Com a gestió entenem:
 - Producció de la creativitat
 - Còpies
 - Bases legals
 - Selecció guanyador
- L'eina que s'utilitza actualment és Easypromos. Es calculen uns 12 concursos a l'any.
6. Gestió de l'edició i publicació de falques de ràdio
 - Redactar la proposta de text per la falca de ràdio.
 - Enviar proposta ICOM
 7. Validació dels materials amb el promotor
 - Enviament de tots els materials produïts per als diversos canals (web / XXSS / ICOM / MouTV) per a la validació del promotor
 - Enviament de validació / modificacions sol·licitades pel promotor als diversos responsables per la seva reedició.
 8. Gestió de guanyadors (promocions tipus "moment guanyador" MMGG)
 - Extracció de guanyadors a través del gestor de promocions.
 - Entregar llistat de guanyadors al promotor.

9. Gestió de guanyadors (promocions tipus sorteig)

- Extracció de guanyadors i suplents del sorteig a través del gestor de promocions.
- Comunicació amb guanyadors i suplents
- Publicar al web de TMB el llistat de guanyadors del sorteig.

10. Preparació del report de la promoció

- Arxivar tots els materials finals aprovats.
- Elaborar el report agregat de tots els materials i els diversos resultats per canal per acabar generant un informe de l'evolució de la promoció pel promotor i TMB amb l'eina de reporting que TMB estigui utilitzant actualment.

L'empresa adjudicatària també haurà d'elaborar un report mensual que reculli els resultats de les promocions d'aquell mes i presenti les conclusions pertinents.

De forma trimestral, es demanarà un anàlisi general i proposta de promocions, possibles nous àmbits d'actuació i accions, amb l'objectiu de millorar els resultats de captació i fidelització.

3.3.3 Manteniment funcional, tècnic i operatiu de la base de dades amb Microsoft Dynamics

La base de dades de clients està allotjada al CRM de Microsoft Dynamics, que és també la plataforma des de la que s'envien els emails i d'altres comunicacions com ara notificacions push, sms, landings, etc.

L'empresa adjudicatària haurà de gestionar l'operació diària d'aquesta eina per tal d'assolir els objectius establerts. En concret:

- Operar de manera integral l'eina Microsoft Dynamics a nivell de la definició, implantació i execució d'enviaments i d'altres comunicacions, segmentació, reporting i qualsevol altre funció que s'inclogui en les funcionalitats estàndards operatives del servei.
- Definir, implantar i executar els fluxos de contacte amb el client d'acord a l'estratègia definida als plans de captació, fidelització, retenció i rescat.
- Definir i crear plantilles per a cada flux d'enviament i comunicació, tant automàtic com manual.
- Segmentació de clients per a cada un dels perfils de clients i fluxos.
- Reporting dels resultats de cada un dels segments i campanyes executades.
- Propostes d'accions de millora o preventives derivades de les diferents accions o performance.
- Reporting econòmic de les vendes efectuades a través de qualsevol de les accions realitzades pel CRM.
- D'altra banda, cal tenir un coneixement de la base de dades i dels segments creats per a executar les campanyes que puguin qualificar-la, així com els fluxos necessaris per a realitzar-ho.
- Propostes d'accions mitjançant altres funcionalitats de l'eina com: esdeveniments, automatització de vendes (lead scoring), formularis, accés mòbil...

Implantació, operació i seguiment del pla d'accions del programa de màrqueting relacional per residents i visitants
En resum, es sol·licita una gestió integral d'aquesta eina, que ha de permetre assolir els objectius comunicatius i comercials definits per TMB.

Els costos associats als enviaments dels correus i altres comunicacions com sms o notificacions push a través de la plataforma, , així com el cost de la llicència, corren a càrrec de TMB.

3.3.4 Operació de les accions d'email màrqueting i d'altres comunicacions (sms, notificacions push)

L'empresa adjudicatària haurà d'operar les accions d'email màrqueting i d'altres comunicacions que ofereix l'eina Dynamics com SMS o notificacions push, derivades de la gestió del JoTMBé, AMBici i Hola Barcelona (altes, baixes, recordatori de contrasenyes, acceptació de polítiques de protecció de dades, etcètera), així com les accions derivades dels plans de captació, fidelització, retenció i rescat.

L'eina Microsoft Dynamics compta amb una funcionalitat per dissenyar i executar enviaments manuals i automatitzats, així com altres funcionalitats. L'agència haurà de dur a terme les següents tasques

- Creació i configuració de grups d'enviament (codificació, UTM's, etc.),
- Creació dels fluxos en què es decideixi la multicanalitat o no de les accions
- Creació de segmentacions,
- Creació de categories,
- Creació i enviament de formularis,
- Gestió de la mediateca (càrrega d'imatges i manteniment d'inventari),
- Càrrega eventual de contactes directament a l'eina si fos necessari (campanyes puntuals),
- Manteniment i actualització dels elements,
- Arxiu o depuració periòdica per tal de tenir un ordre lògic de tots ells.
- Construcció de la lògica del procés en l'eina d'automatització,
- Assignació dels emails corresponents,
- Realització de proves pertinents,
- Validació de l'automatització,
- Activació o programació dels enviaments,
- Executar (si fos necessari) manualment els enviaments
- Definició de dashboards
- Extracció de resultats
- Esdeveniments
- Automatització de vendes (lead scoring)
- Altres funcionalitats relacionades amb campanyes multi-canal

3.3.5 Disseny, producció i maquetació dels continguts, i gestió i manteniment dels emails i d'altres elements de comunicació

L'empresa adjudicatària haurà de dissenyar les plantilles, produir i maquetar els continguts. Concretament implica les següents tasques:

- Disseny de les plantilles,
- Producció i generació dels textos i continguts dels emails, sms i notificacions push, landings, etc
- Producció (i o adaptació) gràfica (fotografies, infografies...),
- Aplicació de disseny gràfic (vectorial o PSD).
- Maquetació en html responsive, compatible amb els principals gestors de correu electrònic,

- Integració de codi del missatge a l'Api TMB (base de dades) en cas que les lògiques dels missatges ho requereixin.
- Adaptació als diferents formats digitals:

Un cop dissenyades les plantilles, produïts i maquetats els continguts, cal incorporar-los a l'eina d'enviament d'emails, i etiquetar-los i categoritzar-los en base a la lògica establerta per TMB.

Dins de l'abast del programa de màrqueting relacional, es demanarà a l'agència adaptar el contingut dels emails a les xarxes socials de Facebook, Twitter i Instagram, adaptant els missatges a cada canal i a cada moment.

A l'annex "Modelo Oferta" s'indica les peces que es necessiten tarifar. Les peces originals així com les adaptacions i/o simulacions es lliuraran en el format que TMB defineixi. El tarifat de tots els elements sol·licitats per TMB (tant originals com adaptacions) han d'incloure l'entrega de l'art final incloent la corresponent correcció ortogràfica i gramatical de català i castellà en el cas de les creativitats de residents, i català, castellà i anglès en el cas de les creativitats de visitants.

El cost de la revisió/correcció ortogràfica i gramatical d'aquests idiomes queda inclòs al tarifat de lliurament de cada art final. No obstant, afegim la possibilitat d'incorporar nou idiomes, i en aquest cas s'estipularà un preu unitari per la facturació.

3.3.6 Manteniment funcional, operatiu i tècnic del web de recompenses

Les promocions disposen d'un Sistema de gestió de continguts (Content Management System, en anglès, abreujat CMS) que en permet l'activació i la gestió. Actualment les funcionalitats que permet la part de backend del CMS són:

- Llançar una promoció
- Crear una promoció
- Ordenar promocions
- Consultar promocions
- Editar promocions
- Consultar guanyadors promocions en modalitat de moment guanyador (premi a l'instant)
- Consultar guanyadors promocions Sorteig
- Netejar caché
- Preparació del report de la promoció

Actualment existeix un servei web que permet consultar totes les promocions publicades i mostrar-les al web de TMB. L'agència haurà de seguir mantenint aquest servei.

La Web de recompenses del Pla de partenariat digital estarà allotjada en un hosting proporcionat per l'adjudicatari. Aquest hosting ha de tenir servei d'atenció d'incidències i monitoratge de funcionament –tots dos accessibles per TMB– i ha de garantir un funcionament de 24x7. L'empresa adjudicatària haurà de contractar i gestionar el servei de hosting, i mensualment ho facturarà a TMB.

A l'any 2023, el hosting de la web de recompenses ha suposat un cost de 3.300€/any.

L'agència haurà d'operar el CMS de la web de recompenses, i responsabilitzar-se dels processos de llançament, creació, realització i producció de les promocions (disseny, imatge, correcció lingüística,

Implantació, operació i seguiment del pla d'accions del programa de màrqueting relacional per residents i visitants ortogràfica, estil de llenguatge, tant en català com en castellà) tenint en compte els manuals d'imatge i d'estil de TMB.

3.3.7 Reporting

L'empresa adjudicatària tindrà la responsabilitat de dissenyar i elaborar un sistema de reporting operatiu on es recullin els principals indicadors en relació a:

- Enviaments i fluxos d'enviament
- Concursos
- Promocions
- Estat de la base de dades
- Ingressos
- Blog

L'empresa adjudicatària tindrà la responsabilitat de realitzar un seguiment acurat i continu dels principals indicadors, tant dels que elabora directament com els que provenen de TMB, haurà de valorar-los en relació als objectius fixats. En cas de desviacions, haurà de proposar els plans d'acció correctors necessaris per tal de corregir-les. Els plans d'acció hauran de comptar amb una proposta argumentada de recursos necessaris i resultats previstos.

3.3.8 Agència creativa per a l'elaboració de peces

Principalment es demana l'elaboració de les següents peces:

- **Microcampanyes** relacionades amb el programa de màrqueting relacional i els objectius de Negoci Digital. Entenem que l'agència haurà de realitzar les següents accions:

- Planificació de les microcampanyes de màrqueting digital:

Es tracta que l'agència proposi, planifiqui i operi petites campanyes de màrqueting digital amb l'objectiu d'incrementar els ingressos i el tràfic a l'ecosistema digital de TMB. Per exemple, la promoció d'una nova funcionalitat de la TMB App, la promoció de nous serveis de valor afegit de les xarxes de Bus i Metro, etcètera.

- Generació de continguts a incorporar en l'ecosistema digital de TMB

Es tracta de generar contingut que desperti interès al target de clients del públic resident. Els tipus de continguts que es demanen seran variats i dependran dels objectius i les segmentacions definides del negoci, així com de les campanyes de màrqueting, tals com: promocions, articles pel bloc Ets TMB, imatges, guies, vídeos, tutorials, infografies, etcètera.

L'empresa adjudicatària haurà de generar un content plan que inclogui els elements anteriorment citats i que sigui coherent amb la línia comunicativa i de valors de TMB.

- Landings Page (pàgines d'aterratge)

Es tracta de produir landing pages per portar a terme microaccions de màrqueting per atraure nous clients al JoTMBé i Pla de partenariat digital, per incrementar ingressos. S'estima la producció d'un màxim de 4 landings per any. La gestió de l'agència ha d'incloure la creació, producció de landings multidioma (català i castellà) amb o sense capacitat multimèdia, el manteniment, el hosting i la seguretat. L'adjudicatari té la facultat de proposar i justificar la utilització d'una eina per crear les Landing Pages.

- **Ebooks** relacionats amb el programa de màrqueting relacional de residents i visitants, d'una llargada màxima de 10 pàgines cadascun i amb l'aplicació de keywords.
- **Altres:** creativitats com banner capçalera portal master, megabanner, robapàgines, banner rich media, i adaptació de banners a diferents mides.

L'Agència adjudicatària del present contracte podrà dissenyar les peces del pla de comunicació i les seves respectives adaptacions. En el cas en què TMB decideixi enviar aquestes comunicacions sense que intervingui aquesta es sol·licitaran els originals i/o adaptacions en format HTML, dels e-mails i/o comunicacions que s'hagin preparat.

Tant la Web de JOTMBÉ com la web de recompenses del Pla de partenariat digital estaran allotjats en un hosting proporcionat per l'adjudicatari. Aquest hosting ha de tenir servei d'atenció d'incidències i monitoratge de funcionament –tots dos accessibles per TMB- i ha de garantir un funcionament de 24x7. L'empresa adjudicatària haurà de contractar i gestionar el servei de hosting, i mensualment ho facturarà a TMB.

A l'annex nº2 es presenten els requeriments tècnics de la web de recompenses.

3.3.9. Donar resposta a l'atenció online de les consultes relatives al JoTMBé, concursos i d'altres qüestions derivades de tasques generades per l'agència

L'agència haurà de donar resposta a les consultes online que es rebin a través del formulari que hi ha la pàgina web corporativa tmb.cat, especialment relativa a concursos i promocions. Aproximadament podem trobar unes 10 consultes/dia amb un temps mig d'operació de 4 minuts per cadascuna.

3.4 Proposta de model de gestió

El model de gestió que ha de determinar la relació entre TMB i l'empresa adjudicatària es defineix en base a tres nivells:

- Nivell estratègic
- Nivell tàctic
- Nivell operatiu

Per part de TMB, la responsabilitat i la interlocució a nivell estratègic l'ostentarà la direcció, a nivell tàctic els responsables i interlocutors seran els responsables de màrqueting relacional i de CRM, a nivell operatiu, els responsables i interlocutors seran els tècnics de màrqueting relacional i CRM.

A continuació es determinen, amb caràcter general, les tasques a definir, a coordinar, a executar, i a fer-ne el seguiment entre l'empresa adjudicatària i TMB:

3.4.1 Nivell estratègic

TMB i l'empresa adjudicatària s'hauran de coordinar, entre d'altres aspectes, pel que fa a:

- La definició d'objectius,
- La validació d'objectius,
- El tractament dels aspectes contractuals i pressupostaris,
- La gestió dels canvis en el projecte o en el pla d'accions,
- Els recursos humans destinats en els projectes,

3.4.2 Nivell tàctic

Tracta aspectes de negoci i aspectes tecnològics, l'empresa adjudicatària haurà de dur a terme, entre d'altres, les tasques de:

- Coordinació del pla d'accions,
- Seguiment del pla d'accions,
- Proposta de millores,
- Resposta a necessitats existents o noves a demanda de TMB,
- Reporting amb la periodicitat i forma que acordi el nivell estratègic,

3.4.3 Nivell operatiu

Tracta de les accions previstes en el pla proposat; entre d'altres, les tasques de:

- Suport en el disseny de processos i automatitzacions,
- Disseny de les plantilles, producció i maquetació dels continguts,
- Gestió i manteniment dels emails,
- Programació i execució dels fluxos enviaments,
- Gestió i enviament d'objectes,
- Gestió i resolució d'incidències,
- Accions de micro màrqueting digital,
- Generació de contingut,

3.5 Altres obligacions de l'adjudicatari

L'agència haurà de tenir en compte les següents obligacions:

- a. Les reunions seran (per defecte) a les oficines de TMB (oficina de Zona Franca) o per Microsoft Teams, i es podran convocar d'un dia per un altre. En cas que les campanyes es desenvolupin o que requereixin de preparació en períodes de vacances, l'agència haurà de garantir el correcte servei per a la realització dels serveis contractats.
- b. Execució dels treballs: L'agència supervisarà i es responsabilitzarà de cadascun dels processos de creació, realització i producció; tenint en compte els diferents manuals d'imatge i estil de TMB tant per a utilitzar en suports online com offline. També supervisarà els requeriments tècnics dels elements online que hagin de ser allotjats a TMB (d'acord a les indicacions que TMB indiqui en cada moment) així com els diferents elements de cada campanya. També introduirà les modificacions necessàries per a una millor expressió o notorietat de les peces realitzades d'acord amb els requeriments de TMB. També entregarà tot tipus de contingut amb una revisió lingüística prèvia. En qualsevol cas presentarà a TMB els esbossos i originals o peces, per a la seva aprovació abans de la seva emissió o publicació, excepte indicació expressa de TMB.
- c. Producció de materials: L'agència s'encarregarà de les produccions de pla de contactes (e-mailings i newsletters), creativitats (en distints formats com rich media, estàndard, Facebook Ad's, pre-roll, e-mailings, etc.), audiovisuals, i altres elements online.
- d. L'agència haurà de complir amb les clàusules del contracte d'encarregat de dades que s'esmenten a l'annex 1.

Annex 1

CONTRATO DE ENCARGADO DE TRATAMIENTO ENTRE TMB Y [PROVEEDOR]

En Barcelona, a [FECHA], reunidos de una parte [Transports de Barcelona, S. A., Ferrocarril Metropolità de Barcelona, S. A., Projectes i Serveis de Mobilitat, S.A. i Transports Metropolitans de Barcelona S.L., totes elles amb domicili social en c/ 60, número 21-23, sector A, Polígon Industrial de la Zona Franca, 08040 Barcelona i CIF A-08016081, A-08005795, A-63645220, i B-63645253 – ADAPTAR - RELACIONAR LAS EMPRESAS DE TMB RESPONSABLES DE TRATAMIENTO], [ELIGE OPCIÓN] parte de Transports Metropolitans de Barcelona, en adelante TMB, y como [ELIGE OPCIÓN], estando representada por [NOMBRE Y APELLIDOS] con DNI [NÚM DNI] en calidad de [CARGO EN TMB].

De otra parte, [NOMBRE PROVEEDOR] con domicilio social en [DIRECCIÓN POSTAL] y CIF [NÚM CIF] como **ENCARGADO DE TRATAMIENTO** representada por [NOMBRE Y APELLIDOS] con DNI [NÚM DNI] en calidad de [CARGO EN LA EMPRESA].

Ambas partes se reconocen mutuamente capacidad jurídica y de obrar suficiente respecto a la implantación y el mantenimiento de las medidas técnicas y organizativas apropiadas, de acuerdo con lo establecido en el Reglamento (UE) 2016/679, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos para la celebración del presente Contrato de Encargado de Tratamiento de datos personales.

EXPONEN

- I. Que este Contrato de Encargado de Tratamiento corresponde a [INDICAR CONTRATO DE SERVICIO CON FECHA O NÚM. DE PEDIDO (EN EL CASO DE NO HABER LICITACIÓN)], cuyo objeto es la prestación por parte del **ENCARGADO** de los servicios de [DETALLE DEL SERVICIO A PRESTAR].
- II. Que, por lo anteriormente expuesto, y puesto que una vez iniciada la prestación del contrato se ha detectado la posibilidad que el encargado acceda a datos personales del responsable, ambas partes ven necesaria la suscripción del presente Contrato de Encargado de Tratamiento, conforme a lo dispuesto en el RGPD, y por ello acuerdan las siguientes,

CLÁUSULAS

PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO DE ENCARGADO DE TRATAMIENTO

Este contrato entre el RESPONSABLE y el ENCARGADO del tratamiento tiene por objetivo delimitar el tratamiento e identificar las garantías de seguridad que el ENCARGADO ofrece, demostrando que las mismas son suficientes. La duración de la designación como encargado de tratamiento tendrá la misma duración que el servicio contratado.

SEGUNDA. OPERACIONES DE TRATAMIENTO AUTORIZADAS AL ENCARGADO DE TRATAMIENTO

El tratamiento que realiza el ENCARGADO de los datos responsabilidad de TMB se enmarca dentro de los servicios de [ESPECIFICAR EL DETALLE DEL TRATAMIENTO A REALIZAR POR PARTE DEL ENCARGADO. EN LOS CASOS EN LOS CUALES EL TRATAMIENTO SEA EXCLUSIVAMENTE DE PROCESAMIENTO Y/O ALMACENAMIENTO DE DATOS, CONCRETAR LA MODALIDAD], no realizando ningún otro tratamiento fuera de los establecidos en este contrato y autorizados por TMB.

TERCERA. COMPROMISOS Y OBLIGACIONES

TMB y el ENCARGADO asumen todas las obligaciones establecidas en el Reglamento (UE) 2016/769 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (en adelante, Reglamento General de Protección de Datos o RGPD), Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y demás normativa que resulten aplicables, su normativa de desarrollo, así como las que deriven de las estipulaciones que se regulan en el presente contrato y, en particular, lo hará conforme a las siguientes exigencias:

▪ POR PARTE DEL ENCARGADO DE TRATAMIENTO:

El ENCARGADO y todo su personal asignado al servicio se obliga a:

1. Utilizar los datos personales objeto de tratamiento, o los que recoja para su inclusión, sólo para la finalidad objeto de este encargo. En ningún caso podrá utilizar los datos para fines propios.
2. Tratar los datos de acuerdo con las instrucciones de TMB de conformidad con el pedido de prestación de servicios vinculado.
3. En caso de que alguna de las instrucciones dadas por TMB infringiesen cualquier disposición en materia de protección de datos, el ENCARGADO lo pondrá en su conocimiento de forma inmediata.
4. Mantener el registro de todas las actividades de tratamiento efectuadas por cuenta de TMB en cumplimiento del artículo 30 del Reglamento General de Protección de Datos, salvo que tenga menos de 250 empleados.
5. No comunicar, transmitir, ceder o poner a disposición los datos a terceras personas, ni realizar transferencias internacionales de datos fuera del Espacio Económico Europeo (EEE) salvo que cuente con la autorización expresa de TMB o en los supuestos legalmente admisibles.
6. En caso que las operaciones de tratamiento objeto del encargo incluyan la recogida de datos, facilitar la correspondiente información a los afectados.
7. Notificar a TMB en un plazo máximo de 24 horas a través del correo electrónico dpd@tmb.cat las **violaciones de seguridad** de los datos personales a su cargo de las que tenga conocimiento, juntamente con toda la información relevante para la documentación y comunicación de la incidencia.

La información que deberá proporcionarse, con carácter de mínimos y si se dispone de ella, se corresponde con la siguiente:

- Descripción de la naturaleza de la violación de la seguridad de los datos personales, inclusive, cuando sea posible, las categorías y el número aproximado de interesados afectados, y las categorías y el número aproximado de registros de datos personales afectados.
- El nombre y los datos de contacto del delegado de protección de datos si existiera o de otro punto de contacto en el que pueda obtenerse más información.
- Descripción de las posibles consecuencias e impacto en la libertad y derechos de las personas afectadas, de la violación de la seguridad de los datos personales.

- Descripción de las medidas adoptadas o propuestas para poner remedio a la violación de la seguridad de los datos personales incluyendo, si procede, las medidas adoptadas para mitigar los posibles efectos negativos.

Si no es posible facilitar la información simultáneamente, y en la medida en que no lo sea, la información se facilitará de manera gradual y sin dilación indebida.

Cuando la brecha de seguridad pueda entrañar un alto riesgo para los derechos y libertades de los titulares de los datos, el ENCARGADO se compromete a colaborar con TMB con la mayor diligencia posible a fin de que dicha comunicación sea hecha sin dilación indebida.

8. Las medidas de seguridad implantadas por el ENCARGADO garantizarán la confidencialidad, integridad, disponibilidad y resiliencia permanentes de los sistemas y servicios de tratamiento y en concreto según detalle en Anexo I del presente contrato: MEDIDAS DE SEGURIDAD. No obstante, dichas medidas de seguridad podrán ser modificadas con posterioridad a la firma del presente contrato con la finalidad de adecuar éstas a la normativa de protección de datos que, en cada momento, resulte de aplicación. A tales efectos, las partes suscribirán la correspondiente adenda.
9. El ENCARGADO deberá implantar en los sistemas de su responsabilidad que gestionen los datos personales de los tratamientos objeto de este contrato, mecanismos para:
 - Garantizar la confidencialidad, integridad, disponibilidad y resiliencia permanentes de los sistemas y servicios de tratamiento.
 - Garantizar la formación necesaria en materia de protección de datos personales de las personas autorizadas para tratar datos personales.
 - Restaurar la disponibilidad y el acceso a los datos personales de forma rápida, en caso de incidente físico o técnico.
 - Verificar, evaluar y valorar, de forma regular, la eficacia de las medidas técnicas y organizativas implantadas para garantizar la seguridad del tratamiento.
 - Seudonimizar y cifrar los datos personales en caso necesario.
 - Designar, cuando la normativa en vigor así lo prevea, un delegado de protección de datos (DPD) y comunicar su identidad y datos de contacto al Responsable.
10. El ENCARGADO no podrá subcontratar ninguna de las prestaciones que formen parte del objeto de este pedido que comporten el tratamiento de datos personales, salvo los servicios auxiliares necesarios para el normal funcionamiento del servicio contratado y siempre con la debida información y autorización por parte de TMB previa a la subcontratación de la misma. Corresponde al ENCARGADO regular la nueva relación de forma que el nuevo encargado quede sujeto a las mismas condiciones y con los mismos requisitos formales que él, en lo referente al adecuado tratamiento de los datos personales y a la garantía de los derechos de las personas afectadas. En caso de incumplimiento por parte del SUBENCARGADO, el ENCARGADO asumirá cualquier tipo de responsabilidad sobre el cumplimiento de las obligaciones.
11. Garantizar que las personas autorizadas por su cuenta para tratar datos de carácter personal, se comprometen, de forma expresa y por escrito, a respetar la confidencialidad y deber de secreto y a cumplir las medidas de seguridad.
12. El ENCARGADO deberá asistir a TMB en la respuesta al ejercicio de los derechos de acceso, rectificación y oposición, supresión, limitación del tratamiento, portabilidad de datos y a no ser objeto de decisiones individualizadas automatizadas (incluida la elaboración de perfiles). La responsabilidad de la gestión del ejercicio de derechos, por parte de las personas afectadas titulares de los datos personales, pertenece a TMB.
13. Dar apoyo a TMB en la realización de las evaluaciones de impacto relativas a la protección de datos, cuando éstas procedan y en la realización de las consultas previas a la autoridad de control, cuando proceda.

14. El ENCARGADO deberá poner a disposición de TMB toda la información necesaria para demostrar el cumplimiento de sus obligaciones, así como para la realización de las auditorías que realice TMB u otro autorizando por parte de esta a la persona o personas al efecto de verificar que el tratamiento se lleva a cabo asegurando las medidas de confidencialidad y seguridad exigidas por la legislación vigente.
15. Una vez cumplida la prestación de los Servicios, el ENCARGADO devolverá los datos a través de sistemas que incluyan protocolos que garanticen la confidencialidad de los datos (FTPS/SSL o equivalente) y en un formato de uso generalizado ejecutable con software estándar los datos de carácter personal no conservando el ENCARGADO copia alguna de los mismos.

En el caso de que el RESPONSABLE del tratamiento solicite al ENCARGADO la destrucción de los datos, éste, deberá garantizar que se lleve a cabo de forma confidencial, por medios seguros, y que los datos una vez destruidos, sean irrecuperables, comprometiéndose a entregar a TMB (en el caso que esta lo considere oportuno) certificados que acrediten dicha destrucción.

En el supuesto de que existiese previsión legal que exigiese la conservación de los datos por un plazo determinado, el ENCARGADO puede conservar una copia con los datos debidamente bloqueados mientras puedan derivarse responsabilidades derivadas del servicio prestado, una vez cumplido dicho plazo estos serán devueltos a TMB, conforme a las cautelas descritas previamente, que garantizará su conservación.

▪ **POR PARTE DEL RESPONSABLE DEL TRATAMIENTO:**

1. Garantizar que los datos han sido obtenidos de manera lícita y para fines determinados, explícitos y legítimos.
2. Realizar las consultas previas que corresponda.
3. Cuando proceda, realizar una evaluación del impacto en la protección de datos personales de las operaciones de tratamiento.
4. Velar, de forma previa y durante todo el tratamiento, por el cumplimiento de la normativa vigente por parte del ENCARGADO. Reservándose el derecho de poder comprobar o auditar, por sí o por terceros, el cumplimiento de las obligaciones derivadas de las presentes cláusulas, así como la medidas de seguridad adoptadas por el ENCARGADO en cualquier momento y sin necesidad de preaviso alguno, salvo que ello afecte o comprometa gravemente el normal desarrollo de la actividad del ENCARGADO en cuyo caso deberá mediar un preaviso de 48 horas, en lo que respecta al cumplimiento de la legislación vigente en materia de protección de datos.

DETALLE DEL TRATAMIENTO (a rellenar por el Responsable)

Tratamiento: [DETALLE DEL TRATAMIENTO]		Duración: [SEGÚN CONTRATO DE SERVICIO DE FECHA O NÚM. PEDIDO]
Finalidad del tratamiento: [ESPECIFICAR FINALIDAD]		
Concreción del tratamiento		
☐ Recogida ☐ Estructuración ☐ Conservación y mantenimiento de sistemas de información ☐ Consulta ☐ Difusión ☐ Procesamiento	☐ Supresión ☐ Registro ☐ Modificación ☐ Extracción ☐ Comunicación por transmisión ☐ Interconexión ☐ Destrucción (papel)	☐ Almacenamiento/HOSTING: Los servidores, sistemas, instalaciones, etc. se encuentran [DETALLAR]. Concretamente tiene sus equipos almacenados en los servidores de [DETALLAR] ubicados en [DETALLAR] (UE). Cualquier cambio de ubicación que se produzca durante la vigencia de este contrato será comunicado a TMB. ☐ Otros: [ESPECIFICAR SI NO SALEN RECOGIDOS EN LAS CEDAS ANTERIORES]
Colectivos de interesados de los datos personales		

☐ Clientes ☐ Empleados ☐ Visitantes ☐ Usuarios portales web ☐ Proveedores y subcontratistas ☐ Ciudadanos		☐ Colaboradores ☐ Estudiantes en prácticas ☐ Asociados ☐ Otros: [ESPECIFICAR SI NO SALEN RECOGIDOS EN LAS CEDAS ANTERIORES]	
Tipos de datos personales			
☐ Datos personales generales. (nombre, apellidos, dirección, cargo, grado, fecha de nacimiento) ☐ Detalles de contacto profesional (núm. de telf., núm. de telf. móvil, dirección correo electrónico, núm. de fax, datos de dirección) ☐ Detalles de contacto personal o de un familiar (núm. de telf. particular, dirección de correo electrónico) ☐ Datos financieros (cuentas bancarias, datos de pago de tarjetas de crédito, etc.) ☐ Historial profesional del empleado ☐ Datos de autorización/ uso/ acceso a sistemas ☐ Otros: [ESPECIFICAR SI NO SALEN RECOGIDOS EN LAS CEDAS ANTERIORES]			
Categorías Especiales de datos personales			
☐ Datos sobre origen étnico o racial. ☐ Datos sobre opiniones políticas. ☐ Datos sobre ideas filosóficas o religiosas. ☐ Datos sobre afiliaciones sindicales. ☐ Datos biométricos o genéticos.		☐ Datos sobre salud. ☐ Datos sobre la orientación sexual de una persona. ☐ Datos sobre delitos o condenas criminales. ☐ Otros: [ESPECIFICAR SI NO SALEN RECOGIDOS EN LAS CEDAS ANTERIORES].	
Subencargados			
Subencargado	Dirección Subencargado	Descripción tratamientos	
☐ No aplica ☐ Indicar: [NOMBRE SUBENCARGADO]	☐ Indicar: [DIRECCIÓN SUBENCARGADO]	☐ Indicar: [DESCRIPCIÓN DE LOS TRATAMIENTOS]	
Transferencias internacionales			
☐ Se realizan transferencias internacionales ☐ No se realizan Internacionales	Detalle: [INDICAR PAÍS, ADJUNTAR AL CONTRATO LAS CLÁUSULAS TIPO O DOCUMENTACIÓN ACREDITATIVA PARA REALIZAR LA TRANSFERENCIA]		

CUARTA.COMPROMISO ANTE EL INCUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES

El ENCARGADO DE TRATAMIENTO se compromete expresamente a mantener indemne y a exonerar a TMB de cualquier daño, perjuicio, responsabilidad, sanción u otro tipo de consecuencia dañina que se derivara del incumplimiento de las obligaciones que le corresponden conforme a lo establecido en el RGPD y las dispuestas en las presentes Cláusulas. Asimismo, en el caso de que se autorice la subcontratación al ENCARGADO este responderá frente a TMB de los incumplimientos por parte del SUBENCARGADO de sus obligaciones. A título enunciativo, que no limitativo, el ENCARGADO abonará al RESPONSABLE DE TRATAMIENTO, en caso de infracción de la normativa vigente o lo dispuesto en el presente contrato: sanciones, indemnizaciones, gastos de defensa en procedimientos judiciales y administrativos, incluyendo honorarios de profesionales, aranceles de procuradores y tasas, y costas judiciales, en su caso.

Ninguna de las partes asume responsabilidad alguna por cualquier incumplimiento de la normativa vigente de protección de datos por la otra parte.

QUINTA. ENTRADA EN VIGOR, DURACIÓN Y RESOLUCIÓN

La entrada en vigor del presente contrato coincide con el inicio de la prestación de servicios según [CONTRATO DE FECHA/ NÚM. PEDIDO] y su duración será hasta la finalización de los servicios contratados.

Implantació, operació i seguiment del pla d'accions del programa de màrqueting relacional per residents i visitants

TMB podrá resolver de forma unilateral el presente contrato, sin que resulte la aplicación de penalización alguna, en caso de incumplimiento por parte del ENCARGADO de lo dispuesto en las presentes cláusulas y, en especial, en caso de detectar la falta de aplicación de las medidas de seguridad detalladas en el formulario anexo, todo ello sin perjuicio del ejercicio de las acciones que pudieran corresponderle.

SEXTA. OTROS

En cumplimiento de lo dispuesto en la normativa vigente en materia de Protección de Datos de Carácter Personal, TMB y el ENCARGADO informan a los intervinientes que los datos personales que figuran en este contrato y los que se deriven de la relación serán tratados por cada una de las partes.

La base para el tratamiento de los datos es la correcta ejecución del presente contrato, siendo necesario facilitar dichos datos pues en caso contrario no sería posible gestionar la relación contractual.

Los datos se conservarán mientras se mantenga la relación y no se solicite su supresión y, en cualquier caso, en cumplimiento de los plazos legales de prescripción que le resulten de aplicación.

Los interesados pueden ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, supresión, portabilidad y la limitación u oposición dirigiéndose por escrito a los domicilios de cada una de las partes, que figuran en el encabezado del presente contrato o a la dirección de correo electrónico dades@tmb.cat o [DIRECCIÓN ENCARGADO TRATAMIENTO]. El ENCARGADO puede contactar con el Delegado de Protección de Datos del RESPONSABLE a través de la dirección de correo electrónico dpd@tmb.cat.

Los interesados pueden presentar una reclamación ante la autoridad de Protección de Datos competente.

SEPTIMA. LEY APLICABLE Y JURISDICCIÓN.

El presente contrato se registrará e interpretará de conformidad con lo dispuesto en el ámbito territorial descrito el artículo 3 del RGPD y demás normativa de ámbito estatal que le resulte de aplicación.

Para todos los efectos derivados del presente contrato, las partes se someten expresamente a los Juzgados y Tribunales de Barcelona, con renuncia a su propio fuero, si fuera otro.

Y en prueba de conformidad con lo convenido, ambas Partes, conforme a las representaciones invocadas, firman el presente contrato por duplicado y a un solo efecto, en el lugar y fecha señalados en el encabezamiento:

Annex 2

Requeriments tècnics de la web de recompenses

Manteniment de la web de recompenses

TMB disposa en l'actualitat de la web de recompenses del JoTMBé. Les tecnologies emprades en la web de recompenses del JoTMBé, i les seves versions són les següents:

- Les aplicacions anteriorment descrites funcionen amb la versió 5.6.24 de PHP
- La versió de CodeIgniter és la 2.1.3
- La versió d'Oracle és la 11g (release 11.2)

La base de dades està allotjada en el CPD de TMB. L'accés es fa mitjançant una connexió VPN site to site que està establerta entre el Hosting del Servidor Web JOTMBÉ i el Servidor de BD de TMB.

L'adjudicatari s'encarregarà de gestionar la web de recompenses del JoTMBé i de donar-ne el manteniment funcional i evolutiu que requereixi en un futur.

Hosting i seguretat

La web de recompenses del JoTMBé estarà allotjada en un hosting proporcionat per l'adjudicatari.

Aquest hosting ha de tenir servei d'atenció d'incidències i monitoratge de funcionament –tots dos accessibles per TMB- i ha de garantir un funcionament de 24x7.

Tant el servei de hosting com la solució tècnica que implementa la web de recompenses del JoTMBé, han d'estar dotades dels mecanismes necessaris per a garantir la seguretat i evitar l'alteració, pèrdua, tractament o accés no autoritzat en atenció a l'estat de la tecnologia, la natura de les dades i els riscos a què estiguin exposats, en compliment de la normativa vigent en matèria de protecció de dades de caràcter personal. TMB es reserva el dret de realitzar anàlisis de vulnerabilitat als espais web desenvolupats per l'adjudicatari (web de recompenses del JoTMBé) amb la intenció de comprovar que les mesures de seguretat establertes són les adients.

Les condicions tècniques específiques, tot i que les ha de definir l'adjudicatari, han de ser aprovades per TMB (prèvia entrega de la documentació pertinent).

És responsabilitat de l'adjudicatari garantir aquest nivell de seguretat.

Idiomes

Els idiomes de la web de recompenses del JoTMBé ha de ser català i castellà. L'idioma anglès es farà i s'utilitzarà quan s'especifiqui.

Temps de càrrega

La web de recompenses del JoTMBé ha de tenir un pes mínim, ja que l'opinió positiva per part dels visitants d'una pàgina web està directament relacionada amb la rapidesa i el temps de càrrega de la mateixa. Cal dissenyar la solució i la seva implementació tal que es puguin obtenir les següents mètriques objectiu amb el hardware i recursos proposats en l'apartat corresponent:

Mètrica	Valor
Temps mig de càrrega dels microsites	< 2 segons
Temps mig de càrrega de les promocions	< 2 segons
Temps mig de càrrega del webservice de promocions	< 2 segons

Navegadors i resolució de pantalla

Totes les pàgines d'aquest lloc web s'han programat en llenguatge HTML versió 5. Requisits aconsellats: resolució de pantalla de 1280 × 1024 en milers de colors.

Navegadors compatibles són els següents:

- Internet Explorer v.10 i posteriors
- Firefox v2x i posteriors
- Google Chrome v.5x i posteriors
- Safari v.6x i posteriors
- Opera v.50x i posteriors

Navegadors mòbils compatibles són els següents:

- Android 4.3+(ES)
- Google Chrome: les dues darreres versions
- Firefox: les dues darreres versions
- Safari iOS 7 i 8 (ES)

Podeu trobar més informació a l'apartat d'informació d'accessibilitat a la pàgina web:

<https://www.tmb.cat/ca/accessibilitat>

Resolució de la pantalla i mida del navegador

La interfície d'usuari haurà de ser dissenyada per poder ser Responsive, és a dir, haurà d'adaptar el seu contingut en funció de la resolució de la pantalla de l'usuari. S'haurà de dissenyar per desktop, tablet i per dispositius mòbils.

Especificacions d'estil

Es definiran mitjançant els fulls d'estil desenvolupats amb una lògica d'accessibilitat. La web de recompenses del JoTMBé es desenvoluparà en CSS3.

L'estil gràfic seguirà la línia gràfica de la web de tmb.cat

Codi de les pàgines

No es farà ús de frames (frameset o iframe) en la concepció de la pàgina web de recompenses del JoTMBé. Els llenguatges de scripting que s'utilitzin (com javascript) hauran de ser compatibles, dins del possible, amb tots els navegadors. Altrament, hauran d'optimitzar-se (és a dir, desdoblar-se) segons els navegadors. En qualsevol cas, no s'acceptarà cap javascript per gestionar els elements de navegació.

Obertura de Pop-ups

L'adjudicatari s'assegurarà que els diversos sistemes antipop-up's (en especial, Google Toolbar) no impedeixin l'accés a determinades funcions i/o pàgines de la web de recompenses del JoTMBé. S'ha d'evitar l'ús de Pop-ups.

Accessibilitat de la web de recompenses del JoTMBé

I.1. Compliment dels estàndards del W3C És obligatori complir les prioritats 1 i 2 de la Norma UNE 139803:2004

Per tal de fer comprovacions relatives al compliment de cadascun dels requeriments marcats a les pautes del WCAG 2.0 (Web Content Accessibility Guidelines) es recomana fer servir les eines:

1. TAW (Test d'accessibilitat web),
2. INTAV,

La conformitat (i el nivell de conformitat) s'aplica a pàgines web completes, i no es pot assolir si s'exclou una part de la pàgina.

S'han d'atendre i satisfer tots els requeriments marcats per les pautes. Si per les característiques concretes de programació d'algun element o component d'una pàgina, no és possible complir amb un requeriment marcat durant el procés de validació, cal documentar-ho i justificar-ho adequadament. Amb aquesta documentació caldrà fer una posterior valoració que determini l'impacte que origina no solucionar els punts de validació que s'incompleixen i si és possible oferir una alternativa de plantejament de continguts o metodologia de programació que ho solucioni.

Caldrà llavors determinar si les pàgines web que no compleixin amb els requeriments degut a que part del contingut està fora del seu control, poden considerar l'opció d'una Declaració de Conformitat Parcial. Quan una pàgina web és part d'una sèrie de pàgines web que presenten un procés (és a dir, una seqüència de passos que cal completar per realitzar una activitat), totes les pàgines en aquest procés han de ser conformes amb el nivell especificat o un de superior.

(No és possible aconseguir conformitat amb un nivell en particular si una de les pàgines del procés no compleix amb aquest nivell o un de superior).

Tots els espais han de ser accessibles conformes a les normes WCAG (nivell doble A) d'accessibilitat universal <https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/es>.

Els aspectes d'accessibilitat, quan TMB ho consideri necessari, seran supervisats i validats per persones expertes que ja assessoren TMB en aquest àmbit.

I.2. Validació gramatical de les pàgines

Per tal de complir amb el requeriment d'accessibilitat que norma que els documents HTML/XHTML han d'ésser validats gramaticalment per a que compleixin amb els estàndards establerts pel W3C, s'ha de fer servir el servei de validació creat pel propi organisme: <http://validator.w3.org/>.

Les fulles d'estils CSS hauran de validar-se gramaticalment amb les eines que ofereix el propi W3C: <http://jigsaw.w3.org/css-validator/>.

Respecte el punt anterior, també s'han d'atendre i satisfer tots els punts que l'eina marqui com a error o advertència. Si per les característiques concretes de programació d'algun element o component d'una pàgina es fa impossible solucionar aquests problemes, caldrà documentar-ho i justificar-ho adequadament per a que es pugui valorar l'impacte a posteriori i decidir si cal replantejar la solució o bé oferir una alternativa.

I.3. Productes de recolzament

Es defineix com a producte de recolzament "Qualsevol producte (incloent dispositius, equip, instruments, tecnologia i programari) fabricat especialment, o disponible al mercat, per prevenir, compensar, controlar, mitigar o neutralitzar deficiències, limitacions en l'activitat i restriccions en la participació". Per a l'avaluació de determinats requeriments establerts a les pautes WCAG 2.0 establim l'ús dels productes de recolzament següents:

1. Lectors de pantalla: Jaws

2. Magnificadors de pantalla per a persones amb deficiències visuals: Magic Zoomtext
3. Programes de reconeixement de veu utilitzats per a persones amb discapacitats motrius

Mapplets, Portlets i Gadgets

Quan la web de recompenses del JoTMBé ho requereixi, la solució proposada haurà de facilitar el desenvolupament de mapplets i facilitar la integració amb google maps, google earth i google street view.

Així mateix, haurà de facilitar el desenvolupament de gadgets i open social gadgets per ser afegits en altres webs de la xarxa, blocs i xarxes socials.

Estadístiques d'accés

Per a poder realitzar un seguiment exhaustiu a nivell estadístic dels accessos, visites, orígens de les visites, navegadors i resolucions de pantalla usats, pàgines més consultades, camins més freqüents i altres valors d'interès estadístic i seguiment del comportament de la web de recompenses del JoTMBé, l'adjudicatari ha de garantir el desplegament correcte a totes les pàgines web de JoTMBé, de l'eina Google Analytics 4.

Així mateix, la recollida i anàlisi estadístic de la pàgina s'ha d'integrar dins del sistema Google Analytics que TMB ja fa servir pel seu portal corporatiu.

El desenvolupament de la web de recompenses del JoTMBé ha d'incloure el desplegament d'indicadors estadístics a recollir i la configuració dels informes adients que es generaran amb Google Analytics 4.

Cookies

La implementació del panell de cookies de TMB és obligatòria, per informar a l'usuari i permetre-li la gestió.

Traspàs de servei

En cas de que la propera licitació sigui adjudicada a una altra empresa, l'adjudicatari actual haurà de fer un traspàs extens a nivell funcional i operatiu de la web de recompenses al futur adjudicatari.