



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGEIXEN LA CONTRACTACIÓ D'UNA EMPRESA QUE S'ENCARREGUI DELS SERVEIS D'ASSESSORAMENT, ACOMPANYAMENT I SUPORT TÈCNIC ESPECIALITZAT PER A LA IMPLEMENTACIÓ DE L'ESTRATÈGIA I EXECUCIÓ DE LA COMUNICACIÓ INTEGRADA DE MARCA ALS CANALS DIGITALS B2C DE L'AGÈNCIA CATALANA DE TURISME

Amb la mera presentació de la seva oferta, l'empresa licitadora accepta les prescripcions tècniques establertes en aquest plec. Qualsevol proposta que no s'ajusti als requeriments mínims establerts en aquest plec quedarà automàticament exclosa de la licitació.

1. Antecedents

L'article 3.1 de la Llei 15/2007, del 5 de desembre, de l'Agència Catalana de Turisme (ACT en endavant), estableix que l'objectiu de l'entitat és promocionar Catalunya com a destinació turística de referència internacional d'acord amb la seva diversitat, la seva qualitat i la seva rendibilitat social i econòmica. Per a la consecució d'aquest objectiu, l'ACT realitza accions de promoció, comercialització, publicitat i màrqueting de Catalunya com a destinació turística tant a Catalunya i Espanya, com a l'estranger a través dels [Centres de Promoció Turística \(CPT\)](#).

Durant el 2025 es va presentar el **Pla de Màrqueting (+) Catalunya, millor turisme**, que marcarà l'estratègia de l'ACT en l'àmbit de la **Comunicació Digital B2C**, tot situant-la al servei dels objectius estratègics del nou model turístic del país.

Aquest pla introdueix innovacions rellevants en la manera de comunicar i promoure Catalunya com a destinació, apostant per un enfocament **més humà, relacional i conversacional**, amb accions i continguts alineats amb valors com la **sostenibilitat, la descentralització, la fidelització** i el respecte pel territori i el resident. En aquest nou marc, s'impulsen iniciatives com:

- La creació d'una **arquitectura de marca compartida** entre l'ACT, el sector públic i el sector privat per optimitzar la força de les marques catalanes.
- La incorporació del **resident com a prescriptor** i protagonista en la comunicació, tot promovent experiències autèntiques i empàtiques.
- L'aposta per **nous formats i tecnologies**, incloent la integració de la intel·ligència artificial i el contingut generat per l'usuari (en endavant *UGC*), per fomentar una relació més pròxima i significativa amb les audiències.
- L'aparició de **campanyes orientades a objectius específics** (temporalitat, desconcentració, sostenibilitat, etc.) i no únicament a prioritats comercials o de mercat.
- L'impuls de **campanyes valentes**, com accions de de-màrqueting i iniciatives adreçades a noves audiències com els residents i el sector no turístic.

Dins d'aquest nou paradigma, el pla estableix la necessitat de consolidar una estratègia de Comunicació Integrada de Marca als Canals Digitals de l'ACT com a eina clau per garantir una coordinació i alineació estratègica de les campanyes i els continguts digitals de l'entitat amb els objectius d'aquest pla.

2. Objecte del contracte

L'objecte del present contracte és la prestació dels serveis d'assessorament, acompanyament i suport tècnic especialitzat per a la implementació i execució de l'estratègia de Comunicació Integrada de Marca als canals digitals *B2C* de l'Agència Catalana de Turisme.

Concretament, l'abast del contracte inclou el desplegament estratègic i operatiu als canals i àmbits següents: canals de xarxes socials de @CatalunyaExperience, el portal Catalunya.com, l'email màrqueting B2C, solucions basades en intel·ligència artificial aplicades a la comunicació i a la interacció amb els usuaris, així com iniciatives digitals amb *influencers* i creadors de contingut, alineades amb el posicionament de marca.

L'empresa contractista haurà d'implementar l'estratègia definida, garantint la coherència del posicionament de marca en tots els entorns digitals, així com l'adequada adaptació dels continguts als diferents canals i públics objectiu. Així mateix, haurà d'assegurar la coordinació operativa, l'optimització contínua de les accions i el seguiment del rendiment mitjançant indicadors clau alineats amb els objectius estratègics de l'entitat.

Els motius que justifiquen la no divisió en lots de l'objecte estan continguts l'apartat E de la memòria justificativa del contracte.

3. Àmbit funcional del servei

Als efectes de la correcta execució del servei, es defineixen a continuació els àmbits funcionals en què es desplegarà l'activitat de l'empresa contractista, sense perjudici de possibles adaptacions que l'ACT pugui requerir en funció de l'evolució de l'estratègia o dels canals.

Els mercats objecte d'aquesta licitació són Espanya, França, Itàlia, Europa Central, Europa de l'Est, Rússia, Països Nòrdics, Gran Bretanya, Irlanda, Benelux, Estats Units, Canadà, LATAM i APAC.

3.1. Sistemes i entorns digitals

Els sistemes i eines informàtiques que utilitza l'ACT són:

- Adobe Experience Manager (gestió de la pàgina web Catalunya.com).
- CRM Microsoft Dynamics 365 (gestió del CRM).
- SharePoint (gestió de seguiment d'accions).
- Power BI (visualització de dades i informes).

L'empresa contractista haurà de tenir capacitat per treballar i operar amb aquests sistemes i entorns digitals utilitzats.

3.2. Xarxes socials

Les xarxes socials que caldrà analitzar i posteriorment mantenir seran les següents, en coherència amb les obligacions d'execució del servei establertes en aquest plec:

- Facebook:
ES [https://www.facebook.com/catalunyaexperience-](https://www.facebook.com/catalunyaexperience)
FR <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.fr>.
US,CA <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.usa->
RU <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.ru>
GB,IE <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.uk.ie>
AT,CH,DE <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.de>
BE, NL <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.nl>
IT <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.it>



BR <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.br>
LATAM <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.latam/>
APAC <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.apac>

- X:
@catexperience
@visitcatalonia
- Instagram:
@catalunyaexperience – General/Internacional
@katalonienturismus – CPT Alemanya
@catalunyaexperience_fr - CPT França
@catalunyaexperience_it - CPT Itàlia
@catalunyaexperience.latam – CPT Sud Amèrica
@catalunyaexperience.br - CPT Sud Amèrica
@catalunyaexperience_jp – CPT Àsia-Pacífic
@catalunyaexperience.korea - CPT Àsia-Pacífic
- Xarxes específiques del mercat xinès com weibo, wechat i whechat short vídeo, Douyin i Xiahongshu Xina (Little Red book)
@加泰罗尼亚旅游官网
@加泰罗尼亚旅游局
@加泰罗尼亚旅游
@加泰罗尼亚旅游
- Naver a Corea del Sud

4. Funcions i objectius

En el marc d'aquesta contractació, l'empresa contractista assumirà, entre d'altres, les funcions següents:

- Definició d'una estratègia global alineada amb els objectius del **Pla de Màrqueting (+) Catalunya, millor turisme**.
- Governança i coordinació estratègica: alineació amb l'estratègia global de marca i màrqueting, coordinació amb equips interns i mercats, i definició de protocols operatius.
- Auditoria de l'estat actual dels canals digitals *B2C* de l'ACT (xarxes socials, web Catalunya.com i CRM).
- Planificació i execució de continguts per a xarxes socials i *newsletters*: conceptualització, producció, adaptació i programació de continguts per a cada canal i públic objectiu, garantint la coherència narrativa i l'adequació als diferents mercats.
- Gestió i activació de canals: gestió operativa de les xarxes socials, optimització contínua de Catalunya.com i activació del CRM *B2C* mitjançant accions segmentades i automatitzades.
- Iniciatives amb *influencers*: identificació, coordinació i seguiment de col·laboracions amb creadors de contingut i altres *influencers* digitals alineats amb el posicionament de marca.
- Aplicació de la intel·ligència artificial: implementació d'eines i solucions per millorar la personalització, la rellevància, l'eficiència operativa, l'automatització i l'anàlisi de dades.



- Analítica i optimització: definició d'indicadors clau de rendiment (KPI), seguiment de resultats, elaboració d'informes periòdics i proposta de millores contínues.
- Suport a accions de mitjans digitals de pagament, quan escaigui, en coordinació amb l'estratègia global.

L'objectiu d'aquestes funcions es concreta en:

- a) Generar sinergies entre les diverses palanques del màrqueting mixt de l'ACT entre **canals propis** (xarxes socials, web, *newsletters*, CRM, etc.) i **canals de pagament** (publicitat, estratègia de *branded content*, màrqueting d'*influencers*, etc.).
- b) Dotar de coherència i direcció estratègica a la nostra comunicació a les xarxes socials i altres canals a nivell global, consolidant un **model unificat en un únic contracte**, amb execució descentralitzada a nivell regional.
- c) Adaptar-nos a l'escenari de les xarxes socials, en **canvi accelerat i permanent**, evolucionant d'un model molt basat en Facebook cap a un model **enfocat a les xarxes socials del present i del futur**, com Instagram o TikTok.
- d) Revisar els objectius de campanya, desplaçant el focus del *reach* o abast cap a la **rellevància i la ressonància** amb les nostres audiències.
- e) Incrementar la **notorietat de la marca turística Catalunya** (*top of mind*).
- f) Incrementar la nostra audiència als **mercats emissors emergents** i captar **nous segments als mercats madurs**, especialment el públic més jove o aquells amb motivacions i interessos diferents del "sol i platja".
- g) Fidelitzar l'audiència i incrementar l'**engagement** o interacció als mercats madurs.
- h) Monitorar la **reputació en línia** de la marca turística.
- i) Incrementar el **trànsit cap a la pàgina web** www.catalunya.com.
- j) Obtenir **informació útil** sobre els nostres clients potencials i reals (*social listening*).
- k) Generar **leads**.
- l) Seguir apostant per la vinculació amb el resident a través de la compartició de *UGC*.
- m) Incorporar i avaluar l'ús de noves eines i tecnologies digitals, incloent-hi **solucions basades en intel·ligència artificial**, per millorar processos i resultats.

L'objectiu final és reforçar la presència i la reputació digital de la marca Catalunya, maximitzar l'impacte de les accions de comunicació dins de l'ecosistema digital i contribuir de manera mesurable a l'assoliment dels objectius de màrqueting i promoció turística de l'ACT.

5. Obligacions de l'empresa contractista

L'empresa contractista assumirà les següents obligacions, dividides en els següents àmbits d'actuació:

5.1. Auditoria inicial dels canals digitals B2C (xarxes socials, web Catalunya.com i CRM) i definició de l'estratègia a seguir

- Analitzar els perfils oficials d'Instagram, Facebook, X, YouTube i TikTok, tant a nivell nacional com internacional.
- Revisar i avaluar les pàgines de campanya del web Catalunya.com, incloent-hi les llandings generals de campanya i les específiques de mercats internacionals.



- Analitzar l'eficàcia de les *newsletters* enviades a la base de dades de més de 280.000 usuaris (mercat nacional i internacional).
- Elaborar una diagnosi inicial de l'estat de cada canal i establir objectius específics a assolir (xarxes socials, web Catalunya.com i CRM).
- Definir una estratègia global i detallada per canal, garantint l'alineació amb els objectius del Pla de Màrqueting [\(+\)](#) [Catalunya, millor turisme](#).
- Establir una metodologia de planificació i execució, clara i calendaritzada.
- Definir els indicadors clau de rendiment (KPIs) del projecte i els procediments de seguiment, control i *reporting*.
- Incorporar l'ús d'eines d'intel·ligència artificial per a l'anàlisi avançada de dades, identificació de patrons de comportament i proposta d'accions d'optimització contínua.
- Aquesta auditoria inicial s'haurà d'entregar en el termini de 2 mesos des de la reunió de *kick-off*.

5.2. Execució del pla estratègic definit per a cadascun dels canals digitals

- Elaborar un calendari editorial per als canals digitals que asseguri la coordinació i coherència entre les xarxes socials, el portal Catalunya.com i els enviaments de newsletters, estructurat per estacions i temàtiques, i basat en l'aprofitament de sinergies entre canals i orientat a la coherència global de la comunicació.

5.2.1. Obligacions específiques en relació amb les xarxes socials

a) Estratègia i planificació de continguts:

- Elaborar i executar el calendari editorial de publicacions per a les xarxes socials de @CatalunyaExperience, tant en l'àmbit nacional com internacional (Facebook, Instagram, TikTok, X).
- Proposar continguts i accions rellevants d'acord amb el coneixement de la demanda i les tendències del mercat en xarxes socials (formats, plataformes, etc.).
- Planificar i produir continguts *ad hoc* per a les xarxes socials, així com reutilitzar i adaptar materials provinents d'altres campanyes de l'ACT i continguts generats pels usuaris (UGC), garantint la correcta gestió de drets quan sigui necessari.
- Identificar i seleccionar contingut rellevant de tercers (sector, empreses, usuaris, etc.) per a la seva publicació, gestionant, si escau, les autoritzacions i/o permisos corresponents.
- Incorporar l'ús d'eines basades en intel·ligència artificial per a l'anàlisi de tendències, identificació d'oportunitats de contingut i optimització del calendari editorial.

b) Producció i cobertura de continguts:

- Donar cobertura en viu a un mínim de 4 esdeveniments mensuals (trips, actes sectorials, esdeveniments culturals o gastronòmics, festes tradicionals, etc.), generant contingut experiencial per a xarxes socials. El cost derivat de la participació en aquests esdeveniments, inclosos els desplaçaments, allotjament, dietes, accessos, entrades, producció de continguts i qualsevol altra despesa associada, anirà íntegrament a càrrec de l'empresa contractista, sense que pugui ser objecte de facturació addicional.
- Producció d'un mínim de 4 microcàpsules de vídeo mensuals, incloent:
 - Identificació i cerca d'informació de les temàtiques proposades per realitzar les microcàpsules.



- Proposta del to i discurs comunicatiu de les microcàpsules, garantint la coherència narrativa, la qualitat tècnica i l'adequació als diferents canals i audiències.
- Incorporació de la figura d'un *Host* en les càpsules que ho requereixin.
- Enregistrament dels materials arreu de Catalunya, sempre tenint en compte la diversitat territorial de Catalunya ([9 marques turístiques](#)).
- Edició i producció de les microcàpsules, adaptades als diferents formats i llenguatges per a xarxes socials (Instagram, Youtube, TikTok, Facebook, X, i Wechat)
- Optimització del disseny, que ha de respectar els protocols d'accessibilitat en línia (WAI, W3C, etc.).
- Revisió orto-tipogràfica i correcció lingüística pertinent dels continguts generats.
- Lliurament de material en el format que es detalla a l'apartat "Característiques tècniques de les microcàpsules". Tot el material produït i aprovat es lliurarà a l'ACT mitjançant un servei d'allotjament de fitxers (Wetransfer o similar). Quan totes les peces estiguin produïdes, també caldrà lliurar-les en un disc dur, amb tots els originals en obert i les imatges de recurs i materials filmats.
- Característiques tècniques de les microcàpsules:
 - Format:
 - vertical 9:16 (Reels/TikTok/Shorts) 20-40 segons
 - horitzontal 16:9 (Youtube, Facebook) 60-90 segons
 - Idiomes: català, castellà, anglès britànic.
- Incorporar, quan escaigui, solucions d'intel·ligència artificial per a la generació, adaptació i personalització de continguts, mantenint sempre la coherència amb el to i posicionament de marca.

c) Gestió i dinamització de les xarxes socials:

- Gestionar les publicacions als canals definits en l'idioma concret de cada mercat i moderar els comentaris i interaccions que se'n derivin.
- Garantir el servei de *community management* 24/7 de tots els perfils especificats a l'apartat d'abast del servei.
- Efectuar publicacions diàries (de dilluns a diumenge) en els canals que l'ACT determini com a prioritaris.
- Interactuar amb els usuaris mitjançant:
 - Resposta a comentaris en publicacions pròpies (m'agrada i respostes).
 - Interacció amb publicacions d'altres comptes (m'agrada i respostes).
 - Resposta a missatges directes en un termini de 24 a 48 hores.
 - Atenció a consultes en un termini de 24 a 48 hores (festius exclosos).
- Aplicar eines d'intel·ligència artificial per a la monitorització de converses, detecció de sentiment i suport a la gestió d'interaccions amb usuaris.

d) Gestió operativa i governança dels comptes:

- Administrar els panells de gestió de les xarxes socials, garantint que el control correspongui a l'ACT, sens perjudici dels permisos necessaris per a l'empresa contractista.
- Gestionar els comptes institucionals a partir dels codis i correus electrònics facilitats per l'ACT, sense modificar-los sense autorització prèvia.
- Garantir l'accés de l'ACT a la informació dels correus electrònics vinculats als comptes.

e) Col·laboracions amb creadors de continguts *influencers*:

- Fer recomanacions i validacions sobre accions amb *influencers*, incloent la validació de perfils i publicacions.
- Coordinar-se amb altres activacions amb *influencers* que es facin des de l'ACT per maximitzar l'impacte a xarxes



f) Gestió del Canal de YouTube: carregar i publicar els vídeos en el canal de YouTube institucional de l'ACT, garantint-ne la correcta classificació, descripció i etiquetatge, així com el manteniment actualitzat del canal d'acord amb les indicacions rebudes. Gestionar si s'escau el format de YouTube shorts.

5.2.2. Obligacions específiques en relació a la comunicació segmentada a la pàgina web Catalunya.com i les *newsletters*:

a) Planificació i gestió de continguts web Catalunya.com

- Elaborar i executar el calendari d'actualització de pàgines específiques de Catalunya.com mitjançant Adobe Experience Manager (AEM) o l'eina que l'ACT determini.
- Planificar i actualitzar les pàgines de campanya en coordinació amb l'equip de publicitat.
- Planificar i actualitzar les pàgines d'entrada (làndings i home) en diferents idiomes, en coordinació amb els mercats internacionals.
- Dissenyar i publicar làndings de campanya i de captació de leads, incloent-hi les adaptacions per a mercats internacionals.
- Garantir la correcta administració funcional dels continguts, l'estructura de navegació i els elements de captació del portal Catalunya.com.

b) Adaptació de continguts per a les *newsletters*:

- Edició i adaptació de continguts i imatges per a *newsletters*.
- Utilitzar, quan escaigui, eines d'intel·ligència artificial per a la generació, adaptació i optimització de continguts, garantint la coherència amb el to i posicionament de la marca.

c) Gestió de *newsletters* i comunicació segmentada

- Planificar, maquetar i enviar un mínim de quatre (4) *newsletters* anuals a la base de dades B2C i les comunicacions segmentades que siguin necessàries d'acord amb l'estratègia de CRM definida.
- Planificar, maquetar i executar comunicacions segmentades adreçades a la base de dades B2C.
- Aplicar criteris de segmentació avançada i personalització de continguts, incorporant l'ús d'eines d'intel·ligència artificial per optimitzar la rellevància i l'eficàcia de les comunicacions.
- Gestionar les comunicacions segmentades i els processos d'automatització mitjançant el CRM Microsoft Dynamics 365 de l'ACT, garantint la correcta segmentació, personalització i seguiment de les accions executades.

d) Gestió i creixement del CRM B2C

- Planificar i executar campanyes de captació de contactes mitjançant el CRM Microsoft Dynamics 365 de l'ACT.
- Gestionar i mantenir els processos d'automatització, segmentació i qualificació de contactes implementats en el CRM Microsoft Dynamics 365.
- Incorporar l'ús d'eines d'intel·ligència artificial per a la segmentació d'audiències, l'automatització de processos i la millora del rendiment de les accions de captació i fidelització.

5.3. Seguiment i *reporting* de l'execució de l'estratègia

L'empresa contractista haurà de garantir un seguiment continu del contracte mitjançant:



- Assignació d'un equip dedicat amb comunicació diària amb l'ACT, de com a mínim un consultor sènior, un consultor júnior i els perfils especialistes que corresponguin segons la naturalesa de les actuacions objecte de seguiment.
- Celebració de reunions setmanals, mensuals i trimestrals amb els equips de Màrqueting Digital i Mercats Internacionals de l'ACT, amb la freqüència que s'especifica a l'apartat 6.
- Posada a disposició de quadres de comandament (*dashboards*) i eines de *reporting* en temps real, accessibles per l'ACT.
- Emissió d'informes mensuals de seguiment, amb anàlisi de resultats i recomanacions.
- Proposta i aplicació de mesures correctores sempre que es detectin desviacions.

5.4. Assessorament en bones pràctiques digitals i en aplicació de la intel·ligència artificial

- Proposar noves accions o ajustos en funció de l'evolució dels canals digitals i de l'entorn competitiu.
- Incorporar i avaluar l'ús de noves eines i tecnologies digitals, incloent-hi solucions basades en intel·ligència artificial, amb l'objectiu de millorar processos i resultats.

5.4.1. Obligacions específiques en relació a l'aplicació de la intel·ligència artificial

- Proposar, implementar i evolucionar solucions basades en intel·ligència artificial aplicades a la gestió dels canals digitals de l'ACT, orientades a la millora de l'eficiència operativa, l'automatització de processos i el suport a la gestió.
- Utilitzar eines d'intel·ligència artificial per a la generació, adaptació i personalització de continguts (text, imatge o vídeo), garantint la qualitat, la coherència amb el posicionament de marca i l'adequació als diferents mercats.
- Quan tècnicament i operativament sigui viable i d'acord amb les prioritats definides per l'ACT, aplicar la intel·ligència artificial en l'anàlisi avançada de dades, la segmentació d'audiències i la identificació de tendències, incloent-hi:
 - Sistemes de recomanació per a la personalització de continguts a Catalunya.com i altres actius digitals.
 - Models predictius per a la segmentació dinàmica, la qualificació de contactes (*scoring*), la propensió a la conversió i l'automatització de journeys en el CRM B2C.
 - Models predictius de comportament turístic per anticipar interessos, estacionalitat i preferències dels mercats.
- Implementar solucions d'automatització i optimització en la gestió de l'ecosistema digital, incloent-hi:
 - Optimització de campanyes de *paid media* mitjançant algoritmes de *machine learning* per millorar l'assignació de pressupost i el rendiment.
- Incorporar eines d'intel·ligència artificial per a la monitorització i anàlisi de l'entorn digital, incloent-hi:
 - Anàlisi semàntica i *social listening* per a la supervisió de la reputació de marca.
 - Identificació de tendències, oportunitats i riscos reputacionals.
- Desenvolupar quadres de comandament intel·ligents (*dashboards*) que incorporin sistemes d'anàlisi automatitzada i detecció d'anomalies en les dades de rendiment.



- Garantir un ús ètic, responsable i transparent de la intel·ligència artificial, alineat amb la normativa vigent en matèria de protecció de dades i comunicació, així com amb els principis de supervisió humana en els processos crítics (<https://web.gencat.cat/ca/generalitat/dades-indicadors/intelligencia-artificial>).
- Tots els sistemes d'Intel·ligència Artificial hauran de complir a les normativa de protecció de dades europea Reglament (UE) 2016/679 (RGPD), la Llei Orgànica 3/2018, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals (LOPDGDD), així com qualsevol altra normativa que resulti d'aplicació) així com les obligacions derivades del Reglament (UE) 2024/1689 del Parlament Europeu i del Consell, pel qual s'estableixen normes harmonitzades en matèria d'intel·ligència artificial (RIA), garantint, segons correspongui, el compliment dels requisits de gestió del risc, governança de dades, transparència, supervisió humana, robustesa, ciberseguretat, documentació tècnica i registre de l'activitat. L'empresa contractista haurà d'acreditar, a requeriment de l'òrgan de contractació, l'adopció de les mesures tècniques i organitzatives necessàries per garantir aquest compliment, així com facilitar tota la informació i documentació que sigui necessària per verificar-lo, incloent-hi, si escau, les avaluacions d'impacte sobre la protecció de dades, les avaluacions de conformitat exigides pel RIA, les polítiques de governança de la IA i qualsevol altra documentació aplicable

6. Descripció dels mitjans tècnics i personals

L'empresa contractista disposarà dels mitjans tècnics i personals per a desenvolupar les tasques, objecte d'aquest contracte.

El servei es prestarà des de les dependències de l'empresa contractista excepte quan puntualment i excepcionalment l'ACT valori que no sigui possible facilitar la interacció immediata.

Per al desenvolupament de l'activitat professional objecte del present contracte, l'empresa contractista haurà de disposar dels mitjans materials i personals necessaris per a l'adequada prestació del servei. L'empresa contractista haurà de dotar el seu personal de totes les eines necessàries amb la finalitat d'executar les tasques amb la major eficàcia i eficiència.

6.1. Descripció de mitjans tècnics

L'empresa contractista haurà de disposar dels mitjans tècnics següents per garantir una execució òptima del contracte:

1. **Equipament bàsic:** equip informàtic amb connexió a Internet d'alta velocitat i programari d'ofimàtica actualitzat (Microsoft Office 365 o similar).
2. **Eines de treball proporcionades per l'ACT:** l'empresa contractista haurà de disposar d'un usuari actiu (creat per ella mateixa) per accedir i operar a les següents plataformes:
 - Adobe Experience Manager (gestió del Catalunya.com).
 - CRM Microsoft Dynamics 365 (gestió del CRM).
 - SharePoint (gestió de seguiment d'accions).
 - Power BI (visualització de dades i informes).
3. **Altres eines necessàries:**
 - Coneixement avançat i ús habitual d'eines de col·laboració i gestió documental (OneDrive, Teams o equivalents).



- Programari especialitzat per a la gestió, monitoratge, publicació i anàlisi de xarxes socials, així com per a la creació i edició de continguts digitals.
- Equipament tècnic suficient per a la producció de continguts audiovisuals destinats als canals digitals de l'ACT, incloent, com a mínim, equips de captació d'imatge, enregistrament d'àudio i sistemes d'estabilització necessaris per garantir una qualitat professional dels continguts.
- Equipament de gravació aèria mitjançant dron o accés garantit a aquest tipus de recursos, d'acord amb la normativa vigent aplicable en matèria de navegació aèria, seguretat operacional i obtenció de permisos.
- Programari d'edició i postproducció de vídeo, imatge i àudio que permeti l'elaboració dels materials digitals requerits en el marc del contracte.

L'empresa contractista haurà de garantir la disponibilitat permanent dels mitjans tècnics necessaris per a l'execució de les prestacions objecte del contracte durant tota la seva vigència.

6.2. Descripció de mitjans personals

L'empresa contractista haurà de disposar com a mínim dels perfils professionals següents, tots ells especialitzats en màrqueting digital, per garantir l'execució adequada de les tasques derivades del contracte:

Un/a gerent del projecte:

- **Titulació mínima:** grau universitari.
- **Experiència mínima:** 5 anys en direcció o gestió de projectes en l'àmbit del màrqueting digital, amb experiència demostrable en entorns institucionals o projectes públics.
- **Funcions:** dirigir estratègicament el projecte, coordinar l'equip de consultoria, exercir la interlocució directa amb l'ACT, supervisar els calendaris i els lliurables, i garantir el compliment dels objectius del contracte.

Equip de consultoria estratègica i gestió de comunitats digitals:

Dues persones consultores sènior en màrqueting digital i estratègia de mercats per a la visió estratègica global:

- **Titulació mínima:** grau universitari.
- **Experiència mínima:** 4 anys en consultoria especialitzada en màrqueting digital B2C, comunicació digital i gestió estratègica de xarxes socials, en mercats internacionals.
- **Funcions:** definir l'estratègia digital global de tots els mercats, planificar les accions a desenvolupar, establir i fer el seguiment dels objectius i indicadors de rendiment, coordinar els equips de community management i continguts, identificar noves oportunitats i tendències i actuar com a interlocutors principals amb l'ACT.

Tres persones consultores sènior en màrqueting digital i estratègia de mercats:

- **Titulació mínima:** grau universitari.
- **Experiència mínima:** 4 anys en consultoria especialitzada en màrqueting digital B2C, comunicació digital i/o gestió estratègica de xarxes socials.
- **Funcions:** definir l'estratègia digital dels mercats assignats, planificar les accions a desenvolupar, establir i fer el seguiment dels objectius i indicadors de rendiment, coordinar els equips de community management i continguts, identificar noves oportunitats i tendències i actuar com a interlocutors principals amb l'ACT.

- **L'equip estarà format com a mínim per:**
 - Una persona consultora sènior responsable dels mercats d'Europa (excepte Espanya). Amb una experiència concreta en el mercat d'Europa de 2 projectes en consultoria especialitzada en màrqueting digital B2C, comunicació digital i/o gestió estratègica de xarxes socials, en els últims 3 anys.
 - Una persona consultora sènior responsable dels mercats d'Àsia-Pacífic i la Xina. Amb una experiència concreta en el mercat d'Àsia-Pacífic de 2 projectes en consultoria especialitzada en màrqueting digital B2C, comunicació digital i/o gestió estratègica de xarxes socials, en els últims 3 anys.
 - Una persona consultora sènior responsable dels mercats d'Amèrica. Amb una experiència concreta en el mercat d'Amèrica de 2 projectes en consultoria especialitzada en màrqueting digital B2C, comunicació digital i/o gestió estratègica de xarxes socials, en els últims 3 anys.

Vuit persones especialistes en community management internacional:

- **Titulació mínima:** grau universitari.
- **Experiència mínima:** haver participat, durant els darrers 3 anys, en un mínim de 2 projectes de gestió de comunitats digitals, creació de continguts i dinamització de xarxes socials adreçats específicament al mercat al qual s'adscriu el perfil.
- **Funcions:** gestionar les comunitats digitals dels mercats assignats, publicar i adaptar continguts als diferents canals socials, interactuar amb les audiències, monitorar converses i tendències, elaborar propostes de contingut i donar suport a les accions definides pels consultors sènior.
- **Cada perfil haurà d'acreditar el coneixement lingüístic i l'experiència del mercat assignat següent:**

Perfil especialista	Experiència específica requerida	Coneixement lingüístic mínim
Mercat francès	Participació en un mínim de dos projectes desenvolupats durant els darrers tres anys dirigits al mercat francès.	Francès DALF C1 (o equivalent MCER).
Mercat italià	Participació en un mínim de dos projectes desenvolupats durant els darrers tres anys dirigits al mercat italià.	Italià CILS C1, CELI 4 o PLIDA C1 (o equivalent MCER).
Mercat alemany	Participació en un mínim de dos projectes desenvolupats durant els darrers tres anys dirigits al mercat alemany.	Alemany Goethe-Zertifikat C1 o telc Deutsch C1 .
Mercat britànic	Participació en un mínim de dos projectes desenvolupats durant els darrers tres anys dirigits al mercat britànic.	Anglès nivell C1 acreditat mitjançant Cambridge Advanced (CAE), IELTS (≥7), TOEFL iBT (≥95) o equivalent.
Mercat neerlandès	Participació en un mínim de dos projectes desenvolupats durant els darrers tres anys dirigits al mercat neerlandès.	Neerlandès NT2 Programa II o CNaVT Educatief Professioneel (EDUP) , equivalent al nivell C1 del MEER.
Mercat japonès	Participació en un mínim de dos projectes desenvolupats durant	Japonès JLPT N2 com a mínim (preferentment N1).

Perfil especialista	Experiència específica requerida	Coneixement lingüístic mínim
	els darrers tres anys dirigits al mercat japonès.	
Mercat coreà	Participació en un mínim de dos projectes desenvolupats durant els darrers tres anys dirigits al mercat coreà.	Coreà TOPIK nivell 5 com a mínim (preferentment nivell 6).
Mercat americà	Participació en un mínim de dos projectes desenvolupats durant els darrers tres anys dirigits als mercats nord-americans i/o llatinoamericans.	Anglès nivell C1 acreditat mitjançant Cambridge Advanced (CAE), IELTS (≥ 7), TOEFL iBT (≥ 95) o equivalent i castellà C1 MCER (o equivalents acreditats). Portuguès nivell C1 acreditat mitjançant CAPLE – DAP (Diploma Avançat de Portuguès), CELPE-Bras (nivell Avançat o Avançat Superior) o titulació oficial equivalent.

Dues persones especialistes en community management i continguts digitals per als mercats de Catalunya i Espanya:

- **Titulació mínima:** grau universitari.
- **Experiència mínima:** 2 anys en gestió de comunitats digitals, creació de continguts i dinamització de xarxes socials.
- **Funcions:** gestionar i moderar les comunitats digitals dels canals de Catalunya i Espanya, planificar i programar publicacions, interactuar amb les audiències, elaborar continguts adaptats als diferents formats i canals socials, monitorar resultats i donar suport a l'execució de campanyes digitals.

Dues persones especialistes creatives en continguts digitals per als mercats de Catalunya i Espanya:

- **Titulació mínima:** grau universitari.
- **Experiència mínima:** 2 anys en conceptualització, creació i producció de continguts digitals per a xarxes socials i entorns digitals.
- **Coneixements específics:**
 - Disseny gràfic i adaptació de peces creatives per a xarxes socials.
 - Edició d'imatge, vídeo i àudio mitjançant eines professionals.
 - Creació de continguts audiovisuals per a formats digitals (reels, stories, vídeos curts, peces promocionals i continguts per a plataformes socials).
 - Coneixements de narrativa digital, tendències creatives i adaptació de continguts a diferents audiències i canals.
- **Funcions:**
 - Conceptualitzar i dissenyar els continguts digitals dels canals de Catalunya i Espanya.
 - Crear, editar i adaptar continguts gràfics, audiovisuals i multimèdia per als diferents canals digitals i xarxes socials.
 - Realitzar tasques de captació i edició d'imatges, vídeo i àudio per a la generació de continguts.
 - Donar cobertura creativa a esdeveniments, accions promocionals i campanyes de comunicació impulsades per l'ACT.



- Vetllar per la coherència visual i narrativa dels continguts amb la identitat de marca de l'ACT.
- Posar a disposició de l'equip de community management els materials creatius necessaris per a la publicació, dinamització i promoció dels continguts als diferents canals digitals.
- Col·laborar amb els equips de mercat, paid media i analítica per maximitzar el rendiment dels continguts digitals.

Una persona especialista en gestió de paid media i publicitat digital:

- **Titulació mínima:** grau universitari.
- **Experiència mínima:** 3 anys en planificació, execució i optimització de campanyes de paid media en entorns digitals B2C, amb experiència acreditada en plataformes publicitàries de xarxes socials i entorns multicanal.
- **Funcions:** coordinar amb la Central de Mitjans les campanyes de publicitat digital en xarxes socials i altres canals digitals; segmentar i definir audiències; fer el seguiment i l'anàlisi dels KPI; optimitzar el rendiment i la inversió publicitària (ROAS, CPA, CPC, etc.); coordinar-se amb els equips de continguts i d'analítica digital; elaborar informes de resultats; i proposar millores contínues i noves oportunitats de captació.

Una persona especialista Webmaster i gestió de Catalunya.com

- **Titulació mínima:** grau universitari.
- **Experiència mínima:** 3 anys en administració funcional i gestió de portals web corporatius de gran volum, preferentment en entorns turístics, institucionals o de màrqueting digital.
- **Coneixements específics:** Gestió de continguts amb Adobe Experience Manager (AEM) o plataformes equivalents. Arquitectura de la informació, experiència d'usuari (UX) i posicionament SEO. Analítica digital i optimització de la conversió. Accessibilitat web (WCAG/WAI).
- **Funcions:** donar suport al manteniment dels continguts del portal Catalunya.com i les seves versions internacionals; crear, actualitzar i optimitzar les pàgines de campanya, les landings i els espais de captació; vetllar per la qualitat, la coherència, la usabilitat i l'accessibilitat dels continguts publicats; realitzar propostes d'optimització SEO i de millora de l'experiència d'usuari; i coordinar-se amb els equips d'analítica per maximitzar el rendiment dels actius digitals.

Una persona tècnica especialista en CRM i automatització de màrqueting

- **Titulació mínima:** grau universitari.
- **Experiència mínima:** 3 anys en gestió de CRM, automatització de màrqueting i execució de campanyes de fidelització digital.
- **Coneixements específics:** Microsoft Dynamics 365 CRM.
- **Funcions:** Gestionar operativament el CRM B2C de l'ACT. Definir i executar estratègies de captació, qualificació i fidelització de contactes. Dissenyar i implementar automatitzacions i customer journeys. Gestionar la segmentació de les audiències i l'activació de campanyes personalitzades. Coordinar l'enviament de newsletters i altres comunicacions digitals segmentades. Analitzar els resultats de les accions executades i proposar millores contínues. Coordinar-se amb els equips de continguts, paid media i analítica per maximitzar la generació i conversió de leads.

Una persona analista de dades i Business Intelligence

- **Titulació mínima:** grau universitari.



- **Experiència mínima:** 3 anys en anàlisi de dades digitals, intel·ligència de negoci i visualització de dades.
- **Funcions:** Definir el model de seguiment i mesura del contracte. Desenvolupar i mantenir els quadres de comandament i sistemes de reporting. Integrar i analitzar dades procedents de xarxes socials, CRM, Catalunya.com i campanyes digitals. Identificar tendències, oportunitats i desviacions en el rendiment de les accions. Elaborar informes periòdics i recomanacions estratègiques basades en dades. Donar suport als processos de segmentació, personalització i aplicació d'intel·ligència artificial. Garantir la disponibilitat d'informació actualitzada per a la presa de decisions de l'ACT.

Una persona consultora sènior en intel·ligència artificial aplicada al màrqueting digital:

- **Titulació mínima:** grau universitari.
- **Experiència mínima:** 4 anys en projectes relacionats amb l'aplicació de la intel·ligència artificial i l'anàlisi de dades en entorns digitals, amb experiència en models predictius, automatització de processos i eines d'analítica avançada.
- **Funcions:** definir i implementar solucions d'intel·ligència artificial aplicades als canals digitals (xarxes socials, web i CRM); desenvolupar models de segmentació i personalització; realitzar anàlisis avançades de dades i identificar *insights*; optimitzar campanyes digitals mitjançant tècniques de *machine learning*; implementar sistemes de recomanació i automatització; donar suport a la definició d'estratègies basades en dades; i assessorar en l'ús ètic i responsable de la intel·ligència artificial.

Observacions:

- Cada perfil haurà d'estar cobert per una persona diferent.
- Per acreditar els títols de cadascun dels perfils i l'experiència professional s'hauran d'acreditar mitjançant declaració responsable.
- Més enllà dels perfils professionals obligatoris especificats, l'empresa contractista podrà aportar perfils professionals addicionals si ho creu convenient. Tanmateix, les despeses derivades d'un equip addicional de persones aniran a càrrec exclusiu de l'empresa contractista.

7. Seguiment i control de l'execució del contracte

L'òrgan de contractació designarà una persona responsable que assumirà 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 haurà de designar una persona responsable del projecte a qui encarregar la gestió de l'execució del contracte i que haurà de garantir la qualitat de la prestació objecte d'aquest plec, tractant 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.

L'empresa contractista haurà d'assegurar també la seva coordinació i interlocució amb altres empreses col·laboradores que l'ACT determini, amb l'objectiu de garantir la coherència i integració del projecte.

L'empresa contractista mantindrà, almenys, una reunió setmanal amb la persona responsable del contracte, que serà també la interlocutora. Així mateix, s'establirà una reunió mensual amb tots els membres de l'equip que serveixi per a supervisar, controlar i tractar qualsevol aspecte vinculat amb el desenvolupament del contracte.

Finalment, es convocarà una reunió trimestral amb tots els membres de l'equip per tal d'analitzar els resultats obtinguts i definir les estratègies i accions a dur a terme en el següent període (trimestre). Tanmateix, es poden convocar altres reunions de periodicitat inferior, a petició de qualsevol de les parts.

Amb caràcter general, totes aquestes reunions esmentades anteriorment es duran a terme de forma telemàtica a través de l'eina que l'ACT determini, encara que serà possible tenir reunions presencials a les oficines de l'Agència Catalana de Turisme – en aquest cas, els desplaçaments de les persones de l'empresa contractista s'hauran de realitzar prioritàriament en transport públic o amb vehicles de baixes emissions: elèctrics, híbrids o de gas (bifuel de gasolina).