

Expedient núm: 4442/2025

Plec de Prescripcions Tècniques Particulars (PPTP)

Procediment: Contractació. Procediment obert simplificat

Plec de Prescripcions Tècniques per als serveis de Redacció del Pla Estratègic de Turisme del Berguedà 2026-2030, en el marc del “Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència-finançat per la Unió Europea-Next Generation EU”

El contingut d'aquestes prescripcions tècniques deriva del projecte “Una nova mirada al Llobregat, el riu més treballador del món”, aprovat en el marc de la convocatòria extraordinària del 2021 de Plans de Sostenibilitat Turística en Destinació (PSTD) finançat pels fons Net Generation EU de la Unió Europea dins al Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència de l'estat espanyol.

Amb la mera presentació de la seva oferta, l'empresa licitadora accepta les prescripcions tècniques establertes en el plec.

Qualsevol proposta que no s'ajusti als requeriments mínims establerts en aquest plec quedarà automàticament exclosa de la licitació.

1. Context

En el marc de Plans de Sostenibilitat Turístics en Destinacions “Una nova mirada al Llobregat, el riu més treballador del món” es busca posar en valor tota la conca del riu Llobregat en el seu pas per la comarca del Berguedà, per mostrar aquest recurs com un gran espai natural sostenible a l'aire lliure; un espai que es visualitzi des de diferents enfocaments: natural, cultural, esportiu, etc.

Fins ara el riu Llobregat ha sigut un recurs infrautilitzat turísticament parlant. La seva posada en valor, amb la creació d'una nova oferta vinculada al seu potencial natural, cultural i esportiu, obliga a dotar el projecte de certs serveis i infraestructures que no existeixen actualment. D'aquesta manera, es podrà garantir una oferta de qualitat i un projecte de valor, amb serveis adequats a la dimensió del projecte.

El riu i la seva oferta turística vinculada, però, no és un element aïllat en el conjunt de l'oferta turística berguedana. Per això, més enllà de donar a conèixer aquesta oferta de forma isolada, les accions que se'n derivin s'integraran en l'estratègia turística comarcal dels propers 5 anys i també les accions de màrqueting seran les que es derivin del pla de màrqueting turístic del Berguedà

A finals de 2025 finalitza el període de vigència del **Pla de Màrqueting Turístic del Berguedà 2021-2025**. Amb l'objectiu de renovar aquest document i de dotar la

Finançat per



comarca d'una **estratègia turística integral i de llarg termini**, es promou la redacció del **Pla Estratègic de Turisme 2026-2030**.

Aquest nou pla ha **d'aprofitar i actualitzar els** continguts, diagnosi i orientacions dels treballs següents que ja s'han executat a la comarca:

- “*El Berguedà, terra de futurs*”, com a base del relat de comarca, els seus valors, atributs i posicionament. <https://www.adbergueda.cat/territori/projectes-territorials/marca-territorial-el-bergueda-terra-de-futurs>
- “*Pla de Màrqueting Turístic del Berguedà 2021-2025*”, per aprofitar-ne l'anàlisi de competitivitat, reptes, posicionament, mercats prioritaris, productes clau i segments. <https://www.adbergueda.cat/turisme/projectes-turistics/pla-de-marqueting-turistic-bergueda-2021-2025>
- “*Diagnosi DTI del Berguedà*”, per estructurar el pla en base als cinc eixos de la metodologia de Destinació Turística Intel·ligent (Governança, Tecnologia, Innovació, Sostenibilitat i Accessibilitat). [Diagnòstic_C.Berguedà_2024.pdf](#)
- “*Pla d'Acció de Turisme 2025*”, per donar continuïtat a les línies de treball i les accions ja iniciades. (Annex 1)
- “*Pla d'Acció 2020-2025 de les estratègies de desenvolupament econòmic i ocupació de la comarca del Berguedà pel DAFO comarcal i altres idees de desenvolupament*” <https://www.diba.cat/ca/web/estrategies/-/pla-d-acci%C3%B3-2020-2025-de-les-estrat%C3%A8gies-de-desenvolupament-econ%C3%B2mic-i-ocupaci%C3%B3-de-la-comarca-del-bergued%C3%A0>
- “*Berguedà 2020, cap a una estratègia i competitivitat territorial intel·ligent i sostenible*” <https://parcs.diba.cat/documents/10534/17036890/11-30%20Eduard%20Barcons.pdf>

2. Fites i objectius

En el Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència (PRTR), i com a part del component 14 *Plan de modernización y competitividad del sector turístico*, s'ha inclòs la línia d'inversió de Transformació del model turístic cap a la sostenibilitat, que inclou el Programa de Plans de Sostenibilitat Turística en Destins com a submesura 2 de la inversió (C14.I1).

Tal com estableix la Decisió d'Execució del Consell relativa a l'aprovació de l'avaluació del PRTR d'Espanya (CID, en anglès), la inversió 1.2 del Component 14 serà executada per les entitats locals i les comunitats autònomes i inclou la següent fita, entre d'altres fites i objectius:

- Fita núm. 221 del CID: Segon trimestre 2026 Finalització de tots els projectes inclosos en els “Plans Territorials de Sostenibilitat Turística en Destinació”

Finançat per



3. Objecte del contracte

L'objecte del present contracte és la **prestació del servei de redacció del Pla Estratègic de Turisme del Berguedà 2026-2030**, que ha d'incloure de manera integrada la **redacció del nou Pla de Màrqueting Turístic del Berguedà 2026-2030**.

Aquest pla haurà de definir el **model turístic comarcal** per als propers anys, establint les línies estratègiques, objectius, accions prioritàries i instruments de governança necessaris per avançar cap a un **turisme sostenible, regeneratiu, competitiu, innovador i cohesionat territorialment**.

4. Activitats i funcions de l'empresa contractista

El treball haurà d'incorporar un **enfocament participatiu i multidisciplinari**, combinant tècniques qualitatives i quantitatives, i aprofitant la informació ja existent. Es busca un equip amb les següents aptituds:

Coneixements tècnics

- Coneixements de planificació estratègica, tant a nivell públic com privat
- Domini de metodologies d'anàlisi (DAFO, PESTEL, benchmarking, diagnosi participativa).
- Coneixement del sector turístic: tendències globals, sostenibilitat, digitalització, gestió d'experiències, etc.

Competències analítiques i de recerca

- Capacitat per interpretar dades estadístiques (arribades, pernoctacions, despesa, perfils de visitants).
- Anàlisi de mercats i dels diferents segments de demanda.
- Avaluació d'impactes econòmics, socials i ambientals del turisme

Habilitats comunicatives i de participació

- Capacitat per facilitar processos participatius amb actors locals (administració, empreses, residents).
- Redacció clara i estratègica, adaptant el missatge a destinataris diferents (institucions, sector privat, ciutadania).
- Negociació i mediació, especialment en contextos on hi ha interessos divergents.

Visió estratègica i sostenible

- Pensament crític i creatiu per proposar línies d'actuació innovadores.
- Coneixement en sostenibilitat turística, gestió responsable del territori i la cultura local.

Finançat per



- Capacitat per alinear l'estratègia amb objectius globals, com els ODS (Objectius de Desenvolupament Sostenible).

Altres habilitats clau

- Gestió de projectes i planificació temporal i pressupostària.
- Competència digital, especialment en eines GIS, eines d'anàlisi de dades i plataformes de promoció online.

Pel que fa a les fases d'execució de la prestació del servei, les mínimes del treball seran:

4.1. Revisió i diagnosi actualitzada.

- o Revisió dels estudis previs.
- o Actualització d'indicadors turístics i socioeconòmics.
- o Identificació de reptes i oportunitats.

4.2. Procés participatiu i col·laboratiu amb els agents locals i la ciutadania.

- o Organització de grups de treball per concertar i consensuar accions. Es preveu un mínim de 4 sessions presencials.
- o Consultes telefòniques, telemàtiques o d'altres amb els agents turístics de referència comarcal.
- o Presentació oberta a la ciutadania.

4.3. Alineació amb estratègies supracomaricals.

El pla ha de tenir en compte les premisses o estratègies marcades per altres administracions de rang superior per buscar línies de treball conjuntes que permetin una major projecció turística. En concret caldrà alinear les accions amb la gerència de turisme de la Diputació de Barcelona, la Marca Pirineus i l'Agència Catalana de Turisme.

4.4. Definició estratègica.

- o Elaboració de la visió, objectius i línies estratègiques
- o Identificació d'accions prioritàries i projectes tractor.

4.5. Pla de Màrqueting Turístic 2026-2030.

- o Revisió del pla anterior (2021-2025).

Finançat per



SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO



Next Generation Catalunya



Generalitat de Catalunya



- o Re definició del posicionament, públics, mercats, productes i estratègies de comunicació.
- o Disseny d'un pla operatiu anualitzable que inclogui calendarització, prioritització i pressupost orientatiu de les actuacions.

4.6. Pla de seguiment i avaluació.

- o Definició d'indicadors i sistema d'avaluació de l'impacte de les accions.
- o Proposta d'eines per al monitoratge i la revisió periòdica i ajustament del Pla si és necessari.

5. Finalitats i objectius que s'han d'assolir

5.1. Objectius generals

- Disposar d'un **document estratègic de referència** per al desenvolupament turístic del Berguedà fins al 2030.
- Integrar en un únic marc la **planificació estratègica** i la **planificació de màrqueting** de la destinació.
- Avançar cap a un **model de turisme sostenible i regeneratiu**, basat en els valors naturals, paisatgístics, culturals i gastronòmics del territori, de la seva comunitat i del seu teixit associatiu.
- Potenciar la **col·laboració entre els agents públics i privats**, així com la participació ciutadana.

5.2. Objectius específics

- Actualitzar la diagnosi turística comarcal incorporant indicadors econòmics, ambientals i socials.
- Refermar la visió, missió, valors i objectius estratègics de la marca turística del Berguedà i incorporar-les a l'estratègia turística del Berguedà 2026-2030.
- Definir un **Pla d'Acció** estructurat basat en l'anàlisi i la diagnosi de la destinació, que permeti definir les estratègies per a la seva consecució, incidint en les temàtiques de tots els eixos DTI que són:
 - o Governança
 - o Tecnologia i digitalització
 - o Innovació
 - o Sostenibilitat
 - o Accessibilitat

Finançat per



SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO



Next Generation Catalunya



Generalitat de Catalunya



Codi Validació: 5G7XNLG59SP7G39LGLZ47S4
Verificació: <https://bergueda.eadministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 5 de 9

- Incorporar un **Pla de Màrqueting Turístic 2026-2030**, com a apartat específic, que contempli:
 - o Revisió de la Diagnosi de partida i Anàlisi DAFO (basant-se amb els documents esmentats prèviament) tot revisant:
 - Tendències del mercat turístic i nous hàbits de consum.
 - Situació actual del Berguedà (oferta, demanda, canals)
 - Fortaleses, debilitats, oportunitats i amenaces.
 - o Actualització del posicionament i la marca turística del Berguedà.
 - Revisió de la proposta de valor.
 - Validació de l'arquitectura de marca (submarques, territoris o productes).
 - o Revisió dels mercats i segments prioritaris.
 - Mercats emissors prioritaris (proximitat, estatals, internacionals).
 - Perfils de públic objectiu (famílies, senderistes, cicloturistes, escapades wellness, etc.).
 - o Definició d'estratègies de comunicació i promoció.
 - Estratègies de màrqueting digital (SEO, xarxes socials, prescripció, influencers).
 - Comunicació institucional i B2B (agències, operadors, fires).
 - Estratègies de màrqueting experiencial i storytelling del territori.
 - o Propostes d'accions concretes de màrqueting i comunicació.
 - Recomanacions per campanyes segmentades i temàtiques.
 - Orientació entorn dels materials i continguts audiovisuals a produir
 - Proposta d'accions de presència digital i gestió de reputació.
 - o Priorització i calendarització de les accions de màrqueting i comunicació per anualitats o per fases i determinació dels objectius per cada fase
 - o Pressupost orientatiu de les accions
 - Estimació de costos per línies d'actuació.
 - Recomanacions sobre possibles fonts de finançament (consorcis, fons europeus, col·laboracions público-privades) per línies d'actuació
 - o Agents implicats i rol que s'espera de cadascun per línia d'actuació
 - o Sistema d'indicadors i avaluació
 - Indicadors de rendiment (KPIs) per mesurar l'impacte de les accions de màrqueting
 - Mecanismes d'avaluació anual i ajustament del pla.
 - o Criteris de sostenibilitat i alineació amb els ODS
 - Incorporació dels principis de turisme responsable i sostenible a les accions de comunicació i màrqueting
 - Alineació amb el Pla de Sostenibilitat Turística del Berguedà.



- o Definir un **model de seguiment i avaluació** del pla mitjançant indicadors (KPI) i un sistema de governança participativa.

6. Requeriments tècnics generals obligatoris de la prestació

L'empresa contractista ha de disposar dels suficients mitjans tècnics, materials qualitatius i personals per a desenvolupar les tasques objecte d'aquest contracte i ha d'establir mecanismes de coordinació i informació permanents amb el Consell Comarcal(Presencialment o online).

- Els continguts que es generin cal que siguin originals i redactats per l'empresa contractista.
- Les imatges, gràfics i infografies utilitzades han d'estar lliures de drets d'autors.

7. Formes de seguiment i control de l'execució de les condicions

L'òrgan de contractació designarà una persona que assumeixi el control i la coordinació de l'execució contractual amb l'empresa contractista a fi de tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec.

L'empresa contractista designarà una persona responsable de la gestió de l'execució del contracte, que haurà de garantir la qualitat de la prestació objecte d'aquest plec, i tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec amb la persona interlocutora designada per l'òrgan de contractació.

Aquestes persones s'han de reunir amb el tècnic pertinent del Consell Comarcal del Berguedà i l'Agència de desenvolupament del Berguedà amb una **periodicitat mínima mensual** per tal de supervisar, controlar i tractar qualsevol aspecte vinculat amb el desenvolupament del contracte, a fi d'assegurar que s'està executant de conformitat amb aquest plec. Les reunions seran de manera presencial a les instal·lacions del Consell Comarcal del Berguedà.

Per tal de poder fer un seguiment del contracte, en els terminis que s'acordin l'empresa adjudicatària haurà de presentar els següents lliurables:

- **L1. Document de diagnosi actualitzada.**
- **L2. Memòria del procés participatiu.**
- **L3. Document del Pla Estratègic de Turisme del Berguedà 2026-2030.**
- **L4. Pla de Màrqueting Turístic 2026-2030.**
- **L5. Resum executiu i presentació pública (PowerPoint o similar).**

Tots els documents es lliuraran en català i en format digital editable (Word i PDF).



Finançat per



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



Next Generation
Catalunya



Generalitat
de Catalunya



Codi Validació: 5G7XNLG59SP7G39L CGLZ47S4
Verificació: <https://herquedaeadministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 8 de 9

8. Estimació de costos

Tal com es detalla a l'informe justificatiu de l'estimació de costos, el pressupost per contracte es desglossa en els següents ítems:

Despeses de personal	20.558,85 euros
Despeses generals i benefici industrial (10 %)	2.055,89 euros
TOTAL	22.614,74 euros
IVA (21%)	4.749,09 euros
PRESSUPOST PER CONTRACTE	27.363,83 euros

Així doncs, el valor estimat del contracte ascendeix a la quantia de 22.614,74 euros (IVA exclòs)

El Pressupost Base de Licitació ascendeix a la quantia de 22.614,74 euros (IVA exclòs) i de 4.749,09 euros d'impost sobre el Valor Afegit, que es correspon a una totalitat de **27.363,83 euros**

9. Durada i lloc de contracte

El termini màxim d'execució de **cinc (6) mesos** des de la signatura del contracte. S'establirà un calendari de fites amb reunions de seguiment mensuals presencials.

Finançat per



SECRETARIA DE ESTADO
DE TURISMO

