



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), basándose en los planes de marketing actual ([Plan de Marketing Turístico de Cataluña 2018-2022](#) prorrogado hasta 2024) y futuro (nuevo de Plan de marketing previsto durante 2025) contempla desarrollar la estrategia con el objetivo principal de posicionar Cataluña como uno de los mejores destinos turísticos del mundo y ayudar al sector a realizar un marketing de alta eficacia.

Esta estrategia se centra en las ventajas que Cataluña puede ofrecer, así como en los segmentos de demanda a los que se orienta según necesidades fundamentales, productos turísticos y mercados. Todo esto orientándose a modelos de producto 4D como principal estrategia. 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 hacia atraktividad y competitividad.

De acuerdo con todo esto, la ACT prioriza y desarrolla diferentes programas gestionados dentro de la Unidad de Marketing de Experiencias:

- Turismo familiar
- Turismo activo-Naturaleza
- Turismo deportivo y golf
- Turismo enogastronómico
- Turismo cultural
- Turismo premium
- Turismo médico
- Marca Pirineos de Cataluña
- Grand Tour de Cataluña

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 el Programa Pirineos, incorporan empresas o entidades afiliadas/miembros que cumplen con unos requerimientos específicos.

También es importante destacar que la estrategia de las líneas de producto deben reforzarse, en su caso, con la participación en diversos programas y/o proyectos de cariz europeo ya existentes como pueden ser *Meadpearls*, *RestartMed*, *Tourbit*, *EnjoyPyr*, *PITON* o Plataforma de Regiones Europeas de la Gastronomía, de otros que puedan llegar y.

Además, hay que 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, estrategia reforzada por el Compromiso Nacional por un Turismo Responsable como la herramienta que debe permitir implementar un nuevo modelo turístico basado en un turismo ambientalmente sostenible, socialmente justo, territorialmente equilibrado y basado en objetivos: la lucha contra el cambio climático, la preservación de la biodiversidad, el acceso universal a los destinos, la mejora de la calidad del empleo y la descarbonización de la economía.

2. Objeto del contrato

El objeto de este contrato es el servicio de asesoramiento técnico en la materia de los programas de cada uno de los lotes para el desarrollo y ejecución del Plan de acciones integrado (en adelante PAI) anual.

La licitación se divide en 3 lotes:

- Lote 1 Programa Grand Tour de Cataluña
- Lote 2 Programa Turismo premium
- Lote 3 Programa Turismo deportivo y golf

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

3. Obligaciones de la empresa contratista

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

1. Apoyo y asesoramiento técnico continuado a la ACT en temas relacionados con cada lote. Las reuniones se llevarán a cabo tanto de forma telemática como presencialmente en las oficinas de la ACT o donde se indique, según proceda. 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. Gestión y soporte en la ejecución de las acciones y proyectos que figuran en el PAI, que será definido durante el transcurso del año anterior a su ejecución.
4. Realización de tareas administrativas de soporte vinculadas a las prestaciones objeto del contrato.
5. Redacción de documentación preparatoria para pujas que sean necesarias para la ejecución del plan de acciones del programa relacionado con el lote.

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

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.

3.1.2. Comunicación, contenidos y soportes a la comunicación

1. Actualización de BBDD: CRM, directorio web, banco de contenidos multimedia, 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 de la ACT en el exterior (CPTs) y en algunos casos con otros departamentos de la Generalitat de Catalunya. 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. Diseño y redacción de boletines informativos internos (novedades, acciones implementadas, eventos futuros...) dirigidos a los afiliados u otros (aproximadamente 6/año según lote).
4. Identificación de blogs, webs, foros y otras plataformas de promoción digital sobre la temática del lote.
5. Asesoramiento a las acciones de promoción en redes sociales, dando ideas de contenidos a las responsables de las redes sociales de la ACT para que puedan redactar los elementos textuales que sean adecuados.
6. Asesoramiento y soporte en el diseño para la creación y/o adaptación de materiales gráficos de pequeño formato.
7. Asesoramiento y soporte 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.

8. Elaboración de contenidos para acciones online y/u offline
- Entre 6 y 10 documentos como: boletines, dossieres 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.grandtourdecatalunya.com ; www.escasateva.catalunya.com ;
www.act.gencat.cat ; www.visitpirineus.com , y otras 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 los programas, socios de los programas, ...) Cuando ACT lo considere, realización de acciones de representación en el sector español y en el ámbito español. 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 (Forms, Word, etc), 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 o de otras entidades que puedan aportar valor y que la ACT designe como interlocutoras.
- Apoyo en la elaboración de una propuesta de acciones concretas por el PAI del año siguiente y en la propuesta de estrategia a seguir a largo plazo, siguiendo con las líneas establecidas en el plan de programa correspondiente.

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 Grand Tour de Catalunya: consultar anexo 1
- Lote 2 Programa Turismo premium: consultar anexo 2
- Lote 3 Programa Turismo deportivo y golf: consultar anexo 3

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 a las expectativas en calidad, alcance y plazos. En concreto, deberá asignar un equipo técnico formado por al menos dos personas con los siguientes perfiles profesionales: un/a director/ay un/a técnico/a.

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.

- Es necesario que el perfil de director/a tenga una experiencia mínima en 8 proyectos de consultoría en marketing turístico durante el período 2019 – 2024.
- Es necesario que el perfil de técnico/a tenga una experiencia mínima en 4 proyectos de consultoría en marketing turístico durante el período 2019 – 2024.
- 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 perfiles técnicos 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 debe garantizar la cobertura del servicio durante toda la vigencia del contrato.



4.2. Descripción de medios técnicos

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

5. Seguimiento y control de la ejecución del contrato

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

La empresa contratista 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 responsable del contrato.

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 a lo establecido en el presente pliego. Con carácter general, estas reuniones anteriormente mencionadas se llevarán a cabo de forma telemática, aunque será posible tener reuniones presenciales en las oficinas de la Agencia Catalana de Turismo –en este caso, los desplazamientos deberán realizarse prioritariamente en transporte público o con vehículos de bajas emisiones: eléctricos, híbridos o de gas (bifuel de gasolina).

La empresa contratista se encargará de realizar las actas técnicas de las reuniones derivadas de la ejecución del contrato. La persona responsable de la ACT podrá aceptar en su sustitución un resumen de las reuniones, sin necesidad de estar firmadas.

(firma)

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