

És traducció:

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES QUE RIGEN LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PRODUCCIÓN Y ELABORACIÓN DE MATERIALES DIGITALES AUDIOVISUALES Y FOTOGRÁFICOS DE TURISMO ENOGASTRONÓMICO PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE MARKETING RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA, FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA CON LOS FONDOS NEXT GENERATION EU.

Este contrato está financiado con el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, en el marco del Plan de recuperación, transformación y resiliencia (PRTR), financiado por la UE – Next Generation UE.

El contenido de estas prescripciones técnicas deriva del proyecto estatal Plan Territorial de Sostenibilidad Turística y, en concreto, de la Actuación de Cohesión en Destinos (ACD) “Catalunya, tierra de sabores”, aprobado dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, financiado por la Unión Europea en el marco de los fondos Next Generation EU, para “Modernización y digitalización del tejido industrial y de la PYME, recuperación del turismo e impulso en una España nación emprendedora y, concretamente en el Componente 14 “Plan de modernización y competitividad del sector turístico”, Inversión 1 “Transformación del modelo hacia la sostenibilidad”.

Este contrato se encuentra dentro de la actuación número 16 se incardina dentro del Eje 3 de Transición Digital, y no se asocia ninguna etiqueta climática/digital.

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. Contexto

El 21 de julio de 2020 el Consejo Europeo aprobó la creación del programa Next Generation EU, para estimular la recuperación económica y la reparación de los daños causados por la pandemia de COVID19 y construir la Europa de la nueva generación, impulsando la transición ecológica, digital y resiliente de los países miembros de la Unión Europea.

Uno de los instrumentos financieros que contempla el programa Next Generation EU es el [Mecanismo de Recuperación y Resiliencia \(MRR\)](#), elemento central para apoyar las reformas e inversiones emprendidas por los países de la UE. El objetivo es mitigar el impacto económico y social de la pandemia de coronavirus y hacer que las economías y sociedades europeas sean más sostenibles y resilientes y estén mejor preparadas para los retos y oportunidades de las transiciones ecológica y digital.

La arquitectura europea de este fondo prevé que cada Estado miembro diseñe un plan nacional de recuperación y resiliencia que incluya las reformas y actuaciones de inversión necesarios para alcanzar los objetivos que promueve el programa Next Generation EU.

El [Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia \(PRTR\)](#) presentado por el Estado español a la Comisión, aprobado por el Consejo de la UE el 13 de julio de

2021, recoge el conjunto de inversiones a realizar, y el programa de reformas estructurales y legislativas previstas.

El Plan se articula mediante 10 políticas palanca, y éstas, a su vez, en 31 componentes. Dentro de la política palanca V. "[Modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del turismo e impulso a una España nación emprendedora](#)", el componente número 14 es el "[Plan de modernización y competitividad del sector turístico](#)", dotado con 3.400 M€. Este componente se despliega en 5 ejes, siendo el primero la transformación del modelo turístico para la sostenibilidad (C14.I1). Dentro de este eje, se prevé el desarrollo de diversas submedidas, la más relevante de las cuales es la número 2, correspondiente al Programa de planes de sostenibilidad turística en los destinos, programa que contempla la recuperación integral de los destinos pioneros y la transformación estratégica de los destinos urbanos y de interior.

Este Programa se rige por la Estrategia de sostenibilidad turística en destinos, aprobada por la Conferencia Sectorial de Turismo el 28 de julio de 2021 y revisada el 29 de marzo de 2022, como hoja de ruta para guiar la selección y la financiación de los proyectos destinados a apoyar la transformación de nuestros destinos en polos de innovación turística. A su vez, avanza hacia una mayor cohesión territorial, no sólo relacionando la oferta y los destinos de cada territorio, sino también creando conexiones entre los destinos de diversas regiones.

La Estrategia mencionada incluye:

- El Programa ordinario de sostenibilidad turística en destinos, que se convoca anualmente y se cofinancia con los presupuestos de las tres administraciones actuantes: estatal, autonómica y local.
- El Programa extraordinario de sostenibilidad turística en destinos 2021-2023, con mayor ambición transformadora y que se financia totalmente con fondos europeos. Este Programa extraordinario está dotado económico para los tres ejercicios con 1.858 M€, de los que 719 M€ se aplican en 2022 entre todas las comunidades autónomas, a resultas de procesos bilaterales de negociación.

De acuerdo con la Estrategia y los planes extraordinarios, cada año se elabora el correspondiente Plan territorial de sostenibilidad turística en destinos, que se configura como un mecanismo de actuación cooperada entre la Administración General del Estado, las comunidades autónomas y los entes locales, con el objetivo de avanzar en la transformación de los destinos turísticos en un modelo participado de gobernanza.

Los planes territoriales articulan su intervención mediante dos instrumentos:

- Planes de sostenibilidad turística en destino (PSTD), cuyo diseño y ejecución corresponde a los entes locales de cada uno de los destinos, con una duración máxima de tres anualidades.
- Actuaciones de cohesión entre destinos (ACD), que representan intervenciones de carácter horizontal y de ámbito supralocal, contribuyendo a completar y relacionar o cohesionar entre sí las actuaciones en destino de cada comunidad autónoma.

De conformidad con lo dispuesto en el punto 8.1.2 del Documento de la Estrategia, las Actuaciones de Cohesión entre Destinos (ACD) representan intervenciones de carácter horizontal y de ámbito supralocal que contribuyen a completar, relacionar o cohesionar entre sí las actuaciones en destino de cada comunidad autónoma. Las ACD están orientadas a generar o reforzar sinergias entre los PSTD de una misma comunidad autónoma o con comunidades autónomas limítrofes, o bien, a completar,

relacionar transversalmente o cohesionar entre sí las intervenciones en destino, generando dinámicas de agregación de producto y contribuyendo a que éstos se refuerzan mutuamente.

El 27 de diciembre de 2022, se publicó en el BOE, número 310, la [Resolución de la Secretaría de Estado de Turismo, de 19 de diciembre de 2022, por la que se da publicidad al Acuerdo de 14 de diciembre de 2022 por el que se fijan los criterios de distribución, así como el reparto resultante para las comunidades de entidades locales en el marco del componente 14, inversión 1 del Plan de Recuperación,](#)

[Transformación y Resiliencia](#), financiado con Fondo Next Generation UE. En este Acuerdo se ratificó el Plan territorial de sostenibilidad turística en destino de Catalunya 2022 (PTSTDC-22), con un presupuesto total de 82.810.067,00 €, que incluye 17 Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos, liderados por varios entes locales catalanes, por un importe total de 70.900€. Destino (ACD) "Catalunya, tierra de sabores", por importe de 6.910.067,00 €.

El ACD "Catalunya, terra de sabors" se enmarca en el Plan Nacional de Turismo Enogastronómico y pretende definir un modelo de turismo enogastronómico regenerativo, slow e innovador, que permita promover Catalunya como destino turístico con identidad estructurando una oferta de valor que sea atractiva, competitiva y se base en el modelo 4D (desestacional) (segura, saludable, singular y sostenible).

La entidad coordinadora del ACD "Catalunya, Terra de sabors" es la Dirección General de Turismo de la Generalitat de Catalunya. Éste se estructura en un total de 26 programas, de los cuales 2 se encuentran localizados en la provincia de Barcelona, 2 en la provincia de Lleida, 2 en la provincia de Tarragona y 1 en la provincia de Girona. El resto se aplica a todo el territorio de Catalunya y se ejecutarán directamente desde el Departamento de Empresa y Trabajo (mediante la Dirección General de Turismo) o desde la Agencia Catalana de Turismo.

En fecha 26 de enero de 2024 se firmó un convenio de colaboración entre la administración de la Generalitat de Catalunya, mediante el Departamento de Empresa y Trabajo, y la Agencia Catalana de Turismo (en adelante ACT), para la ejecución de diez programas que forman parte de la actuación de cohesión entre destinos ACD) "Catalunya, terra de sa 14 de diciembre de 2022 en el marco de la estrategia de sostenibilidad turística en destinos en el plan de recuperación, transformación y resiliencia. Se puede consultar el convenio y sus correspondientes adendas en los siguientes enlaces del Registro de convenios de colaboración y cooperación de la Generalidad de Catalunya:

- [2024/9/0004](#).
- [2024/9/0163](#).
- [2025/9/0145](#).

Dado que la Agencia Catalana de Turismo es el organismo del Gobierno de la Generalidad de Catalunya que se encarga de promocionar Catalunya como destino turístico de referencia internacional, en el convenio se acordó que fuera la Agencia Catalana de Turismo el organismo que se encargara de ejecutar estos 10 programas que forman parte del ACD "Catalunya, tierra de sabores" que tienen tierra de mano. Entre estos programas constan los que se detallan en la presente contratación.

Es en este contexto donde se enmarca el objeto del contrato, que incluye dos de las actuaciones del ACD Terra de Sabors, en concreto la **actuación 16 del Eje 3.**

Transición Digital, que está relacionado con la producción de contenidos y audiovisuales.

2. Hitos y objetivos

Esta actuación contribuye a la consecución de los objetivos marcados para el componente número 14 “[Plan de modernización y competitividad del sector turístico](#)” del PRTR, y más concretamente:

Palanca: V. “[Modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del turismo e impulso a una España nación emprendedora](#)”.

Componente: 14 “[Plan de modernización y competitividad del sector turístico](#)”.

Inversión: 1 “Transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad”.

Proyecto: Actuación de Cohesión entre Destinos (ACD) “Catalunya, terra de sabors”.

Actuación: Materiales Digitales

Indicador de consecución del proyecto MRR:

- Obligatoriamente:
 - o Número de fotografías realizadas.
 - o Número de microcápsulas audiovisuales realizadas.
- Además:
 - o Número recursos representados.
 - o Número de territorios captados en materiales audiovisuales.
 - o Número y tipología de segmentos y perfiles integrados.
 - o Número de materiales generados según tipos: edición impresa en varios tamaños y formas, y soporte digital (versión interactiva, formato pdf a descargar, etc.).

El Componente 14 del PRTR tiene como objetivo la reducción de la presión del turismo sobre el territorio, mejorando la coexistencia de la actividad turística con el medio y permitiendo un desarrollo turístico que incorpore el respeto al medio ambiente y su capacidad de carga como principio fundamental.

En este sentido, los logros y objetivos del ACD son las medidas de progresión hacia la consecución de la inversión 1.2 del Componente 14. Los logros constituyen logros cualitativos y los objetivos constituyen logros cuantitativos.

Las metas y objetivos críticos constan en la Decisión de Ejecución del Consell, relativa a la aprobación de la evaluación del PRTR de España, mediante la que se establece para el C14.I1, una serie de metas y objetivos vinculantes denominados CID (Council Implementing Decision), para la inversión 1.2 del Componente 12 (Trans Planes de sostenibilidad turística en destino) incluye los siguientes objetivos para los planes y para el ACD del año 2022, y, por tanto, las metas y objetivos críticos de este contrato son:

- **Objetivo nº 218 del CID :** Cuarto trimestre de 2022. Publicación en el BOE de la adjudicación a las entidades locales de la ayuda por la aplicación de los Planes Territoriales de Sostenibilidad Turística, por un importe de 1.173.000.000 de euros (valor de referencia: 31 de diciembre de 2021) verde, la sostenibilidad y la eficiencia energética/electromovilidad en los destinos.
- **Hito nº 220 del CID:** Cuarto trimestre de 2024: las Comisiones de seguimiento se asegurarán de que todos los destinos beneficiarios alcancen como mínimo el siguiente porcentaje de ejecución de cada Plan de Sostenibilidad Turística y

cada Acción de Cohesión en Destino. En el caso de los destinos adjudicatarios en 2022, ejecución del 30%.

- **Hito nº 221 del CID:** Segundo trimestre 2026. Finalización de todos los proyectos incluidos en los “Planes Territoriales de Sostenibilidad Turística en Destinos” y adjudicados de acuerdo con los objetivos 211, 213, cuyo 35% de los fondos se destinarán a financiar medidas que abordan la transición verde, la sostenibilidad y la sostenibilidad.

El cumplimiento de los logros y objetivos previstos en la Decisión de Ejecución del Consejo es obligatorio para que cada comunidad autónoma y entidad local pueda retener finalmente los fondos transferidos.

El mecanismo de verificación establecido por este mojón es el documento de síntesis que justifique debidamente cómo se ha cumplido el mojón (incluyendo los elementos relevantes del mojón, tal y como se enumeran en la descripción del mojón y el de la medida correspondiente al anexo del CID) de forma satisfactoria. Este documento incluirá como anexo las siguientes pruebas documentales:

- a. Lista de proyectos adjudicados y beneficiarios.
- b. Informe de progreso de cada proyecto, incluyendo su nivel de ejecución (en %).

En este sentido, será obligación de la empresa contratista facilitar la información que le sea requerida para acreditar el cumplimiento puntual de los logros y objetivos del Componente 14.II.

La Agencia Catalana de Turismo velará por el cumplimiento de los logros y objetivos citados anteriormente. Es por ello que realizará controles periódicos de cumplimiento de los logros y objetivos, con los informes trimestrales correspondientes y penalizando a la empresa contratista en caso de incumplimiento de plazos establecidos.

Asimismo, se tendrán en cuenta la utilización de diferentes medios para realizar el control de los logros y objetivos, como son: informes de la comisión de seguimiento, las diferentes certificaciones de las ejecuciones, así como la finalización de los proyectos de promoción de la sostenibilidad turística en destinos dentro de los plazos fijados.

3. Objeto del contrato

El objeto de este contrato es el servicio de producción y elaboración de materiales digitales audiovisuales y fotográficos de turismo enogastronómico para el desarrollo de campañas de marketing para redes sociales, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, financiado por la Unión Europea con los fondos Next Generation EU.

El objeto del contrato deriva del proyecto estatal Plan Territorial de Sostenibilidad Turística y, en concreto, de la Actuación de Cohesión entre Destinos (ACD) “Catalunya, Tierra de sabores”, aprobado dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, financiado por la Unión Europea en el marco de los fondos Next Generation EU, para la consecución tejido industrial y de la pyme, recuperación del turismo e impulso en una España nación emprendedora ” y, concretamente en el Componente 14 “ Plan de modernización y competitividad del sector turístico ”, Inversión 1 “Transformación del modelo hacia la sostenibilidad”.

Se enmarca en el Plan Nacional de Turismo Enogastronómico y pretende definir un modelo de turismo enogastronómico regenerativo, slow e innovador, que permita

promover Catalunya como destino turístico con identidad estructurando una oferta de valor que sea atractiva, competitiva y se base en el modelo 4D (desestacionalización, diversificación, descongestión y gasto) y.

La actuación del ACD Terra de Sabors que enmarca el objeto del contrato es la 16. *Materiales digitales*.

Los objetivos de disponer de estos materiales audiovisuales son:

- **Mejorar el posicionamiento** de Catalunya como destino enogastronómico y contribuir a que el visitante la vincule con la gastronomía y el enoturismo.
- **Dar a conocer la propuesta de valor** del producto enogastronómico.
- Aportar **valor y reconocimiento** a Catalunya ya su producto a través de imágenes impactantes.
- Generar un **vínculo emocional** con el potencial visitante en Catalunya.
- Realizar un **marketing innovador y eficiente**, que permita vincular nuevos valores y productos turísticos a la estrategia de promoción del destino.
- Disponer de **materiales audiovisuales y contenidos atractivos**, con una fuerte carga emocional y experiencial, para la promoción de la gastronomía y el enoturismo en el entorno digital, adaptados a los distintos públicos.

Esta licitación se divide en dos lotes:

3.1. Lote 1. Producción de microcápsulas de vídeo de turismo enogastronómico

La Agencia Catalana de Turismo, consciente de la importancia de comunicar de forma creativa y relevante para impactar al usuario final, que actualmente está sobresaturado de publicidad, ve necesario hacer campañas innovadoras y valientes en las redes sociales, que no dejen indiferente a público y que aporte puntos de vista diferentes a los que normalmente esperan, que conecten con la sociedad actual que es cada vez coherentes, transparentes y comprometidas.

El objeto de este lote es la producción de microcápsulas de vídeo de turismo enogastronómico para difundir en las redes sociales (Instagram, Youtube, TikTok, Facebook, X, Linkedin, Whatsapp, Wechat).

La necesidad a cubrir con este material audiovisual es comunicar la oferta turística estructurada y competitiva y contribuir al posicionamiento de Catalunya como destino con identidad enogastronómica, que apuesta por la cohesión territorial mediante la vertebración de propuestas e iniciativas vinculadas al enoturismo y la gastronomía en todo el territorio.

3.2. Lote 2. Producción de fotografías de turismo enogastronómico

El objeto de este lote es la producción de fotografías de turismo enogastronómico.

La necesidad a cubrir con estas fotografías es contar con material gráfico para promover y comunicar la oferta de experiencias de turismo enogastronómico en torno a Catalunya y utilizarlas en canales de la ACT y para cesión a terceros en el ámbito turístico, si procede.

4. Actividades y funciones de la empresa contratista

4.1. Lote 1. Microcápsulas de vídeo de turismo enogastronómico

4.1.1 Contenido

Los contenidos de estas microcápsulas estarán alineadas con el [relato de turismo enogastronómico de Catalunya](#). También se adecuarán a la campaña "[Catalunya, la mejor cocina del mundo](#)", pero con un tono más adecuado a las redes sociales.

Para realizar la actuación, se estructurará el trabajo en tres fases diferentes:

- Fase 1. Identificación y selección de las microcápsulas a realizar .
- Fase 2. Rodaje de los materiales para realizar las microcápsulas .
- Fase 3. Edición y producción de las microcápsulas .

Fase 1. Identificación y selección de las microcápsulas a realizar

La empresa contratista buscará e identificará información sobre las 10 temáticas de microcápsulas que se plantean más adelante, y localizará dónde ir a rodarlas.

Las microcápsulas tendrán que ser experienciales, con personas de diferentes perfiles disfrutando la experiencia, o con representantes del sector explicando sus vivencias relacionadas con la enogastronomía en Catalunya.

Las 10 temáticas son:

- Restaurantes de cocina catalana tradicional.
- Restaurantes de alta cocina creativa.
- Experiencias enogastronómicas en el campesino: visitas a productores locales, degustaciones, talleres, y otras actividades que permitan a los visitantes sumergirse en la cultura gastronómica catalana. Se pueden consultar ejemplos en www.benvingutsapages.cat. Se incluirán también experiencias regenerativas, que visibilicen cómo los turistas pueden contribuir a devolver a la sociedad local su huella de carbono, creando un impacto positivo.
- Experiencias oleoturísticas.
- Experiencias en mercados municipales.
- Experiencias realizando pescaturismo.
- Vivencias en eventos enogastronómicos de temporada.
- Experiencias que combinen la cultura y la gastronomía.
- Experiencias que combinen la naturaleza y el turismo activo o cicloturismo con la gastronomía.
- Experiencias que combinen el ecoturismo con la gastronomía.

La empresa contratista tendrá que hacer la propuesta teniendo en cuenta la diversidad territorial de Catalunya ([9 marcas turísticas](#)) y los diferentes públicos objetivos: tanto los [públicos especializados / visitor persona](#) e interesados en la gastronomía y el enoturismo (pág. 39 a 41) como el público joven y familiar que consulta las redes sociales. También escogerá las localizaciones más adecuadas de cara al rodaje de las microcápsulas.

La empresa contratista hará propuesta a la ACT de piezas por todas las redes sociales antes mencionadas y pensará las piezas específicamente para cada una de las redes porque, según el canal, la grabación será diferente.

Fase 2. Rodaje de los materiales para realizar las microcápsulas

La empresa contratista asumirá la grabación de los materiales para realizar las microcápsulas, desplazándose por toda Catalunya.

La empresa contratista presentará una primera propuesta de brutos de las microcápsulas en la Agència Catalana del Turisme. Éstos tendrán que ser validados antes del completo desarrollo del proyecto.

Fase 3. Edición y producción de las microcápsulas

La empresa contratista editará los materiales registrados para crear las microcápsulas en los diferentes idiomas y en los formatos especificados en el apartado 4.1.3. “Características técnicas de las microcápsulas” .

4.1.2 Obligaciones

Las obligaciones que deberá asumir la empresa contratista son las siguientes:

- Identificación y búsqueda de información de las temáticas propuestas para realizar las microcápsulas.
- Propuesta del tono y discurso comunicativo de las microcápsulas.
- Grabación de los materiales en toda Catalunya, siempre teniendo en cuenta la diversidad territorial de Catalunya ([9 marcas turísticas](#)).
- Edición y producción de las microcápsulas adaptadas a los distintos formatos para redes sociales (Instagram, Youtube, TikTok, Facebook, X, Linkedin y Wechat).
- Optimización del diseño, que debe respetar los protocolos de accesibilidad online (WAI, W3C, etc.). (más detalle en el punto 7)
- Subtitular las microcápsulas en catalán, castellano o inglés.
- Para Reels, se incluirá una cover estática para añadir cuando se publica (imagen antes de reproducirlo dentro del feed).
- Para los vídeos de Youtube, se incluirá una miniatura para añadir al vídeo.
- Entrega de material en el formato que se detalla en el siguiente apartado. Todo el material producido y aprobado se entregará a la Agencia Catalana de Turismo mediante un servicio de alojamiento de archivos (WeTransfer o similar); y cuando todas las piezas estén producidas, también será necesario entregarlas en un disco duro, con todos los originales en abierto y las imágenes de recurso y materiales filmados.
- Volcar cada una de las versiones idiomáticas de la publicación en Infotur, banco de contenidos de la ACT y de generar los textos en inglés que presentarán cada cápsula en Youtube Catalunya Experience.
- Tener en cuenta todos los desplazamientos, alojamientos y dietas de todo el personal técnico y artístico.
- Gestión de todos los permisos de rodaje y tasas o licencia necesarias que se deriven.
- Seguros del equipo, transportes y elementos técnicos que lo necesiten.

- Postproducción y editaje de todos los elementos con las diferentes cartelas, rótulos, mensajes, y grafismo.
- Audio y selección de la banda sonora de todas las piezas audiovisuales. La música debe funcionar perfectamente con las piezas audiovisuales en ritmo, tono y entusiasmo.
- Locución y doblaje en idiomas catalán, castellano e inglés británico, con los derechos de los locutores incluidos de acuerdo con lo que se especifica en el pliego de cláusulas administrativas particulares. Se contempla la posibilidad de utilizar IA a tal fin, siempre y cuando se garantice la calidad del resultado final.
- Subtitulación o uso de chyrons en todas las piezas en todos los idiomas (catalán, castellano, inglés británico,). Se contempla la posibilidad de utilizar IA con esta finalidad, siempre y cuando se garantice la calidad del resultado final.
- Derechos de todo el material y formatos derivados en las condiciones establecidas en el pliego de cláusulas administrativas particulares.

No se permitirá el uso de sistemas de generación de contenido mediante inteligencia artificial para la creación del contenido audiovisual de microcápsulas. Asimismo, se podrá utilizar tecnologías de IA en procesos complementarios como la locución, el doblaje, la subtitulación o el uso de chyrons, siempre y cuando se garantice la calidad del resultado final.

Todos los gastos derivados de todas las obligaciones anteriores deben estar incluidos dentro del precio, incluyendo también el importe de las tasas y/o licencias que sean necesarias obtener por el rodaje de los elementos audiovisuales.

4.1.3 Características técnicas de las microcápsulas:

- Formato:
 - vertical 9:16 (Reels/TikTok/Shorts) 20-40 segundos
 - horizontal 16:9 (Youtube) 60-90 segundos
- Idiomas: catalán, castellano, inglés británico.
- Resolución: será necesario entregar los másteres en máxima resolución para después, cuando se hagan campañas de paid, se adapten las piezas a la resolución/códec/medidas/etc. que pide META o Tik Tok o el soporte el cuestión.

4.1.4 Fecha de entrega

El plazo de entrega se establece como máximo el **31 de mayo de 2026**.

4.2. Lote 2: Producción de fotografías de turismo enogastronómico

4.2.1 Contenido

Para el desarrollo de las fotografías de turismo enogastronómico la empresa contratista deberá tener en cuenta lo siguiente por cada uno de los tres *visitor persona* que se establecen a continuación.

En todos los casos las fotografías tendrán que contar con un enfoque claramente turístico, ofreciendo una experiencia completa que vaya más allá de la simple promoción de productos agroalimentarios.

Habrá que evitar que se identifiquen marcas comerciales: etiquetas de los vinos, botellas...

Las fotografías se distribuirán entre las siguientes temáticas según *visitor persona*:

- Fotografías para *wine & food lover*.
- Fotografías para *foodies*.
- Fotografías para *wine & gastro tours*.

FOTOGRAFÍAS PARA WINE & FOOD LOVER

- **Público objetivo:** Turistas que son apasionados del mundo del vino y la gastronomía, tienen un conocimiento elevado y en ocasiones son profesionales del sector. Buscan vivir experiencias de alto nivel o exclusivas y se interesan también por actividades culturales.
- **Segmentación del público:** personas con amigos o parejas. Generación de babyboomers (59-71 años) y generación X (45-58 años).
- **Motivación tractora:** Disfrutar de la enogastronomía.
- **Visitor persona:** *Wine & food lover*.
- **Objetivo:** Promocionar las actividades enogastronómicas en Catalunya para un público selecto y exclusivo por el que el nivel de motivación que supone la gastronomía a la hora de visitar los destinos es muy alto.
- **Mensaje :** Poner de relieve todas las actividades de turismo enogastronómico donde se pongan en valor los productos catalanes, la cocina catalana y los vinos catalanes, siempre desde el ámbito turístico y con un ambiente de disfrute y diversión.
- **Descripción:**
 - Fotografías de las bodegas Premium más destacadas de cada una de las rutas del vino en las que se vea gente haciendo alguna actividad enoturística (una cata interior o exterior, en la que se pueda ver la arquitectura de la bodega o el paisaje, gente disfrutando del *winebar* con la bodega de fondo, gente comiendo en el restaurante de la bodega con la bodega con la bodega de fondo, gente haciendo un desayuno típico de la vendimia...).
 - Fotografías de restaurantes de prestigio o estrellados en las que se pueda ver a gente disfrutando de una comida y se identifiquen los platos de alta cocina maridados con vinos catalanes. Las imágenes que combinan tanto interiores como exteriores y en caso de que sean exteriores que se pueda identificar una terraza frente al mar o algún elemento natural/patrimonial. Restaurantes con vistas icónicas, que se vean los edificios donde se ubican y destacar los que cuentan con una arquitectura o localización genuina.
- **Estilo y composición:** Fotografías que tengan "luz", con colores que transmitan el espíritu mediterráneo: el cielo azul, el mar mediterráneo, el verde de los viñedos y los olivos... Fotos con un estilo realista, vibrante, que transmitan alegría y tranquilidad.
- **Elementos humanos:** Personas con perfiles multiculturales, pequeños grupos de amigos y parejas disfrutando de experiencias enogastronómicas.

Propuesta de bodegas vinculadas a las rutas del vino:

- Ruta del Vino DO Empordà: Bodega Perelada, Bodega Brugarol.
- Ruta del Vino de la DO Pla de Bages: Oller del Mas, Bodega Abadal.

- Ruta del Vino DO Alella: Bodega Alta Alella.
- Ruta del Vino del Priorat: Atavus.
- Ruta del Vino del Penedès: Gramona, Bodega Torres (restaurante Celleret), Bodega Mont Rubí .
- Ruta del Vino de Lleida: Bodega Mas Blanch i Jové (viñedo de los artistas), Castillo de Encús.
- Ruta del Trepat: Vinos de piedra (visita en la torre medieval en la muralla de Montblanc y cata).
- Ruta del Vino de la DO Terra Alta: Herencia Altés, Bodega Lafou.
- Ruta del Vino DO Tarragona: Casa Vermouths Padrón, Vinícola de Nulles.

Propuesta de hoteles gastronómicos de interés para las imágenes:

- Gran Hotel Mas d'en Bruno.
- Restaurante El Celleret (Bodillas Torres).
- Restaurante Hotel el Algadir del Delta (BIP Gourmand).
- Restaurante Celler Mont Rubí (restaurante gastronómico).
- Restaurante Hotel Fonda España (edificio modernista de Domènech i Montaner, asesoramiento gastronómico de Martín Berasategui, foto en la Sala del restaurante de las Sirenas).
- Restaurante Hotel Ohla Eixample (gastronomía de las Terres de l'Ebre, restaurante Xerta del chef Fran López).

Propuesta de restaurantes con estrella Michelin:

- Bodega de Can Roca/Espacio Roca, del chef Joan Roca.
- Disfrutar, de los chefs Oriol Castro, Mateu Casañas y Eduard Xatruch.
- Cocina Hermanos Torres, de los chefs Sergio y Javier Torres.
- Momentos, del chef Raül Balam Ruscalleda.
- Las Coles, de la chef Fina Puigdevall.
- Can Jubany, del chef Nando Jubany.

FOTOGRAFÍAS PARA FOODIES

- **Público objetivo:** Turistas que descubren el destino a través de la oferta enogastronómica. Se ven motivados por degustar productos y platos tradicionales, comprar productos locales, visitar bodegas, mercados, eventos y ferias enogastronómicas o participar en experiencias como clases de cocina.
- **Segmentación del público :** personas con amigos, con pareja o solas. Generación de babyboomers (59-71 años), generación X (45-58 años) y milenistas (26-44 años).
- **Motivación tractora :** Disfrutar de la Gastronomía.
- **Visitor persona:** Foodie.
- **Objetivo:** Promocionar las actividades enogastronómicas en Catalunya para un turista por el que el nivel de motivación que supone la gastronomía a la hora de visitar los destinos es medio-alto.
- **Mensaje :** “Poner de relieve todas las actividades de turismo enogastronómico donde se pongan en valor los productos catalanes, la cocina catalana y los vinos catalanes, siempre desde el ámbito turístico y con un ambiente de disfrute y diversión.”
- **Descripción:**
 - Fotografías de las rutas del vino de Catalunya, en las que salga gente participando en experiencias enoturísticas singulares de cada una de estas rutas.
 - Incluir también imágenes de experiencias enogastronómicas vinculadas a los Barrios y Villas Marineras (donde se vean los puertos y las lonjas)

de pescado así como las actividades que se realizan y los productos que se pueden encontrar).

- Fotos de los viñedos, (tanto de cerca como de lejos) de la vendimia, de degustaciones de vinos.
- **Estilo y composición:** Variedad de fotos paisajísticas: es importante que salgan los viñedos, la montaña, el huerto, los campos agrícolas, la pesca, el mar... También que haya fotos aéreas. Fotografías que tengan "luz", con colores que transmitan el espíritu mediterráneo: el cielo azul, el mar mediterráneo, el verde de los viñedos y los olivos... Fotos con un estilo realista, vibrante, que transmitan alegría y tranquilidad.
- **Elementos humanos:** Pequeños grupos de amigos (de diferentes edades), parejas y gente sola disfrutando de experiencias gastronómicas en un ambiente de diversión y distendido. Que salgan actividades y visitas más orientadas a un público adulto, no familiar.
- **Planificación:** Sesión de fotografías en los puntos y en las experiencias más emblemáticas de Catalunya, de forma que se obtenga una visión general de todas las experiencias que permiten hacer turismo enogastronómico en el territorio catalán.

Propuesta de experiencias enogastronómicas de interés para las imágenes:

- Grupo de amigos haciendo una butifarrada al aire libre con viñedos u olivos de fondo.
- Vermut en una bodega con solera y también la típica plaza (como la de Reus). Detalle de una mesa con el vermut en vaso acompañado de aceitunas, patatas, anchoas, etc...
- Grupo de gente degustando un arroz o una sartén en un restaurante.
- Participación en una calçotada: gente haciendo calçots en el campo, enseñando cómo se les comen con la salsa, mojando y bebiendo con el porrón.
- Vendimia y vino novel: gente participando en la cosecha de la uva, prenzándola con los pies o haciendo un desayuno de vendimia entre viñedos.
- Ajo y aceite: persona haciendo un taller de ajo y aceite con el mortero tradicional.
- Aceite nuevo: incluir alguna foto vinculada con la cosecha del aceite, una cata de aceite entre olivos, etc...
- Fotografías de algunas terrazas de Barcelona con gente tomando algo o tomando unas copas en ambiente distendido de fin de semana.

FOTOGRAFÍAS PARA WINE & GASTRO TOURS

- **Público objetivo:** Turistas que realizan actividades enogastronómicas para interaccionar con el territorio y conocer la cultura local. Contemplen estas actividades como un complemento del viaje, un subproducto de la visita.
- **Segmentación del público :** personas con amigos o con pareja. Generación X (45-58 años) y generación de milenistas (26-44 años).
- **Motivación tractora:** Visitar una ciudad, ir en bici, realizar senderismo, hacer una ruta en coche, disfrutar de la cultura local, disfrutar de la enogastronomía, disfrutar de su actividad preferida, jugar al golf.
- **Visitores persona:** [Wine & gastro tours](#).
- **Objetivo:** Promocionar las actividades enogastronómicas en Catalunya para un turista por el que el nivel de motivación que supone la gastronomía a la hora de visitar otros destinos es bajo, y por tanto, un complemento de su viaje.
- **Mensaje:** "Poner de relieve todas las actividades de turismo enogastronómico donde se pongan en valor los productos catalanes, la cocina catalana y los vinos catalanes, siempre desde el ámbito turístico y con un ambiente de disfrute y diversión."

- **Descripción:**
 - o Exterior y sobre todo interior de mercados locales donde se vean turistas haciendo algún tipo de actividad (visita en el mercado, degustación, compra), talleres de cocina donde los turistas estén haciendo la experiencia de cocinar platos de la gastronomía catalana y degustando vinos catalanes, y ferias o festivales enogastronómicos dedicados a productos catalanes donde aparezcan turistas visitando el festival
- **Estilo y composición:** Fotografías que tengan "luz", con colores que transmitan el espíritu mediterráneo: el cielo azul, el mar mediterráneo, el verde de los viñedos y los olivos... Fotos con un estilo realista, vibrante, que transmitan alegría y tranquilidad.
- **Elementos humanos:** Pequeños grupos de amigos (de diferentes edades) y parejas disfrutando de experiencias gastronómicas. Que salgan visitando los mercados/festivales mientras compran o catan productos locales. En el caso de los talleres de cocina, que salgan grupos de amigos (sobre todo de chicas) realizándolos.
- **Planificación:** Sesión de fotografías en los puntos y en las experiencias más destacados de Catalunya vinculados a las tres propuestas que mencionamos a continuación: mercados , talleres de cocina y ferias o festivales gastronómicos .

Propuestas de mercados emblemáticos de Catalunya por su historia, su arquitectura y la calidad de sus paradistas:

- Semanales :
 - o Mercado de Vilafranca.
 - o Mercado de Vic.
 - o Mercado de Granollers.
- Municipales :
 - o Mercado del Ninot.
 - o Mercado de San Antonio.
 - o Mercado de Amposta.
 - o Mercado de Tortosa.
 - o Evitar la Boquería.

Propuestas de eventos que podrían encajar:

- Barcelona Beer Festival (Barcelona), de cerveza artesana.
- Vivid - Festival del vino (Costa Brava), de vino DO Empordà.
- Gran Fiesta de la Calçotada (Valls), del calçot IGP de Valls.
- Feria del Vino de la Comarca del Priorat (Falset), de vinos DOQ Priorat y DO Montsant.
- Romería del Caracol (Lleida), de caracoles.

Propuestas de talleres de cocina:

- BCN Kitchen.
- Cookiteca.
- Born to Cook.
- La Patente.
- Cook and Taste.

4.2.2 Obligaciones

Las obligaciones que deberá asumir la empresa contratista son las siguientes:

- Identificación de las fotografías a realizar según temáticas propuestas por la ACT, y teniendo en cuenta la diversidad territorial de Catalunya ([9 marcas turísticas](#)).
- Selección de las personas figurantes que deben aparecer en las fotografías y gestión y adquisición de derechos de imagen.
- Realización de las fotografías.
- Edición/retoque de las fotografías escogidas.
- Entrega de material en el formato que se indica en el siguiente apartado.
- Volcar cada una de las fotografías en Infotur, banco de contenidos de la ACT.
- Se encargará de los gastos de desplazamientos, luz, cámara y drones, atrezzo y seguros de personal.

La empresa contratista no podrá hacer uso de la IA para realizar las fotografías . No se permitirá el uso de ninguna herramienta de inteligencia artificial para la generación, edición y modificación de fotografías. Esta restricción incluye tanto la creación de imágenes sintéticas como la alteración de fotografías reales mediante IA.

Todos los gastos derivados de todas las obligaciones anteriores deben estar incluidos dentro del precio, incluyendo también el importe de las tasas y/o licencias que sean necesarias obtener para la reproducción de las fotografías.

4.2.3 Características técnicas de las fotografías:

Tiff en alta resolución para uso en campañas de marketing, redes sociales (importante que sean formados 1:1, 16:9, 9:16, 4:5) y para uso en material impreso.

4.2.4 Fecha de entrega

El plazo de entrega se establece una vez al término de cada mes de duración del contrato, según las fotografías entregadas, y finalizará el **31 de mayo de 2026**.

5. Finalidades y objetivos a alcanzar

Las finalidades y objetivos concretos no críticos que deben alcanzarse para los dos lotes mediante la realización de este contrato son los siguientes:

- Elaboración de material audiovisual para promover Catalunya como destino de turismo enogastronómico: considerando el relato de turismo enogastronómico y los “visitor persona” a los que se dirige, a fin de determinar los contenidos idóneos a incorporar en el objeto del lote.
- Elaboración del plan de rodaje y/o selección de las localizaciones de los contenidos del objeto del lote.
- Edición del material objeto del lote.
- Realización final del material objeto del lote: al final del encargo se tendrán que presentar todos los materiales según se indica en el apartado “Funciones” de cada lote.

Con la realización del citado objeto contractual, el órgano de contratación pretende cubrir las siguientes necesidades y/o funcionalidades:

- Mejorar el posicionamiento de Catalunya como destino enogastronómico, ofreciendo experiencias que integren diversos elementos de la cadena de valor y que se visualicen en materiales audiovisuales y fotográficos.
- Generar un vínculo emocional con el potencial visitante del destino.
- Proyectar una imagen conjunta de destino a través de la comunicación en redes sociales.
- Fomentar la movilidad del visitante por toda Catalunya mediante materiales audiovisuales que se puedan visualizar en las diferentes rutas y experiencias singulares que promuevan el descubrimiento del territorio.
- Generar nuevos argumentarios de promoción y venta, en formato audiovisual, adaptados a distintos públicos y mercados.
- Realizar un marketing innovador y eficaz que vincule nuevos valores y productos turísticos a la estrategia del destino, utilizando un relato consensuado de turismo enogastronómico en Catalunya que se haga visible en los materiales audiovisuales que se generen.
- Contar con materiales para realizar campañas de publicidad, redaccionales, etc., siguiendo los criterios de contenidos definidos por el Programa de Turismo Enogastronómico de la Agència Catalana de Turisme.
- Disponer de material actualizado para la promoción turística de productos combinados con la enogastronomía, como el turismo activo y de naturaleza, cultural, premium, familiar y deportivo, entre otros.

6. Requerimientos técnicos generales obligatorios de la prestación y/o el rendimiento o exigencias funcionales de la prestación

La empresa contratista debe disponer de los suficientes medios técnicos, materiales cualitativos y personales para desarrollar las tareas objeto de este contrato.

La prestación regulada en este pliego debe ajustarse, al menos, a los siguientes requisitos técnicos, sin perjuicio de los parámetros a valorar mediante los criterios de adjudicación establecidos:

- a. Realizar el objeto del contrato con la necesaria continuidad, ajustándose estrictamente a las condiciones ya las disposiciones legales que le son de aplicación, así como a las instrucciones, directrices e indicaciones de la ACT.
- b. Aportar toda la documentación relacionada con el servicio realizado, en el formato que se determine, para que el responsable pueda realizar el seguimiento correspondiente del contrato.
- c. Ser responsable de calidad técnica en la prestación del servicio.
- d. Someterse a los controles de la Comisión Europea, Oficina de Lucha Antifraude, Tribunal de Cuentas Europeo y Fiscalía Europea y facilitar el ejercicio del derecho de estos órganos a acceder a la información sobre el contrato.
- e. Presentar toda aquella documentación que le pueda ser requerida por parte de los órganos anteriores, del responsable del contrato o del órgano de contratación para acreditar los requisitos, metas y objetivos establecidos en la convocatoria y en la normativa reguladora del PRTR así como cualquier documentación que le sea requerida para justificar la realización de las actuaciones objeto de este contrato por parte de éstos o de otros órganos de control.
- f. Conservar la documentación justificativa y demás documentación correspondiente a este contrato y, en especial, a su financiación así como los registros y documentos en formato electrónico durante el plazo legalmente

exigible ya cumplir las normas sobre conservación de la documentación aplicables al contrato, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 132 del reglamento financiero de la UE.

La empresa contratista desarrollará las tareas requeridas en sus propias oficinas, y, cuando proceda, en las instalaciones de la ACT. La empresa deberá garantizar la disponibilidad de los medios tecnológicos requeridos para desarrollar todas las tareas de acompañamiento online previstas por el contrato. Sin embargo, las reuniones de seguimiento del contrato se podrán realizar tanto en las oficinas de la Agencia Catalana de Turismo (Calle de Aragón, 244, 08007 Barcelona), como de forma telemática.

En cuanto a las obligaciones de la empresa contratista, en relación con el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, financiado por la Unión Europea con Fondo Next Generation, debe cumplir con las siguientes:

- Es necesario cumplir los compromisos en materia de comunicación, encabezamientos y logotipos que recoge el artículo 9 de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre. En este sentido, en todas las medidas de información y comunicación, así como en la totalidad de los documentos, deberá reconocerse el soporte del PRTR y la Unión Europea en la operación, incluyendo los logotipos según los criterios establecidos. También tendrán que constar los logotipos de la Generalidad de Catalunya y de Next Generation-Catalunya, tal y como se puede consultar a continuación:
<https://identitacorporativa.gencat.cat/web/.content/Documentacio/descarregues/dpt/COLOR/Economia-i-Hisenda/NextGenerationCatalunya.pdfn>.
El responsable del contrato indicará al contratista los logotipos o información necesaria en este sentido.
- Por otra parte, la empresa contratista –y también, en su caso, la empresa o empresas subcontratistas– debe cumplir las obligaciones de información previstas en el artículo 8.2 de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, transformación y resiliencia,
 - NIF del contratista o subcontratistas.
 - Nombre o razón social
 - Domicilio fiscal del contratista y, en su caso, de los subcontratistas.
 - Aceptación de la cesión de datos entre las administraciones públicas implicadas para dar cumplimiento a lo que prevé la normativa europea que es aplicable y de conformidad con la Ley orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales (anexo del PCAP).
 - Declaración responsable relativa al compromiso de cumplimiento de los principios transversales establecidos en el PRTR y que puedan afectar al ámbito objeto de gestión (anexo del PCAP).
 - Refuerzo de mecanismos para la prevención, detección y corrección de los fraudes, corrupción y conflictos de interés (declaración de ausencia de conflicto de interés, consultar el anexo del PCAP, así como el cumplimiento y aplicación del [Plan Antifraude de la Agència Catalana de Turisme](#)).
 - Las empresas contratistas deben acreditar la inscripción en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria o en el censo equivalente de la Administración Tributaria Foral, que debe reflejar la actividad efectivamente

desarrollada en la fecha de participación en el procedimiento de licitación.

- En cumplimiento con lo que dispone el PRTR y el Reglamento 2021/241 de 12 de febrero, y su normativa de desarrollo, todos los proyectos de inversión que se lleven a cabo en el marco de estas ayudas deben respetar el llamado principio de no causar un perjuicio significativo al medio ambiente (principio DNSH por sus siglas en inglés, « Do No Sign digital, firmando la correspondiente declaración responsable sobre el cumplimiento del principio de no causar perjuicio significativo a los seis objetivos medioambientales en el sentido del artículo 17 del Reglamento (UE) 2020/852 (anexo del PCAP).
- La empresa contratista deberá presentar los informes de seguimiento que se consideren oportunos y requeridos por el responsable del contrato, a fin de ejecutar el correspondiente control en relación a los logros y objetivos citados en los presentes pliegos.

7. Normativa vigente de obligado cumplimiento

El [Reglamento \(UE\) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de febrero de 2021, por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia](#), en su artículo 34.2 dispone que los perceptores de fondos de la UE deben mencionar el origen de la financiación y velar por hacerlo visible, de financiación que indique "Financiado por la Unión Europea - Next Generation EU". En particular, cuando se promuevan las acciones y resultados de las mismas, es necesario aportar información coherente, efectiva y proporcionada, dirigida a múltiples destinatarios, incluidos los medios de comunicación y el público en general.

El [Acuerdo de financiación entre la Comisión Europea y España sobre la publicación de información, visibilidad de la financiación de la Unión y el derecho de uso](#), en el artículo 10 dispone que hay que exhibir correctamente y de forma destacada en todas las actividades de comunicación el emblema de la UE, con una declaración de financiación adecuada que indique "Financiado por la Unión Europea - Next Generation EU" y que es necesario y la financiación de la Unión Europea y garanticen su visibilidad.

La [Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del Plan de recuperación, transformación y resiliencia \(PRTR\)](#), en su artículo 9 dispone que "las actuaciones de comunicación relacionadas con la ejecución del Plan deben incorporar el logotipo oficial del PRTR del Reino de España".

Todos los diseños deben ser responsables y ajustarse a la [normativa de accesibilidad documental vigente en la Generalitat de Catalunya](#).

Elementos de comunicación:

- Logotipo Generalitat de Catalunya. [Enlace](#) de descarga.
- Logotipo Agencia Catalana de Turismo. [Enlace](#) de descarga.
- Marca Catalunya. [Enlace](#) de descarga.
- Página web: Catalunya.com.
- Logotipos MRR Next Generation:
 - o [Enlace de descarga identidad corporativa fondos MRR](#).
 - o [FAQ relativas a comunicación fondos MRR](#) (apartado Principios transversales del MRR > Comunicación e identidad visual).

8. Descripción de medios personales

Cada empresa contratista pondrá un equipo técnico a disposición de la ACT, cuyas funciones serán investigar e identificar los contenidos y elaborar los materiales audiovisuales y fotográficos especificados en este pliego. En concreto, cada empresa contratista deberá asignar un equipo técnico formado por, como mínimo, dos personas con los siguientes perfiles profesionales:

- Una persona redactora de guiones que tenga un grado en Filología, Humanidades, Periodismo o similar, con conocimiento de enogastronomía , y que seleccione los materiales a realizar y las localizaciones.
- Para el lote 1, una persona montadora/editora de material audiovisual con conocimiento de turismo.
- Para el lote 2, una persona fotógrafa con conocimiento de fotografía turística.

El perfil de redactora de guiones con conocimiento de enogastronomía deberá tener una experiencia mínima de 3 años en la elaboración de contenidos enogastronómicos. El perfil de una persona montadora/editora de material audiovisual deberá tener una experiencia mínima de 3 años en grabación y montaje de material audiovisual turístico. El perfil de una persona fotógrafa tendrá que tener una experiencia mínima de 3 años en fotografía turística.

Acreditarán esta experiencia y formación mediante la presentación de su currículum vitae y título correspondiente.

9. Formas de seguimiento y control de la ejecución de las condiciones

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 ya supervisar el cumplimiento de los aspectos incorporados en los pliegos en relación con los principios transversales aplicables al PRTR. En este sentido, es especialmente relevante que en caso de existir cambios y modificaciones en el equipo de trabajo aportado por el contratista, éstos deberán ser comunicados a la persona responsable del contrato y, en todo caso, el contratista deberá acreditar y garantizar que se cubren todos los ámbitos de experiencia requeridos.

La empresa contratista asume las responsabilidades inherentes a la dirección inmediata de los trabajos que ejecute. La empresa contratista deberá designar obligatoriamente, en el momento de la perfección del contrato, un representante responsable de la dirección de los trabajos y de la gestión y ejecución del contrato, el cual deberá ser un técnico competente en las materias objeto de la misma. Este responsable será el encargado de garantizar la calidad de la prestación objeto de este pliego, dirigir y coordinar los trabajos y transmitir las instrucciones precisas al personal adscrito a la ejecución del servicio para garantizar su correcta ejecución. También tratará las cuestiones relacionadas con el normal desarrollo de las tareas indicadas en este pliego con la persona interlocutora designada por el órgano de contratación.

Las personas referidas anteriormente se reunirán con una periodicidad mínima de un mes para 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. A todos los efectos, estas reuniones mencionadas anteriormente 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).

A efectos de evaluar el seguimiento y el control del cumplimiento de cada actuación se utilizarán los siguientes indicadores:

- Obligatoriamente:
 - o Número de fotografías realizadas.
 - o Número de microcápsulas audiovisuales realizadas.
- Además:
 - o Número recursos representados.
 - o Número de territorios captados en materiales audiovisuales.
 - o Número y tipología de segmentos y perfiles integrados.
 - o Número de materiales generados según tipos: edición impresa en varios tamaños y formas, y soporte digital (versión interactiva, formato pdf a descargar, etc.).

Beatriz Nubiola de Palacio
Jefa de Marcas
Unidad de Marketing de Experiencias
Agència Catalana de Turisme